

## 婚礼消费新趋势调查

本报记者 朱双健

刚结束不久的国庆长假，也是举办婚礼的高峰期。在传统观念里，婚礼是人生大事。近年来，随着经济快速发展和社会变迁，婚俗也发生巨大变化。不少年轻人结婚不搞大操大办，摒弃繁琐的流程和不菲的开销，注重追求个性、创意、极简，“三无”婚礼、目的地婚礼、新中式婚礼等别出心裁的婚礼形式不断涌现。传承婚俗礼仪文化，弘扬婚事新办简办新风，一系列婚礼消费的新变化、新趋势，折射出年轻一代婚恋观、消费观的与时俱进。

在凉爽的微风中，一场草坪婚礼正在进行，现场一片欢声笑语，参加婚礼的亲朋友好与新郎新娘热情互动，接受带有新人祝福的玩偶。“我们想让婚礼变得更有趣，让亲友有更多参与感，就特意增加了这个环节。”谈到在婚礼结尾增加抛撒玩偶的环节，新娘周咏怡表示，互动环节不仅让婚礼氛围变得轻松，也让仪式更有纪念意义。

婚礼，作为人生最重要的典礼之一，自古以来备受重视。记者调查发现，随着社会发展和文化变迁，“甜蜜经济”不断升温，婚礼仪式越来越丰富，流行趋势也有不少新变化。

## 个性化定制受青睐

民政部发布的数据显示，2023年，我国依法办理结婚登记768.2万对，同比增长12.4%。其中，25岁至29岁年龄段的结婚人数最多，占比达到38%；20岁至24岁年龄段占比为13.8%。

随着“90后”“00后”成为结婚主力军，他们对婚礼的期待和要求越来越高，个性化需求持续增长。新人不再满足于传统婚礼模式，而是更倾向于选择定制化的特色服务，从婚礼主题、场地布置、婚纱设计到婚礼服务等，新人都希望能够打造独一无二的婚礼体验。

在视觉呈现上，随着社交平台、短视频的蓬勃发展和“随手拍”即时上传更新成为新需求，婚礼各环节都要精致，“成片”对新人来说更加重要。

除了婚礼现场的跟拍摄影，婚纱照作为定格新人幸福时刻的重要载体，一直以来是婚礼消费的重点。如今，备婚新人可以通过网络获取更多信息和参照，对婚纱照的拍摄要求也越来越高。化上精致的妆容，穿上漂亮的婚纱，摆几个造型已经不能满足年轻人的需求，市场上主题婚纱照拍摄风格不断丰富，比如一个汉服类，就可以细分出唐、宋、明等不同朝代的婚服形制及仪式。

民政职业大学婚礼文化与传媒艺术学院副教授章林表示，年轻人倾向于按照喜好和需求选择婚礼方式，注重自身感受和体验。他们积极参与设计策划，通过个性化定制来展现双方的爱情故事、价值观及人生愿景。这种趋势折射出社会文化观念的开放与包容，以及对个体独特性的尊重。

“我们拍摄以市场为导向，市场有需求就会跟进开发新场景、新产品。除了比较常规的婚纱、西装之外，民国风、星空系列也很受欢迎。有些新人喜欢在家乡的老房子、土楼等具有特别意义或精心布置的场景里拍摄婚纱照。”梦马映画团队主管王彬说，他们团队有6名摄影师，擅长拍摄不同的主题风格，基本不愁客源，新人想选择自己喜欢的摄影师一般要提前半年左右预约。

无论是拍摄婚纱照，还是婚礼现场跟拍，都少不了化妆师忙碌的身影，这也是“成片”的关键。“90后”婚礼化妆师崔萍从业14年，如今在江苏省徐州市沛县开了一家婚纱造型店。崔萍说：“沛县虽然是小地方，顾客的定制化需求却不少。有的顾客会要求化欧美妆、烟熏妆等不同类型，有的顾客会对鼻子、眼睛的妆容提出具体要求。”

作为婚礼前的重要仪式，结婚登记也是新人追求个性的关键环节。对新人来说，“官宣”照片一定要美。先去专业的摄影机构拍一组结婚登记照片，领证当天还要有跟拍。“拍摄前我都会和新人沟通，约定好拍摄风格和地点。年轻人的想法有创意，拍出来的照片也很有趣。”利用业余时间接单摄影爱好者“崽儿”在社交平台拥有不少粉丝，他告诉记者，领证跟拍的风格不是千篇一律的，新人会根据喜好搭配衣服，选择在游乐园、公园、博物馆等场所记录领证的喜悦。

## 理性简约成潮流

没有复杂的装饰和道具，整个舞台背景只有一个“囍”字，这种简约大气的婚礼现场布置在短视频平台受到不少好评，咨询价格的网友也不在少数。

不止如此，如今还兴起了无车队、无接亲、无伴郎伴娘的“三无”婚礼。这种婚礼甚至不请司仪、不摆婚宴，以简约而不失浪漫的风格，悄然在年轻群体中流行开来。简化的流程有助于减轻新人在婚礼筹备期间的经济和心理压力。

在婚纱礼服的选择上，年轻人更加注重经济实用。相较于购买一套婚纱，越来越多人选择价

格较低的租赁。即便是买婚纱，年轻人也越发偏好款式简单、轻便的婚纱。原计划网购婚纱的苗苗，由于对衣服质量等方面不是很满意，最终决定租赁一套婚纱。“我租的这套婚纱更加隆重，质量和版型也好，还配套提供伴郎和伴娘的服装。如果是买的婚纱，很可能以后都在衣柜里吃灰，既占空间还浪费”。

在策划执行上，新人听从指令完成所有仪式的传统模式正逐渐被年轻人抛弃，参与并记录婚礼全流程成为他们的诉求，这就要求婚礼除了满足新人的创意之外，还要提供参与感。

与“80后”追求场面温馨、主持人把控全场流程的方式不同，如今的婚礼新人参与度更高，个性化更强，主题更丰富多元。

“相较而言，户外婚礼仪式没有室内婚礼那么正式，场地布置结合自然风光，看起来美观和谐，宾客全程参与感强。综合这些考量，我们选定举办户外婚礼。”看着参加婚礼的亲朋好友们十分欢乐，周咏怡此前关于婚礼仪式是否过于简单、能否被亲友接受的担心也随之消散。

此外，目的地婚礼也逐渐兴起。这是一种将婚礼庆典、婚纱摄影和蜜月度假相结合的旅行婚礼模式。相较传统婚礼，目的地婚礼能够让新人自主选择喜欢的地点，将婚礼仪式从酒店搬到风景秀丽的旅游目的地，主打“边结婚边旅行”，性价比相对较高。在云南、新疆、四川、海南等地的热门景区，目的地婚礼已发展成为较为成熟的商业模式。据统计，2023年大理举办目的地婚礼4400多场，其中九成顾客来自云南省外，平均每天有超过10场婚礼在大理举办。

谈到自己的目的地婚礼，球球兴奋地告诉记者，婚礼减少了许多前期准备工作，性价比非常高，全程才2万多元，还包含拍摄婚纱照等多项服务，婚礼结束后还能带着父母一起去周边游玩，非常有纪念意义。

如今，年轻人在筹备婚



在山东省聊城市，一对新人在草坪婚礼仪式开始前拍摄照片留念。  
本报记者 朱双健摄

礼过程中，越来越注重性价比，不再盲目追求奢华和排场。谷雨数据几年前发布的《结婚行业洞察白皮书》显示，年轻人办一场婚礼的平均花费高达17.4万元，而且有42%的新人实际花费会超出预算。而目前极简婚礼的出现满足了年轻人对性价比的追求，可以在有限的预算内举办一场既符合个人喜好又经济实惠的婚礼。

近年来，多地推进移风易俗，倡导喜事新办简办，抵制大操大办等陋习，推动婚俗新风向上向善。当下年轻人对简洁婚礼的推崇无疑是喜事新办的榜样，既传承了传统婚礼习俗，又达到了破除陈规、除陋习、传文明、树新风的目的。

## 线上线相融合

走进北京国家会议中心，中国婚博会夏季展现场人头攒动，婚纱礼服、婚庆公司、婚宴、婚庆用品、婚房及装修、婚车、新娘美容等婚庆行业知名品牌精心布置了展位，大大小小的展位前坐满了咨询的人。据统计，为期2天的婚博会到场人数累计超过8.8万人次，累计成交额达7.4亿元。

中国婚博会通过线下模式，汇聚婚礼行业的品牌企业，为新人提供一站式购物服务，省时省钱、简单方便。中国婚博会外联部经理龙煌达介绍，有不少婚礼项目需要新人到现场看过、试过才能决定，比如定制西装婚纱需要量完尺寸、选好款式才能做。在婚博会现场能货比三家，还有不少优惠政策，自然就吸引了很多消费者。

筹备婚礼需要的东西种类繁多，年轻人一般只能利用碎片化时间去选购，通过社交平台等互联网渠道云备婚的形式越来越受欢迎，这也契合了年轻人的消费方式。结婚用品可以根据别人分享的攻略在线上自主购买，小到婚礼气球、红包对联，大到婚庆家纺、箱包，都能网购快递到家。

越来越多新婚夫妇在网上分

本报记者 朱双健



图为2024年中国婚博会夏季展上，婚礼伴手礼展台展示的产品。  
本报记者 朱双健摄

陈女士试穿了一款“凤凰于飞”礼服，她对中式礼服颇有了解，“中式礼服从细节上就能看出来是否讲究，现在礼服也采取了一些改良，更能体现美感”。

近年来，集聚了国内、国际园林景观之美之北京园博园，将婚纱摄影服务作为市场营销的重要内容之一，充分激活“甜蜜经济”。北京园博园运营有限公司经营服务部项目主管茅佳介绍，取景资源丰富是园博园的一大优势，随着口碑逐渐累积，园博园婚纱摄影业务接待量从原来的每年1000余组增加至现在的每年近3000组，新人可以在江苏园、北京园等传统展园拍摄中式婚纱照，在欧洲园拍摄西式婚纱照。

乘梵摄影工作室大部分中式婚纱照的外景地都在园博园景区内，丰富集中的中式园林景观，让拍摄工作变得更简单方便。运营总监崔炎天表示，当下年轻人对传统文化的接受度越来越高，中式拍摄风格占比越来越高。拍摄服装上，除了秀禾这种传统服饰，改良后的旗袍和中山装也能体现时尚的中国元素，很受消费者欢迎。拍摄风格上，摄影师不局限于体现传统中式的稳重、优雅，而是配合园林的走廊、绿植等，抓拍一些新人嬉闹、互动的场景，画面更加新颖有趣。

小小的伴手礼，也充满了浓浓的中国风。“三个女魔头”品牌的伴手礼产品种类多达上百种，其中国风礼盒占比不小，复古竹编礼盒、传统布艺礼盒等很受欢迎。品牌创始人之一王冰洁介绍，有些新人还会结合家乡的特产和文化元素定制礼盒，比如一对山西籍的新人定制的礼盒里有特产醋、醋糕等。

在章林看来，新中式婚礼以其独特的魅力与深厚的文化底蕴赢得了广泛关注，不仅符合东方审美追求，也契合文化自信的社会氛围，唤起新人对传统文化的珍惜与认同。

陈女士到达婚博会的第一站就直奔展台，她希望为自己的中式婚礼挑选一套合身的礼服。

## 新中式凭魅力圈粉

随着时代发展，婚礼仪式也不断变化，特别是近年来，年轻人对传统文化更加重视，新中式婚礼需求明显增加。与传统的中式婚礼不同，新中式婚礼既有古风韵味，又在礼节仪式上进行了精简，韵味十足且不繁琐，深受年轻人喜爱。

在Sunny喜铺的社交平台账号上，新中式风格的策划和现场布置受到不少好评。Sunny喜铺总经理黄金月表示，无论是青花瓷、稻田湖景、江南园林等主题风格，还是中式门头、屋檐、竹艺、藤编等现场布置，都能让婚礼展现出浓厚的中式韵味，消费者对这些风格的咨询也比较多。

陈女士到达婚博会的第一站就直奔展台，她希望为自己的中式婚礼挑选一套合身的礼服。

## 点评

## 简约个性引领新潮

章林

婚礼，承载着新人对美好生活的向往和对未来的憧憬。随着社会发展，人们生活水平不断提高，婚礼消费趋势也悄然发生变化。

对新人来说，婚礼消费更加注重自身感受和体验。过去，婚礼消费以排场为主导，新人及其家庭往往不惜重金打造一场婚礼。如今，随着人们消费观念转变，婚礼消费逐渐趋向理性，新人更加追求性价比和个性化。

理性消费并不意味着敷衍。相反，新人在充分了解自身需求的基础上，越来越重视自我表达与个性彰显。每对新人都有独特的爱情故事和相处方式，在婚礼这一重要仪式上，他们不再满足于千篇一律的模式和流程，而是按照喜好选择婚礼方式，注重自身感受和体验。

婚礼消费中，越来越多新人愿意“为文化买单”。婚礼不只是一场仪式庆典，也是文化表达与情感传递的载体。去繁就简，新人更加注重婚礼的文化内涵和情感价值。比如，流行的新中式婚礼充分展现了文化自信的魅力。社交媒体的发展也进一步推动了新中式婚礼的广泛传播，中式美学以其独特魅力与深厚的文化底蕴赢得了广泛关注与认可。

对企业来说，机遇与挑战并存。消费端的需求变化带动了婚礼行业变革。云备婚的流行一定程度上导致实体店婚庆门店客流量减少、

销售额下降。为应对挑战，实体婚庆门店通过建立线上商城、直播带货、提供线上同步优惠等方式，实现销售渠道互补和顾客流量转化。此外，云备婚加速了婚庆服务行业的优胜劣汰，具有品牌优势、服务质量高的企业脱颖而出。

婚礼消费市场也面临诸多挑战。首先，由于行业缺乏统一的服务标准和监管机制，部分婚庆服务企业存在服务质量差、价格虚高、合同违约等问题，损害消费者权益。其次，一些婚庆服务企业缺乏品牌意识和专业人才，难以形成具有竞争力的品牌。再次，随着科技进步，数字化转型成为婚庆服务行业发展的必然趋势。然而，这需要投入大量资源来升级系统、优化流程等，对部分企业来说并非易事。

个性化定制、云备婚、新中式等婚礼消费新趋势，与民政部倡导的婚俗改革方向一致。面对新需求、新趋势，婚庆服务企业要进一步明确自身市场定位，借助虚拟现实、人工智能等技术，让婚礼策划、婚纱设计、场地预览等环节更加便捷高效。同时，要注重婚礼的文化内涵和情感价值，投入更多资源去挖掘、呈现那些触动人心、富有意义的文化元素。

（作者系民政职业大学婚礼文化与传媒艺术学院副教授）

在国家会议中心举办的2024年中国婚博会夏季展上，消费者在选购新中式婚服。  
本报记者 朱双健摄