

“甜蜜经济”持续升温——

盘一盘喜气亮眼的 新人“新婚”

本报记者 王瑞 见习记者 马赛尔

编者按

人们常说,“金九银十”,每年九月和十月,以婚庆为主要内容的“甜蜜经济”热潮踏秋而至,为餐饮酒店、婚纱摄影、珠宝首饰等多个行业注入蓬勃活力。

当下,年轻人作为消费市场的重要力量,他们的消费能力和消费观念不断影响着婚庆市场发展趋势,“国潮”风妆造、新中式婚礼“翻红”并且创新,彰显满满文化自信。小众化、家庭式蜜月旅行等新的消费趋势和婚庆理念,正在改变着婚庆市场传统的“吃大席”模式,也催生出伴手礼工作室、婚庆管家、领证跟拍师等新兴职业。



高原与妻子的国风婚纱照。
(图片由受访者提供)



新中式婚礼仪式中的“梳头礼”。
本报记者 王瑞 摄

备婚新主张： 主题感消费圈粉年轻消费者

“没有花海也浪漫。”9月26日,95后姑娘侯睿给记者这样概括自己的备婚时光。侯睿前段时间刚结束与丈夫的蜜月旅行。从订婚宴到婚礼,他们没有当“甩手掌柜”,主动参与了几乎每一个环节,订婚仪式的背景展台就是两人和亲友组装搭建的。

“我特别喜欢‘千里江山图’的色调,所以一直想把背景做成清新的青绿色系。商家对设计及组装背景展台的报价是1500元到2000元不等。我们搜索了一下原材料价格,自己设计组装的话500多元就可以搞定了,既经济实惠,做出来的效果又能完全契合自己的喜好。”相比之下,侯睿选择了自己动手组装,“组装的过程确实繁琐,比较考验人的耐心。但是看到成品的那一刻,所有的疲惫都烟消云散。”

“像订婚这样的人生重要时刻,仪式感是很有必要的。但华丽和排场并不能代表仪式感的全部意义。”在侯睿看来,双方亲友的见证、爸爸牵着她走向她选择的新郎、面对面真挚地说出结婚誓词……这些有心有情的细节,才是仪式感的动人之处。

从年龄段来看,95后、00后正成为结婚“新主力”。以求婚为例,美团数据显示,仅今年5月至6月,该平台“求婚策划”相关的订单量环比前2个月增长150%以上。记者走访发现,仪式感、个性化的轻量级服务,

越来越受这届结婚“新主力”的青睐。

婚礼策划师小李告诉记者,之前工作室接待过一个客户,他要向职业是插画师的女友求婚。“客户的想法是在画展上求婚。最后确定的大概流程是假扮成工作人员的亲友撕开特定的一幅‘画’,画里是女友的画像,然后他求婚。”小李坦言,比起以前,越来越多的年轻人喜欢将文化元素融入求婚环节。要想让客户满意,不仅要让求婚过程有创意,还必须在他们的个性和喜欢的主题上做好功课。

在小李的工作室里,记者还见到了“十一”假期将要举办婚礼的一对新人。为了避免宾客无聊,他们想在结婚仪式开始前的大厅的大屏播放有趣的视频,两人正在纠结究竟是播“猫和老鼠”还是春晚小品。“抖音上,已经有其他人这样做过了。我们觉得这样挺好的。婚礼嘛,主打的就是开心。”这对新人说。

记者浏览淘宝、美团等电商平台发现,“主题婚礼/婚宴会厅”在婚庆类目中的搜索量居高不下,“打包”服务和“一站式”备婚成为年轻人的首选。热搜关键词背后,代表年轻人对婚礼的“简约”与“便捷”提出了更高要求。

对于当下的新人来说,结婚已不只是一次单纯的消费行为,更是自我生活方式和生活态度的表达。



侯睿与亲友组装搭建的订婚宴背景墙。
本报记者 王瑞 摄



婚礼策划师小优根据两位新人的性格,设计了比较幽默的接亲小游戏。
(图片由受访者提供)

婚庆新职业： 创造“独家甜蜜”的“NPC”

“以前,大家倾向于在现有的婚庆模板里,往进填东西。哪怕有新东西,也像‘新瓶装旧酒’,所以呈现出来的婚礼是没有惊喜感的。”小优是记者在筹备婚礼时认识的95后婚礼策划师。9月20日,小优一边通过微信详细了解客户的喜好和需求,一边在平板电脑上做好记录,谈到自己的职业,小优觉得自己和传统的婚庆策划有所不同。

她告诉记者,她想帮新人呈现的是适合他们、个性化的婚礼,而不是给他们一个中规中矩、平平无奇的、繁琐累人的仪式。记者了解到,除常规的室内婚礼外,小优所在的公司承接过骑行婚礼、草坪婚礼、旅行婚礼等,还帮新人策划过“家庭蜜月旅行”。

“NPC原本游戏中的非玩家角色。在游戏中,NPC通常的任务是帮助玩家推动游戏的故事情节和任务情节。如果把婚礼当作一个剧情类游戏,新人是游戏中的主角。那我就是为他们创造‘独家甜蜜’的‘NPC’。”小优说。

近年来,婚礼管家正在被更多新人接受和认可,这一新兴职业的应运而生,已逐渐成为婚礼服务中司仪、化妆师、摄影师、摄像师“四大金刚”之外的“第五大金刚”。

一个优秀的婚礼管家可以成为婚庆公司的“金字招牌”。记者了解到,从事这个行业,需要熟知当地婚俗、流程,有极强的沟通能力、表达能力、应急处置能力,并对“四大金刚”的工种

工作了如指掌。语言天赋更是必不可少的一项技能。对中式、西式、民族婚礼有丰富的知识储备。

新婚不久的银川市民高先生就体验了婚礼管家带来的便利。“我和媳妇分别来自宁夏和安徽,两地风俗有所差别。在接待宾客、婚礼礼仪、注意事项等方面,婚礼管家都帮我打理得井井有条,感觉轻松了许多。”高先生说。

“现在的新人不像以前,大家更加注重自己的感受,他们怕的不是花钱而是‘麻烦’。婚礼管家的出现能让新人更加集中精力,不会为了那些乱七八糟的小事影响情绪。”银川市金凤区一家婚庆公司负责人坦言,当下,大家对婚礼管家的接受度暂时有限,公司通常会把这项服务“打包”送给客户。

“婚礼管家的诞生是偶然中的必然,因为其满足了两个需求。满足了新人对婚礼服务和体验感的需求;其次,帮助婚庆公司解决了问题,减轻了婚庆公司的负担。”业内人士指出,包括婚礼管家在内,新职业的产生往往会给商家带来新的机遇,推动婚庆行业的精细化发展。

记者走访区内婚庆行业企业发现,目前很多商家都配有婚庆管家的相关岗位,但其中相当一部分婚庆管家的岗位职责不够明晰,与婚礼策划、采购等工作内容常常混在一起。有了新职业后,如何接纳并做好它是一件需要长期下功夫的事。



摄影师镜头中的摩托车接亲场面。
(图片由受访者提供)

结婚新花样： “国潮”婚礼与新人的双向奔赴

“一梳梳到尾,举案又齐眉;二梳梳到尾,比翼共双飞;三梳梳到尾,永结同心佩。”9月24日,在银川市一家酒店,李女士正和未婚夫及亲友进行婚礼仪式的“彩排”,在梳头礼环节,母亲为她梳头的这一幕格外温情。

“其实办中式婚礼的想法是这两年才有的。”李女士告诉记者,抖音上刷到的很多国风婚礼打破了她对中式婚礼的认知,原来中式婚礼不仅仅是一袭红装、一个红盖头,步骤也不止于拜高堂、夫妻对拜,还有很多有意义、有文化内涵的环节。“虽然步骤比较多,但挺有意思的,而且每一个细节里都有吉祥寓意。”李女士说。

记者发现,近两年火起来的新中式婚礼相比以往的中式婚礼,步骤更精细更考究、传统文化“含量”更高,国风婚纱更注重视觉还原度,新人回赠亲友的伴手礼也不再拘泥于喜糖、干果,精致的刺绣毛巾、中式手办等成为当下热门选择。

有趣的是,其他新人在婚礼前要准备服饰、妆造、订酒店等等。敲定办中式婚礼后,李女士和未婚夫先开始了解和学习中式婚礼的礼仪。在婚礼彩排现场,进行到“三梳礼”时,李女士和母亲都湿了眼眶。

“这是我感触最深的一个步骤,让人泪目。当母亲之后尤其能

体会到梳头礼的情感寓意。”李女士的长辈告诉记者。

“今年新中式和西式户外主题婚礼特别受年轻新人们的欢迎。尤其是新中式婚礼,这两年在我们的订单量一直在增加。”银川市一家婚庆公司负责人告诉记者,精致、小众、便捷、有品位的“新”婚庆理念,正在改变着婚庆市场传统的“吃大席”模式与消费观念。

随着“金九银十”的到来,我区婚庆市场逐步升温,“甜蜜经济”不断释放活力。银川上陵波斯顿酒店工作人员摆瑞告诉记者,目前,该酒店10月份的婚宴席位已经订满,11月、12月还有部分空档。

国风婚礼的热潮也带动了婚礼策划、婚纱摄影、婚宴酒店等婚庆产业链上各个环节的火热。目前,从行业相关统计数据来看,自今年开春以来我国婚庆用品相关搜索量环比春节前上涨202%。百度搜索指数显示,2023年以来,婚宴酒店搜索量同比上涨285%,婚纱摄影搜索量同比上涨126%。

值得注意的是,当下新人对“国风”的追求不止于“买买买”以及婚礼风格的设置。更多年轻人愿意沉下心来,进一步了解我国传统文化,结合婚礼需求,赋予其全新的生命力。国潮经济热的背后,体现了年轻人来自深层次的文化自信。

守住钱袋子

非法集资

护好幸福家

