

随着婚嫁行业升级以及90后结婚热逐渐迎来“小高潮”，婚嫁市场受90后结婚“新思潮”的影响日渐明显。据中国婚博会近四届展会数据显示，近年来，上海新人婚礼花费逐年上涨，各行业定制类、综合体验类及多功能整合类产品深受年轻结婚新人的追捧，这与90后新人追求娱乐性、个性表达及体验感的诉求息息相关。



解读 2018 婚礼新风尚

中式礼服成90后新娘必备

后主张自我、不愿与人同的消费理念，也使得定制化成为他们结婚的另一个标签。以婚纱礼服为例，四五年前，市场上90%都以租赁为主，还有小部分会选择苏州的小作坊购买，价位四五百元至一两千元不

出的表现于90后新人对“求婚仪式”的重视。体现在婚嫁首饰上，用于求婚、纪念日钻戒的购买比例明显上升，由去年的65%到今年的75%，且持续往大钻发展。因不满足于传统的婚礼形式，甚至非常厌恶婚礼沦为人情交际的饭局，一些追求个性与独一无二的年轻新人，更喜欢别具特色的婚礼场地，例如花嫁丽舍（世博店）的十二星座仪式堂就深受上海年轻新人的喜爱。另外，邀请至亲好友办一场温馨而私密、且更具仪式感的海外婚礼也成为更多年轻新人的选择。根据记者在中国婚博会现场的采访，90后新人对海外婚礼的接受度更高，在预算、档期等各方面条件允许下，并不排斥。中国婚博会负责人告诉记者，现场新人在海外婚礼的消费均价在3~4万元，90%仍然会选择巴厘岛，因为他们的服务更加成熟完善，但小众的欧洲古堡、教堂等也越来越受关注。

受“明星效应”影响显著，中式礼服成90后新娘必备
上海娱乐产业发达，“明星效应”在上海年轻人身上的影响更为明显。近年来，网络资讯的发达，使得明星婚礼吃穿用的曝光更多，引起“跟风热”。最显著的便是中式礼服的兴起。中国婚博会的负责人告诉记者，上海本地婚嫁习俗中并无



等；近两年，中国婚博会现场定制婚纱礼服的占比已达到30%，主要集中在仪式纱和礼服上，新郎礼服也以定制为主。虽然租赁仍然占据主流，但90后、95后新人眼光更高，与宾客互动的机会也更多，他们中的大部分愿意花费更高的金额租赁3~4套设计感和面料都上档次的大牌婚纱或礼服。

注重“仪式感”，不拘泥于传统婚礼形式
去年开始，“仪式感”成为90后不断提及的名词，他们更加重视创造“纪念日”、“生日”等特殊日子里的特殊回忆，使之区别于琐碎的日常。一个突

迎亲仪式一定要穿着中式礼服的要求，但近两年来，中式礼服的租赁、购买量有明显提升。另一个突出的表现就是婚鞋，女明星通过社交网络晒出的婚鞋美图激发了女性消费者对高跟鞋和婚鞋的憧憬与重视，记者在采访中了解到，90后新娘购买2双婚鞋的占到50%，通常为一双红色、一双浅色，会选择有设计感或镶钻的高跟鞋，既能搭配婚纱，也能日常穿着。不仅如此，90后新郎为自己定制一双婚鞋的比重也在增加。



理性选择，张扬个性与回归本我并存

90后的父母主要为60后、70后，多受惠于改革开放的浪潮，有能力创造出较好的家庭环境，无论是在经济上还是教育上，都能让子女拥有富足的精神涵养，更加知道自己要什么、适合什么。以婚纱摄影



为例，拍摄风潮经历从人像到场景的探索，近两年来又逐渐回归于专注人像的摄影风格。根据中国婚博会现场婚纱摄影订单情况显示，浪漫韩式和简约欧风在上海市场依旧平分秋色，各占35%，新中式、清新文艺、自然纪实、创意时尚、个性旅拍等风格占剩下30%的份额。本届中国婚博会现场，婚纱摄影行业引进了沪上知名的特色定制工作室品牌：Tony&Tina、爱摄影、扉灵社、Princess公主婚纱、外滩视觉、韩国新视爵等，这些品牌作品画风多样，没有固定框架模式，突出人物，强调抓拍，完美诠释人物肖像及街拍纪实感，能最大限度满足90后新人追求特立独行、不做“模板新娘”的个性表达。

追求便捷与体验感，一站式筹婚省时省力省心

当下，新人都面临着工作忙、时间少、怕麻烦等共同问题。因此相比以前一家家跑影楼、看酒店的筹婚方式，近几年，大家更倾向于选择一站式筹婚采购平台。以中国婚博会为例，现已涵盖婚纱摄影、婚嫁首饰、婚宴酒店、婚礼服务、婚纱礼服、结婚百货、蜜月旅游、旅拍、新娘美容、家居家装等十余个核心结婚消费类别的全产业链平台结构，让新人在2天时间里就能购齐所有结婚所需，大大节省了时间和精力，而参展商家特别提供的中国婚博会专属价格，性价比更优。“根据中国婚博会历年跟踪的数据显示，这样一站式的结婚消费采购形式，可以为筹婚新人至少节约半年的周末逛店选店时间，而同品质的物品采购则可节约至少1.8万元，而中国婚博会率先在行业内提出并一直贯彻执行的先行赔付方案，更是为与会消费提供了安心的消费保障”，中国婚博会组委会副秘书长肖长虹如是说。

（据新华网）