

# 省钱走心 重塑婚礼仪式感

婚礼曾被视为“高奢”的代名词,动辄上万元的婚纱照、满身厚重的黄金首饰、奢华的场地布置……这些传统婚礼的“标配”,如今被年轻人悄悄改写。从二手婚纱到AI婚纱照,从“新三金”到“小而美”的喜糖,他们摒弃传统排场,更看重性价比、个性化与情感价值,用务实的态度重塑婚礼仪式感。

□融媒体记者 李菁

## 婚纱拍摄:从奢华排场到个性实惠

26岁的市民小杜和男友恋爱两年,今年决定结婚。在婚纱照拍摄上,他们选择了简单又实惠的3000元套餐,包含一套室内白纱和一套轻松的户外写真。

“表姐结婚时,拍婚纱照花了2万多元,现在孩子都能打酱油了,相册也只在婚礼和搬家时翻过两次。所以,我觉得没有必要拍太贵的婚纱照。”小杜说,表姐当年婚纱照走的是“奢侈路线”,光是预约高端的摄影工作室就排了半年队,化妆师是给明星化过妆的“金牌团队”,用的是进口大牌的化妆品,婚纱是国际品牌的限定款。当时,蜜月+拍摄的旅拍也很流行,国内的云南大理、海南三亚,国外的巴厘岛都是热门的旅拍地。不过,这些“高奢”婚纱照也没能逃过“积灰”的命运。因此,小杜觉得没有必要在婚纱照上花费太多的时间和金钱。

她还决定,婚宴上不播放婚纱照,而是用他们交往两年中随手拍下的照片来代替:第一次一起爬山的自拍,第一次一起到海南旅游的合影、周年纪念日收到的花束和蛋糕、求婚时约定终生的动人瞬间……这些照片虽不如影楼拍摄的作品精致,但每张背后都有一个温暖的故事。

市民林先生的婚纱照则更简洁。他和妻子用结婚证上的双人合照“变”出了一套AI婚纱照。筹备婚礼时,林先生无意中在社交平台上刷到了AI婚纱照的帖子。抱着试试看的心态,花了59元在电商平台上体验了一张AI婚纱照。收到成品时,夫妻俩惊喜地发现,照片毫无违和感,光影融合得近乎完美,效果足以媲美传统影楼。于是,他们果断下单了15张的套餐。“与传统婚纱照拍摄相比,AI婚纱照省心多了,它省去了化妆、场地、服装租赁等繁琐的流程,而且成片速度很快,价格也很便宜,甚至还能实现‘环球旅拍’。”

一家提供AI婚纱照服务的商家介绍,AI婚纱照是在模特实拍的基础上,利用AI进行换脸或换背景技术生成,再由专业设计师修



年轻人买“三金”更注重是否适合日常配搭 (CFP 图)

图,审美“在线”,价格也亲民,从每套50元至600多元不等。这种新兴的婚纱照形式,满足了年轻人对个性化和效率的追求,正成为部分新人筹备婚礼时的新选择。

《2023—2028年中国婚纱行业市场的需求与投资咨询报告》显示,目前,约有81.82%的新人会选择拍摄婚纱摄影,其中有近七成消费超过5000元。不过,随着消费观念的改变和技术的进步,婚纱照的成本降低,价格也更合理,消费者有了更多选择的余地。



定制中式礼服的新人 (CFP 图)

## “三金”变革:从传统金饰到数字理财

年轻人结婚“三金”变轻了。“12年前,姐姐结婚时,脖子上挂了二十多条金项链,手腕上套了六对龙凤镯,每个手指上都戴着两三个金戒指。”28岁的市民晓雯回忆道。当时,“穿金戴银”是婚礼排场的标配,金饰越多越重,越显体面。

而计划在今年国庆假期结婚的晓雯选择了设计新颖、适合日常佩戴的轻量化黄金饰品,不再追求大克重、高保值的“三金”。知名黄金珠宝品牌的蝴蝶结项链、黄金素圈对戒和手镯,总重量不到姐姐当年的十分之一。“现在金价太高了,我觉得买些精致、日常可戴的款式更合适,省下的钱可以用来理财。”晓雯说,一方面,当前金价居高不下,预算有限的情况下,轻量化金饰更划算;另一方面,厚重的传统金饰只是婚礼当天使用,太浪费了。

这个选择却让家里老人难以理解。“长辈们都觉得结婚就要‘金光闪闪’,不然会被亲戚笑话‘小气’。”晓雯说。不过她发现,身边多数同龄朋友都做了类似选择,大家现在都更在意金饰的设计感和实用性。

如今,时尚化、低克重的黄金首饰正成为市场新宠。记者走访市场发现,克重较轻、价格亲民,还融合了3D硬金、珐琅等新工艺的金饰成为“三金”里的新主角。有不少黄金

珠宝品牌与热门IP、潮牌的联名合作款,这类金饰满足年轻人对个性化和实用性的需求。市场数据也印证了这一趋势,《2024中国金饰零售市场洞察》显示,18至34岁的年轻人贡献了超过三分之一的黄金首饰销售额,为迎合这一群体的需求,各大品牌纷纷在款式、工艺、材质等方面进行创新。

与老一辈不同的是,年轻人购买“三金”也不再局限于本地老牌金店,而是热衷于通过电商渠道寻找“源头”。商务部数据显示,2024年我国珠宝电商零售额达2982.6亿元,同比增长16.4%。深圳水贝、云南瑞丽等珠宝特色产业集群的线上销售表现尤为突出,电商销售额已突破1000亿元。

还有一种“新三金”也在新人中流行起来。它指的是一种新型的理财投资组合,即“货币基金+债券基金+黄金基金”。“与其买来锁在保险箱,不如让钱生钱。”晓雯的未婚夫郑先生说,他们在筹备婚礼时达成了共识,用基金、和银行理财替代传统黄金首饰当成“三金”。

蚂蚁基金与小红书联合发布的一项调研显示,持有债券基金的受访者中,有四成是“95后”。年轻人的理财意识正从实物资产向金融资产配置迁移。郑先生算了一笔账,如果把购买传统“三金”的预算用来理财,按五年平均收益率测算,五年后预期收益将接近2万元。“我们把理财产品当成金项链,基金当金手镯。”他笑着说,他和晓雯每天都会打开手机看看“电子三金”。



◀年轻一代不再追求“全新”,二手婚纱也很“很香”,图为试婚纱的新娘。(CFP 图)



简约的户外婚礼 (CFP 图)



“小白”化身浪漫婚车 (本社资料库/图)



旅拍 (CFP 图)



年轻人自制AI婚纱照 (李菁截图)

## 婚礼用品:从全新追求到情感传递

在传统观念里,婚礼往往讲究“全新”,从新人的礼服、婚礼所用的器具到婚宴的布置,都以崭新为好,寓意着新的开始。而如今,越来越多的年轻人正打破这一传统,不再“喜新厌旧”。

市民小乐的婚礼上,她穿着一件“二手婚纱”踏上红毯。这件婚纱也是闺蜜两年前结婚时穿的。“这是她当年精心挑选的,出自一位知名婚纱设计师之手。婚礼结束后,婚纱被妥善收藏,看上去和全新的没什么两样。”小乐说,婚礼前,她因为看中的婚纱价格太高而犯愁,忍不住向闺蜜吐槽,闺蜜便主动提出把这件婚纱借给她。与传统观念中“嫁衣必须全新”的想法不同,小乐欣然接受了这份心意。在她看来,穿着这件承载着闺蜜幸福记忆和美好祝福的婚纱步入婚姻殿堂,既感人又独特。

市民小君在筹备婚礼时,没有买新的“三金”。“现在金价太高了,我觉得没必要为了婚礼特意买一堆金饰。”她选择把妈妈和未来婆婆年轻时戴过的旧金饰拿到金店改款,重新设计成符合自己审美的样式。“这些首饰本来就有家族传承的意义,改款后既特别又省钱。”

在婚礼场地的选择上,年轻人也不再盲目追求高端定制。过去,请婚庆公司为婚宴打造的“梦幻场景”在婚礼预算中占大头,动辄花费数万元。如今,自带装饰的酒店宴会厅成为热门之选。这些宴会厅自带婚庆装饰,从梦幻的欧式风到典雅的中式风应有尽有。新人只需根据自己的喜好挑选,无需再花费额外费用。

在婚礼用品的准备上,年轻人也展现出更加务实的消费观。小乐不仅在节省了婚纱开支,对喜糖和喜糖盒的选择也有自己的想法。“老一辈更倾向于准备‘大礼包’式的喜糖,里面塞满各种糖果、饼干、饮料,用红色手提袋包装。这样的喜糖每份要大几十元甚至上百元,但里面的零食往往品质一般,很多宾客拿回家后往往放到过期也吃不完,最后只好扔掉。”小乐说。为此,她特意挑选了可以重复使用的精美铁艺喜糖盒,里面精心搭配了年轻人喜爱的高品质糖果,受到了不少宾客的好评。虽然单颗糖果的单价不低,但整体花费反而比传统“大礼包”更划算。

## 专家建议:婚礼要个性也要“共情”

“当代年轻人成长于信息爆炸时代,社交媒体上丰富多元的婚嫁案例不断冲击着他们的认知。他们不再局限于传统婚嫁模式,而是积极寻求符合自身风格的个性化表达。”国家三级心理咨询师杨梓榆表示。

她认为,年轻人婚嫁消费观的转变源于三大心理动因。首先,他们更注重消费的体验感与情感价值,也注重消费行为与个人价值观的契合度,这种对自我感受的重视,使得他们摒弃一些华而不实、仅为追求排场的传统消费项目,转向能真正触动内心的消费选择。

其次,年轻人更看重婚姻的情感质量而非形式。第三,年轻人更易接纳新事物,因此AI新技术、“新三金”很快成为婚嫁消费的新宠。

不过,年轻人在追求个性化与性价比的过程中,也需警惕以“去仪式感”为名的情感懈怠。杨梓榆表示,追求个性化应建立在双方充分沟通的基础上,减少传统模式的繁杂是为了回归情感本身;此外,AI等新技术不能替代线下的真实互动和对婚姻生活的共同经营,科技的轻便是为了留出情感交流的空间,生活习惯的磨合及有效的沟通模式才是婚姻经营的基础。

“婚礼怎么办,可以根据当事人的性格气质调整,但也更考验新人双方彼此的沟通与两家人的磨合。新人在筹备婚礼时,应确认消费选择是否真实反应双方的需求。在消费决策时充分沟通,尊重彼此想法,共同打造既有意义又有温度的婚礼,开启幸福的婚姻生活。”杨梓榆说。



石狮高新区企业职工集体婚礼 (本社资料库/图)