

追求轻量化个性化,年轻人“目的地婚礼”走红

■中国城市报记者 刁静严

没有座无虚席的酒店宴会厅,没有冗长的仪式流程,也没有轮番应酬敬酒的疲惫……如今,越来越多年轻人告别传统婚礼的固有模板,把婚姻誓言留在山海、草坪、湖畔之间。

中国城市报记者走访多地婚嫁市场发现,主打简约、小众、沉浸式体验的“目的地婚礼”,早已跳出文艺小众标签,成为年轻人的婚嫁新选择。业内人士表示,这场悄然兴起的婚礼新风,不只是年轻人审美和消费偏好的转变,更带动了婚庆行业转型、城市文旅业态升级,映照出当代青年婚恋观念和生活方式的深刻变化。

更加注重婚礼个性化体验

“结婚是两个人的事,我们不想把它变成一场应酬。”在北京工作的95后准新娘周女士,经与双方家人沟通协商,取消了原定于“十一”假期在老家举办的30桌传统婚宴,转而远赴海南三亚进行“目的地婚礼”。整场仪式仅计划邀请双方父母和10余位至亲好友见证。简约流程中,没有繁琐习俗,只有真挚的祝福与陪伴。

“筹备初期,长辈并不理解。在老一辈观念里,婚礼就要大办宴席、亲友齐聚,才算体面圆满。”周女士告诉中国城市报记者,“不过长辈最终还是决定尊重我们的决定,举办一场轻量化、个性化的‘目的地婚礼’。”

实际上,“目的地婚礼”就是把婚礼、旅拍和蜜月打包在风景最好的地方一起办,更适合

想要轻松浪漫、注重体验的年轻人。

民政部发布的数据显示,今年上半年全国结婚登记327.5万对。近年来,90后、00后逐渐成为结婚主力军,其更加追求质感和松弛感。相比于“办给别人看”的排场,他们更在意自己感受到的仪式感和氛围感。

可控、透明的消费成本,是“目的地婚礼”持续走红的原因之一。谷雨数据《结婚行业洞察白皮书》显示,国内传统婚礼平均花费达17.4万元,超四成新人的婚礼花销会超出预算。婚庆布置、婚车车队、礼服摄影、高端烟酒等各项开支叠加行业溢价,很容易造成经济负担。

与之相比,小型“目的地婚礼”性价比优势明显。记者查阅多家平台报价了解到,以“目的地婚礼”国内热门地三亚为例,旅拍价格主流区间为8000元至1.5万元,整场小型婚礼包括场地布置、妆造、摄影、主持仪式等,预算一般在3万到10万元就能有不错的体验。

与此同时,婚姻登记“全国通办”政策进一步降低异地办仪式的门槛。相关数据显示,婚姻登记“全国通办”自2025年5月10日起施行以来,全国累计办理异地婚姻登记68.2万对,异地调档24.7万份。新人无需奔波返回户籍地,让婚礼彻底摆脱地域束缚,一站式完成领证、办婚礼、短途蜜月,实现个性化、自由化定制。

粗放生长暗藏服务乱象

年轻人婚嫁消费需求的

转变,撬动了婚庆行业的转型。曾经主打大规模婚宴、标准化流程的婚庆公司,如今纷纷调整经营方向,聚焦户外场景、个性化定制、情感化仪式,“目的地婚礼”成为婚庆市场新风口。

深耕婚庆行业近10年的策划师肖扬,真切地见证了这一行业变迁。在他的印象里,早年做婚礼,客户最关心的是桌数多少、菜品档次、场地规模,拼的是排场和面子。

“现在完全不一样了,新人更看重仪式的独特性和氛围感。”肖扬向记者坦言,他的团队每一场“目的地婚礼”,都会提前两个月和新人深度沟通,挖掘两人的情感故事,量身定制流程,不会生硬套用模板。近两年来,“目的地婚礼”成为趋势,春秋旅游旺季订单尤为火爆。

记者梳理发现,云南大理、海南三亚、山东青岛是国内“目的地婚礼”热门城市,而国外的马尔代夫、印尼巴厘岛成为热门选择。

需要注意的是,在市场快速扩容的同时,粗放生长的行业乱象也逐渐暴露。随着赛道热度攀升,大量主营旅拍的机构跨界入局,简单将旅拍套餐“改头换面”,包装成“目的地婚礼”产品售卖,服务质量参差不齐。

肖扬介绍,旅拍的核心是影像作品,婚礼的核心是情感见证与现场仪式,二者服务体系、专业标准完全不同。很多跨界机构没有婚礼执行经验,只注重拍照出片,忽略仪式流程、现场把控和应急保障,新

人体验容易产生期望落差。

此外,有业内人士表示,场地临时调换、实景与宣传图严重不符、临近婚期突然加价、缺乏极端天气应急预案等问题亦屡见不鲜。由于新人、策划机构、场地运营方往往不在同一城市,一旦产生消费纠纷,跨区域取证、调解、维权流程繁琐,成本极高。

针对行业现存问题,受访专家建议,各地需加快完善婚嫁文旅行业服务标准,建立天气、场地、服务等多维度应急保障机制,畅通跨区域消费维权渠道,推动行业从低价流量竞争,转向品质化、规范化、品牌化发展。城市也要持续完善配套服务,以优质场景和贴心服务,留住“甜蜜经济”流量。

婚嫁新业态 激发城市文旅新动能

年轻人追捧的“目的地婚礼”,不仅重塑了婚嫁仪式形态、形成了婚庆新业态,更为城市文旅转型升级打开了新赛道。

近年来,各地文旅纷纷盘活山水、公园、滨海等生态资源,让公共资源实现精细化、多元化利用,“婚礼+文旅”成为城市发展新名片。相关数据显示,截至今年5月,全国已建成公园式婚姻登记点525处、户外颁证基地1330处。

不同于单一的旅游消费,“目的地婚礼”是联动性极强的复合型业态。记者注意到,一场异地婚礼,能直接带动当地民宿入住、餐饮消费、景区

游览、交通出行等上下游产业。以大理为例,2023年当地举办“目的地婚礼”4400多场,其中九成新人来自云南省外,带动超百家婚庆主体、上千家关联业态发展,每年稳定创造3000余个就业岗位,成为县域文旅经济的“甜蜜增长点”。

上海社会科学院社会学研究所助理研究员王会在接受中国城市报记者采访时分析,当代年轻人大多在城市扎根生活,社交、工作、生活圈层集中在城市,与老家的人情社交圈逐渐剥离,这是年轻人摒弃老家传统婚宴的核心原因。“婚礼模式的转变,本质是当代青年生活方式、社交观念迭代的真实缩影,是年轻人适配现代都市生活节奏的理性选择。同时,婚礼形式的多元化,也彰显了社会包容度的持续提升。”王会说。

清华大学新闻与传播学院副院长、特聘教授蒋俏蕾向中国城市报记者表示,“目的地婚礼”的走红,凸显了当代年轻人较强的自我意识和主观能动性。年轻人不再愿意为长辈、来宾的期待妥协,而是希望掌握人生大事的主导权,让婚礼回归新人本身,以自己满意的方式完成仪式、留存专属回忆。

同时,蒋俏蕾提醒,“目的地婚礼”虽契合年轻人的审美与需求,但也存在亲友参与度低、代际观念分歧等问题。“婚礼承载着亲友祝福的意义,若与长辈产生严重观念分歧,或为后续家庭相处埋下隐患。新人需做好沟通,争取多方理解与祝福。”蒋俏蕾说。

五十项食品安全新国标发布 首次制定牛乳蛋白标准

■中国城市报记者 刁静严

日前,国家卫生健康委同市场监管总局发布了50项食品安全国家标准和修改单。其中,婴幼儿及学龄前儿童营养补充、牛乳蛋白等标准,因关乎民族未来和国民健康而备受关注。

婴幼儿健康成长关系千家万户。辅食营养补充品和学龄前儿童营养补充品是一

类给特定人群补充微量营养素和优质蛋白质的食品。国家食品安全风险评估中心研究员方海琴介绍,修订后的《辅食营养补充品和学龄前儿童营养补充品》标准,将学龄前儿童适用年龄由现行标准的60月龄扩大至72月龄,进一步扩大产品覆盖范围;同时对现行标准中尚无最大值要求的部分营养素制定了允许最大值,进一步保障食用人群

的营养安全性。此外,标准还规定了不同产品类别的食用方法,并要求辅食营养补充食品和学龄前儿童营养补充食品,以及辅食营养补充剂和学龄前儿童营养补充剂,每日份(次)产品应为独立计量小包装。

值得注意的是,不少消费者选购牛奶时,面对“酪蛋白”“牛乳蛋白”等标识常常感到困惑。如何选?国家食品安

全风险评估中心副研究员陈潇介绍,为保障消费者的知情权和选择权,为国产及进口牛乳蛋白产品的监督检验和市场执法提供技术依据,我国首次为牛乳蛋白制定了产品标准,明确“牛乳蛋白”是以生牛乳为原料,经脱脂(或直接使用脱脂乳)、分离等工序制得的并含有酪蛋白和乳清蛋白的粉状或液态产品。

陈潇进一步解释,根据蛋

白质含量不同,牛乳蛋白分为浓缩牛乳蛋白和分离牛乳蛋白两类,前者保留了牛乳中酪蛋白与乳清蛋白,同时含有部分乳糖和矿物质,广泛应用于食品加工;后者蛋白质含量更高,乳糖含量极低,适合对原料纯度要求高的特殊食品生产。牛乳蛋白产品标签必须标示“浓缩牛乳蛋白(浓缩牛奶蛋白)”或“分离牛乳蛋白(分离牛奶蛋白)”。