

5.20

全城热恋

甜度爆表

婚登全国通办满一周年，上海结婚登记量同比增长32.62%

凌晨三点，上海的天还没有亮，但在虹口区的甜爱婚姻登记中心门口，第一对准新人已经带着小马扎就位了。在这个谐音“我爱你”的日子，各区婚姻登记中心又一次毫无悬念地“爆”了：网上预约秒空，现场长队蜿蜒，不少婚姻登记中心为了让新人登记成功而提前开门办理手续……

但更值得讲述的故事，发生在登记处的大门之外。当领证的热度蔓延至商圈、婚宴酒店和摄影师的镜头里，整座城市正在迎来一场声势浩大的“甜蜜经济”浪潮。作为这场浪潮的“弄潮儿”，新人一边为仪式感掏腰包，一边却在心里打着另一把算盘：他们开始拒绝千篇一律的“标配”，开始追问什么东西真正值得埋单。一股个性化、理性化的婚恋消费新风，正悄然吹进备婚的每个环节。

青年报见习记者 张振宇

## 一起“甜蜜”

## 婚姻登记点燃消费潮

5月20日因谐音“我爱你”，早已成为结婚登记的热门日。今年的这一天，上海多地婚姻登记中心线上预约名额早已约满。不少新人因为没有约上，而选择现场排队。

昨天清晨六点半，陈金帅和爱人抵达甜爱婚姻登记中心。一个月前他们就开始网上预约，却没想到名额“秒空”。“后来我们决定当天来现场排队。很幸运，因为到得早，今天排在第9位，也是一个好寓意，长长久久。”陈金帅说，选择甜爱婚姻登记中心，正是因为“甜爱”的寓意美好。

苏州姑娘郭晓琳也把领证日期定在5月20日。她原本在上海长宁和苏州耦园之间犹豫，最终两个地方都没约上。为了不让自己这份仪式感落空，

她决定当天直接去长宁排队领证：“仪式未必完美无缺才值得纪念，两个人一起经历过等待，是以后可以讲给孩子听的故事。”

走出登记处，这股甜蜜热度也延展到城市消费场景。今年“五五购物节”期间，为促进甜蜜经济与文商旅体展深度融合，市民政局从5月20日起启动甜蜜消费季活动，为2026年1月1日起一年内领证的新人送上购车、文旅、健康等专属优惠。

各区也纷纷加码。虹口区推出“当虹喜事·520限定”活动；闵行区举办“花漾生活·爱在闵行”集体婚礼，并启动2026上海绿色家电新品推广季；崇明区发起甜蜜消费季，覆盖婚宴酒店、黄金珠宝、蜜月旅行、婚庆服务等品类。从领证大厅到商业街区，一条甜蜜经济链条正在延展。

## 仪式自定

## 让婚礼告别固定模板

当整座城市把消费选项铺得满满当时，新人也在不断思考：最值得埋单的“仪式感”，到底是什么。

上个月刚办完婚礼的邹佳怡说，她和丈夫的婚礼，是在自己的喜好和父母的心意之间取得平衡。场地和宾客规模上，他们尊重父母的想法；但进入仪式细节，年轻人有了更多主导权。迎宾区域的布

自新修订的《婚姻登记条例》实施以来，婚姻登记“全国通办”政策已落地满一周年。2025年5月10日至2026年5月10日，上海市共办理婚姻登记**177431**对，相比去年同期增幅达**23.41%**。其中，结婚登记量同比增长高达**32.62%**，婚姻登记总量创历史新高。更值得注意的是，在上海办理的结婚登记中，“全国通办”占比达**39%**。这意味着，每五对在上海领证的新人中，就有近两对来自异地。

置，小两口坚持亲力亲为。邹佳怡喜欢橙色，便大胆把橙色和蓝色定为婚礼主色调。下午，她还专门为年轻朋友办了一场派对，请来咖啡师，设计小游戏。到了晚宴，她索性“砍掉”司仪，请双方父母和新入挨个上台讲心里话。“我希望这一天收获的是真正的喜悦，而不是被仪式推着走。”她说。

领证当天的仪式感也在变化。从衣着、妆造、手捧花，到领证跟拍，每个环节都承载着新人对纪念感的理解。但如今，西装革履、盛装出席不再是唯一答案，情侣T恤、白衬衫、白色连衣裙，都成为不少新人的选择。手捧花也不一定要昂贵定制，花店小花束、网购花材自己搭配，都能完成“出片”需求。

最核心的仪式感，仍是用镜头记录幸福瞬间。5月20日当天扎堆登记，跟拍怎么计算时间，也成了甜蜜经济里的一道新考题。跟拍摄影师曹鹏的做法是收取基础“计时费”后，不管新人排多久，都会陪着等，精修照片还会比平时多返几张。“新人真正在意的，不是多等一会儿，而是有人愿意陪着，把这个特别的日子完整记录下来。”他说。

## 消费理性

## 精打细算为体验买单

如果说曹鹏的镜头记录的是甜蜜的“加法”，那么有些新人在甜蜜的婚恋之中，也在不断掂量：什么钱值得花，什么地方可以省一点。

对于传统婚俗中的三金、五金和婚戒，邹佳怡并不否认它们是“必备项”，但她真正在意的，是实用性。“既然价格不便宜，就不能把首饰当成一次性用品，买回来以后日常穿搭也得能用得上，这才是首饰的意义。”另一位新人殷沐瑶的想法则更直接：“我更看重的是‘性价比’，我们实际看下来发现很多大牌的做工和品质并不是很好，但溢价却很高，所以我们买的是相对大众一点的品牌。”

这种消费观念，在上海绝非个案。虹口区消保委针对2000余名消费者所做

的甜蜜经济消费需求调查显示，44.11%的新人将婚礼总预算集中在5万元至10万元之间，41.44%的新人将每桌婚宴的预算控制在3000元至5000元之间，49.31%的新人将食材品质与安全性列为首要考量。更有意味的是，户外草坪或海岛婚礼以38.18%的比例成为首选，甚至超过了传统酒店宴会厅的34.47%。新人们正把自然、自在的体验，稳稳地放在“排场”之前。

这种务实的消费逻辑，正在从个案走向一种普遍选择。甜蜜经济研究院在《2026婚宴市场8大趋势》中指出：“婚宴不再是单纯的社交应酬与家族排场，而是个人生活方式、审美主张与情感表达的载体。消费决策完成从‘讲排场’到‘重体验’、从‘标准化’到‘个性化’的关键跃迁。”这意味着，即便年轻人愿意为“一生一次”的仪式感买单，但这代年轻人也绝不盲从，而是精打细算，坚定地抵制铺张浪费。