

在漫天彩色亮片里,蛾眉曼睐的新娘子,身着雪白的婚纱登场,大人们纷纷举起手机记录美好,孩子们则忙着捡拾那些四周散落的喜糖——印着囍字的糖纸红通通,内层的银纸亮闪闪,剥一颗塞嘴里甜滋滋。在很多人的童年里,第一次体会到结婚的喜悦与甜蜜便是从那一颗颗喜糖开始。

喜糖,象征着新人婚后生活的甜蜜幸福,最初起源于三国时期“刘备招亲讨红喜蛋”的典故,如今,随着婚俗的变化,喜糖的包装、种类、价格也在不断地改变。

自从进入2023年的10月,婚礼潮似乎不断被推高。被誉为“金九银十”的国庆假期,婚礼扎堆,一个假期收到七八份喜帖也是有的。随着时代的变迁,新人的迭代,喜糖的“花头精”也越来越多:礼盒包装越来越大、吉祥寓意越来越新奇、品类越来越个性。

喜糖的第一个“花头精”： 花生奶糖、高粱饴糖等复古喜糖 并未完全淘汰 喜糖盒形状新奇且越来越礼盒化

喜糖是一种带着甜蜜的回忆,五颜六色的糖纸是拿在手上的历史画卷,小小的喜糖风云史,见证着历史的变迁、社会的发展和文明的进步。

“上小学的时候,最喜欢就是参加婚礼,每天做梦都是,自己什么时候当新娘?”拟11月结婚的准新娘秋秋,已经进入到最后备婚期,全家齐聚一堂,欢声笑语里,她回忆着自己小时候的梦想,幸福感涌上心头,“那时候我爸妈怕我蛀牙,糖总是收起来,但是喜糖就给吃,因为要沾沾福气、甜甜蜜蜜嘛。”

秋秋的妈妈陈女士在一旁笑着。她是1995年成婚,对喜糖的变迁颇有感触,“我们那个时候结婚,都是自己去农贸市场的喜铺采购糖果,回来自己装。现在我女儿结婚,去铺子里定好品种数量,人家都给办好装好。”

提起种类,陈女士回忆,上世纪90年代基本都是花生奶糖、硬糖和高粱饴之类。彼时结婚时,两户结为亲家的人家,欢欢喜喜地坐在一起,摆喜糖话家常。他们把喜糖倒在盘子里,让大家伙自己抓,旁边还有一袋袋散装糖果,留着撒糖讨口彩。这些陈年往事,如今想来还是一种乐趣。据淘宝一些喜糖铺看,这些复古的喜糖也

开始重出江湖了。

此外,随着经济条件越来越好,喜糖的包装也开始多样化。上世纪九十年代,水果糖居多,品牌化初现此外,喜糖礼包也不再是简单的红色塑料袋,而是出现了两边封、四边封、八边封、牛皮纸袋等高档的包装。

20年前,巧克力成为新宠,喜盒礼包越来越精致,东西也越来越多,传统香烟加上杯子、毛巾、6—8颗喜糖,一起组成婚宴的伴手礼。

据秋秋回忆,自己还是个小学生的時候,也就是千禧年初,糖已经是单人份包装分发,彼时喜盒已经足够精美,古典雅致,“一个印有红双喜字或龙凤字样的纸袋,里头装着六到八颗糖,都是成双成对的,我们小朋友爱吃巧克力,好一点的人家也会用德芙、费列罗、好时这样品牌的巧克力了。我们几个小朋友把糖都倒在桌子上,几颗小脑袋凑在一起,猜这是什么糖,剥开一颗,嘿!是德芙巧克力!”

到了现在,喜糖已经逐渐演变成各式各样的伴手礼,毛巾、杯子、香烟、护手霜……在喜糖内容物变革的同时,喜糖盒也出现了球形、轿形、派形、包形等一众新奇的形状,满足了消费者的个性化需求。

喜糖的「花头精」 透透的 竹制喜糖盒、 「酱香拿铁」酒心巧克力、 粉红「C」包伴手礼……

■文见习记者王美琳 首席记者黄婷 摄见习记者王美琳



喜糖的第二个“花头精”： 包装盒五花八门 甚至还有毛竹做的 糖果紧跟潮流 又见“酱香拿铁”

从婚礼的附属品,到现代婚礼不可忽视的重要细节,喜糖的地位正在快速上升。如果用一个词来形容如今的喜糖市场,那就是“内卷”。卷包装、卷品种、卷造型……每一个喜糖经营者,或许都是互联网“冲浪达人”,流行什么,就要上新什么。

在萧山商业城的一家喜糖铺子,一桶桶的喜糖摆满柜子,而走廊过道和店前最显眼的位置,则是陈列了各式各样的喜糖包装盒,有透明亚克力材质的,有做成小提包样式的,还有传统红色盒子,琳琅满目的商品看得人目不暇接。

店主施女士正在铺子前忙碌着给喜糖上新。从事喜铺这个行业多年,施女士也算是见证了喜糖市场近些年的一路变迁。在她看来,最大的变化还是

喜糖礼盒的外饰和内容上。

“关于喜糖数量,有的是喜桌上每人一盒,伴手礼里面还有一盒。有的每人直接一盒喜糖。但无论怎么说,盒子漂亮与否都很重要,我都把盒子摆在显眼的地方,让客人们先挑选搭配。”

喜糖市场可不是“自娱自乐”,现在喜糖市场进入内卷赛道,在这间小小的喜糖铺,竟然有上百种喜糖盒子,老板对各类品种、价格如数家珍,任凭顾客提起哪个都能滔滔不绝。

“包装上,有玻璃的、纸盒、铁质的;丝带/花朵/纸盒的配色都比较好,我个人觉得粉色的是最好看的,红色的也很喜庆,还有蓝绿紫3种颜色。”价格也从6元到几十元不等,她指了指摆在最显眼处的竹制盒子,“像这种



竹制喜糖盒,昨天就有一对新人相中了。这几年是因为中式婚礼又流行起来了,所以中国风的喜盒卖得很好,我们就紧跟潮流上新产品。”

除了喜糖礼盒外饰变化外,喜糖本身种类也是越来越丰富。

一般的喜铺,备好各类糖果已经是“基本功”,还要花心思琢磨年轻人爱什么口味、钟情什么品牌。最近,瑞幸“酱香拿铁”走红网络,施女士就紧跟潮流,将“酱香拿铁”酒心巧克力上架了。“每个月我基本都会更新一次店

铺糖果。这次这个新品我尝了,确实味道浓郁,怪不得年轻人喜欢。”

喜糖价格也从一元到现在的几十元甚至上百元。相比以前祖父母辈的婚礼以包装简单的水果糖、奶糖为主,如今高端化的喜糖是当代新人的选择,5元1粒的歌帝梵巧克力、9元3颗的费列罗……个性化、高端化成为了喜糖的关键词。

伴手礼里除了喜糖,还有其他的內容。如年轻人别出心裁,婚礼还会配备一些精致的小

礼品送给宾客。

“喜糖已经不是糖果这么简单,像一些香水、果冻、酒、杯子都有的。”施女士拿起一块朱红色的小熊毛巾,“你看这就是我们叠好的毛巾,漂亮又实用。”施女士说,除传统的糖果或巧克力外,另外也会搭配饼干、果冻等小零食,以及香水、水杯等小礼品。

一罐罐喜蜜,一瓶瓶欧舒丹护手霜、沐浴香氛,还有本地产的梅酒……中的洋的,大众的小众的,一件喜铺里,蕴藏了当下喜糖的潮流万象。

喜糖的第三个“花头精”： Z世代喜好的伴手礼妥妥的可爱风 爱的艺术品更重个性

据民政部近期公布的数据,2023年上半年,我国结婚登记人数为392.8万对,同比增加了19.6万对。

现在喜糖的消费主力军是90后、95后,甚至有00后。作为网络时代的“原住民”,或许,喜糖的变化,恰恰折射出Z世代想法百变、追求个性的特性。

今年10月,黄小姐订婚了,幸福的倒计时一天一天敲响,她也利用碎片化的时间关注起喜糖的筹备。在颇具审美品位的她看来,从喜糖到婚服场地,都要有自己的风格。

“宾客收到喜糖,第一眼就是包装、配色,糖的口味反而是其次。”提起婚礼的喜糖,黄小姐已经有了初步的规划,“我目前的想法是喜糖要和我婚礼风格统一,我的婚礼是比较鲜艳明亮的红,所以喜糖的款式也要传统中有创新。盒子里面不仅要有糖,也要有烟,这是本地的传统,也可以丢。”她温柔一笑,眼底里满是幸福与甜蜜,“周末我打算去商业城看一看,先心里有个数。价格嘛,

我和我先生商量过了,百元级别就好。”

而准新娘秋秋则是选择了全程DIY。她喜欢粉色,婚礼也是粉蓝色主题,单单是寻找清新风格的喜糖盒子,她就在网上挑选了一个月。

“为了选择一个好看的糖盒,我在淘宝上浏览了4000多个商品!看得我眼睛都花了。好难呢!”盒子定好之后,她和母亲却出现了分歧。“长辈不满意我挑选的颜色配饰,还是比较坚持传统的包装,说最好还是要红色的喜庆。”

不仅如此,糖的选择上,夫妻俩和长辈们的意见也相左。秋秋想选择一些非糖果类的小众伴手礼,而妈妈们都没有见过。“我也妥协了,结婚要讨个传统的彩头。所以伴娘伴郎的大件伴手礼还是我来准备,至于里面每人一份的喜糖和喜糖盒子,就交由妈妈和婆婆她们做主吧!”

最后,她亲自挑选了玲娜贝儿的包挂、陶瓷杯,TT发梳、比特兔茶包、Gucci花香香水作为伴

娘的伴手礼,附带一盒Godiva巧克力喜糖,伴郎则换成打火机、耳机、香烟。

此刻,秋秋正在打包伴手礼,一个个粉红PU包排列坐,甚是可爱,“你看这个包包,伴娘她们收到了日常都用得着。爸爸妈妈们选盒子都比较传统婚庆风,之后人家只能摆在家里,也用不了的。”她调皮地一吐舌头,“所以我们夫妻的伴娘伴郎有福啦!”

据去年发布的《伴手礼趋势指南》数据,具有“生活气息”的伴手礼搜索量较往年上涨65%,年轻一代的新郎新娘,希望从伴手礼找到生活的100种新可能。

“伴手礼是婚礼的精华。如果伴手礼里只有一些市面常见的喜糖,那就太单调了。我希望,我们的喜糖啊伴手礼啊,在送给宾客的那一刻,除了传递了心意之外,也有机会在日后每一个平凡的日子中留下一点点影子。”

形式在流变,审美在进阶,“喜糖”被赋予了新的内涵。

它变成了一个彰显个人风格的符号,成为新婚夫妇“爱的艺术品”。一个精致的糖盒,一颗巧克力糖果,从基本的包装造型,到图案字体文字,到装饰丝带等的搭配,都需要花心思。

它由单个独立的结婚必需品,逐渐融入现代婚礼的伴手礼之一,成为日常生活里的珍藏好物。注重美感的同时,也争取有一些实用性;小众的同时,也要兼顾传统;要寄托美好的情感寓意,也要体现生活的小确幸……

或许随着时代变迁,经济条件变好,喜糖还会再变上几次“变”。但大家会始终记得,儿时参加婚礼时,那一路红彤彤的场面,还有喜糖化掉时,嘴里那馥郁的香气——那是幸福的味道。

