

私人的盛宴 造梦的生意2017百度婚庆行业报告



前言: 人生在加戏, 造梦有生意

"仪式是什么?"小王子问。

"它就是使某一天与其他日子不同,使某一时刻与其他时刻不同。"狐狸说。

——[法]安东尼·德·圣-埃克苏佩里《小王子》

人生之初的满月喜酒,百年之后的追悼凭吊; 求学伊始的开学典礼,青春散场的毕业旅行; 辞旧迎新的除夕花火,端午重阳的艾草茱萸。

没错,戏精不会缺席任何一场通告。

五干年礼仪之邦,繁文缛节浩浩汤汤,或安民 劝德,或功利祈天,如今都已褪去原意,各类 仪典更多地成为人们生活中的幸福调味剂。在 这些传统的仪典时刻中,以春节为公共庆典更 多地表现出假期属性,烟花爆竹销量逐年下降, 春晚则从节庆主角退居为宴席背景,鱼肉之外, 读书、旅行等形式都成为人们欢度假期的选择, 而以结婚为代表的私人庆典也在显露出一些新 的特征:

婚庆行业的新,新在商家面对的已经不是初代目备婚男女,而是一群更有色彩的年轻人。百度积累了亿万备婚消费者的检索、浏览和购买数据,希望通过这些数据找到年轻人所关注的新趋势、新行为、新观点,帮助商家打开新的思考角度,甄别TA们的甜蜜小心思。

人生不易,好在有队友同舟共济,下面我们一起看看结个婚应该如何优雅地加戏,戏里戏外都有什么样的生意。



备婚消费者决策模型

私人的盛宴

目录

- 前言:人生在加戏,造梦有生意
- 个性主张: Happy Ending有多种模样
- 智慧备婚: 不劳民不伤财是存在的
- 明星效应: 黄教主的诱惑
- 私人定制: 爱的独裁经济
- 颜值当道: 好看即是正义
- 结语: 搭仪式感的桥, 造每一个可爱的梦

个性主张: Happy Ending 有多种模样

先来个刺激的洞察。

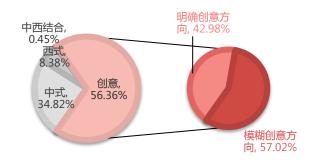
这厢甜蜜筹备,那厢放飞自我。类似"不办婚礼旅行结婚"、"结婚不想办婚礼"、"结婚不办酒席可以吗"等具有不办婚礼意图的检索已经出现并且检索量呈上升趋势。百度数据统计,2017年上半年不办婚礼相关检索量同比上涨17.24%,TA们可能认为婚礼不过是一场仪式而已,而真正的生活从来不是这些。

不办婚礼相关检索量



奇葩说也曾热辩《婚礼真的有必要吗》, 我们面对的可能是最多元化的一帮年轻人、 一群消费者。当然,对于世界的大多数, 婚礼该办还得办。 TA们的婚礼可能是青青草地,也可能是星级酒店,可能西式的拖尾婚纱,也可能是中式的凤冠霞帔。关于婚礼形式的选择,56.36%的人追求创意,34.82%的新青年老干部点名要中式婚礼。余生TA们可以请彼此指教,但创意婚礼就只能求商户指教了。有关创意婚礼的检索中,57.02%的用户既想要自己的婚礼大不同,却又没有明确的创意指向,婚庆钻石商户老司机们,请带带这些年轻人。

婚礼形式检索量



数据说明:创意婚礼相关检索词包含"明确创意方向"及"模糊创意方向"两类。前者类似"魔兽世界主题婚礼"、"童话风格婚礼"等,检索词中包含主题创意内容;后者指类似"创意婚礼主题"、"个性婚礼创意"等搜索,即仅仅寻求创意婚礼构想,而尚无具体创意方向。

此外,有关海外婚礼的检索量同比上涨 249.53%,小伙子这是要人肉翻墙,手动 屏蔽七大姑八大姨?没错,已经开始有这 种操作了。

海外婚礼检索量



不止于婚礼,求婚可能也是一场戏,有关求婚策划的检索量同比上涨25.41%。一场一生一世一双人的提案,一个创意策划的好生意。

求婚策划检索量



爱情始于一颗糖,婚姻始于民政局。看过无数百年好合照,一直纳闷如何才能拍出这么精致的郎才女貌,"创意结婚证照"的检索量占结婚证整体流量的12.90%,官宣狗粮,必PO精品。

结婚证照相关检索

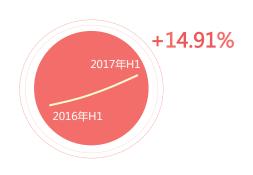




图片来自于网络

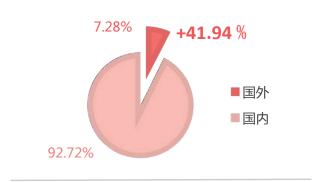
三张二寸照片戏份不少,几亿像素的婚纱照更是赛高。人来人往,边走边爱,一面旅行一面拍的"旅拍"关注量同比上涨14.91%,啾咪~

旅拍检索量



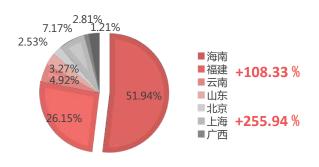
旅拍目的地的选择上,我们发现了7.28%的国外拍少数派,同比增长41.94%。多数人关注的国内旅拍目的地, "东方夏威夷" 三亚首当其冲,占据半壁江山,其次为26.51%的云南,然后依次为北京、广西、福建、山东和上海,值得一提的是上海和福建的蹿红,分别同比增长255.94%和108.33%。

旅拍目的地检索





国内旅拍目的地检索



大牌影楼有它的好,摄影工作室也有别样 浪漫,在小而美的工作室拍不一样的婚纱 照也成为了一种选择。有关结婚照工作室 的检索量同比上涨104.42%,每个城市的 大街小巷,都有属于这里的爱情故事。

结婚照工作室检索量



无论大小,有梗就好,富有特色的商户总是能聚集关注,吸睛无数。百度凤巢聚睛通过中间页突出商户卖点和"朋友式互助"的真实用户评价,帮助用户甄别,助商家圈粉。同时,消费者检索的婚纱摄影通用流量,在百度搜索结果页结构化展现商家聚合信息,促进用户决策。

百度凤巢聚睛



"一站式"结婚服务检索量

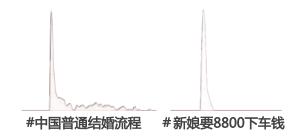


智慧备婚: 不劳民不伤财 是存在的

谈钱伤感情, 谈结婚伤钱, 办婚礼伤身。

一份《中国普通结婚流程》在网络上热传,这份论文式的结婚说明书,详细列举了200多个事项,每时每分都有任务,武装到牙齿的备婚岁月,甜蜜也疲惫。同样,结婚作为一笔重大开销也曾让一位新郎官有失风度,因为新娘不给彩礼还索要8800元下车钱震怒,暴打新娘,全网瞩目。

百度指数热点新闻关注度



结婚可能是多数人一生中涉及最多细项的项目执行,老司机们路子野,化繁为简有妙招,精明的不像是第一次结婚。他们关注的一站式结婚服务,相关检索量同比上涨343.47%。

越是非标准化的服务,消费决策越是困难,越需要甄别,平台的干预就越重要,以婚礼纪为代表的"一站式结婚服务平台",帮助消费者轻松筹备这项大工程。

婚礼纪一站式服务平台



今天首付弹个车,明天分期装个房,有着独特消费观的年轻人,已成为消费金融的主要客户群体。一次盛宴,分期付款,有关结婚分期的检索量同比上涨35.66%,新生家庭有新的消费观。

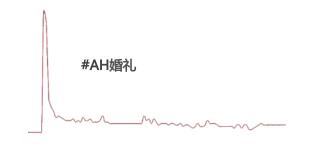
结婚分期意图检索量



明星效应: 黄教主的诱惑

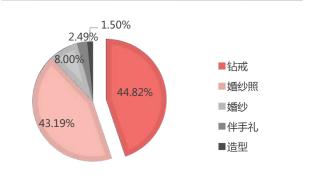
以Angelababy和黄晓明为代表的明星婚礼,曾让半个娱乐圈为之躁动,让吃瓜群众强势围观,第1962次选择相信爱情。

百度指数AH婚礼关注度



迷妹关注明星婚礼,不只看他的狂狷邪魅。明星同款婚礼服务和用品也在吸粉,其中同款钻戒、婚纱照最受瞩目,分别占比44.82%、43.19%,其次为婚纱和伴手礼,分别占比8.00%、2.49%。

明星婚礼关注品类



热闹的背后,结婚产业亦在狂欢,关注黄教主婚礼同款的用户,多半自己好事将近。检索过明星婚礼和婚纱照的用户,常常也先后检索过婚礼策划、婚纱摄影等婚庆服务,正在为自己结婚的事出谋划策;检索过明星婚礼用品(多为明星婚戒)的用户中,高达52.53%的用户正在搜寻自己心仪的婚戒品牌或产品,准备迎接人生中的幸福时刻。

明星婚礼同婚庆服务及婚庆用品检索关联度



数据说明:"明星婚礼服务"即用户对于明星婚礼、明星婚纱照等相关检索,如:"刘亦菲婚礼"、"angelababy婚纱照"等;"明星婚礼用品"即用户对于明星婚戒、明星婚礼伴手礼等相关检索,如:"杨幂婚戒什么牌子"、"刘诗诗婚礼伴手礼"等。

借助百度大数据、意图定向和智能投放等 多重领先技术,在百度资讯流中穿插展现 原生信息流广告,主动触达各路迷妹,激 发需求,种草同款。

百度信息流广告





私人定制: 爱的独裁经济

唯有专属的爱,才是人生最美的纪念。爱要专属,婚纱要定制,伴手礼要独树一帜,有关定制化婚庆商品的检索量,同比上涨180.31%。

定制化婚庆商品检索量



其中,定制珠宝增速迅猛,同比上涨 599.55%。春风十里扬州路,日子要往好 里过,婚戒要往潮里做。

定制珠宝检索量



专属虽动人,但量体裁衣意味着用户更多的信息收集和学习成本。戴瑞珠宝主打"男士一生仅能定制一枚"的品牌理念为忠诚打CALL,同时清晰简洁的模块页面设计,使消费者可以快速获取信息和价格。

戴瑞珠宝品牌和内容建设



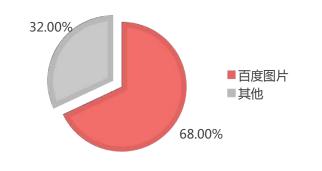
百度凤巢针对婚纱摄影用户的读图看脸需求,整合凤巢和糯米图片物料库,限定首位的四图展现,让消费者看的爽,为商家带来更多的点击量。

百度凤巢婚庆行业新四图样式



多种风格挑花了眼,慢慢选这样会比较快。 读图时代,消费者偏爱从百度图片发现多彩 世界,百度婚纱摄影流量中68.00%来自百 度图片。

百度婚纱摄影流量



由通用词包触发的百度图片推广,在图片 频道置顶展现内容化的搜索结果,唯美展 示各类婚纱照,实现用户体验和营销植入 的融合。

百度图片推广



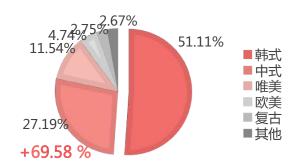
颜值经济: 好看即是正义

你长的好看,说什么都对。

在这个颜值当道的世界,不管你本身够不够美,做新娘和新郎时都一定要美。

在选择婚纱照的时候,消费者读图干张,寻找最美。百度数据统计,消费者在寻找心水婚纱照风格时,最爱韩式、古装和欧美风。我们还发现,wuli中式婚纱照风格关注度同比增长69.58%,哎呦,不错哦。

婚纱照风格检索



结语: 搭仪式感的桥, 造每一个可爱的梦

海明威老师曾教导我们说"假如你有幸年轻时在巴黎生活过,那么你此后一生中不论去到哪里她都与你同在,因为巴黎是一席流动的盛宴。"婚礼作为一场私人盛宴,对于多数人而言是一生美好的回忆,是抵御漫长生活的铠甲。

在那场关于婚礼的辩论中,《奇葩说》的一个选手说"婚礼是一种仪式,这种梦幻的仪式可以带来浪漫,婚礼就是爱情的迪士尼。"婚礼是浪漫梦幻的,是充满仪式感的。

对于婚庆这门生意,我们对商家的建议可以概括为下面这句话: 搭仪式感的桥,造每一个可爱的梦。

造梦亦有道,我们总结出以下婚庆行业营销模型,助婚庆商家精准甄别消费者,开启浪漫背后的新商业"算计"。



婚庆行业营销模型

THE END



T H A N K S

