

Think big with data

悦己生活洞察报告2024

——生活不易，悦己为益



MoonFox

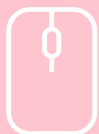
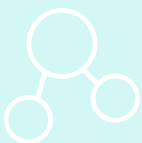
极光旗下成员

Nasdaq: JG

 研究范畴

本报告主要聚焦当代人们的悦己行为和悦己生活，分析当代生活概况、不同社会角色的悦己行为差异等内容，帮助市场了解和找准当下悦己生活的发展现状和营销机会。

报告研究范围主要为悦己行为、悦己营销等。



➤ 数据说明

报告收集多类数据源进行综合分析研究，包括：

1. 政府公布、市场公开、媒体披露、企业财报等公开数据和资料；
2. 月狐数据：是中国领先的全场景数据洞察与分析服务专家。凭借全面稳定、安全合规的移动大数据根基以及专业精准的数据分析技术、人工智能算法，月狐数据先后推出移动应用数据（iApp-旗舰版、小程序版、厂商版、海外版）、品牌洞察数据（iBrand）、营销洞察数据（iMarketing）、金融另类数据等产品，以及提供月狐研究院的专业研究咨询服务，旨在用数据帮助企业洞察市场增量，赋能商业精准决策。

CONTENTS

01 | 当代社会生活概况

02 | 悦己行为洞察

03 | 悦己营销策略

01

第一章： 当代社会生活概况

社会压力现状：当代人面临多重个人和社会压力

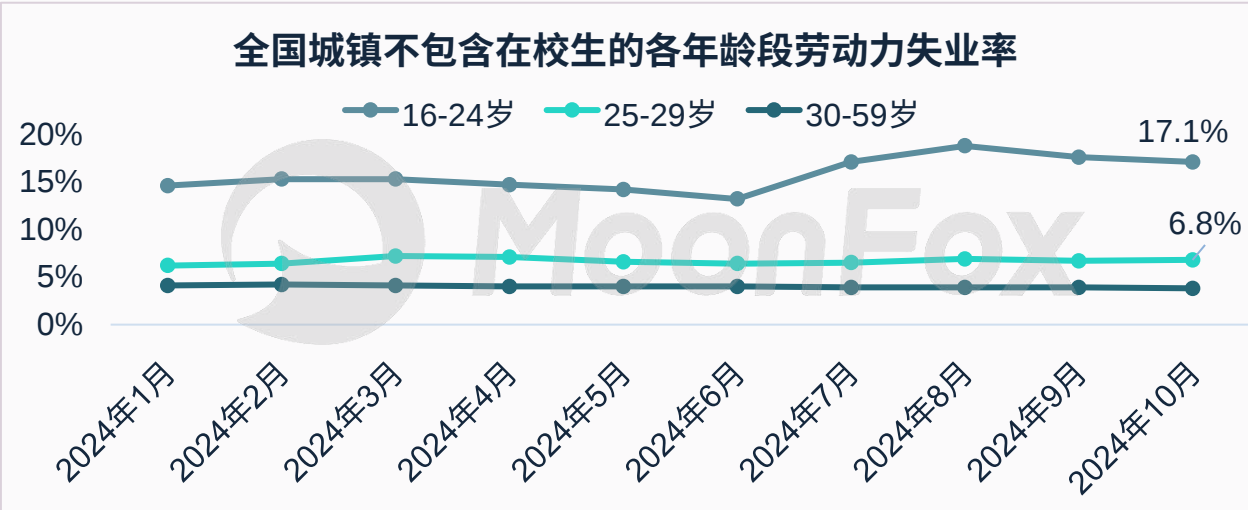
个人和社会在多重压力挑战下，需寻找压力出口实现情绪平衡

■ 人们普遍面临来自经济、家庭、个人层面的多重压力，这些压力的堆积给个人的心理韧性、家庭的幸福和社会稳定带来不容忽视的挑战

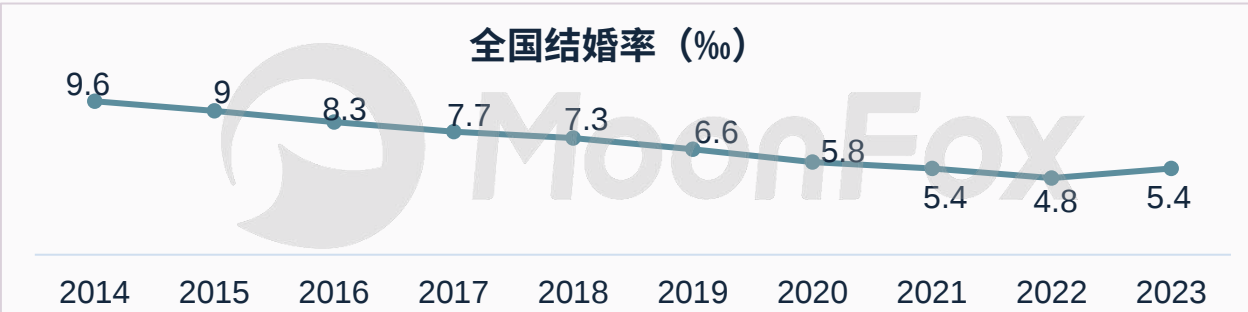


• 数据来源：国家统计局

■ 就业状况：就业结构性矛盾突出，青年就业压力大



■ 婚姻状况：结婚率走低趋势明显，未来社会人口增长压力大



社会政策支持：政府出台多方面政策缓解社会生活压力

政府实施一系列社会政策，为多个关键民生领域提供支持

民生支持政策梳理（部分）

就业支持

国务院《中共中央 国务院关于实施就业优先战略促进高质量充分就业的意见》 2024.09

意见指出，要推动经济社会发展与就业促进协调联动，着力解决结构性就业矛盾，完善重点群体就业支持体系，健全精准高效的就业公共服务体系，提升劳动者就业权益保障水平，凝聚促进高质量充分就业的工作合力

户籍支持

国务院《深入实施以人为本的新型城镇化战略五年行动计划》 2024.07

进一步深化户籍制度改革。放开放宽除个别超大城市外的落户限制，推行以经常居住地登记户口制度。全面落实城区常住人口300万以下城市取消落户限制要求，全面放宽城区常住人口300万至500万城市落户条件。完善城区常住人口500万以上超大特大城市积分落户政策，鼓励取消年度落户名额限制

住房支持

央行 国务院政策例行吹风会 2024.05

设立3000亿元保障性住房再贷款，降低全国层面个人住房贷款最低首付比例，取消全国层面个人住房贷款利率政策下限，下调各期限品种住房公积金贷款利率0.25个百分点。支持地方国有企业以合理价格收购已建成未出售的商品房，将租赁住房贷款支持计划并入保障性住房再贷款政策中管理

医疗支持

国家医疗保障局《国家医疗保障局办公室关于实施医保服务十六项便民措施的通知》 2023.06

优化医保关系转移接续；简化异地就医备案流程，提升异地就医结算服务；推行医保经办服务“一窗通办”；推进高频服务事项“网上办”；开通多种渠道满足群众医保信息查询需要；方便群众就医购药

育儿支持

国务院《关于加快完善生育支持政策体系推动建设生育友好型社会的若干措施》 2024.10

完善生育支持政策体系和激励机制，健全覆盖全人群、全生命周期的人口服务体系，有效降低生育、养育、教育成本，营造全社会尊重生育、支持生育的良好氛围。措施指出，强化生育服务支持，加强婴幼儿服务体系建设，强化教育、住房、就业等支持措施，营造生育友好社会氛围

社会价值观演变：压力渐增背景下，当代人开始关注个体幸福

社会价值观向更注重自我满足和自我实现的方向演变

- 随着我国经济的飞速发展，由经济发展带来的财富、阶级分化使部分人群的相对剥夺感和社会焦虑感逐渐增强，人民群众的价值追求逐渐从宏大的国家叙事转向个人价值的满足和实现，从物质层面的满足转向精神层面的追求。社会在发展的同时，需要更加关注个人的全面发展和个体的获得感、幸福感。

50年代-70年代

主要矛盾

- 人民对于建立先进的工业国的要求同落后的农业国的现实之间的矛盾；人民对于经济文化迅速发展的需要同当前经济文化不能满足人民需要的状况之间的矛盾

社会心态

- 社会主义建设时期，人们积极投身国家建设，整体精神状态积极热情

价值追求

- 国家建设
- 工业建设
- 经济恢复
- 艰苦奋斗

80年代-00年代

主要矛盾

- 人民日益增长的**物质文化需要**同落后的社会生产之间的矛盾

社会心态

- 市场经济体制转型时期，人们社会生活普遍改善，社会心态呈现积极向上趋势

价值追求

- 经济建设
- 物质价值
- 物质财富
- 自由拼搏

2000年-现在

主要矛盾

- 人民日益增长的**美好生活需要**和不平衡不充分的发展之间的矛盾

社会心态

- 市场经济体制成型，经济收入分化、利益差异显性化的趋向明显，部分人群容易产生相对剥夺感和社会焦虑感

价值追求

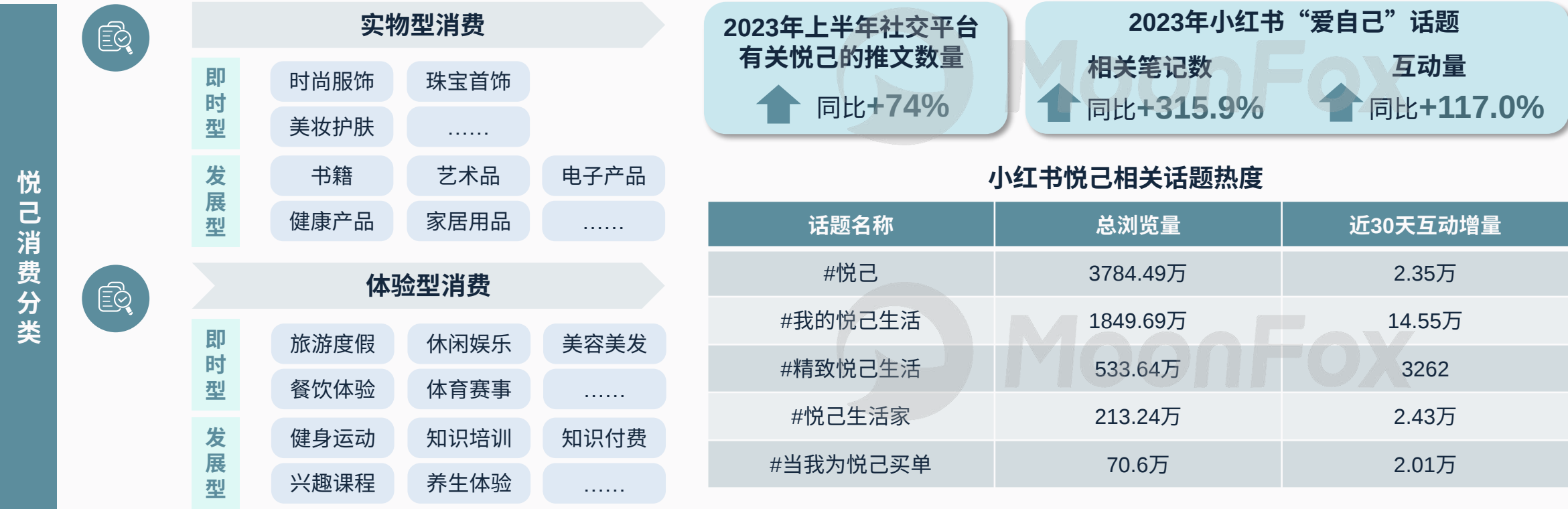
- 民生福祉
- 获得感、幸福感、安全感
- 精神价值
- 个人价值

随着国家经济实力逐渐提升，人民群众的价值追求逐渐转向个人价值满足和实现，宏大国家叙事转化为“小确幸”

悦己生活兴起：追求个体幸福的价值观催生悦己经济

悦己生活关注热度不断上涨，悦己消费趋势显现

- 随着人们越来越重视个人的幸福和自我价值的实现，悦己经济正逐渐成为一股新的消费潮流，并在社交平台上引发了广泛的关注和讨论。这不仅仅是一种消费趋势，更是一种生活态度的体现，在快节奏的现代生活中，人们开始寻求那些能够带来即时快乐和长期满足的商品和服务。



数据来源：新红数据，公开数据整理；数据截至2024年11月27日

悦己行为分化：不同性别角色在悦己行为上呈现差异化特征

男性和女性对悦己生活有着不同的追求和实践

- 在社会的传统角色期待上，面对不一样的社会压力，男性和女性在追求个人幸福和自我实现的过程中，展现出各自独特的行为模式和偏好。女性在互联网行为上表现出了对社交和互动的强烈需求，这种特点让女性在悦己的过程中更加注重情感的交流和个人价值的实现。男性的互联网行为上则更倾向于实用主义，例如他们倾向通过汽车服务、旅游出行和手机游戏等来满足自己的兴趣和需求，凸显了他们对于个人空间和即时满足的追求。

	女性	男性																								
社会传统期望	- 强调社交能力和情感智慧 - 更多被认为是家庭的照顾者	- 强调竞争力、领导力、决策力 - 更多被认为是家庭的经济支持者																								
社会压力	- 主要压力：平衡各种社会角色与期望，平衡工作与家庭 - 其他压力：性别歧视、职场竞争、外貌焦虑等	- 主要压力：维持家庭经济、养家糊口等经济压力 - 其他压力：家庭责任、领导责任、社交隔离等																								
互联网行为偏好	特点：强社交、强互动 移动互联网女性用户一级行业偏好（TGI） <table><tr><td>休闲娱乐</td><td>120</td></tr><tr><td>教育学习</td><td>111</td></tr><tr><td>摄影图像</td><td>111</td></tr><tr><td>数字阅读</td><td>102</td></tr><tr><td>数字音乐</td><td>101</td></tr><tr><td>办公商务</td><td>101</td></tr></table>	休闲娱乐	120	教育学习	111	摄影图像	111	数字阅读	102	数字音乐	101	办公商务	101	特点：实用主义 移动互联网男性用户一级行业偏好（TGI） <table><tr><td>汽车服务</td><td>116</td></tr><tr><td>新闻资讯</td><td>106</td></tr><tr><td>手机游戏</td><td>104</td></tr><tr><td>旅游出行</td><td>103</td></tr><tr><td>生活服务</td><td>102</td></tr><tr><td>金融理财</td><td>101</td></tr></table>	汽车服务	116	新闻资讯	106	手机游戏	104	旅游出行	103	生活服务	102	金融理财	101
	休闲娱乐	120																								
教育学习	111																									
摄影图像	111																									
数字阅读	102																									
数字音乐	101																									
办公商务	101																									
汽车服务	116																									
新闻资讯	106																									
手机游戏	104																									
旅游出行	103																									
生活服务	102																									
金融理财	101																									
悦己行为特征	- 找回自我：自我性 - 情感共鸣：归属感	- 个人空间：空间性 - 即时反馈：即时性																								

数据来源：月狐Marketing，数据周期：2024.10

02 第二章： 悦己行为洞察

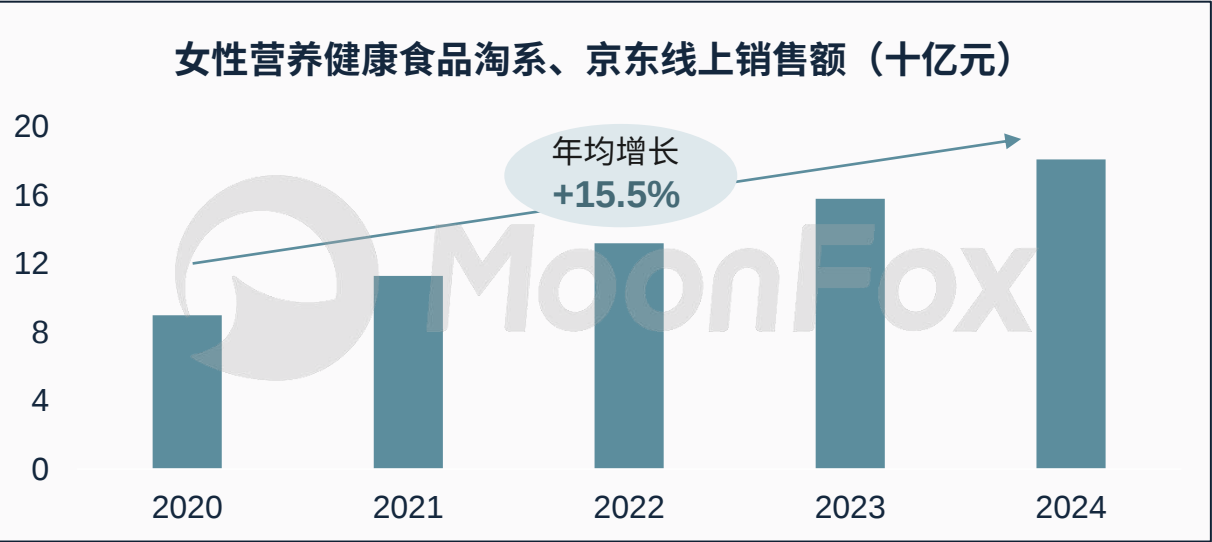
女性悦己行为特征一：自我性

当代女性将健康内化为生活态度，把对身体和健康的自主权视为悦己的重要基础

- 女性对健康的关注正逐渐成为她们生活哲学的核心部分，她们通过积极投资自己的健康和福祉来展现自我价值和生活方式，这种自我性的体现不仅推动了营养健康食品市场的增长，同时也促进了线上健康实践的普及。无论是物质消费还是媒体参与，女性正在通过自己的方式，逐渐将健康内化为一种生活艺术，强化了她们对健康自主权的掌控，让身体和心灵的愉悦成为日常。

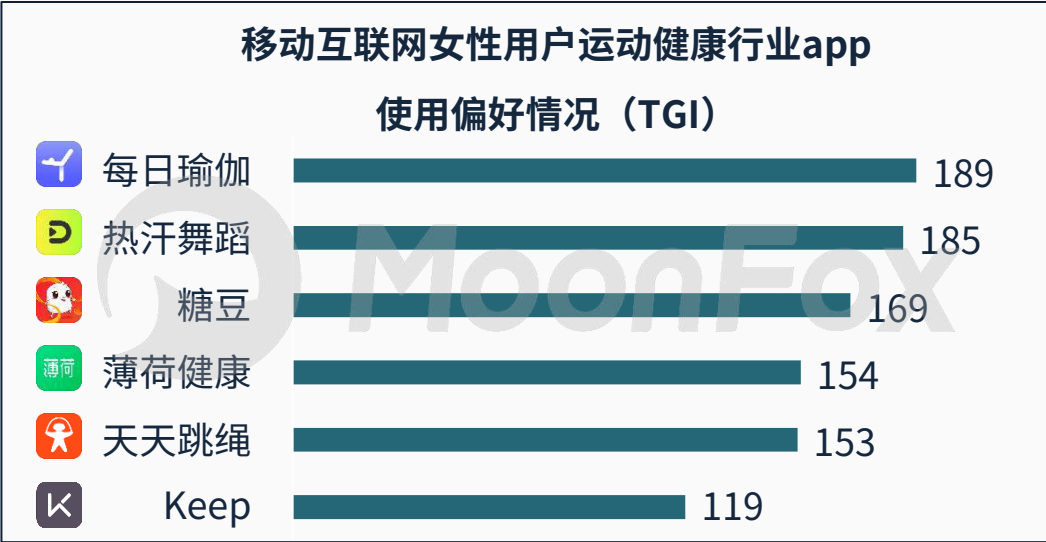
女性健康消费市场：女性营养健康食品市场保持稳定增长

- 健康消费概念持续在女性群体中深化，随着健康意识的提升和消费能力增强，女性消费者在营养健康食品上的投入不断增加，推动市场规模持续扩张



女性健康媒体情况：女性持续推进线上健康实践

2024年Q2社媒女性健康话题声量 同比+74%



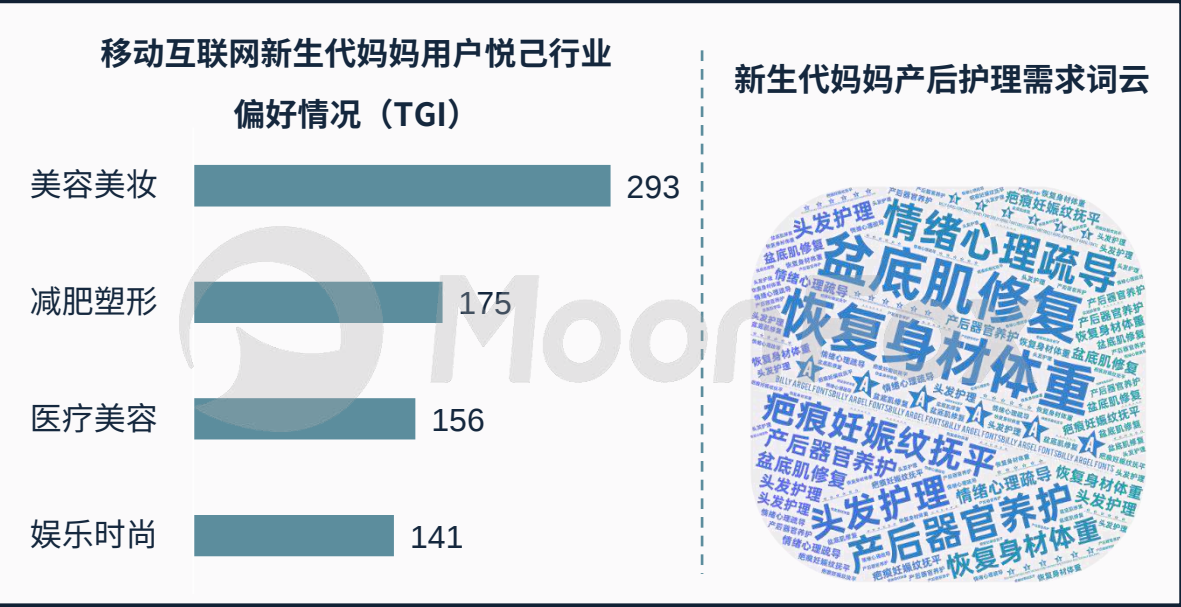
市场规模数据来源：功能食品圈、库润数据、微博健康；声量数据来源：魔镜洞察；移动互联网偏好数据来源：月狐iMarketing，数据周期：2024.10

女性悦己行为特征一：自我性

在母职中取悦自我，当代妈妈爱孩子也爱自己，实现母职和个人发展的和谐统一

- 新生代妈妈们在承担母职的同时，更加重视个人成长和自我关怀。她们在育儿的过程中，不仅关注孩子的需求，同时坚持对自我身体和形象的管理，如美容美妆、减肥塑形等，力求在育儿角色之外找到属于自己的空间。随着新生代妈妈们对悦己需求持续增长，母婴垂直平台也为妈妈们提供成熟完善的服务和课程，实现了家庭价值和自我价值的有机融合。

➤ 新生代妈妈越来越注重在育儿的同时保持个人生活质量和精神愉悦



母婴垂直平台关注妈妈悦己需求，完善妈妈服务场景

- ✓ 母垂平台通过搭建妈妈服务功能以及健康课程体系，集成社区交流功能和健康管理工具，满足妈妈们在育儿生活中的自我健康恢复和管理需求
- ✓ 通过搭建妈妈服务功能，母垂平台为妈妈们提供个性化育儿建议、健康咨询以及心理支持，帮助她们在繁忙育儿生活中找到平衡和自我关怀的时间



宝宝树孕育妈妈服务功能



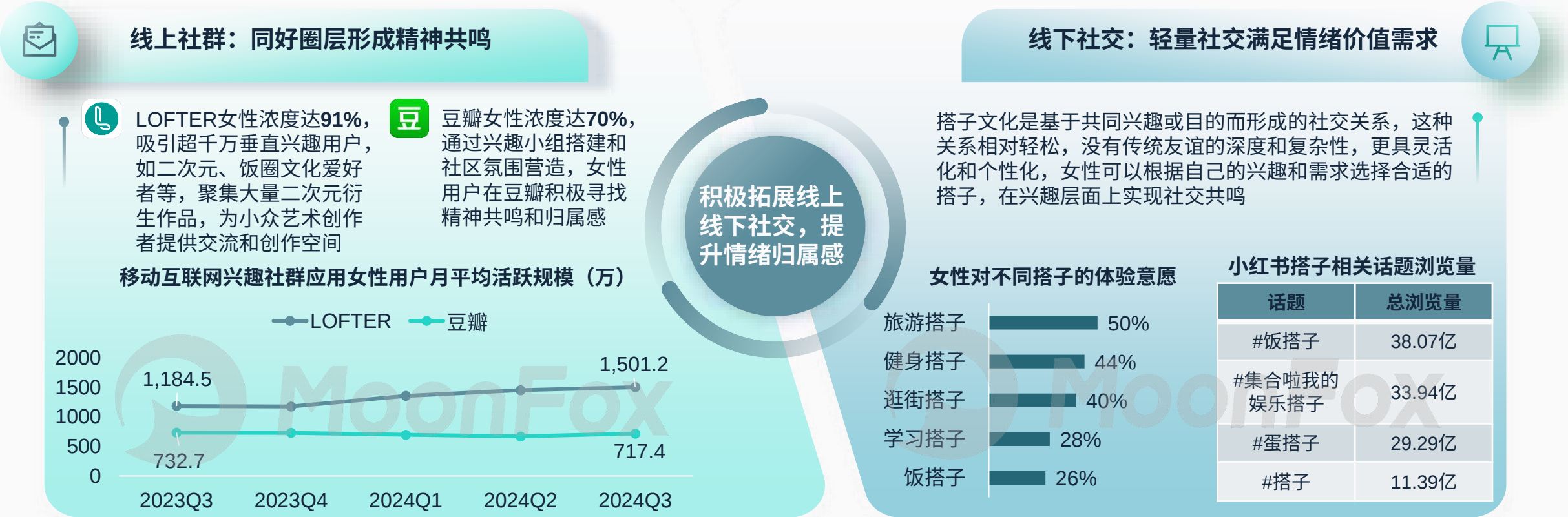
丁香妈妈女性健康课程

偏好数据来源：月狐Marketing，数据周期：2024.10；词云数据来源：月狐调研，数据周期：2024.03

女性悦己行为特征二：归属感

打破以家庭生命周期为核心的人生轨迹，融入不同兴趣圈层创造多元生活体验

- 女性通过线上社群和线下社交活动，积极寻找与自己兴趣相投的群体，从而构建精神上的共鸣和情感上的归属。一方面，线上平台如LOFTER和豆瓣，汇聚了大量女性用户，成为女性追求个性化兴趣和创作交流的重要空间；另一方面，线下的“搭子文化”则以其轻松、灵活的特点，丰富她们的社交体验。



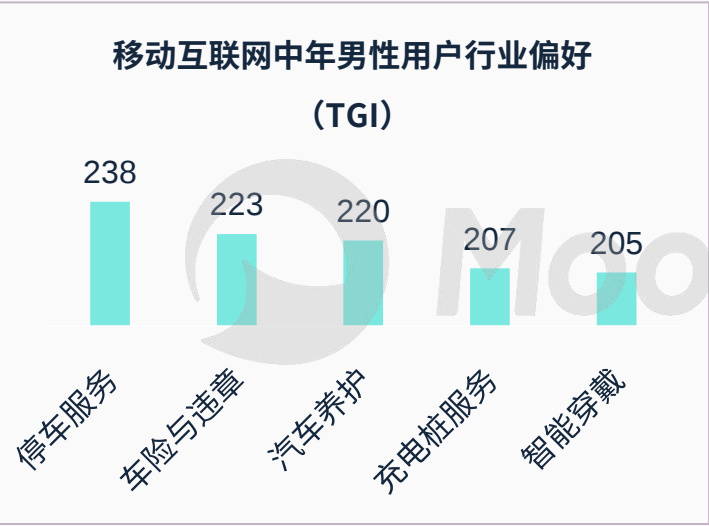
男性悦己行为特征一：空间性

多重生活压力下，男性倾向构建媒体空间和现实空间屏蔽压力实现自我疗愈

- 在现代社会的快节奏和高压力环境下，男性越来越希望寻求能够提供精神慰藉和个人空间的活动。在媒体空间中，尤其对于中年男性来说，他们倾向于通过实用工具类应用来满足日常生活的需求，但对于社交媒体的兴趣相对较低，在情感表达和社交互动方面的特殊需求尚未得到充分满足；在现实空间中，男性乐此不疲地当上“钓鱼佬”则成为了他们构建个人空间、实现自我疗愈的重要途径。

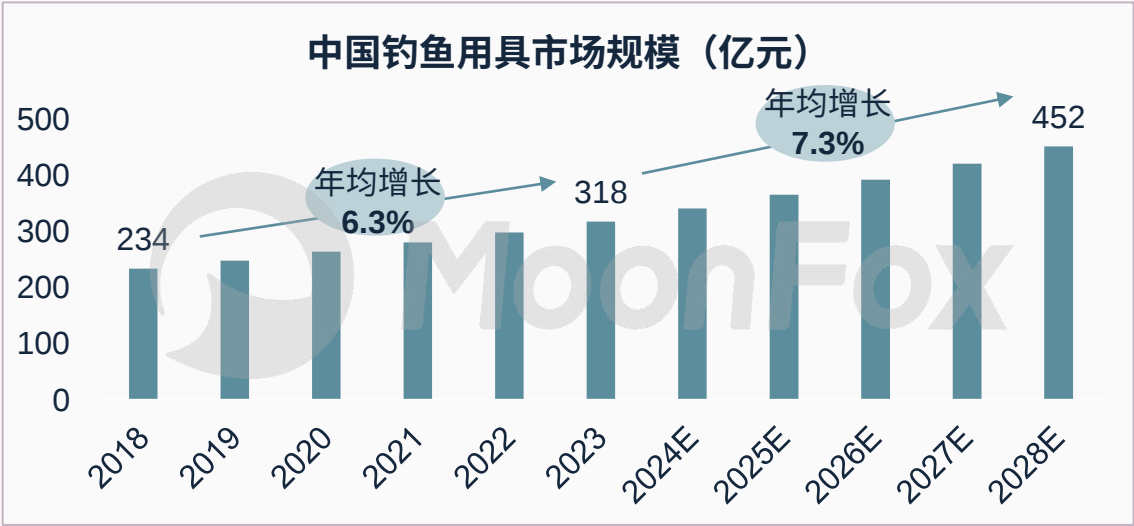
媒体空间：工具属性强，男性媒体情绪出口仍待构建

- 中年男性往往承担着养家糊口的重任，在移动互联网使用偏好上，他们对实用工具类应用呈现强依赖；在社交媒体上，对比全网水平，他们的兴趣浓度较低，对于这一高压群体来说，构建能让他们实现情感表达、情绪释放以及社交互动的渠道显得尤为重要



现实空间：钓鱼为男性打造隐秘安静的减压舱

- 对于男性而言，钓鱼更多是精神层面的探索，是构建第二空间的一种方式。在钓鱼中，他们享受与自然亲近的宁静时刻，这种空间性活动为他们提供了一个从日常压力中暂时逃离的避风港，同时也是一种情感和精神上的自我疗愈

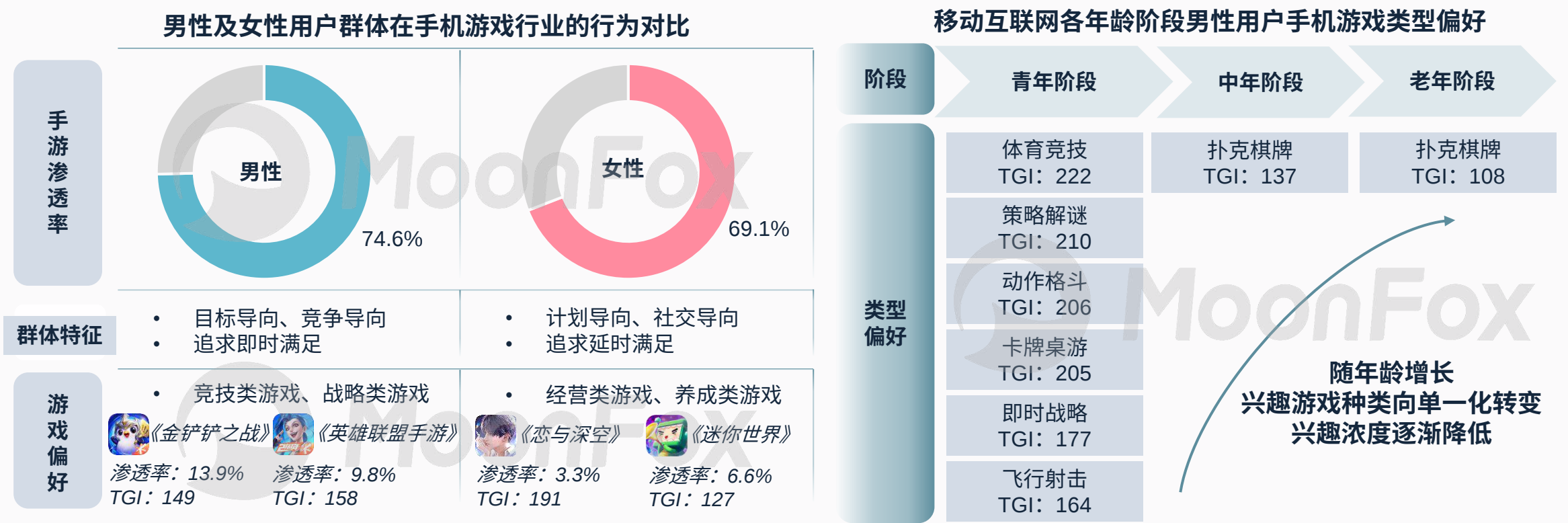


TGI=100即全网平均水平，TGI越高人群偏好越强。TGI数据来源：月狐Marketing，数据周期：2024.10；市场规模数据来源：弗若斯特沙利文

男性悦己行为特征二：即时性

热衷于追求即时反馈的成就感和满足感，男性用户通过电子游戏获取即时心理奖励

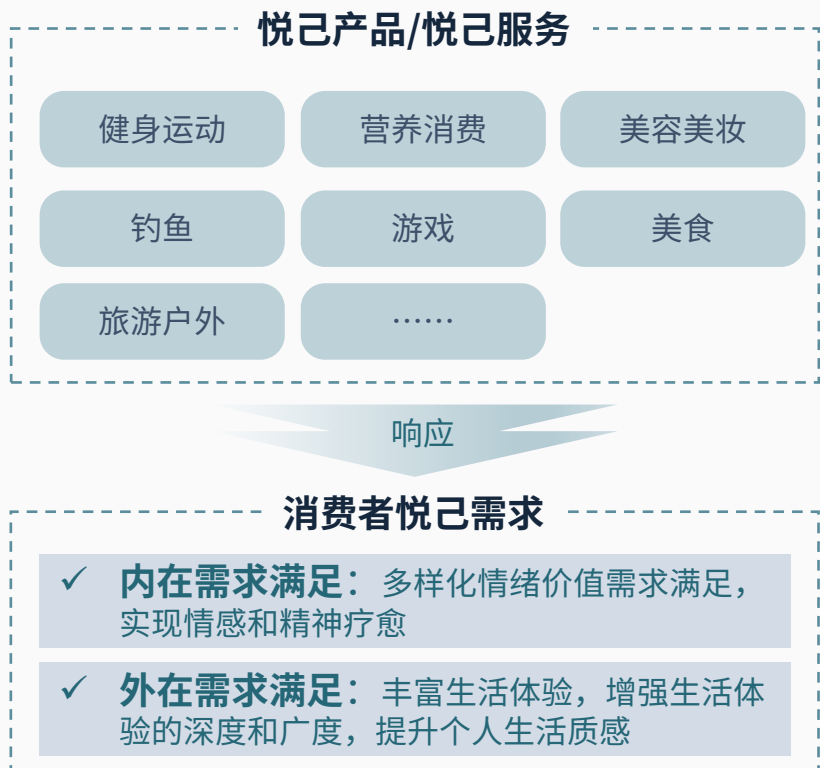
- 对比女性用户，手机游戏在男性用户中的覆盖度更高，通过竞技类、战略类的游戏，男性更能从中满足他们对快速反馈的渴望，获得即时的成就感和心理奖励。另外，随着年龄的增长以及经济情况和社会地位的逐渐改善，男性对手机游戏的兴趣逐渐集中，对即时性的成就反馈需求逐渐降低。



• TGI=100即全网平均水平，TGI越高人群偏好越强。数据来源：月狐App，月狐Marketing，数据周期：2024.10

悦己行为内涵：以自我关怀、个性表达、价值实现和情感满足为核心，用户通过多元产品服务满足内在和外在的价值追求

- 在一系列悦己行为实践中，无论是营养消费、钓鱼、游戏还是旅游等活动，它们都不仅仅是单一的行为选择，而是深层次情绪价值的体现，悦己消费者关注的核心在于这些行为实践是否能够击中他们自我关怀、个性表达、情感满足、价值实现等多重诉求；而围绕这些核心诉求，品牌方能够更精准洞察消费者的内在需求，构建与消费者产生深度共鸣的产品和服务，深化品牌与消费者之间的情感连接。



捕捉情绪需求，围绕悦己消费核心丰富悦己消费市场供给

自我关怀

强调个人健康和福祉的重要性，悦己消费者投资于自我身心健康，如通过健身、冥想、健康饮食等方式来提升生活质量

价值实现

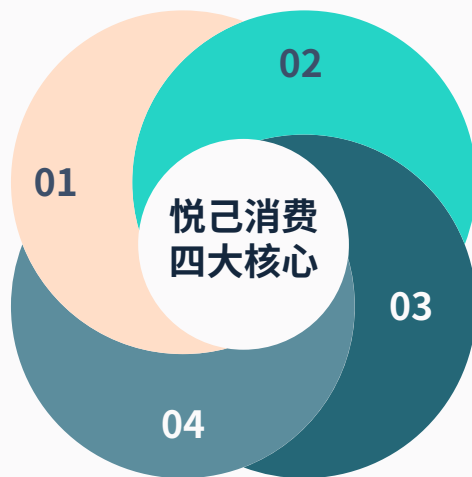
强调通过消费来实现个人价值和 life 目标

个性表达

强调展现个人风格和价值观，如通过时尚选择、个人爱好、生活方式等反映对个性化和自我认同的追求

情感满足

强调在消费过程中寻求情感上的满足和愉悦



03

第三章： 悦己营销策略

提升品牌共情力，悦己营销需牢牢把握情感共鸣这一关键抓手，满足消费者在情感和价值上的双重需求

- 在悦己消费的背景下，消费者寻求的不仅仅是产品的功能，更是一种情感上的连接和认同。他们希望产品能够反映自己的个性、价值观和生活方式。产品对于消费者的赋能价值，即产品如何增强消费者的自我形象、提供情感支持、带来愉悦体验或者实现自我价值，变得比产品的基本功能更为重要。

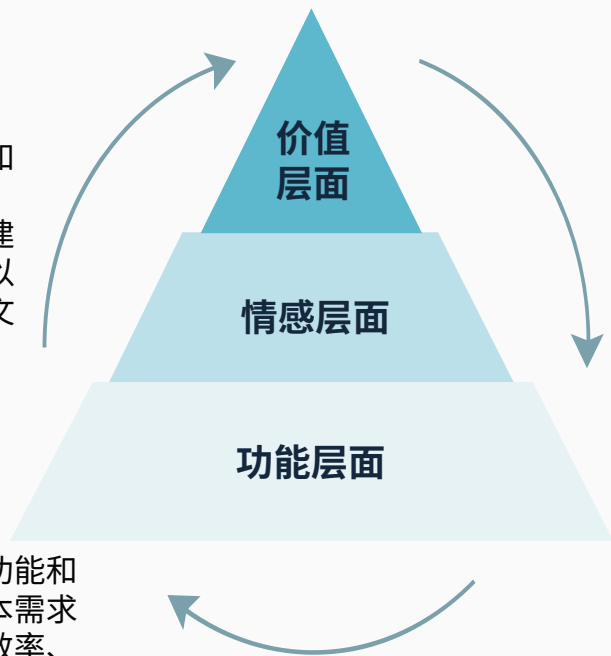
品牌与消费者间的粘合力在功能-情感-价值营销层的逐级进化中增强

价值层面

- 关注品牌的核心价值观和理念
- 强调品牌与消费者之间建立的身份认同、归属感以及品牌自身社会责任、文化价值等

功能层面

- 关注产品或服务的基本功能和性能，满足消费者的基本需求
- 强调产品的实际用途、效率、质量和可靠性



情感层面

- 品牌故事、个性、形象以及与消费者的情感共鸣等
- 强调品牌与消费者之间的情感纽带

品牌情感营销方法

情感洞察

01

深入理解目标受众的情感需求和期望，初步确定与受众情感需求相匹配的营销方向

情感核心

02

结合品牌个性，明确品牌想要传达的情感信息，将情感核心贯穿于后续所有营销活动

情感差异

03

构建品牌独有的情感优势。通过差异化的情感触点，建立品牌的独特性和识别度

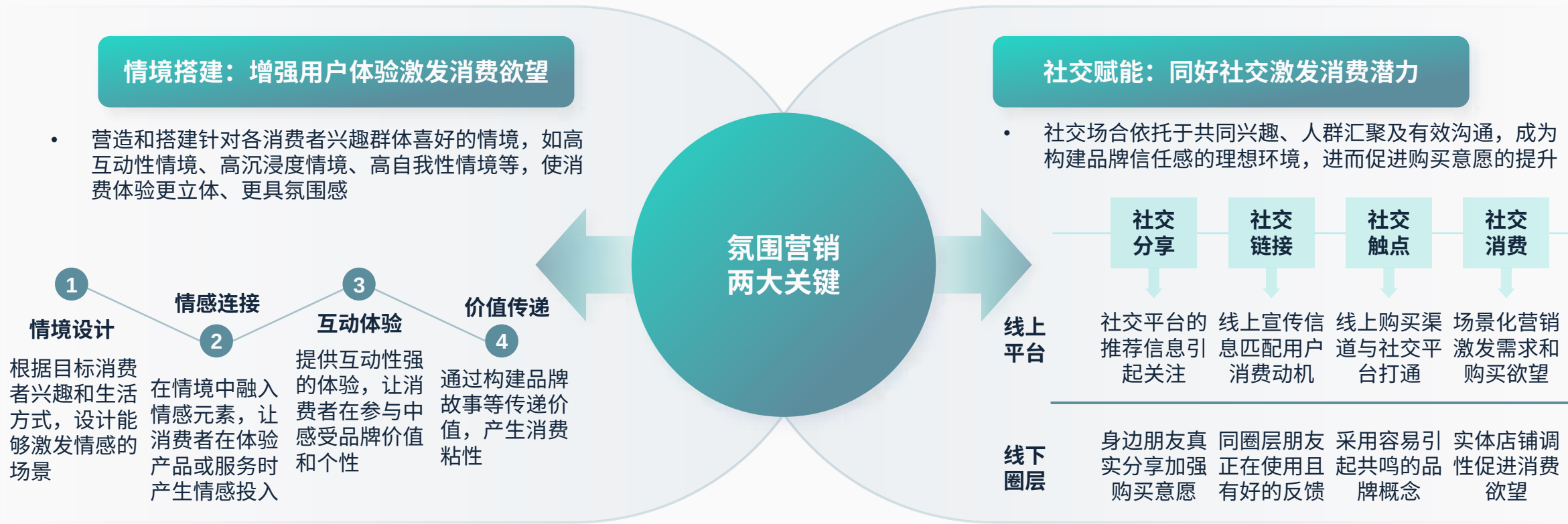
情感传达

04

通过设计和实施具体传播事件展现情感核心，激发受众情感反应，增强与消费者间的情感纽带

提升品牌氛围力，悦己营销需围绕品牌氛围营造，深化情境搭建和社交赋能两大关键策略

- 消费者在进行悦己消费时，更倾向寻找能够实现深层次情绪满足的产品和体验，因此创造与他们内心世界相呼应的品牌氛围空间，对于吸引并留住悦己消费者至关重要。氛围化营销通过营造具有空间感和体验感的消费环境，为悦己消费者提供更加真实、生动的消费体验，不仅满足了他们对物质产品的需求，更在精神层面上与他们产生深刻链接，从而有效击中他们的悦己需求。



THINK BIG WITH DATA

数据洞见未来



Website

www.moonfox.cn

Email

data@moonfox.cn