

千金难买“我开心”

透视嘉兴青年的“悦己”新消费

N 晚报记者 严涵 通讯员 丁悦 漫画 张利昌

一杯春日限定奶茶、一场万人演唱会、一次说走就走的旅行、一个活灵活现的盲盒手办……在新消费时代,以让自己开心、获得更好生活体验为目的的“悦己消费”,正成为广大嘉兴青年的生活态度。

当“爱你老己”变成一张张真金白银的订单,嘉兴“悦己消费”的市场分量愈发厚重。如何拥抱这片消费新蓝海,让“悦己经济”行稳致远?

近期,国家统计局嘉兴调查队开展的嘉兴青年群体悦己消费情况调研报告出炉。本次调研面向4个市县级相关部门、5家企业及131位城乡居民。调研显示,青年消费正从物质满足向精神悦己转型,而嘉兴与青年的“双向奔赴”,更让“悦己经济”充满生长活力。

嘉1度 调查



现象：“悦己消费”的多元打开方式

“这份愉悦感是属于我自己的小确幸。”沈芸夏是一位准备考研的大学生,高强度的学习让她的精神一直处在紧绷状态,草本饮品、迷你筋膜枪、柑橘香薰组成的“调频三件套”成了她放松身心的方式。

“看演唱会,不单是追自己喜欢的歌手,更重要的是在演唱会现场可以呐喊、合唱,把压力和情绪都释放出来。”今年3月,95后嘉兴网友“沫沫”到北京看了一场演唱会,圆了追星梦。

“逛一下漫展,买点‘谷子’,把钱花在自己的兴趣爱好上,更有满足感和愉悦感。”作为一名资深二次元爱好者,刚步入职场的小何,计划去上海逛AM03游戏动漫产业展览会,选购心仪的周边产品。

随着Z世代兴起,“悦己消费”的范围更广泛了,说走就走的旅行、演唱会、盲盒,甚至还包括宠物。根据调研,“悦己消费”场景呈“一核多元”格局:美食餐饮以79.4%的占比稳居核心,涵盖奶茶、网红美食等;休闲娱乐占比47.3%,包含电影、演唱会、剧本杀等;此外还有时尚穿搭(36.6%)、兴趣爱好(33.6%)、美妆个护(30.5%)等细分领域。

与盲目消费不同,年轻人愈发看重“悦己消费”带来的情绪价值。调研

显示,超九成青年认可这一价值,其中94.7%认为其能丰富个人体验、让生活更有趣,93.9%觉得能缓解压力、放松心情,87.0%的青年表示“只要能带来情绪满足,即便价格稍高也愿意买单”。

随着悦己成为一种新的生活态度,悦己商机也在嘉兴市场上涌动。

嘉兴港区杰峰制衣厂针对青年需求,推出学生潮款DIY系列服饰,提供职场简约款上门试穿服务,还能根据年轻客户需求定制设计、建模,收获一众好评。企业负责人表示,未来还将引入AI虚拟试穿功能,携手青年文化IP打造联名款,进一步贴合青年消费喜好。

除此之外,蛋糕店推出低糖健康的小份甜品,饮品店上线季节限定与IP联名款,小吃店针对学生群体推出平价的“一元一串”关东煮……本地商家不仅在线下精准对接青年悦己需求,还通过小红书、抖音发布产品内容,借助直播、网红合作等方式线上引流,吸引年轻消费群体。

当购物遇见心灵,一场满足情绪价值的消费热潮已然盛行。调研数据显示,超九成受访青年会规律进行“悦己消费”,其中每月1到2次的占46.6%;每月3到4次和5次及以上的均占25.2%。

探究：如何让“悦己经济”行稳致远

“从来没有想过袋鼠也可以成为拍照搭子,真的太治愈了!”近期,秀洲区王江泾镇琵琶岛上的“袋鼠夫妇的庄园”火爆全网,两只萌宠可掬的袋鼠让这家运河边的咖啡店成为嘉兴青年的“打卡新宠”,周末单日流量突破1000人次,小红书、朋友圈里满是“rua袋鼠”“治愈体验”的分享。

无独有偶。在嘉兴各地,越来越多的“悦己消费”场景契合青年的多元需求:嘉兴市区的子城紫阳夜巷、芦苇汇水岸音乐会,为年轻人打造了常态化的夜间社交舞台;嘉善西塘古镇的汉服集市,让身着襦裙的青年沉浸式感受国风魅力;海盐依托“陪你到海盐看日出”文旅IP培育日出经济;桐乡举办动漫展、cosplay活动构建青年兴趣社交平台……

情绪消费的价值正逐步显现,但新兴市场发展初期还存在一些有待规范之处,如何让“悦己经济”行稳致远,让青年的“快乐消费”更持久?

国家统计局嘉兴调查队相关负责人表示,亟须各方协力共进,补短板、强弱项、锻优势,合力推动产业迈向高质量发展——

首先,要把消费氛围营造好,吸引更多人参与;一方面结合嘉兴本地特色打造文旅、夜市、市

集等消费地标,提升沉浸式消费体验;另一方面常态化发放“悦己消费”专项消费券,聚焦美食、休闲、美妆等核心场景,精准撬动中低收入青年的消费需求;同时多宣传“理性花钱、开心消费”,曝光市场不良行为,让青年放心消费。

其次,要把市场监管抓严实,守护好消费者权益;重点查处网红餐饮、美妆个护、文旅体验等领域的价格欺诈、夸大宣传行为,规范商家定价与宣传行为;强化对预付式消费的监管,建立资金监管专户,防范跑路、余额不退等问题;鼓励企业创新,对具有特色、个性化的“悦己消费”业态给予租金补贴、税收减免等政策支持。

最后,要让行业自己立好规矩,实现高质量发展;推动企业签订行业自律公约,拒绝虚假宣传、价格欺诈、同质化内卷;建立行业创新交流平台,共享青年消费需求数据与创新思路,推动行业整体创新能力提升;针对不同行业的特点,开展产品设计、服务体验、新媒体运营等方面的人才培训,提升从业人员的专业能力。

唯有实现需求牵引供给、供给创造需求的“双向奔赴”,才能让“悦己消费”持续释放活力,为嘉兴经济增长注入温暖动能!

调查：“快乐消费”热潮之下存隐忧

青年“悦己消费”热潮涌动的同时,同质化竞争、定价混乱、服务标准缺失等问题逐渐凸显,正制约着“悦己经济”的健康发展。中国消费者协会发布的《2025年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》显示,情绪消费问题成为投诉热点。

“很多商家跟风做‘情绪产品’,却没真正理解用户需求。”嘉兴某潮玩店负责人坦言,产品同质化现象严重,部分产品用料劣质。该负责人举例,某品牌“捏捏乐”走红后,马上就冒出不少仿品,质量参差不齐。

二手交易平台上,隐藏款潮玩盲盒被商家以“绝版”“稀缺”为噱头,炒至原价10倍;部分情绪疗愈课程打着“自我成长”旗号,实则制造焦虑诱导消费,不少青年因此踩坑……

在市场端,供给同质化与营销过度化问题突出。调研数据直观揭示痛点:67.2%的受访青年认为“价格虚高、性价比低”是最突出问题,占比第一;45.8%的青年觉得商品同质化严重,缺乏创新;61.8%的青年认为市场存在过度营销宣传。

放眼嘉兴市场,虽然“悦己消费”业态多元,但优质、平价、个性化的供

给仍有缺口。调研显示,社区型“轻悦己”消费网点下沉不足,平价轻健身舱、社区DIY手作店等布局偏少;部分消费场景适配性欠佳,一些市集未结合青年社交、解压需求提供沉浸式体验,有些景区部分汉服旅拍项目存在配套服务单一的问题。

在消费端,满足感的短暂值得关注。调研中,55.7%的青年认为消费后能获得短暂快乐,但很快归于平静;38.2%的青年消费后非常满足,快乐感持续较久;还有4.6%的青年在消费后会感到后悔和有负罪感。

“盲盒刚火的时候,我都会蹲点抢货,而且一定要集齐一套才甘心。”盲盒爱好者许女士坦言,如今这些手办大多在积灰,自己也搞不懂当初为何要盲目购买。

在监管端,行业标准滞后于业态发展的问题亟待破解。相关政府部门表示,“悦己消费”的监管面临不小挑战:一方面,部分“悦己小店”服务水平参差不齐,一些小微企业的产品与服务难以保障;另一方面,短视频、直播中的虚假宣传行为隐蔽性强,给监管取证与执法带来较大难度。



用数据展示真实的美好



国嘉民调
GUO JIA MIN DIAO
国家统计局嘉兴调查队