

不，

能说的“秘密”



丹媚®

丹·小·媚的日记本

2013年5月26日

小时候我很好奇，

我是怎么来到这个家的？

爸爸妈妈说，等我长大后老师就会教的；

老师说，等我长大后爸爸妈妈会告诉我的。

长到多大才算长大呀？

我觉得我已经长大很多了。

那是以前的烦恼了，我最近遇到了新的烦恼。

班上有个男生总是盯着我看，从上到下地看；

我的表叔叔老把我抱起来放腿上，我还穿着裙子呐；

那个新来的邻居哥哥，总是冲着我笑，但是我不喜欢他的笑，那让我很不舒服。

我不知道这些烦恼要不要告诉爸爸妈妈。

要不还是写进日记里，变成我的小秘密吧……

丹·小·媚

主题推导

“性”羞耻的
社会心理

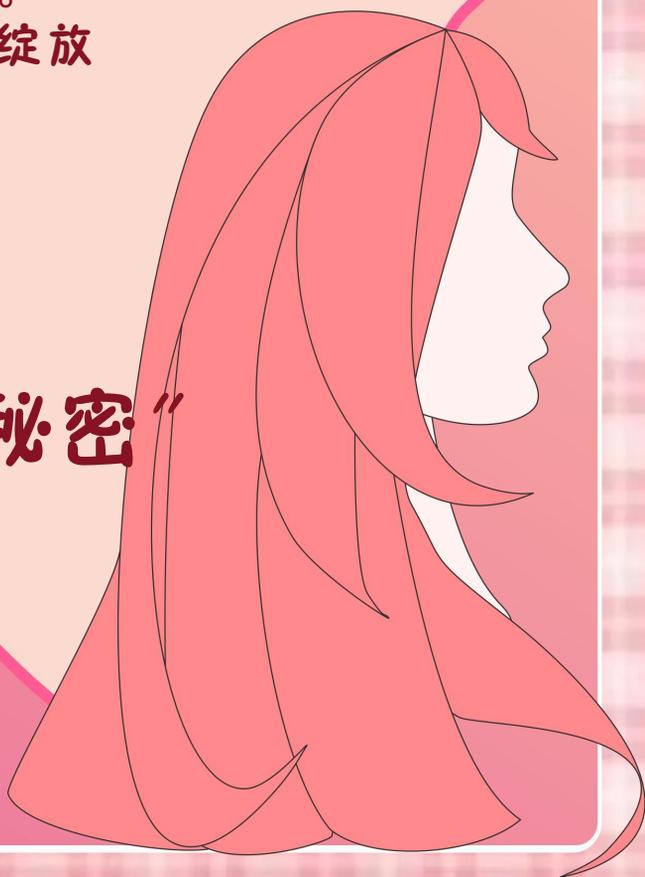
教育者
“性”教育缺位

谈性色变
--不能说的“秘密”

思想逐渐开放，
教育应及时跟进

倡导两性教育。
随心所“育”，绽放
人生之美

不，
能说的“秘密”



目录

市场分析 ✓

- ☐ PEST分析
- ☐ 竞品分析
- ☐ SWOT分析
- ☐ 消费者分析

营销策略 ✓

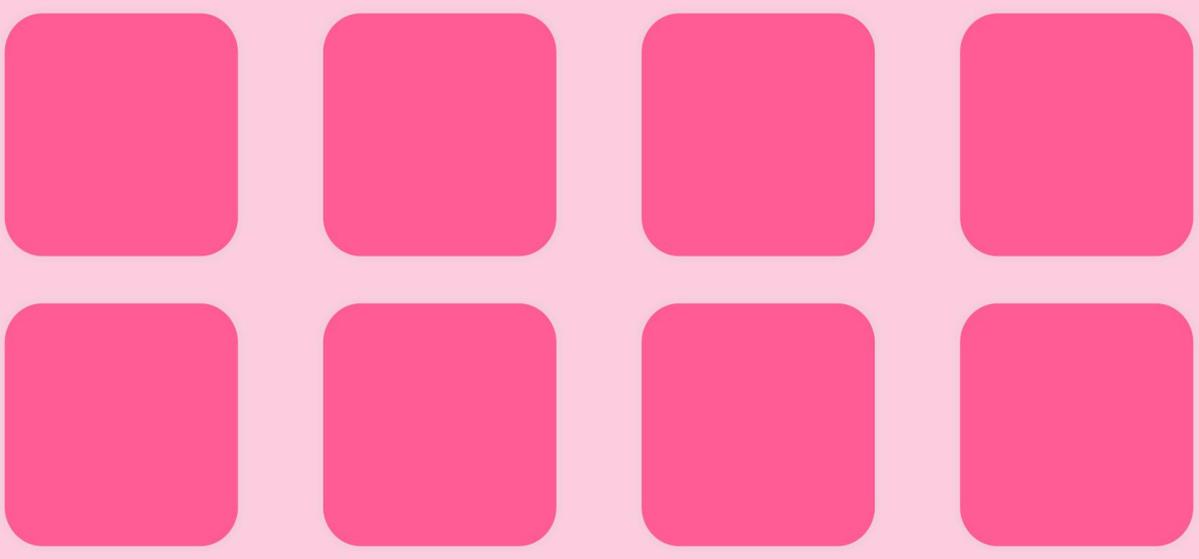
- ☐ 秘密?
- ☐ 探索。
- ☐ 守护!

创意呈现 ✓

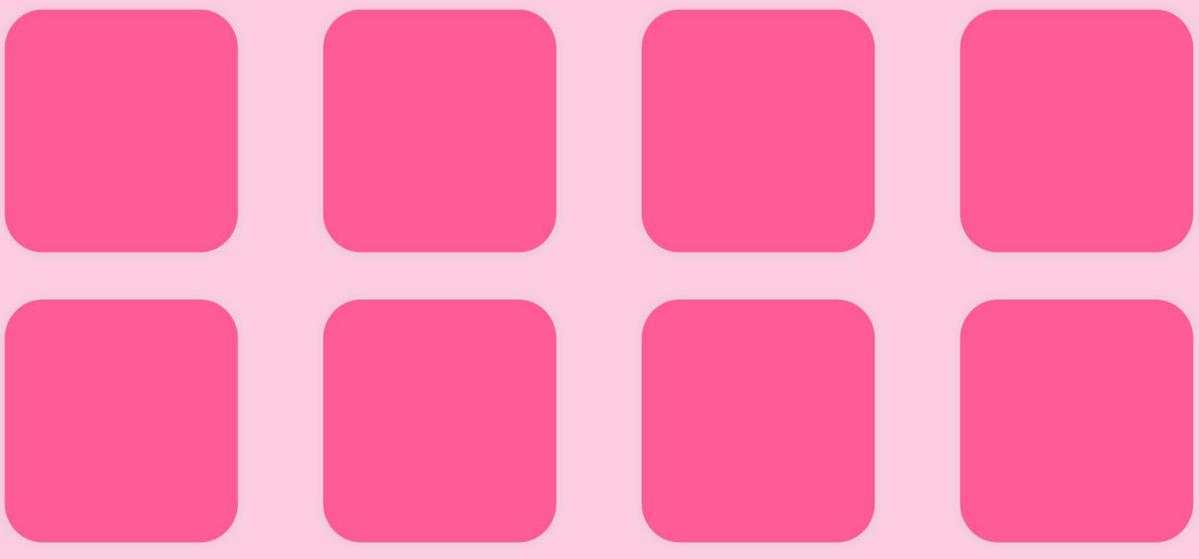
- ☐ 创意延伸
- ☐ 创意视频
- ☐ 创意软文

媒介策略&预算分配 ✓

- ☐ 媒介选择
- ☐ 预算分配

A grid of eight pink rounded squares arranged in two rows of four, located at the top of the page.

市场分析

A grid of eight pink rounded squares arranged in two rows of four, located at the bottom of the page.

PEST分析

P

- 1.国家发改委颁布《避孕药行业发展“十三五”规划纲要》，规范了避孕药市场
- 2.国家提倡关爱女性健康，保障女性自主择育权

E

- 1.随着社会经济环境压力增大，生育成本增加，国民生育意愿愈减，避孕产品市场广大
- 2.经济发展推动性观念变化，在公众议题中避孕产品热度日益增加

S

- 1.我国性教育长期失位，性教育普及迫在眉睫
- 2.中国近七年女性人流数量超九百万，随着避孕意愿增强的，合理避孕成为趋势
- 3.年轻消费人群追求自主的高品质生活，在婚育选择上更加追求自主掌握权

T

- 1.丹媚左炔诺孕酮肠溶片拥有“肠溶技术”，降低胃部刺激，减少恶心呕吐症状。
- 2.电商和新媒体平台的发展，拓宽了销售渠道，创新了营销模式

小结

- 1.我国性教育知识普及和婚育教育有待强化。
- 2.社会环境压力较大，消费者更加追求婚育自主权，避孕产品市场广大。
- 3.丹媚紧跟国家提倡关爱女性健康政策，积极推进生殖健康科学知识普及。

SWOT分析

S

1. 肠溶技术降低胃部刺激，安全性高，副作用少
2. “随心所欲，绽放人生之美”的品牌理念符合社会需求
3. 举行呵护女性生殖健康的公益活动，品牌形象好。

W

1. 市场知名度较低，卖点主题提炼不明，消费者印象模糊
2. 营销宣传薄弱，未推动品牌理念深入人心
3. 产品销售和布货渠道有待拓宽，市场占有率较低

O

1. 国家提倡关爱女性健康，合理避孕成为趋势
2. 高品质生活追求使得消费者在婚育选择上更追求自主权
3. 电商和新媒体平台的发展，创新了销售渠道和营销模式

T

1. 大部分消费者对避孕药有刻板印象，性教育知识普及有挑战
2. 同质化产品较多，三胎政策促使整个品类市场竞争加剧
3. 消费者追求质价比和大品牌，消费观念和使用习惯不易改变

小结

1. 基于情感营销，强化品牌理念，引发情感共鸣。
2. 采用科普和讲座型宣传方式，普及婚育知识，进行女性生殖健康教育。
3. 利用电商平台，拓宽销售和布货渠道，提升产品市场占有率。

竞品分析

	丹媚	毓婷	保仕婷
理念	随心所“育”，绽放人生之美	相伴25载，毓爱毓信赖	意外时刻，爱的保护
价格	10元/盒（1片）	12元/盒（2片）	35元/盒（1片）
卖点	肠溶片，利吸收；副作用较少；方便且不用反复补服	品质高，安全有保障，效果好	药物高效
销售渠道	线下药店和线上药店	线下药店 线上官方旗舰店	线下药店和线上药店
营销方式	对接活动	年轻化营销 公益营销	社交媒体营销
品牌及产品优势	产品质价比高，产品优点突出。 遵循让人类生殖更健康的理念举行多次公益活动，品牌形象好。	品牌知名度较高且信誉好，市场占有率高。 营销宣传模式成熟，销售链路全面。	进口原研药，国际知名
品牌及产品劣势	营销活动传统且单一，宣传薄弱，未推动品牌理念深入人心。 产品卖点层面主题提炼不明显，知名度较低，市场占有率较低	药后短小时内呕吐需要补服。 服用程序麻烦，胃泽可能破坏药物成分。	国内知名度较低，市场占有率一般。 性价比低

小结

丹媚相较其他品牌质价比更高，品牌理念和品牌公益符合社会需求。但丹媚品牌营销宣传和销售渠道薄弱，市场占有率低，品牌理念未深入人心，需基于情感营销开展线上、线上传播活动，增强消费者互动和参与度，引发用户共鸣，提升产品知名度和好感度。

消费者分析

我们读过书，不是我们不生孩子的原罪，而是我们扯掉蒙眼的布，看到自己人生的底气。



学历：大学 女大学生

年龄：18岁-24岁

心理特征：向往爱情，社交需求旺盛；追求刺激，享受生活

购物习惯：网络购物

触媒渠道：网络

生活方式：愿意尝试新事物，愿意为自己投资

婚育痛点：两性知识普及不到位，了解渠道缺失

婚育痛点：经济负担重，家庭和工作不能平衡

生活方式：追求生活味，注重健康，经常需要社交

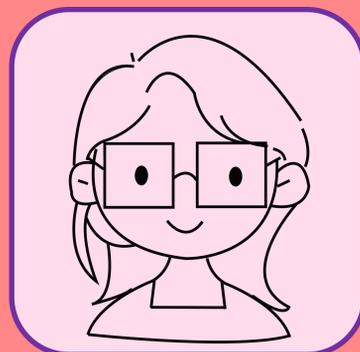
触媒渠道：网络

购物习惯：网络购物

年龄：25岁-35岁

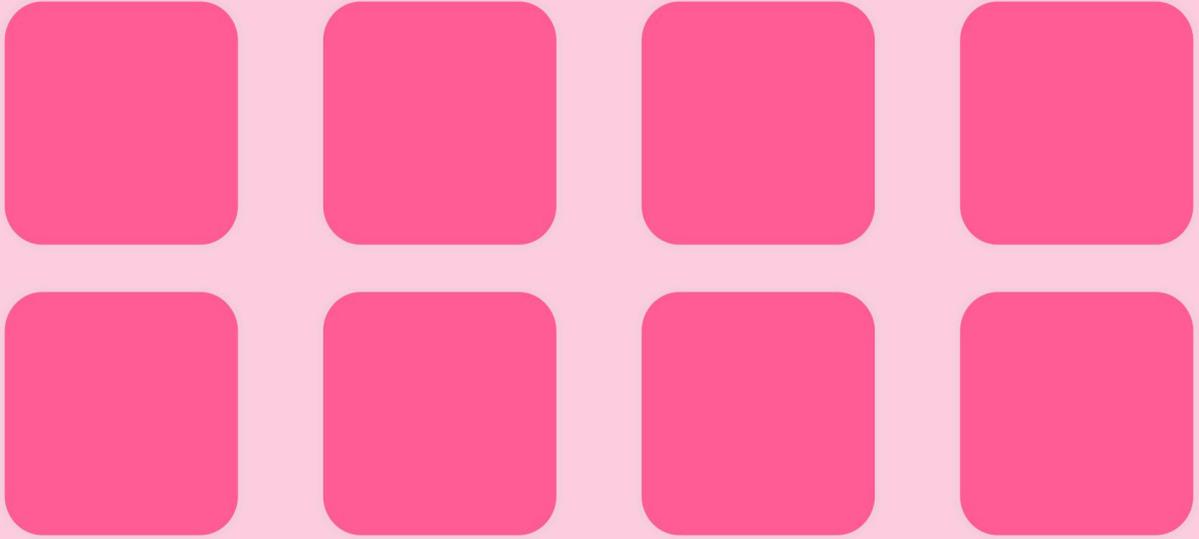
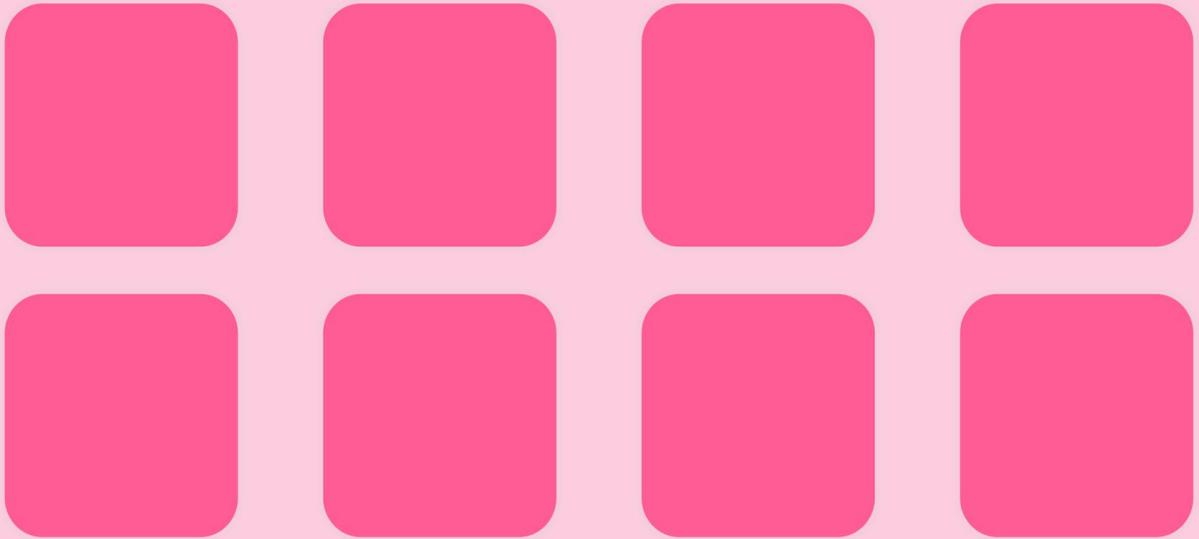
学历：大学及以上

女白领



小结

- 1.大学生两性知识有所欠缺，可针对开展普及两性知识的活动解决两性知识缺少。同时大学生社交频繁，可开展需要社交的活动；
- 2.白领生活节奏快，工作压力大，情感需求旺盛
- 3.男性对避孕药关注较少，应增强男性对避孕药的关注度。



营销策略

活动导图

探索。

活动平台：抖音、快手、小红书、微信

活动目的：
结合线下活动，通过抖音博主推广、快手短剧等方面进行活动营销，创立女性互助论坛。与和与大学生和白领进行心灵共鸣，拉近距离。

--看到秘密（9.12-9.14）

--听到秘密（9.15-9.17、9.19-9.21）

--说出秘密（9.22-9.24）

秘密？

活动平台：微博，抖音，快手，小红书

活动目的：
使用微博软文、抖音博主推广、KOL营销，带动人们对于良性教育缺失的讨论。

--揭示秘密（9.3-9.5）

--讨论秘密（9.7-9.11）

守护！

活动平台：微博、淘宝

活动目的：
通过公益活动，结合电商平台，为有需要的女孩提供帮助。

--守护秘密（9.25-9.27）

活动一 揭示“秘密”

秘密？

活动时间：9.3--9.5

活动媒介：抖音，快手，微博，小红书

活动目的：视频和推文的形式展现小时候父母和老师没有告诉我们的“小”秘密，并揭示这些小秘密并不是秘密，而是应该普及的知识。由丹媚官方发布话题，带动大家对于两性知识问题缺失的讨论。

活动内容：

- 1.由丹媚官方在微博平台发布推文《世上哪有什么秘密》；
- 2.由博主@对话中的暂停在抖音、快手平台发布视频《那些年父母没有告诉我们的“小”秘密》, 引发大众关注。



活动一 看到“秘密”

探索



活动时间：9.12--9.14

活动媒介：抖音，微博，微信，小红书

活动地点：上海、四川、武汉

活动目的：通过打卡活动，让更多的人关注到两性知识、避孕知识。大学生是思想开放的一个群体，且社交属性强，网络在线时间长，是不可或缺的一部分。通过看到“秘密”，更加深刻的了解到有关知识，而且可以增加丹媚品牌在大学生中的知名度。

活动内容：

1.在三地的大学城附近设立打卡拍照点，将两性知识和避孕知识做成可摘取的形式，打卡发朋友圈，可以领取小奖品；



朋友圈打卡



活动地点图示



活动打卡墙

探索

活动一 看到“秘密”

活动内容:

2.请博主@陈闲闲闲拍线下打卡视频，作为大博主引流；

3.请大量的大学生博主·小博主发放打卡视频。作为本校博主，有地理优势，更容易被本校学生刷到，容易吸引大学生前往打卡。



大博主视频



小博主视频

探索。

活动二 听到“秘密”

活动时间：9.15--9.21（除9.18）

活动媒介：抖音，快手，微信

活动地点：三四线大学

活动目的：通过传递正确的两性知识和避孕知识，让大学生们对未来人生能够更加清楚地去思考。帮助大学生们了解内心，能随心所欲的掌控未来，绽放人生之美。三四线城市的避孕药市场尚处于较空缺状态，可以通过活动从年轻人方面先打开市场，可以通过投放在短视频平台让更多的用户观看。

活动内容：

- 1.和学校话剧社联合，设立位置点提供调查问卷和回执卡。在调查问卷上设计部分个问题，同学可在回执卡上勾选是否知道这些小秘密。设立回执卡回收箱，可自主投放；
- 2.在调查问卷的背面附上丹媚公众号推文的二维码，可扫描观看《101个小“秘密”完整版》；

101个小“秘密”

“秘密” No.1: 两性知识为性心理，性行为，性功能等方面

“秘密” No.2: 两性关系指的是男性和女性之间的交互方式、互动模式以及情感联系

“秘密” No.3: 性、生殖系统是人体整体的一个组成部分

	知道	听过	不知道
“秘密” No.1			
“秘密” No.2			
“秘密” No.3			
“秘密” No.4			
“秘密” No.5			
“秘密” No.6			
“秘密” No.7			
“秘密” No.8			



调查问卷

回执卡

微信推文

探索

活动二 听到“秘密”

活动内容:

3.回收并统计，本校学生不知道的知识数量较多的前几，针对性排练话剧，并在学校礼堂上映，邀请同学前来观看；

4.收集各校的话剧表演视频，制成网络小·短剧形式，投放快手和抖音平台。

日期	9.15-9.16	9.17	9.19-9.20	9.21
活动	校园调查	总结	排练话剧	演出



话剧表演



网剧推送

探索。

活动三 说出“秘密”

活动时间：9.22--9.24

活动媒介：微信，小红书

活动地点：一二线城市

活动目的：建立一个女性互助的社群论坛，提供给女性勇敢表达自己的内心想法的互助圈子。鼓励女性分享心中的烦恼、交流女性自主择育权等问题。加深丹媚品牌形象在女性心中的地位，提高知名度。

活动内容：

- 1.在白领通勤较多的路段，设置活动点，邀请关注丹媚公众号和衍生小程序丹媚·小论坛。
- 2.在丹媚·小论坛中，可以匿名（或实名）分享女性的平时生活。女性的生活职场上的小烦恼，相互交流女性意识等话题。
- 3.在关注公众号后，可以参与线下抽取福袋领取奖品。



论坛·小程序



福袋礼品

活动一 守护“秘密”

守护！

活动时间：9.25--9.27

活动媒介：微博、淘宝

活动目的：为所有在努力奋斗的女性提供一份暖心的呵护，希望孩子是女性生命的一点，而不是成为她前进步伐上的阻碍。既宣传了丹媚理念，又拉进了与用户之间的心灵距离。

活动内容：

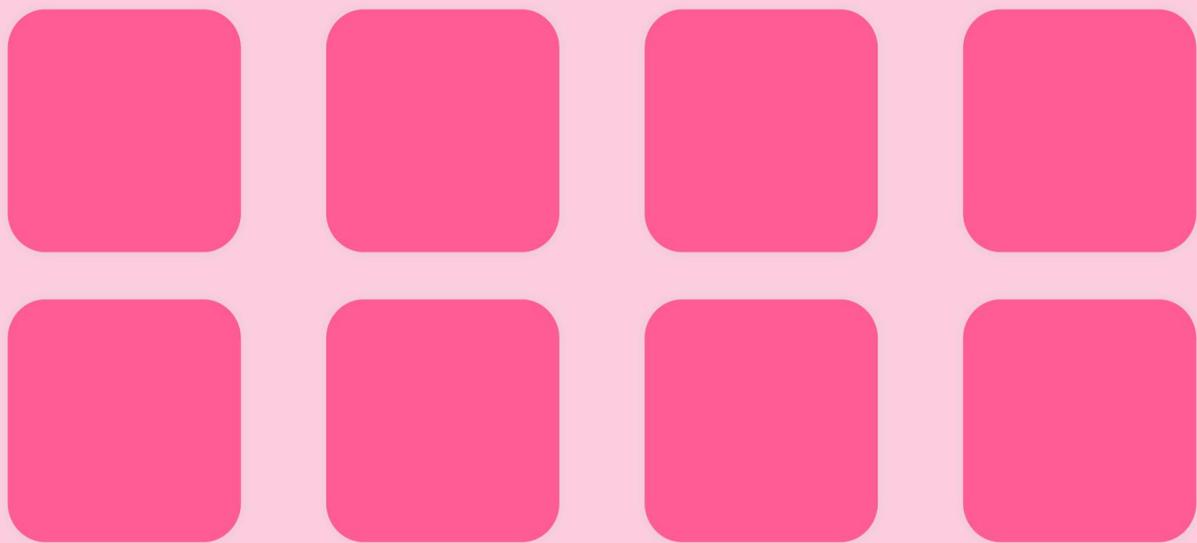
9月25日在丹媚官方微博发布预告，将在9月26日世界避孕日开展公益活动。26号中午12点，登录官方微博，在私信页面发送一条申请理由，可以得到邀请码，复制邀请码到淘宝，可以在淘宝中零元购买避孕药和卫生巾组合。



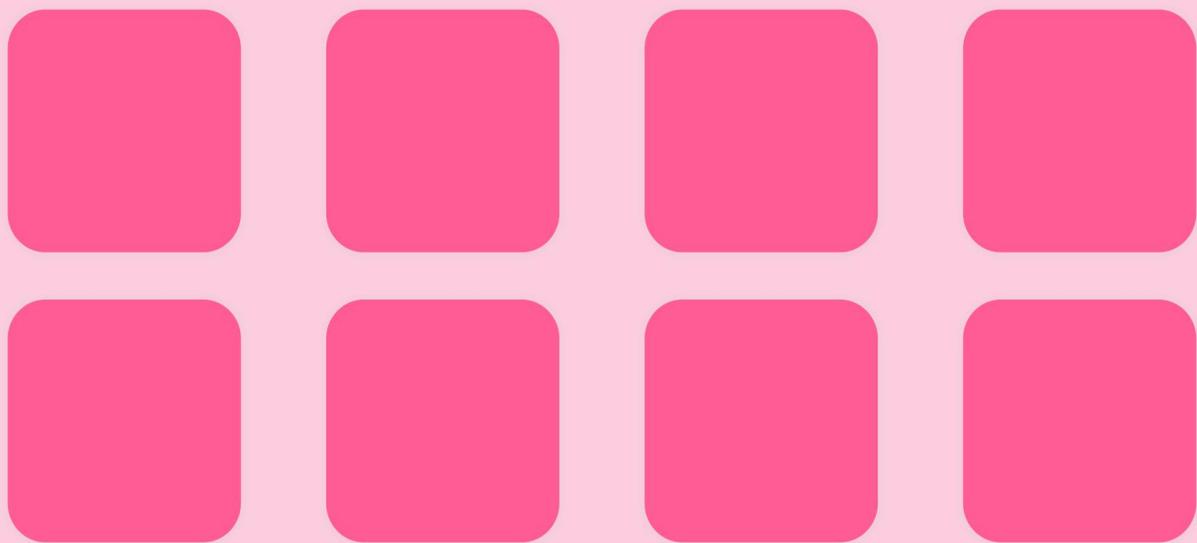
官方微博

我们希望所有女孩都能爱自己，无论你在做什么，你身在何地，身体是自己的，不能困于小小的家，女孩是天上自由飞翔的鹰。

——致所有离开家追求梦想的女孩



创意呈现



创意延伸

杯子



手机壳



笔记本



钥匙扣



手提袋



站台广告



创意视频

《不止学习》



0-5秒

妈妈教女孩如何过马路



6-18秒

学校教孩子学习和成长，公司教导孩子工作常识



19-23秒

但是孩子有许多没有学习到的知识，例如：性教育，爱教育和死亡教育



24-30秒

倡导学习爱自己，随心所“育”，绽放人生之美

创意软文

我

01

我曾经以为我是这个世界上最富有的人。我拥有这世界上最好的家人，他们把所有的爱都给了我。春天的时候，姥姥会摘下迎春花编成花环送给我；夏天的时候，姥爷会亲手编的竹席给我蔽凉；秋天的时候，爷爷会送来自己种的石榴；冬天的时候，奶奶会炖暖暖的羊汤给我喝。爸爸会带着我出门儿吃肯德基，吃冰淇淋。回家之后，妈妈会打着爸爸的后背说，又带我去偷吃东西。

妈妈也会带我去游乐场玩，给我穿小裙子，还让我试她的化妆品跟高跟鞋，我觉得自己漂亮的像个公主。

六年级的时候，我们班的女生普遍都长高了起来，比男生还高。有一天学校要搬牛奶，女生们举手说，老师让我们去吧。老师笑笑说还是让男孩去搬吧，小女孩就在教室里待着吧。初中的时候，中午打饭我对阿姨说我吃不饱，能给我多打点饭和菜吗？阿姨说这小孩真能吃呀，以后一定长得高高的。

上高中的时候，晚上我们会在寝室谈论谁跟谁有谈恋爱的事情，总是兴奋地谈论到后半夜，这种话总是怎么说都不够，可能这就是属于少女的爱好吧。

大学刚开学的时候，门口有帮忙送行李的学长学姐，我就请了一位学姐帮我把东西送了回去，我好感谢那位学姐，我刚到学校，不认识路，她帮了我好大的忙。

暑假回来的时候，舍友家新添了个小弟弟，还拿照片给我们看，小孩真可爱呀。

大学毕业之后，在学校跟老师的帮助下，经过30次面试，我成功的入职了一家还不错的公司。

上班之后我努力的工作，老板也很器重我，经常带我去应酬，我学习到了很多东西。我非常上进，我很想成为一个项目组长，虽然说在去年的竞争中失败了，但是明年还有一组新的项目，我相信我一定可以成功。

女人的25岁好像是个分水岭，25岁之前是掺着苦药的蜜糖，25岁之后就是掺着蜜糖的苦药。

我的人生本该就这样，还不错的过去。

02

姥爷最近生了病，我去医院看他。姥爷很高兴，我们一起说了很久的话。

突然，姥爷说，“姥爷有个事想了可久都不好意思跟你说，现在想跟你商量商量。我跟你姥姥你妈一个闺女，你妈跟你爸也就你这么一个孩子。你跟你男朋友快结婚了吧？打算要几个小孩呀？”我说：“我俩有计划结婚，小孩的事就顺其自然嘛，现在还不着急呢？”

姥爷接着说：“姥爷有话就是也不好意思说，但是看现在人动不动就生病的，谁知道哪一天就不行了呢？想跟你商量个事啊，你到时候结婚了，能不能生俩男孩，然后找那个男孩跟姥爷姓？”

我很震惊我听到了什么。

“以前你姥姥身体不好，就你妈一个孩子。后来国家管的严，咱也不跟国家对着干，所以你妈就你一个孩子。二胎的时候你妈不愿意。现在国家都鼓励多生了，也正好多生几个。就是你看看，你妈跟你，都不跟我一个姓，要是你的孩子也不跟姥爷姓，那香火到这不就断了嘛……”

我已经听不清姥爷在说些什么了，我也不知道自己说了些什么，浑浑噩噩地离开了医院。那一天世界好像变了一样。

经历过姥爷的这件事情后，过往被我忽略的点点滴滴，一下就浮现起来了。就像鱼刺一样扎在我的喉咙中，让我一句话也说不出来。

虽然说家人也很喜欢我，但也很遗憾我不是个男孩。

虽然说姥爷每年都会给我送迎春花环，但是她也遗憾妈妈没有像迎春花一样为家里报上好消息。

虽然说姥爷每年也会为我送上竹席，但是他每年种下竹子的时候也会说，家里该有个男孩过来跟我一起挖竹笋。

虽然说每年中秋收到的石榴很好吃，但是如果跟随石榴一起来到的，没有那句多子多福该多好。

虽然说每年都会收到羊汤，但是更多的是妈妈收到的奇奇怪怪的补身子的秘方。

虽然说在教室里待着就可以喝到牛奶很好，但是我们班的女生想去做些什么，况且班上的男生还笑话我们长那么高有什么用，光叫男生去干活。

虽然说阿姨吃饭时还夸我，但是还餐盘时听到阿姨和其他人说，小女生吃那么多，又不是男生。

虽然说我们是在谈论男生跟女生谈恋爱，但是我们顶多会议论男生一两句，反而会一直说那个女生，甚至有的时候会说她可能和哪个男生见过面，而且我们只记得女生的名字。

03

虽然说得到了学姐的帮忙，但是后来才知道，有些长的好看的同学根本不用去找人帮忙，学长学姐就会主动帮他们把东西送回去，还会主动加好友。

虽然说室友也挺喜欢她的弟弟，但是我恰好参加了她弟弟周岁宴，恰好听到他爸爸妈妈笑着对客人说，这么大了年纪了，本来还考虑要不要的，谁知道恰好是个男孩，那就要了。

虽然说我觉得面试失败很正常，但是这30次中有很多次在能力相同的情况下，因为性别的原因把我刷掉。甚至在我打电话询问失败原因的时候，直接说男孩更适合这个岗位。

虽然说我很努力工作，但大部分分给我的都是文书，稍微重要的工作，他们都会交给男孩做，他们觉得男孩更能有大局观，女孩适合做一些细心的工作。

虽然说老板给我带来了很多人脉，但是每次带我去应酬前，都会说让我穿的好看一点，即使酒局上真的没有发生什么，但是这些行为我真的很讨厌。

虽然说我可以接受竞争失败，但是这次的原因很令人生气。那个项目组长本来就是我是，但是老板算了算，我今年已经26岁了，说我马上就要结婚生孩子了，这个项目是一个长期项目，我结了婚肯定会以家庭为重，他不敢把这些大项目交给我。

怎么都变成这个样子了，还是本来就是这个样子。

在蜜糖中掺入苦药，过去赶路太匆忙，来不及去品尝味道。

在苦药中掺入蜜糖，谈吐伶俐温情，吞也不是咽也不是。

上次回家的時候，爸爸妈妈问我的结婚打算。我说，现在正打算工作的事，结婚确实顾不上。爸爸妈妈说，不希望我过得那么辛苦，反正家里是永远的港湾，不管是爸爸妈妈家，爷爷奶奶家，姥爷姥姥家，或者我将来和我男朋友的小家。我说谢谢爸妈。起身要离开的时候，妈妈好像想说什么，最终也没说出来。我没在意就走了。

现在想来，妈妈这两年总是给我分享一些公众号推文，都是些《女性的最佳生育年龄》、《国家开放三胎，专家表示……》。我以前看到这些东西，只是想笑。

原本是轻松的看的，自从那件事情之后，我才发现周边的催婚催生意愿这么的强烈。

我每周就会给我爷爷奶奶打电话，最近每次打电话时，他们都会说问我啥时候结婚，咋还不打算要小孩啊。然后他们就会说各种，我认识的人已经结婚生小孩的事情，比如说我高中同学去年办的婚礼，今年就已经生小孩了，或者说我奶家的表姐现在已经两个孩子了。我其实和爷爷奶奶多说话，但是总是说这些。

我跟我闺蜜从小一起长大，我们什么事情都在一起，上大学的时候是有人失恋，是会直接坐飞机过去找他。我们以前是无话不谈的朋友，毕业之后我们也可以保持着三个月见一次面的频率。直到她前年结婚，生了小孩。我好像和我的朋友失联了，虽然说我们还保持着联

04

络，但和我一直对话的好像变成了她孩子的妈妈，而不是我的朋友。她经常问我跟男朋友谈恋爱这么多年，打算什么时候结婚，让我赶紧生一个小孩，跟她的孩子继续做朋友。我知道她说者无意，可我听者有心。

以前公司带我的前辈总是被人事部的同事追着问来问去的，我问前辈，他们都在问什么，前辈也不告诉我。现在到了这个年龄，总算明白前辈为什么总是讨厌那些同事，他们总是在见缝插针地问你有没有打算结婚和生孩子。

好像全世界都在替我都在关心这些问题。

我不认为是一个不婚主义和不育主义者，但也不是一个能接受马上就结婚和生孩子的人。自己的人生还没有过舒服、过明白，怎么可以匆匆地开启孩子的人生呢？

而且感觉25岁之后我结不结婚，生不生孩子，已经不是由我来主动决定了。他们为什么要强迫我决定？

其实我和我男朋友是有结婚的打算的，对于孩子也是有计划的。但是这两年他也变了很多，他想和我尽快结婚，尽快要孩子。我尊重他的想法，但是我还没有做好准备。这是两个人的事情，他不可以替我做决定。

我感觉我成为了世界的公主，一个等着被得到的公主。

后来姥爷因病去世了。葬礼结束后，我回了我原先长大的小镇去逛了逛。家乡的变化其实很大的，只能依稀辨别出曾经的模样。

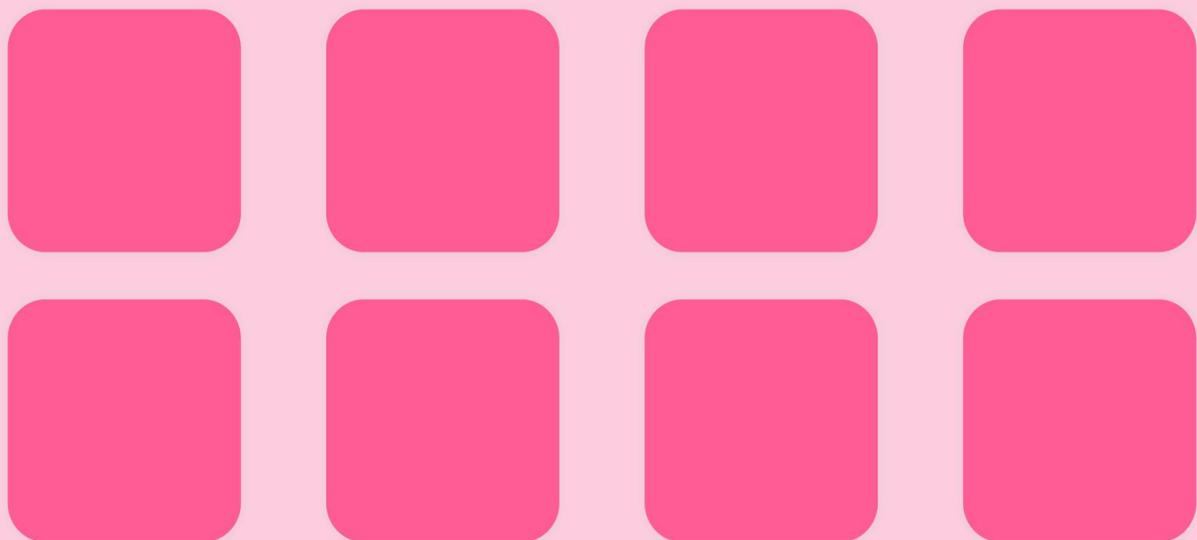
我偶然间走到了我初中的学校，遇到了我曾经的英语老师，她看上去和原先变化不大。我和老师交谈起来。意外知道了老师到现在也没有结婚，但是有一个小孩。我最开始还以为这个孩子是意外。但是老师是自己想要这个孩子的，因为老师觉得她的人生已经过得很好了，所以她并不介意并且做好准备迎接孩子的到来。老师对于孩子的到来是惊喜的，但是孩子的爸爸还没有做好准备，所以他离开了。

我问老师，一个人抚养孩子很辛苦吧，可能连自己的个人时间都没有，可能周围的人都在说你。老师却说，我有了孩子也会有自己的时间的，我并不因为孩子而失去自我，孩子是我人生的一部分，周围人确实有他们的看法，但是我更在意自己的心思。

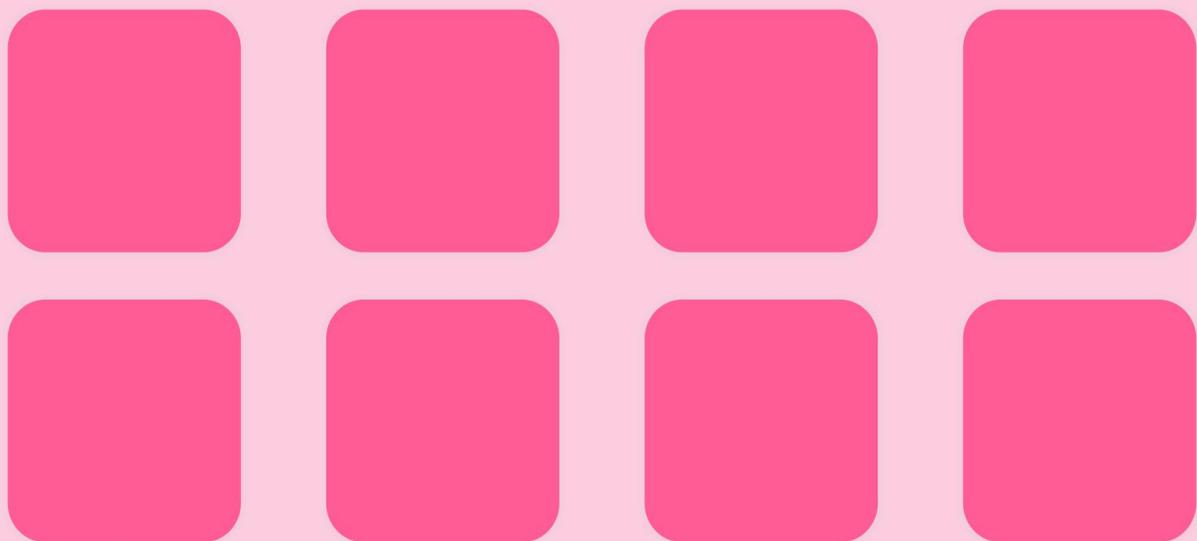
我至今记得老师当时的话。她说，我的人生应该由我自己来决定，我的孩子也是我的事情，我的人生拥有自己的美。

我慢慢地找到了平衡点，我也更加坚定自己的内心，我学会了成功的抵抗外界对我的压力。我的身体里由我做主，我的未来也由我自己去把控。

随心所“育”，绽放人生之美。——丹媚



媒介策略& 预算分配



媒介排期

2025年9月

日	一	二	三	四	五	六
	1	2	3	4	5	6
			揭示秘密			中元节
			抖音, 快手, 微博 (线上)			
7	8	9	10	11	12	13
讨论秘密					看到秘密	
微博 (线上)					抖音 (线上) 打卡拍照 (线下)	
14	15	16	17	18	19	20
看到秘密	听到秘密			*	听到秘密	
抖音 (线上) 打卡拍照 (线下)	校园 (线下)				快手 (线上)	
21	22	23	24	25	26	27
听到秘密	说出秘密			守护秘密		
快手 (线上)	微信 (线上) 摊位 (线下)			微博, 淘宝 (线上)		
28	29	30				

* 九一八事变

预算分配

秘密？

揭示秘密	大博主宣传（抖音+快手）	50w
------	--------------	-----

讨论秘密	KOL营销	50w
------	-------	-----

探索。

看到秘密	场地租借及布置	30w	90w
	地铁广告宣传	10w	
	大博主宣传（抖音）	35w	
	小博主宣传（抖音）	10w	

听到秘密	校园宣传（15所）	25w	43w
	话剧版权购买	15w	
	网剧制作	3w	

说出秘密	小程序制作	10w	33w
	场地租借及布置	15w	
	礼品	8w	

守护！

守护秘密	套餐费用	12w
------	------	-----

总计	273w
----	------

丹·小·媚的日记本

2025年5月26日

无意识翻到小时候的日记，那就再续写上一篇吧。

当年我还是没有保护好那个小“秘密”，告诉爸爸妈妈知道后，就立刻的向我科普了知识。并解决了那些事情。

现在看到小时候的东西感触很深，也非常感谢爸爸妈妈对我的保护和教育。我最近大学毕业了，想去大城市工作，感觉大城市会有更多的机遇，能更加的寻找到人生的意义。

关于结婚和生小孩儿方面，我目前还没有看法，但是我并不反感，只是我更想按照自己的节奏来，我现在也有男朋友赤小尾。到了合适的时候，我会结婚和生孩子，我想先过好自己的人生，再以合适的心态，合适的时间，去迎接孩子的到来。

丹·小·媚

随心所“育”
绽放人生之美

thank you

丹媚®

