



家庭场景下的消费升级

家庭场景下的消费升级进程充满了人们对生活和亲人的爱。无论是同城却难以见面的小情侣、面对二胎即将到来的一家三口，还是7口人同在一个屋檐下生活的四世同堂，消费升级在他们身上体现出来的“家消费”的“消费+”不仅是因为可支配收入的增加，更多的是消费者对服务更多层次、更高频率的需求。

上门服务成家庭刚需

“我真的特别感谢互联网的便捷，可以说是电商拯救了我的这段感情。”这是北京男孩赵涛对电商“一言以蔽之”的判断。

“虽然同在北京，但我俩一个住在门头沟，一个住在通州，有时候感觉像异地恋。”27岁的赵涛告诉记者，他和女朋友相恋一年多了，正准备结婚，但因为家住得实在太远，工作又很忙，见面很不方便，有时候一两周才能见上一面。为此，女朋友经常埋怨他。

赵涛的工作是在某互联网公司做程序员，经常加班，开车回到家里的时候经常已经是十一二点了。“有的时候只有开车回家的这段时间才能和她安安静静地聊上一会儿。”

说起那件“挽救了感情”的事，不善言辞的赵涛变得有点儿激动，眼睛不大的他眼神里突然有了光芒。原来，11月的一个晚上，女友的心情很不好，又因为最近连续出差加班得了感冒，在“例行”的下班后的电话中，女友委屈地哭了起来。“女友家在外地，一个人在北京打拼也确实是挺不容易的。”赵涛说，当时他坐在自己的卧室里，一天的疲惫加上女友的埋怨，让他对这段感情也有了些许心灰意冷的感觉。“我当时差点儿脱口而出：咱们还是分手吧。但就在这时，我突然想起来好像可以在网上买药，而且即便是半夜，也有人送。”

于是赵涛一边在微信里安慰女友，一边偷偷在“叮当快药”上帮女友买了“感冒套装”，留了女友的电话和地址。“虽然知道女友是和几个女孩一起住，但快递员快到的时候，我还是给女友打了个电话，告诉她一会儿有人敲门不要害怕，是我给她叫的感冒药。”赵涛是个挺实在的男孩，他没有把给女

友的惊喜留到最后，但即便如此，女友对他的埋怨还是在深夜收到感冒药的那一瞬间烟消云散了。“她后来对我说，收到药，就像你真的来看我了一样。”赵涛说到这里十分得意，“我真的没想到能这么快，从下单到送药上门，前后也就30分钟。”

坐在家里就能通过实际行动打动女友，赵涛实实在在地体验了一把什么是消费升级。如苏宁控股集团副总裁孙为民所说：“服务消费的占比上升，是消费升级的特征之一。”像深夜送药等服务，过去并不是没有，只是没有像现在这样，通过与互联网的对接，变得如此方便快捷。

现在的赵涛因为“送药事件”尝到了甜头，经常在不能陪女友的时候通过外卖平台给她买点儿零食或者奶茶，送到女友的家里。深夜的敲门声成了女友加班回家后最甜蜜的“小确幸”。

持家主妇热衷二手电商

陈里最近见到朋友总有点儿愁眉苦脸，不过这个31岁的男人遇到的是幸福的烦恼——他的媳妇南燕怀上了二胎。

事情的起因是南燕在电商平台上不断购置奶粉和尿不湿。“这是不是也有点儿太早了，而且买得也太多了吧？”陈里向记者抱怨道，“‘双11’‘黑五’‘双12’，她一个都不想落下。”

“其实我都是因为打折、便宜才下单的，他就是一点儿计划性都没有，明年‘双11’的时候老二就出生了，尿不湿和奶粉这些东西早晚用得着啊！”南燕没好气儿地对记者说道。

其实南燕是个挺会过日子的人，最近她一直在研究闲鱼、转转等二手电商平台，一方面琢磨着如何把老大用过的玩具、童车卖出去，另一方面打算给老二再买点儿二手童装。“我不觉得买二手衣服有什么不好，老北京不还有让孩子穿‘百家衣’的传统吗？”

“二宝妈的安全感比第一次当妈妈的女性要强一些，一方面是她们在孕育第一个孩子的过程中学会了很多知识和技能，另外一方面她们在这个过程中所受的教育让她们对即将到来的宝宝可能遇

到的问题心中有数。”一位来自母婴平台的从业者告诉记者，二手电商在二宝妈群体中的受欢迎程度正在上升，比如童床这类二手商品的成交率就很高，因为二手儿童家具的安全程度会更高。

来自凯度咨询的资料显示，二宝妈们的消费特点主要表现在四个方面：第一，爱囤货。对于自己所认同的品牌或产品，一次会买多件。同时，她们对于促销的敏感度非常高，多促销买，不促不买；第二，大多数二宝妈会延用大宝时期选购过的好产品，而不会再特别花心思去搜索新品，除非是其他妈妈推荐；第三，在选购品类的时候，二宝妈更务实，除了注重食品的安全性之外，对于玩具、服装等产品，她们更愿意选择优质的本土品牌；第四，66%的二宝妈希望建立婴幼儿商品的二手转卖平台，二手平台的出现，缓解了妈妈们购买高端耐用品时的顾虑。

陈里没事儿的时候就看车，即刻到来的老二给他的工作带来了新的动力，他想买一辆新的SUV。他和朋友们计划着等孩子生下来以后得开一辆足够大的车出行才会比较方便。“当然，二手的也行。”陈里说。

居家叫外卖频率增加

李晓越的一家人用一辆SUV怎么也装不下，他家除了他和老婆，还有一个女儿，他的父母、保姆，还有李晓越的奶奶也和他们生活在一起。

即便有一名住家的保姆给这四世同堂的一大家子做饭，李晓越每个月花出去的叫外卖的钱估计也在1000元左右。“保姆每天买菜做饭、收拾屋子、扫地洗衣服特别辛苦，全家人都把她当亲人看，所以一到周末，我们通常都会至少叫一次外卖。”李晓越对记者说。

李晓越的父母都已经退休了，孙女白天上幼儿园，儿子和儿媳妇上班，老奶奶已经90多岁了，但是胃口特别好，牙口却不好。“我妈每天在美团、饿了么上看各种各样的适合老年人吃的美食，一周估计能点三四次。”李晓越说。

李晓越的爸爸最近换了新手机，OPPO的，听说是因为自拍比较好。周末，爸爸缠着李晓越帮

他在手机上多装几个电商App。“我真是快没耐心了，他每次都记不住自己的密码，我现在想了个办法，把他在北京、淘宝上的密码都记在一个小本上，这样他忘了密码的时候自己翻翻就能找到了，省得老在我上班的时候给我打电话。”

李晓越的爸爸今年64岁，但是在电商平台上买的最多的东西却是优衣库、H&M这类快消品牌的服装和鞋。李晓越的爸爸把自己打扮得像个潮男。“我觉得挺好的，只要我妈不生气，我就没意见。”李晓越开玩笑地说。

李晓越觉得自己家是整个小区里快递最多的一家，好几个快递员和他们成了经常见面的好朋友了。“虽然都这么熟了，但是这些快递员都很忙，有时候难免会出些差错。”李晓越告诉记者，就在不久前，一件和快递员之间发生的小故事还感动了全家人。

有一天晚上，李晓越叫了一份洋快餐的外卖，但是快递员因为匆忙把外卖送错了，把给同小区的另一家人的外卖送到了李晓越家。李晓越也没仔细看，打开包装就吃了起来。过了一会儿，快递员打来电话，李晓越这才发现送给自己的外卖本应是送给别人的。“那个快递员是重庆人，姓什么我忘记了，但是他后来很快又把我们本来的那份订单也送来了，我们一想他这么做，自己一定是要受罚的，于是我妈就让我把第一份快递的钱补给人家。结果人家说什么都不要，说是因为他的粗心才影响了我们，最后他钱也不拿就消失在了小区的夜色里了。”

李晓越告诉记者，他妈妈也知道事情的起因是快递员犯了错，但她之所以要给快递员补钱，是因为妈妈觉得快递员一个人在外打麻将，不像他们一家能天天见到家人。“我妈说，大冷天的，我们希望尽量多给他们一些温暖，哪怕是一点点。”李晓越补充说。

亚马逊中国和数字100联合发布的一项调查显示，在全国受访者中，北京消费者计划在“黑色星期五”期间“为亲戚消费”的占比为全国最高。“快过年了，给老婆、孩子、奶奶、父母买的礼物我都提前准备好了。”李晓越最后对记者说。

(据《北京商报》)