

问一个城市白领女性，她的第一件奢侈品是什么，答案多半是：包包。

对于天生就爱血拼的女人，任何东西都有可能成为目标，但有一样东西绝对可以算得上是许多女人的“终极目标”，那就是一个从品牌到款式，从材质到设计都配得上“梦寐以求”四个字的包包。记者对身边一些 25~35 岁的女性做了个小调查，除去休假、旅游、减肥等非物质选项，给自己买个包被超过半数的女人选为最佳年终犒赏品。

女人爱包就像是一个不需要证明的公理，在她们的世界中，包包是一种硬通货。从百度数据研究中心的一份今年上半年奢侈品消费调查来看，包包的关注人群中，女性占比 64%，明显高于皮夹、珠宝、腕表等其他类别的奢侈品。

女人为什么那么爱包？这包含了两个小问题——女人为什么那么爱背包？女人为什么那么爱买包？



从原始分工到安全感 背包因为它和女人分不开

有学者认为，女人爱包和爱逛商场一样，都可以用进化心理学来解释，因为女人的原始分工是采集。简单地说，逛街购物就好比是采集，而包包则是那个曾经用来盛放采集物的箩筐或篮子。而男人的原始分工是狩猎，所以擅长追逐猎物的男人喜欢运动，也因此空间定位能力更好。

心理专家在微博上解答过一位网友提出的“女人为何爱包”这个问题：“女人需要保持身体线条的轻盈飘逸感，身上口袋里不宜装东西。同时女人随时又需要很多东西，所以女人基本上都爱包。潜意识的含义可能是具有提高拥有感和掌控感的象征。”有人说，爱包尤其是爱大包的女人外刚内柔，希望给人独立的感觉，但她们往往缺乏独立，对一切都放心不下，一定要掌控在手中才感到安心。



不带包不出门，各种包包买不够 女人为什么那么爱包包 心理学家说，这与原始分工和安全感有关



从经典款到个性化 以包点睛性价比最高

对于女人来说，一旦被包包引入了这个圈子便很难脱身了。从不少奢侈品品牌的销售来看，“稳”是包包销售的一个关键字。

虽然从去年开始，不少奢侈品品牌的皮具销售增长放缓，但部分品牌的部分经典包款“一包难求”的情况依然存在。“年初托朋友从英国带一只 Chanel La Boy。朋友愣是走了两座城市、四五家店才买到，还是最后一只。”一位爱包女孩如是说。或许，我们可以将这种看似矛盾的现象理解为——追求个性化、高品质、经典款包包的女人越来越多了。于是，



类似 LV 等奢侈品牌把目光投向 VIP 客户的高级定制手袋上。因为颜色、皮革的不同，定制包具有超出 4000 种的可能性组合，最终完成的手袋内会印刻上顾客的名字而不是编号。

有人分析，无论背包、拎包还是手包，使用时包包都处于全身中心点，很容易抓眼球；衣服可能要每天更换，但包包可以每天都用，通常好搭配；使用保养得当的包包比鞋子磨损率低……如此高的性价比，精明的女人们早门儿清了。



是启蒙老师也是终极梦想 买包本身就是一种乐趣



“找到一个适合自己的包，我就好像是找到了一种缘分。”喜欢旅游的 Jane 同样爱时尚，每去一个地方，她都会给自己买回一个或几个包包。她说：“去大城市，就买大牌包，比如我去年去巴黎的时候就买了一只小号的 Lady Dior。去小城市或是一些旅游城市，我就会买一些当地品牌的或是有当地特色的包。价格高低没关系，但一定要自己喜欢。”对于 Jane 来说，包包成了“旅游纪念品”，由此带来的乐趣就不用说了。

“我是从包开始认识各种奢侈品大牌的。”34 岁的谭小姐 7 年前拥有第一只大牌包，托朋友从国外带回来的一只 GUCCI 帆布包，花了她近一个月的薪水。“那段时间上哪儿都背着它。”

这开启了她“豪迈”血拼的脚步。“那以后就经常关注这些大牌。最常干的事就是逛官网，然后到日本乐天官网上去找，那里有折扣。看不懂日文，我就凭借照片、货号以及标示价格数字来认货。”7 年来，谭小姐每年都给自己买一个心仪的包。她说，每个包都是她的“终极梦想”，又都不是她的“终极目标”，因为一个目标一旦达成，新的目标便冒出来了，她的乐趣就在这不断的追求中。除了每年一只的“终极包包”，谭小姐还收了不少价格不贵但款式新潮又百搭的包包，现在，这支包包大军将近有 25 个成员了，还不包括已经被她淘汰的那些。



(马焱)