

家庭场景

多元化高标准服务走俏

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，还是七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岁的赵涛告诉北京商报记者，他和女朋友相恋一年多了，正准备结婚，但因为家住得太远，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，开车回到家的时候经常已经是晚上十一二点了。“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天。”赵涛穿着格子衬衫，外面套着一件冲锋衣，这样的装束在西北旺或者望京的通勤高峰时段比比皆是，赵涛自嘲说，他只是千万个“码农”中普通得不能再普通的一员而已。

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合租，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，是我给她送的感冒药。”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”。据了解，叮当快药最近启动了“百城千店”战略计划，计划在三年时间里覆盖300个城市，开2000家店。

坐在家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”。

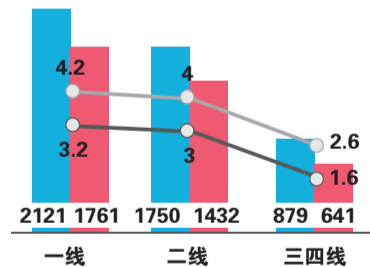
“不过这招用多了也不太灵了。”赵涛最后笑着说：“还是得多抽点儿时间陪陪她，快递什么也不如把自己快递过去。”



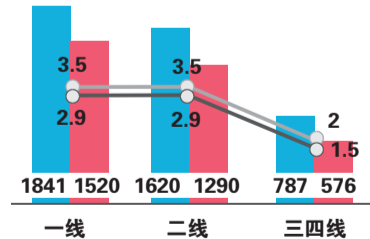
女性线上消费超过线下

■ 线上总金额(元/月)
■ 线下总金额(元/月)
— 线上频率(次/月)
— 线下频率(次/月)

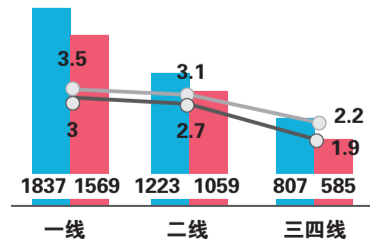
服装配饰



个护化妆



母婴儿童用品



数据来源：中国家庭精明消费研究报告