

生活起居完全依赖互联网上门服务

18天“足不出户”是种什么体验



上门服务的理发师只需要窄窄一处空间即可。



小唐预约上门化妆师,为自己打造妆容。



厨师上门,现做美食。

在这个手机网络迅速发展、上门服务急剧爆发的年代,互联网经济成了“懒人经济”。按几下手机,做饭、按摩、美容、洗车、洗衣这些事儿就都有人帮我们办了。

近日,20来岁的“北漂”女孩唐云路突发奇想,想试试生活起居完全依赖互联网上门服务,看自己能“足不出户”多久。

体验

18天95位陌生人来过家里

“18天不出门,在整整432个小时里,不论是常规的吃喝还是突然地生病、停电,我都没有踏出家门一步,与外界的所有联系都用手机App来完成的,社交和每天的工作协调网络和电话来处理。”唐云路(下称小唐)告诉记者。

最初,小唐是想借助这种方式“检测当前热门的上门服务究竟有多方便”。“18天不出家门,不是为了比谁更‘宅’,而是探究新兴的互联网上门服务在多大程度上影响了生活。”小唐告诉记者,为了让实验尽量客观,她为自己设了很多规矩,第一条便是“在实验期间除非遇到不可抗力,否则完全不出门,工作、生活、健身都在家完成”。第二条是“所有服务都通过手机App预约,而不是打电话联系;每天至少测试4

种上门服务”。最后一条是,登门拜访的朋友不能帮小唐带任何东西。

实验期间小唐一共尝试过103种手机应用,关注了61个微信公众号,最终使用了69种不同类型的互联网上门服务,消费4980元,接过来自125个服务方的电话,各种注册、通知短信加起来共243条。

这些上门服务从一日三餐到生鲜配送、保洁、洗车、管道疏通、灯具安装、上门洗衣等,女生常用的上门美甲、理发、化妆也不在话下,可谓事无巨细。有一天,小唐通过宠物上门软件“请”一只白色雪纳瑞来做客。至少95位陌生人来过她家,除了送“货”上门,他们还有过或长或短的交谈,有些还成了微信好友。

互联网公司都想扮演“妈妈”

实验头几天,小唐用几款流行的外卖App订购三餐。“只要挑对了餐厅,点对了菜,外卖还是能满足生活质量要求的。”

第3天,家里有长辈来探望。为了一顿饭像样的午餐,小唐选择了稍有档次的饭店。“食物热腾腾地送来了,除了装在一次性餐盒里,口感跟在店里享用的几乎没有不同。”

还有一次,几个朋友前来聚餐,小唐选了一套上门火锅。“吃火锅比较有气氛。送餐员会带来电磁炉、插线板、锅具甚至垃圾袋。不但管送,也管收拾,家里甚至比吃饭前还要干净。”

“吃”自然是生活中的绝对主题,吃够了盒饭,小唐有时也想念妈妈的手艺。好在,现在已有公司聘请退休在家的妈妈们掌勺。“都是家常菜,挺幸福的。”软件平台上有“做饭妈妈”们的自我介绍,闲来无事时小唐会翻着看看。“很多人认真写下了工作经历、擅长的菜式,还有自己的广场舞事业,有时会

产生错觉,她们就是邻家看着你长大的阿姨。”

通过手机App,小唐订购了覆盖生活方方面面的服务。在实验的第5天,她想订购一束鲜花。“我总觉得,一个房间里摆着鲜花才算有生活气息。”不过,小唐没有找专业的鲜花配送。“一个一个下载App实在太累,我最后找了‘在线助理’,”她说,“这类软件就像保姆,只要你说出需求就行。”

以此类推,家政、物业等服务通过手机软件都不难解决。第11天,爱好健身的小唐终于憋不住,预约了一位上门瑜伽教练。“在客厅里,Linda带着我完成了一小时的训练,课程结束后还帮我做了拉伸和肌肉放松,这显然是视频私教做不到的。”

“不同地域可能有差异,但就北京来讲,上门服务已经能解决无数问题。”小唐认为,互联网服务成长的速度甚至超过了产品本身,起初她只觉得这些互联网公司都“很想当你妈妈”,后来发现他们还想做得更多。

感受

“离完美约会只差一个男友”

显然,小唐享受到的互联网上门服务,得益于相关初创公司的迅速发展,但其中也有隐形的地域影响。“我住在国贸地区,是北京最繁华的CBD。对其他城市或者住在北京五环外的人来说,(我的经历)就不太有借鉴意义。”

透过手机网络,小唐获得了方便,但麻烦事儿也是接连不断。“因为要安装太多的App,手机已经数不清崩溃了多少次。为了成功注册一个应用平台,有时要反反复复验证手机号和密码,还会遇到难以适配的情况……麻烦太多,我都懒得去想了。”

“尽管手机操作省去了你下楼动腿的麻烦,但有时付出的耐心跟时间比预想的要多得多。”为了注册一个在线助理类软件,小唐从上午忙到下午,从手机

端换到PC端,从PC端又换回手机端,还给客服打了两个电话,才由后台代为注册成功。小唐认为,如果不是以实验为目的,谁有这份耐心?

“很多人问我上门服务的安全问题,尤其是女生,有陌生人上门服务,一定要注意安全。”小唐指出,这种考虑其实是双向的,上门的瑜伽教练就告诉她,自己目前只接待女性顾客,连针对男性展开的办公室瑜伽课程也考虑停办。至于教练着装,也必须是统一的制服,短裤和裙子都不允许。

实验最后一天,小唐用手机预订了厨师上门,通过生鲜订购平台买到了有品质的蔬果和零食,体验了最新潮的送衣上门服务,还预约上门化妆师为自己打造了美美的妆容。她在日记里写道:“离完美约会只差一个男友。”

“这种生活,一个月就是极限了”

宅在家做实验的这些日子,小唐被问到最多的问题是:“你一个人在家无聊吗?”实践结果让她自己都有些惊讶——“我的屋子从来没像这18天一样,来过这么多客人。”何况,作为一家新兴互联网媒体的员工,每天繁重的工作让小唐无暇去感受无聊。

最近,小唐在一次微信讲座中分享了18天不出门的经历。有朋友问她:“你愿意在一个月甚至更长时间里体验这种不出门的生活吗?”小唐对此似乎早有思考,立刻答道:“我是一个有正常社交需求的人,这种密集测试,对我来说一个月就是极限了。确实,在家坐等别人送上门真的很方便,不用担心买完菜一身鱼腥味,但它们无法替代你刚摘下的香椿叶上的露水、摊贩现抓活鱼现料理的新鲜,还有挤在同一个摊子上从拎着环保

袋的阿姨那里学到的独家采购心得。”

“如果你对生活质量有一定要求,面对选择并不很丰富的一小时上门代购,要么放弃自己常用的品牌,要么就得在电商上订购,然后等待一天或者更久。而停电、生病的情况也要考虑进去,比如在无法上网缴电费的老式小区,半夜电费用完,你只能断网、断电,在阳台上吹着晚风思考人生,等银行开门后找人帮你缴费。”

互联网服务虽已细到针眼,但毕竟不能代替实体店。在小唐看来,去实体店消费,除了解决购物需求,我们同时也在消费店家精心营造的空间和氛围。“往大了说,是一种特定的仪式感和现场感,往小了说,什么都在家里做了,多憋屈啊!”

(青参)

