

# 美式家具引领“平价奢华”风潮

每个家，就像一本故事书，不同的人物有着不同的生活形态；每一个在快节奏生活中的人，或许都在演绎着自己独特的故事。近日，美国家居品牌Ashley爱室丽家居将一本本“故事书”呈现于地铁站和商场，这些巨大的“家书”吸引了众多消费者驻足停留，聆听、分享万家故事，品读书与生活、家与爱的亲密无间。

青年报 沈旖旎



## ■ 资讯

### iRobot推新一代扫地机器人

青年报 王霞

近日，家用机器人公司iRobot宣布在中国市场推出全新具备Wi-Fi智能互联功能的Roomba 9系、8系及6系扫地机器人产品。

iRobot公司董事长兼首席执行官科林·安格尔表示：“iRobot在机器人领域拥有超过25年的研发经验，全球家用机器人的销量超过1800万台。我们致力于让人们脱身繁琐的家

务，给生活更多的时间与精彩。Roomba扫地机器人让iRobot成为中国新兴智慧家庭领域的战略玩家，这是iRobot公司迈出的关键一步。”

据了解，全系Roomba扫地机器人均搭载多重模式自动智能切换技术，每秒可以做出超过60次决策，以适应不断变化的家居环境。Roomba 9系列高端产品可让用户通过iRobot HOME应用程序按照自身的需求定制机器人的清扫方式。

### 雅培支持上海定向户外挑战赛

青年报 王娟

5月20日，由医疗保健公司雅培首席赞助的“2017中国坐标·上海城市定向户外挑战赛”正式开启。据了解，2017年是雅培连续第二年携手城市定向户外挑战赛，旨在鼓励更多人们走出去，发现城市之美，享受积极健康的生活，活出精彩。雅培持续支持这项活动是基于之前公司发起的全球“百万人调查”的结果，这一由近二百万人参与的调查表明，“健康”及“家庭”是中国人认可的“活出精彩人生”的最重要因素。

据悉，今年的城市定向户外

挑战赛吸引了二万余名8岁至60岁的参赛者，组成了3700多支队伍，通过行走和公共交通的方式，完成覆盖上海37条线路的各项挑战任务。

雅培中国管理委员会主席邱肇祥对此表示：“能够再次参与这个意义非凡的赛事，我们倍感荣幸。城市定向户外挑战赛对于广大市民来说，是一项大有裨益的活动，能帮助人们构建良好的生活方式。雅培一直致力于帮助人们获得健康，从而拥有更美好的生活。这是雅培长久以来的坚持，而赞助此项赛事正是我们践行承诺的绝佳体现。”

### 麦当劳中国逾千家餐厅完成“未来2.0”升级

青年报 王娟

近日，麦当劳中国宣布，全国逾1000家餐厅完成“未来2.0”升级，整合数字化、个性化和人性化的软硬件，全面提升顾客的用餐体验。据悉，“未来2.0”涵盖了自助点餐、移动支付，以及全新推出的送餐到桌和“星厨系列”汉堡等七大元素。“未来2.0”现阶段覆盖的城市包括：北京、上海、广州、深圳、武汉、成都、福州、泉州、杭州、东莞、厦门、南京、汕头；预计2017年底，全国近1600家餐厅将完成相关升级。

据了解，在全新升级的未来2.0餐厅自助点餐时，顾客可以对产品进行个性化的调整，如饮料去冰、汉堡去酱等。点餐页面更可以缩小至屏幕下方，让小朋友也可以加入点餐行列。全新推出的送餐到桌服务主要针对家庭用户，它打破了消费者心中原有的对“快餐厅”的印象。点餐后，顾客可选择由麦当劳品牌大使送餐。而在出品方面，麦当劳中国将去年广受好评的“星厨系列”汉堡，从限时产品转为“未来2.0”餐厅的长期菜单。

“未来2.0”也离不开数字化软件作为支撑，今年4月，麦当

劳APP在上海、杭州、苏州等城市上线，预计下半年在全国各地陆续推广。与此同时，麦当劳还发布了微信小程序——i麦当劳，顾客可以通过该小程序加入会员，在柜台手机支付时获得积分并进行产品兑换。此外，麦当劳也将在小程序中加入更多功能，为顾客提供轻巧易用的新玩法。

在推进“未来2.0”的变革中，为了更贴心地服务顾客，麦当劳中国今年特地在全国餐厅增设品牌大使的岗位，5月20日，麦当劳中国启动了2017年全国招聘周。从5月20日到26日间指定时段，求职者前往全国2400家任意一家麦当劳餐厅，即可体验全景式招聘，最快24小时极速入职。麦当劳在全国正积极推进“未来2.0”餐厅升级，预计2017年全年将招聘七万名员工，助力提升餐厅体验。

在上海，现已有超过150家“未来2.0”餐厅，麦当劳上海市场总经理罗伟表示：“麦当劳‘未来2.0’以顾客为中心，结合科技与人员驱动全新用餐体验。我们与去年提出‘未来2.0’战略后，发现中国顾客的接受度很高，他们热情地尝试新的服务和体验，并给予了大量的正面反馈。”

### “美式审美”渐占主流

“家不只是一间房子，有夫妻间说不完的情话；餐桌不只用来吃饭，有家人联络感情的味道；床除了休息，还是孩子睡前的童话王国。”——Ashley爱室丽家居以一本本不同的“故事书”讲述着发生在千家万户的温情生活。

来到月星环球港四楼，可以看到这些好似折叠立体书一般的家居场景；掀开一本关于家的“故事书”，近在眼前的是布置温馨的餐厅，点缀着鲜花和绿植，餐桌餐椅淡棕的自然木色透着温暖清新的氤氲；摆放在书柜上的书本和相册，带着淡淡的书香和怀旧，勾起人们对纸书时代的记忆；配备功能家具的客厅里，具有春夏气息的布艺沙发，使整体空间灵动起来，仿佛正在邀请人们成为自由、轻松的美式生活的故事主人公。消费者不仅能用相机记录置身“家的故事书”的美好瞬间，还可以现场感受Ashley爱室丽家居的真实使用体验。

Ashley爱室丽负责人认为，每个人对于家都有着不同的定义，置于家中的家具也带着属于不同家庭成员的温度。“作为知名美式家居品牌，我们始终创造、收集着关于家的不同篇章，用充满

爱意的家具，和万千家庭一起编撰专属他们的‘家的故事’。”

伴随消费者对居家生活质量的重视，家居产品的选择标准也从过去的单一价格到如今的品质及设计风格。其中，“北美风”成为市场上家居品类中的新宠，大有超越“北欧风”之势。

创立了现代轻奢美式品牌可至·家博邸的Steve表示，美式家居设计中的功能性、舒适性，及高品质的生活方式被越来越多的消费者所推崇。构建优雅温情的家居环境，提供满足人的生理及心理需求的人性化空间和“沉稳”、“随意”、“自在”的生活方式，是一项充满梦想与未来的伟大事业。

### 争走“年轻化”亲民路线

在传统印象中，欧美家具看起来高端奢华，价格不菲。不论是美克美家旗下的Ethan Allen和A. R. T.，或是Fine精制家具，整套动辄数十万的价格让不少人却步。对于喜欢美式风格的消费者来说，要找到一个像宜家那样的美式装修“样板间”，确实颇费一番心思。

现在，随着一些主打“平民化”美式家具的到来，消费者可以更轻松的感受高性价比的美式实用生活方式。在Ashley爱室丽家居静安店里，正在装修新房的

章小姐，拖着男友精挑细选，“我们先来看看，然后再和设计师一起布置。这里的布艺沙发价位在5000元左右，还可以接受。”

据了解，Ashley爱室丽家居产品种类较为多样化，考虑了不同消费层次的喜好和接受度。1945年创立的Ashley是传统美式品牌，在世界各地拥有600家门店。在上海已开设2家门店，除了静安店另一家普陀店开设于中环近铁广场内。

此外，更多“小而美”的美式家具也已悄然来到沪上。小众的Chapin House诠释了美国人眼中的“中西混搭”，有不少家具反映了老外心目中的中式情调。目前，Chapin House只在上海浦东金桥和新天地开设有店面。其中浦东金桥店看起来更像是一个“工厂店”，所有的家具和装饰品都堆放在一起，逛起来非常有“淘货”的感觉。

田园风的代表则非Harbor House莫属，品牌主打的是“平价的奢华”，自然风格的搭配是其一大特色。作为美式家居全品类品牌，以小清新、小质朴、小惬意、小自由风成了“美式田园”的代名词。Harbor House已在上海拥有4家直营门店，同时在天猫商城和京东商城开通了Harbor House官方旗舰店。

## 来威入局中国高端涂料市场

青年报 姜卓

5月19日，阿克苏诺贝尔旗下欧洲高端涂料品牌来威漆在沪举行品牌发布。阿克苏诺贝尔中国区总裁林良琦宣布来威进驻中国高端涂料市场，以高标准的产品体系引领高端涂料的可持续发展，为中国消费者提供多元的涂料选择方案的同时，助力阿克苏诺贝尔集团在华高速发展。

随着中国经济发展进入新常态，目前中国家装消费市场正迎来新一轮消费升级的浪潮，为满足消费者多样化需求，来威顺势入局中国高端涂料市场。阿克苏诺贝尔中国区总裁林良琦表示，

作为阿克苏诺贝尔集团旗下高端战略品牌，来威漆将进一步增强集团在华装饰漆领域的实力和竞争力。未来，来威漆将和多乐士品牌一起，打造跨人群类别的细分涂料体系，为人们日常生活提供不可或缺的产品，从而助力创造更宜居更多元的生活。

据阿克苏诺贝尔中国及北亚区装饰漆业务部市场总监霍筱泰表示，来威传承的不仅是一份属于欧洲工匠的专注与坚持，更是工匠心和责任心产品的品牌精神。我们希望来威可以为消费者传递一种极致细节的高品质精致生活，展现屋主的好品位，同时我们希望来威以此树立

行业全新标准，真正引领国内高端精品涂料的可持续发展。

著名室内设计师连自成表示，除了关注建材的品质外，日常接触的高阶消费客户同样关心整体家装背后的文化内涵。所以更倾向于通过文化+产品的组合，协力诠释消费者的好品味。在这个追求高品质感的时代，不同涂料品牌都对色彩有着各式各样的解读，而来威所代表的色彩在诠释欧式家装风格时，常常展示出让人意想不到的适配度和其他品牌难以企及的质感，这种具有历史沉淀的色彩将帮助设计师一起展现现代家居艺术品位生活。