

## “来到宁波就像回到了家乡”

宜家中国地区零售业务副总裁任伟国曾公开表示，“我们考察后发现宁波有760万‘阿拉宁波人’和‘新宁波人’，购买力非常强。”作为“长三角”经济圈的一个经济体，宁波也是品牌覆盖比较多的一个市场，这里有85家肯德基、14家星巴克、5家优衣库、2家PRADA、9家宝马汽车4S店……

此前顾尔文并不知道这些，他对宁波的了解仅限于“上海南面的一个城市”。

妻子孩子都在上海，顾尔文忍不住在交谈中拿上海和宁波做比较：“上海就像纽约，忙碌、兴奋、炫目。宁波不像上海一般忙碌，在这里，我可以放慢我的生活节奏，悠闲地享受生活，我在瑞士的小镇长大，这对我来说就像是回到了家乡。宁波的朋友也很友好，经常会帮助我，而且过马路的时候，公交车和出租车都会停下来让我先过，这一切都让感觉很棒。”

他对宁波的第一印象是自然，他喜欢宁波的水，夜晚喜欢到三江口散步。

顾尔文表示宁波政府在宜家进入宁波时给予了很多帮助，周围的同事也很友好：“你会发现这里的工作氛围更生活化、更轻松，有更多笑容。我感到与人更加接近。”在与同事相处的过程中，他发现同事之间没有上下级之间的隔阂感，每个人都很容易亲近，例如同事会找他练口语，也会向他解释公交站名，当然，这跟宜家的企业文化有一定关系。而来逛店的顾客，很有可能就是某个员工的邻居或者朋友，“在这里更容易发生这样的社区关系。”



女儿9岁和儿子11岁，目前在上海上学。

## “用宜家产品找到家的感觉”



我们的采访是在顾尔文的公寓里进行的，在这里我们发现了很多宜家元素，例如客厅的靠垫，沙发毯等等。对此，他表示希望公寓多一点家的感觉，“妻子和孩子都不在宁波，这多少都让我觉得有些孤单，所以我希望住所能有家的温馨，而宜家的有些产品能给我带来家的味道，并带有欧洲的风格，能让我想到家乡。”

我们还在他的公寓中发现了很多青花瓷器，以及许多带有中国特色的装饰物，例如毛笔、毛主席闹钟等等。从中我们了解到，他很喜欢这类中国元素的事物，“这些青花瓷都是我自己亲自挑选的，我很喜欢这些带有明显中国元素的装饰物，也很喜欢中国的竹制品。”说着，他拿出钟爱的竹扇向我们展示，这些小物件都是他和家人一起在搜罗到的“宝贝”，他表示如果离开宁波，还是会将这些中国元素带回欧洲。

顾尔文表示自己最喜欢家中客厅，因为夜晚他能从这里看到宁波繁华的夜景，其次就是工作台，这个角落还贴着孩子的画作和家人的照片。

## “相比购物，宁波人更注重吃”

在销售过程中，顾尔文发现相比于购物，宁波人更注重吃，“通常他们先到宜家餐厅享受餐点，且都会精心挑选各种来自瑞典的美食。”他透露，宁波人基本都是一家三代一起购物，他们的购物需求包含了三代人的不同需求，“因此我们在产品设计上也充分考虑了这一需求特点。”

问到在中国开发的得意之作是什么，他说是“筷子”。在开发过程中，他认真学习了《筷子的起源》，了解各种材质对筷子使用的影响，并考虑到了食品安全问题，最后他找到了最合适筷子——棕色的竹筷，“白色的竹子易生虫。”他说。

他介绍，目前销量较好的都是一些床上用品、经典沙发以及宜家基因产品，如2.9的杯子，一些烹饪用具、收纳用品，以及一些可能对于中国市场来说有点奇怪的产品，比如切苹果器，在这里也卖得不错。



## “宁波是人生很重要的一站”

顾尔文在采访中，经常提到“家的氛围”，无论是他面对的顾客，还是心心念念牵挂的家庭，即使是吃饭，他也最怀念妈妈烤的“星期天面包”。

这种家庭的羁绊，贯穿他工作和生活的一切，他对中国的理解，也是这么“国际化”：“中国人虽然烘焙不多，但也是一家人在一起，分享一些传统食物。”这种氛围，也贯穿宜家的研发和销售理念，他介绍，宜家的产品都是成系列的开发，销售时也是在展区内搭配式销售，“其实装饰你的家不麻烦，只需改变一点思考方式”。

他表示，宁波的生活经历对于他而言非常重要，“最让我难忘的还是宁波人的热情友好以及与员工之间的感情。我希望宁波的朋友能够喜欢宜家的产品，宜家也会努力生产更好的产品。”

# 宜家店长 顾尔文的宁波生活

2012年1月1日，顾尔文(Erwin Glauser)由上海调至宁波，并由贸易采购正式升职成为宜家家居IKEA宁波商场的商场经理。如今，这位胖胖的瑞士老先生将要结束他的宁波之旅，在我们采访他的时候，他有点小兴奋：虽然他在宁波找到许多朋友，但远离家庭仍然让他“感到孤单”。



见习记者 蒲超琳 文  
记者 许文杰 摄