

大变局下郑州家具行业系列报道

山雨欲来的家具商场



□策划:刘渊
□采写:晚报记者 祁京 陈静
实习生 王会勇
□摄影:晚报记者 赵楠

欢迎提供新闻线索:
13203827816 祁京
0371-67655016 冯刘克

郑州家具行业新变局的起点显然不在郑汴路上,虽然这里有郑州家具行业最早的10家商场,这里有目前为止最大的成交量,这里有最密集的家具商场。但在很多人看来,这只是上一次变局的起点。而今,这里就像两次涨潮间的海滩一样,在凌乱和忙碌之中诉说即将转眼而消失的繁华。

我们把目光放在了建设路口的中原商贸城,在这座建筑物的上面,曾经有一家叫做“嘉百年”的家具商场。2003年,当湛劲南离开欧凯龙自立门户的时候,他或许不曾想到,这个商场不到2年的时间就会无疾而终。而致使其失败的,则是从2003年开始至今的郑州家具行业的大变革。

因此,我们要以嘉百年的失败,作为这场大变局的起点。

话题:居然之家退出郑州?

“居然之家?好像退了吧?”佳和家居董事长李进从椅子上突然站了起来,反问道,“最近业内都在传,说他们暂时退出了,你帮我问问看有这事没有?”李进显然对这家来自北京的家具企业很感兴趣。

“居然的事情受到这样的关注,以前是没有的。”美家实业有限公司策划总监崔楠说,“在今年之前,本地的商场从来没有主动关注过外

来企业,但现在人家到门口了,想不关注也难。”崔楠认为,自从以红星美凯龙、居然之家、金海马等为代表的外地家具商场进入郑州的那天起,“郑州家具行业原有的格局就要被打破了。”

被业内关注的居然之家项目是其郑州店,位于建业置地广场商业裙楼上,预计在今年年底开业。然而,五一过后,就不再有居然因为租金问题而有意搁置该

项目的传闻。“这些消息是不确实的。”居然之家家具部副经理伍曼告诉本报记者,“我们目前的项目仍在进行中,没有什么变化。”但是,她拒绝透露具体的开业时间。

虽然居然之家对这一消息表示了否定,不过,依然有不少商户向记者证实了这一消息的确定性,根据经销商提供的资料,家具生产厂家已经向郑州本地的

经销商发出通知,要求本地经销商年内不再考虑进入居然之家郑州店,“这其中的意思就是,居然之家的郑州店至少到目前为止还没有准信。”一位代理某东北家具品牌的经销商干脆这样告诉记者。

居然之家不是第一个被传闻包围的外来家具销售企业,预计在今年9月开业的红星美凯龙国际家居广场至今仍然不肯揭开神

秘的面纱,让人们对其经营方式和未来前景也产生了种种猜想。再加上实力雄厚的老牌家居连锁机构金海马集团,传说中即将到来郑州的百安居和日月星,“可以看到的是,郑州家具商场未来几年的竞争会越来越激烈,外来品牌对郑州原有的家具市场格局的冲击力将加强。”欧凯龙家具连锁企业总经理吴大伟这样描述未来的郑州家具市场。

现状:“欧美模式”各自探索

吴大伟认为,相比欧凯龙,红星美凯龙等外来企业并没有多大的优势,“红星虽然是直接和厂家谈合作,但大量的资源和主动权却握在本地经销商手里,红星在很多城市都面临着这样的问题。”吴大伟称,经过多年的发展,欧凯龙不仅已经牢牢地占据了郑州家具市场的优势地位,也完全具有了对抗任何竞争者的实力。

而崔楠则更看重美家的专业优势,“我们很多品

牌都是独有的,在专业上做得更精深一些,产品的结构更合理一些。”崔楠说,“和欧凯龙相比,他们采取了横线式的发展方式,我们则采取了纵向的发展模式,各有特点。”

省家具协会一名不愿意透露姓名的专家认为,目前的郑州家具商场主要有两种模式,即欧凯龙的连锁发展模式 and 以美家为代表的专业发展模式,“通俗点讲,也就是做大和做

专这两种不同的发展思路。”这位业内人士指出,对于经济实力相对一般的河南企业来说,在发展初期不可能同时选择做大和做强,只能先兼顾一头,“欧凯龙采用的是和地产结合的发展思路,先布点,有了规模优势以后再去做精细化。”而美家则是在一开始就选择做精细化,期待在一个店取得良好的产品结构和销售业绩之后,再考虑扩张自己的规模。

“目前看来,似乎欧凯龙更具备优势,但两种方式也各有劣势。”该业内人士指出,对于欧凯龙来说,大规模的扩张所带来的品牌重合度的提高,产品结构偏向单一是急需解决的问题,而美家的单店经营,在越来越激烈的市场竞争当中,对于高端品牌的控制力将不断被削弱。“不过,可以肯定的是,这两个企业一个做面一个做点,在目前的情况下都具有很强的区域优势。”

吴大伟说,“所以这可能也是居然之家会放弃的一个原因,他们比较一下,租金和推广难度都太大了。”

“竞争不可避免,但佳和家具经过9年的精耕细作,已经成为目前市区最大的单体零售家具商场,并且在西市民心中树立了很高的美誉度。”佳和家具商场副总经理徐辉信心十足地告诉记者,目前商场正在寻求扩张之路,以其做大做强品牌。

未来:原有格局面临新变局

“60、40、30……”经销商老刘嘴里喃喃自语着这样一组数字,老刘说,这组数字的单位都是元平方米,是他从朋友那里打听来的红星美凯龙的租金,“也不知道是不是真的,但比现在100~150元平方米的价格要划算得多。”虽然不准备进红星,但老刘却开始盘算着,等红星开业之后,他现在上货的商场的租金会下降多少?

“这肯定会带动整个行业租金的下调。”李进毫不讳言这一问题,“实际上,我们认为这也可能是市场因素对家具商场起作用的第一个表现。”李进介绍说,由于家具行业存在这独特的“场内看货,场外消费”的情况,所以目前国内的家具商场一般采用的是租赁的模式,租金和进场费是商场的主要收入,“这样的话,在整个行业租金下调的前提下,对商

场经营和管理的要求就更高了。”而吴大伟干脆认为,这样可以促使有实力的企业更好地发展,实力较差的企业尽早出局。

“上世纪90年代中期,郑州仅有几万平方米的家具体卖场,档次低、规模小,但从2004年5月这一状况发生转变,家具市场迅速扩张,投资热潮急剧升温。”省家具协会副理事长胡叔樵说,“所以,在接下来的竞争中,

必然要被打破的就是现在这样的格局。”

“要以百货业来比较的话,郑汴路相当于银基,欧凯龙相当于丹尼斯,美家和佳和相当于正弘和正道,红星他们最多算是大商的本地店。”一位经销商这样类比道,“家具市场有很强的本地性,不是说强龙一定能压住地头蛇的,以后的事情还得看发展。”他预计,未来郑州的家具商场格局,将在本

地经销商、厂家、本地商场、外来商场的四方博弈中逐渐变化。

“经历十几年的发展,郑州家具行业目前已经进入激情扩张的阶段,国内家具强势连锁企业将在未来的一两年内逐步抢滩郑州市场,市场竞争将越来越激烈。家电连锁卖场的那种战火熊熊的竞争局面,已经离家具市场不远了!”吴大伟总结道。