

8万m²成就中部红木家具第一馆

需求井喷,中国红木馆二期新增3万m²,40余席铺位30天抢订一空



中国红木馆,这个中部地区规模最大、品牌最集中的红木家具专业卖场,似乎从一开始就是伴随争议和质疑而生的。

在家具市场遍地开花严重过剩的当下,花费数亿建一个红木专业卖场有多大的必要性?这个以“速食”和“娱乐化”为主要消费习惯的城市,是否足够匹配红木家具对传统文化的沉淀和联想?在远离核心商圈的河西含浦,商业氛围是否已经浓厚到足够支撑起一个8万平方米的大体量专业红木卖场?

半年过去,人们发现,对于湖南高端消费能力以及红木家具需求的预测还是过于保守了。

■三湘华声全媒体
记者 张丹



扩容后的中国红木馆,以8万平方米的体量傲视中南。

“去年下半年以来,红木家具的行情明显上涨,不单是价格一路走高,来卖场看红木家具的人也越来越多。”付小林是福森红木的董事长,作为一个老红木人,他亲眼见证了湖南红木家具市场的整个发展历程,他表示,在不温不火多年之后,长沙红木家具消费终于迎来明显升温。

“集中消费地的出现,催热市场的效应十分明显。红木家具消费有它的特殊性,价格高,文化附加值高,挑环境,也挑买家。如果一个卖场能够货比三家,不是红木家具同别的家具比,是红木同红木比,比材质,比工艺,氛围和意境自然就出来了。就像买奢侈品,如果是散落在各个大街小巷,你一定不敢买,但是在美百货、阿波罗,就放心多了。”

付小林所说的“集中消费地”,

指的就是中国红木馆。他的这一席话,也回应了当初中国红木馆立项招商之时,行业对于这个5万平方米红木家具专业卖场的质疑和诘问。

规模和专业并举 8万平方米傲视中南

2013年5月,中国红木馆一期开始招商,一个半月后,招商工作圆满收尾,比原定计划提前3个月。10月18日,中国红木馆开业,创下3万人到场、单店单日销售额超600万的奇迹。此后中国红木馆通过举办高频次的主题活动,如订货会、博览会、书法展、国学讲堂等,以文化为媒,接地气聚人气,已成为湖南消费者购买红木家具的首选消费地,也吸引了全国各地的红

木商家前来考察和经营。

今年年初,容纳了100多个红木品牌的中国红木馆决定启动卖场二期招商,以满足多个高档红木家具生产厂商的拓店诉求。4月,二期招商正式启动,火爆场景再次上演。30天之内,3万平方米的卖场、40多个店面,被来自北京、福建、广东、浙江等地的红木家具厂商迅速抢占,招商再次提前结束。

错位互补 更多流派更高档次

加上二期新增的3万平方米,升级后的中国红木馆将以8万平方米的体量傲视中南。可以预见,在不久的将来,中国红木馆将成为整个中南地区红木流通渠道变革

的重要支撑和市场专业化的先导力量。

据晚安集团商业运营中心总经理张黎明介绍,与一期工程相呼应,二期工程将以经营黄花梨、紫檀、大红酸枝等高端精品红木家具为主,在产品定位上与一期形成良好的互补;在产品风格上,无论是颇具文人气质的苏作、开风气之先的广作还是御用豪奢的京作,都能一站式体验,全面革新红木消费体验模式。在后期运营上,中国红木馆将继续以行业交流为纽带,培育壮大产业集群,并根据特色产业延伸产业链条,集展示、销售、拍卖、鉴定、收藏认证等多功能于一体,形成互补共生的红木生态圈,使红木产业形成更高的附加值和溢出效应。

文化为媒 红木综合体赫然成形

与传统专业卖场功能单一、业态单一不同,中国红木馆是通过资源整合建立的一站式综合型多功能的平台基地,也是以红木为主题的文化产业之间的互助体系。在这个体系里,红木家具不是作为独立个体而存在,它与其他业态的紧密相连,和周边产业、衍生产业实现互动,从而实现价值最大化。

“城市在政治和经济领域表现越出色,对文化的诉求就越多。中国红木馆会进行多元文化实验,不仅有红木家具,还有红木工艺品、木雕以及字画、奇石这些关联业态,共同构建起一个红木综合体的生命图景”。张黎明表示。

8万平米超大规模 专业红木家具第一城

中国红木馆二期 盛大绽放

晚安 GOODNIGHT 中国红木馆
品鉴红木文化 传承盛世经典

二期主要经营品类:
黄花梨、紫檀、大红酸枝、红酸枝、
金丝楠木、乌木等名贵硬木家具及木雕木刻制品。

运营商:湖南省晚安·红木商业管理有限公司 红木订制:0731-85531301
地址:长沙市猴子石大桥西(含浦)车塘河路晚安中国红木馆 客 服 : 400-0698-186