

问建材:政策相继出台,健康居住环境如何营造?

无硝烟的“绿色改革战”已经打响

【改革】政府“顶层设计”指导“市场”

尽管各种利好政策先后出台,2014年长沙楼市交出的“成绩单”,仍不甚让人满意。而受到上游房地产市场的影响,长沙建材行业也进入了“慢进”时期。

市场如同战场,虽然没有硝烟,却博弈得更加激烈。这个特殊的时期,不管长沙建材行业的各大商家情不情愿、是否已经准备好,一场“绿色改革战”在全城打响。

长沙并不是唯一的战地。纵观全国整个建材行业,这面“绿色”的革命旗帜,已经插在了每一个角落。怎样才能抢抓时机,在战争中制胜?如何拥有新势力,稳固据守市场“阵地”?这是考验每一位建材运营商破局发展的难题。

■记者 李琪

战争爆发得并不是毫无征兆。近几年来,市场传递出来的“讯息”非常明晰,传统的高污染、高耗能建材已经逐渐被冷遇,贴上“环保”标签的产品才更受消费者欢迎。尤其是随着消费者对身体健康的逐渐重视,消费观念也悄然改变,从追求价格趋向于追求绿色环保的品质。

而政府对市场的主导,也越来越偏重“绿色环保”,来自国家部委的“顶层设计”,早在2013年便已经开始;国家工信部和住建部也将《绿色建材发展行动计划》和《绿色建材评价标识管理

办法》等新规的制定提上日程。

湖南与此同步。目前“两型湖南”的建设如火如荼,发展“绿色建筑”已经列入政府规划,根据最新出台的《湖南省推进新型城镇化实施纲要(2014-2020年)》,到2020年,全省30%以上新建的建筑要达到绿色建筑标准。

2014年年初,长沙市政府下发并实施《长沙市绿色建筑行动实施方案》,规划“十二五”末,全市绿色建筑开工面积占全市新开工建筑面积的比例达到30%以上,并且对正常使用寿命内的建筑,不得随意拆除。

【迎战】“绿色改革战”造就“时势英雄”

在“改革战”爆发之前,长沙市的建材行业并不“和平”。从新开设百姓建材市场,到三湘建材大市场、马王堆建材市场、红星建材市场,长沙“传统”的建材市场一直在遭遇“优胜劣汰”。以百姓建材市场为例,尽管它曾是长沙最早且最大的建材市场,如今已渐渐淘汰。

而后来的万家丽建材广场、高桥建材市场、安居乐园建材市场、郁金香建材市场先后发展“崛起”,在城东和城西分别成功“占山”,倒也让长沙建材市场的

布局更加合理。

近年来,喜盈门建材家具广场、湾田国际建材城也迅速“圈地”,以“建材商圈”的方式端走长沙市建材市场的一块“蛋糕”。

还有很多建材运营商家在战争中嗅到“商机”。喜盈门建材家具广场的“四大服务承诺”中,就有“环保保障”这一项。该商家坚持《环保管控制度》,对入场品牌实行专业绿色环保认证、定期抽查、检测制度三重管控,以确保健康品质。



【突围】

建材商试水电商谋新局

若问这场“市场战争”为何这样激烈?答案便是建材行业依旧有巨大的“需求空间”。有数据显示,2014年1-6月,建材产业实现主营业务收入2.2万亿元,同比增长13.2%。

这些数据预示着,在战略性调整下,绿色建筑产业将迅速发展。而在“战争”中的建材商家们,则向这个方面迅猛突围。

“除了线下的运营,线上的营销也是未来发展的大势所趋。”喜盈门国际商业连锁企业副总裁陆天介绍,喜盈门是最早向电商领域进行开拓的建材家具卖场之一,将来也会大力发展这项服务。“我们早在2006年就创建137home省钱家居专业网,建立了全新的电子商务模式,并且开发了全国首家线上线

下同步实景商城,让顾客体验到足不出户就能逛遍喜盈门的便利。”陆天透露。

喜盈门并不是唯一,O2O模式流行的当下,已经有多家建材商试着新模式打开新局面。据了解,计划于2015年营业的湖南居美家建材家居广场,正在建设电商体验馆,将线上的客户引流到线下卖场体验购物。

建材广场究竟还有怎样的突围“锦囊”?未来的发展能否如过去十年一般发展?答案暂时未知。但长沙的城市化进程仍在前进,每年落户这里的居民也在不断增加,这无疑有着巨大的住房刚需市场。若建材运营商紧跟消费者的需求,应该就永远不会被“出局”,不管是过去还是未来,前景一直美好。

2014年度收官之作

大自然地板
总裁签售

12.27-28

40%

全场最低直降40%

一场让你占尽便宜的签售盛惠



Nature Floor
President Of Signing

www.nature-cn.cn

签售地址 长沙大自然地板专卖店

尊享热线 0731-84689250