

三大本土家居卖场激战长沙

均于今年10月到11月开业,火拼高端家居市场

长沙家居市场的一场战争正愈演愈烈。

这场战役的主角备受业界关注:处在长沙核心商圈——五一广场打造最高专业水准的家居建材购物商场的金领家居,长沙的老牌劲旅井湾子家居即将推出的湖南红星井湾子家具广场升值顶级版本——井湾子国际家具博览中心,以及对长沙高端家饰市场窥视已久的宝马家居饰品广场。

■记者 熊键桓

决战高端

当前,三大本土卖场在长沙家居市场的激战,无一不高举“高端”旗帜。

“金领家居将创造湖南家居建材市场历史上多个第一:第一家完全名品主题商场,第一家进驻五一核心商圈商场,第一家家居硬装与软装配套商场。”湖南金领家居有限公司董事长周海军面对外来者的强势竞争并不以为然。经过两年详细市场调研和分析,周海军决定在星城CBD核心区域打造一个完全以高端定位的顶级家居商场。

“因为长沙家居建材市场郊区化还比较盛行,目前诸多高端品牌都分散在市场各个角落,且与许多较低档次的产品混在一起,很难体现高端优势。”周海军介绍。

而另一只本土老牌劲旅红星井湾子家具广场也在这场“决战高峰”的战役中不甘示弱,在城市主干道韶山南路、长株潭城市群核心位置建起了一座建筑面积约为8万㎡的井湾子

国际家具博览中心。据湖南红星井湾子家具广场总经理彭旭介绍,该项目已经开始招商,情况非常好,目前如:年年红、友联、标志、康乃东、四海、香港红杏等数十家高端家具品牌都已确定进入;同时,该项目的顺利落成也将推动该区域形成井湾子国际家具博览中心、井湾子平价家具批发中心、井湾子国际办公家具展示中心三大市场相辅相成、高中低定位互补的专业市场集群。

往北,距井湾子国际家具博览中心不到5分钟车程,由原宝马家具城转向打造的宝马家居饰品广场也在商场外面摆出大幅的招商广告,卖场共分为两层,其总建筑面积达到了2万㎡。宝马家居饰品广场招商部总监彭程介绍:“我们一年前便开始了市场调查,目前长沙的家居饰品品牌就像散兵游勇,散落在各个卖场或商场里,品牌不会超过20个,消费者无法集中的去选购家饰产品,专业的家居饰品卖场存在空白,于是我们将战地转移到软装,深入挖掘这块荒地的高端价值。”

各出绝招

目前三大本土卖场正处于紧张的招商阶段,预计开业时间将集中在10月到11月之间,再加上此前红星美凯龙、欧亚达等外来家居卖场集体发力高端家居市场——长沙高端家居市场有这么大的容量吗?

周海军指出,金领家居所在地——五一商圈是一个国内外顶级高端商业品牌的集合区域。并且金领家居购物商场里,将汇集数十种顶级家居品牌,每个都是在国内、国际非常知名的大品牌,值得消费者来体验一番。同时,随着消费者购物模式的转变,“逛商场”正成为一种流行。多业态的融合,体验式门店的建立,将满足人们“逛商场”的需求。

“我们项目处在长株潭城市群的核心地带,家居建材总体市场消费不少于100亿元。但该区域长期以来是以农贸为主,很少有高端专业的大型家具卖场,所以潜在的市场能量相当大。”彭旭表示,井湾子国际家具博览中心将定位高端客户,其内基本上都是国内外一线品牌,甚至有些品牌在长沙属独家经营。

作为打造长沙高端家饰市场的专业卖场,宝马家居饰品广场也有了明确的消费群体。彭程表示,目前长沙的高端消费群体多集中在上世纪70年代中后期至80年代的年轻白领,他们不再仅仅满足于普通装修,“轻装修重装饰”,利用各具特色的家居饰品搭配体现个性化的室内效果已经成为一种流行趋势。



位于五一商圈的金领家居目前正在招商

记者 童迪 摄

□三大家居卖场抢先看

金领家居市中心做高端家居卖场

金领家居的总面积达到3万㎡,目前招商正处于大品牌签约阶段,等到10月开业以后,很多国内外一线高端名品都将以“高档次、高标准、高规格”亮相。“广州、上海等沿海城市高端家居建材卖场已纷纷落户城市中心。”周海军说。

井湾子国际家具博览中心争夺细分市场

相对于金领家居建材、家具等的产品定位,井湾子国际家具博览中心则走了一条专业化道路,全中心约8万㎡,共五层全部经营的是高端家具品牌。据悉,

该项目预计在2009年9月完工,10月初全面交付使用。

“细分的结果更有助于形成亮点、制造差异,有助于聚集人气、吸引顾客。”彭旭说道。

宝马家居饰品广场抢进市场空白

宝马家居饰品广场瞄准的是高端软装市场,规划成2万㎡大规模的专业饰品广场。招商部总监彭程介绍,该项目涵盖:床上用品、窗帘布艺、花卉饰品等全业态饰品。

“目前长沙市场上饰品品牌较少,相对集中的饰品专业卖场尚属于空白状态。”彭程表示。该卖场将在10月中下旬开业,预计招商170多家饰品商户。

还得看长沙人的口味

金领家居、井湾子国际家具博览中心、宝马家居饰品广场,三大本土卖场齐齐上阵,长沙高端家居市场是否承受得住?一些业内人士认为,其实长沙人对高端消费品非常热衷,比如GUCCI的包包、DBE的钻石、标志着高尚生活的宝马等诸如此类奢侈品消费市场空间巨大,但到了家居消费却很难出手,这关键在于消费意识比较弱,这也是高端家居建材品牌在长沙不“高”的原因所在。

“其实,很多高端品牌认为长沙高端市场不是没有,只是市场缺乏正确的引导,进驻靠市中心位置、专业化的家居建材卖场是很多品牌商家的意思。”金领家居董事长周海军谈到。同时有业内人士指出,如何引导还要看高端品牌商家后期的经营策略,这个阶段估计可能需要花费三五年的时间,而这段时间无疑是高端市场成形的艰难时刻,若稍有不慎就可能被拖垮。

对于高端市场的真正检验,还要等到三大卖场开业之后,而且能够站在商家与消费者的角度去思考经营策略,才能真正成为高端市场的真正强者。 ■熊键桓