



放眼十堰本土建材家居市场,大多可谓传统市场。而作为省内二级城市首家家居建材一站式室内购物商场的金地家居建材中心,则敏锐地捕捉到了本土行业的空白点,以“一站式购物,全方位服务”的经营理念打破了十堰家居建材业界一贯的思维方式,从而占领了市场制高点。

但是,居然之家来了,包括普通消费者、业界人士在内的所有人心中都开始打上一个大大的问号:如此一线品牌会对十堰业界产生什么样的影响?十堰家居建材市场真的风暴来袭?……

■记者 吕伟

# 十堰家居建材市场风暴来袭?

作为行业巨头,居然之家布点十堰绝对有备而来,那么目前的十堰家居建材行业又是处于什么样的状态呢?有着什么样的优势又有着什么样的劣势?居然之家的进驻又会给本土市场带来怎样的精神洗礼?

## 本土建材市场品牌云集

十堰建材市场的发源地是火车站商贸经济圈。虹桥建材商城和辰泓建材陶瓷批发大市场一东一西环伺左右,构筑起了本土建材市场的两大输出阵地,澳门街建材批发市场则在三堰与之遥相呼应。

据了解,虹桥建材商城始建于2000年,从而打响了建设火车站经济圈大型专业市场的第一炮。目前,虹桥建材商城一、二期工程商业面积共计7万余平方米,并通过招商入驻全国各地商户300余家,形成了卫生洁具、陶瓷地板、木板、线材、油漆、五金、窗帘布艺、门窗等精品品牌经营区。

辰泓建材陶瓷批发大市场一期工程及5500平方米的陶瓷区于2000年7月8日开业,2002年7月建成面积达3万多平方米的板材区和仓储区,从而使商业面积近4万平方米。该市场以经营中、低档产品作为突破口,随着消费水平的提高逐步

再向高档产品延伸,引进入驻商家400多户。

有业内人士介绍,虹桥建材商城、辰泓建材陶瓷批发大市场以及澳门街建材批发市场是十堰业界传统经营模式的典型代表,而随着社会经济的快速发展以及部分高端消费群体的崛起,传统意义上的销售模式已经不能满足市场的缺口,于是金地家居建材中心应运而生。

金地家居建材中心是湖北省二级城市首家家居建材一站式室内购物商场,总建筑面积50000平方米,是目前鄂西北地区最大的专业家居建材卖场。据了解,该中心一楼主营精品建材,拥有200余个国内外中高档品牌;二、三、四楼主营中高档家具,拥有100余个知名品牌,年销售额9000余万元。采访中记者了解到,正是由于开发商对于十堰家居建材行业空白点的敏锐洞察,从而参照一线城市的先进经营模式而打造出了具有国际领先业态和管理标杆的一流卖场。

事实上,当第一代沿街门店式经营方式和第二代专业市场专卖店的经营方式已经日渐势微,当室内一站式、体验式家居建材大卖场已经是家居建材经营的主流方式,以百安居、好美家为代表的超大规模家居建材购物中心正在加紧向二、三级城

市渗透,金地家居建材中心的横空出世是本土市场发展的必然。调查显示,一直以来二级城市的家居建材市场大都处于初级发展阶段,建材市场均为传统经营模式,没有统一的零售、售后等服务体系。虽然市场上亦集中了部分知名品牌,但各自为战的境况并没有能够形成统一的市场品牌形象,这种现状在一线城市先进经营模式的冲击下亟需变革。

那么,十堰家居建材行业的整体发展水平如何?

在2009年2月举行的“2009湖北省首届二级城市家居建材装饰行业高峰论坛”上,来自省内外的业界专家在考察后认为,十堰的家居建材市场整体较为规范,建材高端品牌已基本上全部覆盖,但家居方面的一线品牌引进的不是很多,这反映出十堰的家居行业有很大的发展投资空间。

## 居然之家的“鲶鱼效应”

对于十堰家居建材业界而言,居然之家不啻为一条搅动市场的鲶鱼,而且能量十足。需要注意的是,这条鲶鱼的目标并不仅仅是十堰市和鄂西北,而是要对鄂豫陕渝整个区域市场形成强大的辐射效应。

那么,面对强势登陆十堰且

意在鄂豫陕渝区域市场的居然之家,本土家居建材业界是否会迎来硝烟弥漫的血战?又是否会引发新一轮的行业洗牌?

采访中,多位不愿透露姓名的本土业内人士表示,由于各自定位不同目标消费群体亦不同,所以在短时间内说血战或洗牌与否并不好论断。

即便如此,亦不乏普通消费者乃至业内人士对居然之家十堰店的前景心存疑虑:十堰城区常住人口不足100万,已有3家传统建材市场和1家综合性建材卖场,还有市场空间可以拓展吗?而且作为一家外来企业会不会存在“水土不服”的问题?……

居然之家则认为,十堰家居建材市场并没有成熟和饱和,相反通过细分市场可以挖掘出中高端这一潜力巨大的消费群体,这也可以弥补十堰业界中高端消费市场的不足和空白。据介绍,居然之家拥有应对一切挑战的王牌和实力,同样也具备融入本土的能力和智慧。

那么,这条鲶鱼搅动市场的王牌是什么?居然之家的第一张王牌是,可以让消费者享受到名副其实的“一站式”服务——从设计到装修,从购买材料到家具配套,从家用电器到家居用品、家饰用品,所有消费环节都可以在居然之家实现。这也意味着,十堰家居行业将从真正意义上

走上“一站式购齐”的快车道。而且,居然之家还拥有率先提出的“先行赔付”、“绿色环保”的服务承诺,更是历经市场洗礼而百炼成钢。

居然之家的第二张王牌是,卖场内几乎随处可见高端进口品牌和国内知名品牌,一流卖场的氛围绝非虚名。居然之家十堰店负责人介绍,很多进口品牌和国内知名品牌在其他卖场根本见不到,因为它只跟着居然之家走。也正因为如此,居然之家每到一地,都成为当地中高端消费群体的首选之所。

居然之家是如何实现融入当地达到营销制胜的目的?居然之家十堰店总经理董正龙介绍,在此前的20多个遍布全国主要省会城市和直辖市的门店中,居然之家普遍采取融入本土的策略。“虽然公司有现成的管理团队,也有良好的培训机制,完全可以派出团队进入各个门店进行管理,但我们始终没有抛弃本地人管理的原则,最重要的原因就是,要让企业更快地适应和融入到当地市场中。”

“十堰建材家居市场缺乏的不是品质和吸引力,也不完全是服务意识,而是系统的营销方式,卖场对于营销的漠视,缺乏符合发展潮流的营销策略导致了十堰建材家具市场的混乱。”董正龙说。