

□经销商跑路
□卖场变脸
□生产企业倒闭

家居业的“秋天”异常冷

文/片 本报记者 仲爱梅

“这里不是做家居建材生意么,怎么变成医院了?”国庆期间,济南市民李先生在经过北园大街大明家居时惊讶地发现,部分店面已经改头换面,挂上了“济南舜德老年护理院”的招牌。

“(变脸)有一段时间了,护理院开张到现在怎么也有两三个月了。”在大明家居卖场内从事建材生意的老金告诉记者,市场不景气,不少经销商撤场跑路,原本作为建材卖场的部分店面,只好改行。

卖场变脸、经销商跑路、生产企业关门倒闭……家居建材行业的这个“寒冬”不是一般的冷。

经销商跑路 家居卖场“变脸”



大明家居部分建材卖场改造成了老年护理院。

24日,济南大明家居,整整一个上午,进来的顾客都可以数得过来。

“很正常。除了国庆那几天人能多一点儿,基本上每天的情况都差不多,我们都已经习惯了。”三楼一木门的经销商称。

建材生意不好做,经销商纷纷退场,商场也只能另谋生路,原本位于卖场一、二层的黄金位置只有一部分还在坚持营业,其余的则一部分改成老年护理院,一部分改成办公家具展区。24日,记者在大明家居采访时就注意到,偌大的展厅内,最惹人注目的,就是迎面而来,占据了整整一面墙的红色围挡,上书“开业倒计时”几个大字。

“装修都好几个月了,也没看见有人入驻,谁知道啥时候开业?”经销商很是疑惑。“招商基本完成了,一楼这个月28日就能开业,二楼最晚下个月初也可对外营业。”大明家居办公家具招商部的负责人称。

按照他的说法,该项目的招商工作进展十分顺利,只有二楼还有两个店面未出租,“现在大部分店面都已经装修完,正在上货。”但记者却注意到,距离所谓的开业不到一周,但偌大的卖场装修工人都没有几个。

“为啥要改造?说到底还是因为市场不景气,建材生意不好做。”在大明家居卖场内从事多年建材生意的老金告诉记者,因为很多

经销商撤场、跑路,原本作为建材卖场的很多店面,最近干脆改成了一家老年护理院,“据说生意还不错。”

而在位于二环东路、曾一度被寄予厚望的东方家园二店门前记者注意到,这里甚至已经挂上了全新的招商广告牌,此时距离其开业还不到两年时间。

“家居建材卖场的变脸、倒闭应该还只是个开始,以后可能会有更多。”有业内人士预言。

来自家居行业的一项最新统计数据显示,从去年8月份至今,北京各类家居建材卖场中已有12家正式关门,其中最近半年关门的达8家,另有5家商场正在准备搬迁或撤场。

找不到活干 建材企业“生死劫”



市场不景气,很多建材企业倍感压力。

刘金华是济南易安木门的老板,作为一名从事建材行业多年的“老人”,他今年最大的感受就是:工人比过去好找了。“我还记得去年的这个时候,想找个熟练的油漆工人比登天还难,今年就容易多了。”他说。

招工变容易的背后,是一个残酷的现实:今年以来,由于市场不景气,没生意做,许多中小型建材厂家纷纷支撑不下去关门倒闭,待业工人数量增多。

让刘金华感到意外的,还有工人们的态度:以前拖欠工资,不少人就撂挑子不干;而现在,两三个月没按时发工资,工人们都在忍。

“大伙儿心里其实都明白:眼下这个世道,还有活干就已经很不错了,拖欠工资总比没活干一分钱都拿不到强。”刘金华告诉记者,这一年多来,他已经看多了经销商、建材厂家因为揽不到生意跑路、倒闭。

“市场不景气,客户的选择余地就大,对质量、价格要求也高,利润空间压缩得厉害。”事实上,不仅仅中小建材厂家难以为继,就连一些大的建材企业,也因库存高企而面临巨大的资金和经营压力。

10月初,国内产销量最大的板式家具生产企业、香港上市公司皇朝家私被香港部分媒体曝光,称“其增

城工业园部分生产线关闭,仓库存货堆积如山,广州地区卖场冷清萧条”,消息一出,皇朝家私股价大跌27%,最终被迫于盘中紧急停牌。

尽管皇朝家私随后迅速作出澄清声明,然而,这个一度曾请来关之琳、刘嘉玲等大牌明星做代言的家具企业眼下的日子不好过已经是不争的事实:半年报显示,今年上半年,皇朝家私的营业额锐减30%,净利润暴跌89%。“鉴于不利的市场环境,公司将缩减天津基地设施的初期产量,直至中国市场状况有所改善。”皇朝家私在半年报中这样写道。

产能过剩 卖场扩张 经销商集体焦虑



大型家居卖场近年来急剧扩张。(资料片)

皇朝家私的困境,只是当下中国家居建材行业的一个缩影。按照业内人士透露的数据,中国私业目前产能过剩40%,开工率只有60%。

“虽然没有直接的统计,很多企业的销售像皇朝家私一样不容乐观,订单数下滑,存货大量积压。”省城家居行业协会的一位人士坦言,目前整个家居建材行业已进入“过冬”状态,至于原因,除了宏观调控造成的房地产不景气、经济增长放缓使得消费者购买力下降外,也与整个行业过度扩张导致生产严重过剩有关。

“确实太多了!你想想,从2009年底到现在,济南一

下子多出多少大型家居卖场?经营面积动辄在十几万平方米以上,哪有那么多的顾客啊!”说到济南的家居建材行业,国内某大型沙发制造企业的负责人黄先生一连用了多次“过剩”这个词。

从五年前开始,跟随着国内各大家居卖场不断扩张的脚步,黄先生的沙发专卖店数量也呈现几何式增长:最开始主要集中在大城市,北、上、广居多,后来逐渐深入到济南等省会城市;从数量上看,五年前,黄先生的企业在全国大概有200家店,而今,门店数量已经扩大到700余家。

然而,黄先生的日子并

没有因为门店数量的增加而变得多么好过,恰恰相反,从去年年底,随着国内整个经济大环境的降温,他开始觉得自己肩上的担子越来越重,经营压力也越来越大。

来自中国家居协会的统计数据显示,按行业标准一万平方米年销售1亿元来计算,去年家居建材行业实现年销售额约2000亿元,也就是说,有2000万的卖场面积就能够满足市场需求,而目前国内家居卖场的总面积已经超过了4000万,如果未来行业的走势不发生变化,就有50%的卖场面积属于过剩。

家居建材业“底”在哪里?

卖场变脸、经销商跑路、生产企业关门倒闭……既然家居建材行业的“寒冬”已经来了,春天在哪里?

“其实我们对整个行业的未来还是颇具信心的,现在应该只是一个洗牌期,只要能坚持着活下来,未来肯定能好转。”刘金华说。

坚持到底就是胜利,然

而,家居建材行业的“底”到底在哪里?按照业内人士的预测,国内家居建材行业的春天恐怕还要再等等:因为即便国家对宏观经济进行刺激,提振效果传导也存在12-18个月的滞后期。

不过,未来也并非完全不容乐观:毕竟“寒冬”带来的不仅是残酷的业界洗牌

和淘汰,还有产业升级以及整个行业的健康发展。

“压缩成本、调整产品种类、及时进行货品的更新……我们会用所有的手段留下来,期待春天的脚步早一天到来!”采访中,多位业内人士表示。

但是,要坚持着活下来,靠的不光是信心,更要有实力。

“现在消费者要求的折扣很高,80后、90后的消费者口味跟传统消费需求又不一样,他们更注重产品的设计感、时尚感,这就要求我们及时地将产品多样化、拉伸市场需求,打造出独特的产品来。”刘金华告诉记者,为了应对当前的危机,他们尽可能地提供定制服

务,以满足客户的需求。

如果说中小企业应对危机的法宝是特色,那么,一些大品牌则选择了放大规模。记者在采访中就发现,虽然处于行业萧条期,但是各大品牌一方面在企业内部加强成本控制,另一方面在加速推出产品,营销方面也投入得更多。

(上接B01版)

夹缝中的生存之道

刘容认为,民营加油站发展的最大障碍就是资源和政策瓶颈。“如果在同一个平台上,民营加油站肯定不输给中石化和中石油的加油站。”

不过,有专家指出,如果对民营资本放开,那么根据加入WTO的承诺,国外资本也有权享受国民待遇,届时其凭借雄厚的经济实力和先进的管理经验骤然涌入,一旦两大集团招架不住,那么形势将极为严峻。专家建议,民营企业应在现有游戏规则下,通过强强联合,做大做强。

事实上,多年在夹缝中打拼,民营加油站也练就出一些生存之道。“民营加油站的经营比中石化、中石油灵活得多,比如,民营加油站可以从两大石油公司之外买到更便宜的油。我们把高标号的油当低标号的卖,97号汽油卖93号的价格,以此保证油品质量。而且,说降价就能降价,两大公司的加油站要是降价还要向公司申请。”刘容指出。

对于山东来说,打造地方品牌,保持地炼优势则是当务之急。此前山东省经信委下发意见书,明确提出:“山东地方炼油企业要想在零售市场争得一席之地,必须建设具有较强影响力的统一的山东地方品牌。”

山东是地方炼油企业最多的省份,全国保留的合法地方炼油企业共54家,山东占了21家。文件称,山东省当前地方炼油能力已经达到每年6500万吨,这一规模已经占到了全国总炼油能力的15%以上。而由于山东地方炼油企业一直没有形成完整有效的销售网络,致使在油品销售上存在不少问题。

省经信委副主任李建生曾指出,我省加油站的特点一是总数较多,共有各类加油站1万座,占全国的十分之一还多;二是单站销量低,平均单站年加油量只有1700吨,低于全国平均水平;三是发展不平衡,不同地区、不同路段的加油站密度差别较大。因此,“十二五”期间,总的要求是“控制总量,合理布局,严格准入,提高水平”。

目前,京博、万通等地炼油企业已进入零售市场,他们依托自己的油源,已逐渐占据区域优势。知情人士透露,有关方面正就“山东石化”做摸底调研。

卓创资讯分析师冯莹莹对成品油零售市场未来的格局有一个预判:两大集团垄断地位难撼动,其他石油公司扩大加油站数量,民营资本因利润空间而存在,外资企业继续合作步伐。