

## 创富·行业报告

人撤了,店铺还在

## 家居行业现“隐形退场”潮

文/片 本报记者 仲爱梅

大门敞开,各种家居建材产品琳琅满目,乍看上去似乎仍在照常运营,却怎么也找不到工作人员。所谓的门店,其实只剩下一个“空壳”。

“这些店很多其实已经从卖场撤走了,留下东西只是为了撑个门面。因为担心撤店太多,卖场人气受损,有的商场甚至会自己派人过来看着,伪装成还在正常经营的样子。”有省城家居行业业内人士透露。

省城楼市缓慢回暖,处于房地产产业链下游的家居建材行业,却没有因此迎来春天。随着行业洗牌的加剧,一股新的“隐形退场”潮也在悄然上演。



▲因为顾客不多,家居卖场内常常是偌大一个楼层见不到几个顾客。

## &gt;&gt;隐形退场

18日,济南北园大街某家居建材卖场,市民小李打算为新家选购一批实木复合地板。

经过一番仔细对比,他总算在某品牌地板专卖店内找到了心仪的产品。然而,苦等了近十分钟,店内却始终没有工作人员出现。

“这里没人吗?工作人员去哪儿了?”无奈之下,小李只好求助于隔壁商户,却意外被告知,这家店其实已经从商场里撤出,工作人员也已经有一段时间没来上班了。

“不干了。生意不好,年后基本上就没怎么开张。”邻居告诉小李。至于为什么明明撤了东西

与直接关门走人或者用围挡封上相比,这种“隐形关店”给人的感觉要好一些:至少看上去还像是仍在正常运营,没那么冷清。

还在,该商户也表示不太清楚,“好像是商场不愿意他们把东西搬走,说是想等到新的商户进驻以后再撤。”

大门敞开着,店里摆放着各种家居建材产品,有些甚至还亮着灯,看上去与正常营业一般无二,但是仔细一看就会发现,其实里面一个工作人员都没有,不仅如此,因为很长时间无人打理,办公区显得有些凌乱,地面散落着各种宣传彩页,桌子上也布满了灰尘。20日,记者在省城家居卖场最为集中的北园大街走访时发现,几乎每个卖场内都有几个类似的店面。

“别等了,今天肯定不会有人来了,要不你们过几天再来看看?”在北园大街另外一处家居卖场,有工作人员这样告诉打算选购某品牌太阳能热水器的顾客。按照他的说法,该太阳能热水器的厂家已经打算退场了,按照惯例,过几天厂家的工作人员应该还会再过来,把这里的样品处理掉。“那会儿来买的话价格肯定会便宜不少,很划算。”

“与直接关门走人或者用围挡封上相比,这种‘隐形关店’给人的感觉要好一些:至少看上去还像是仍在正常运营,没那么冷

清。”业内人士刘先生分析说。作为省城某木门生产企业的老板,刘先生的店面遍布省城各大家居卖场,生意一直还不错。但是从去年开始,刘先生陆续关闭了几个经营状况不太好的店面。不过,尽管工作人员早已撤离,但店里很多东西并没有搬走。

“商场跟我协商,问能不能在新的商户进来之前,先别把我们的东西搬走。我答应了。反正当初装修的钱花了就是花了,已经退不回来了,摆放在那儿的都是些样品,不打算开新店的话暂时也用不着,就那么放着吧。”刘先生说。

## &gt;&gt;扩张之患

“史无前例击穿底价”、“全‘诚’聚会史上最低”、“所有样品裸价销售”……20日,记者在省城家居卖场进行采访时,尽管距离“3·15”消费者权益保护日已经过去几天,卖场内各种促销广告依然随处可见。

“虽然3·15活动已经结束了,但如果您现在下单买的话,还可以享受3·15的价格。”北园大街家居卖场,某品牌家具的工作人员这样告诉一位正在选购双人床的女顾客。记者注意到,原价8000多元的柏木双人床,打折之后不到2000块钱就可以拿下了。

“如果真是纯实木床的话,2000块钱甚至连成本都保证不了。

一方面,房地产调控致市场需求萎缩;另一方面,家居市场高度饱和,不得不面临因行业恶性膨胀引发的激烈竞争。

卖家提供了这么大的折扣力度,除了里面可能存在猫腻外,比如不是全实木,而是实木贴皮,只有一个解释:厂家的经营压力很大,经销商手中压了大量存货急需处理掉。”有业内人士分析认为,尽管自去年年末开始,省城楼市确实出现了一些回暖迹象,但家居建材市场的前景却依然不容乐观。“与楼市相比,家居市场的反应相对滞后,等待复苏需要较长一段时间;再加上‘国五条’出台,楼市调控力度更大,预计今年仍会有不少卖场因支撑不住而倒闭。”

一方面,房地产调控致市场需求萎缩;另一方面,家居市场高度饱和,不得不面临因行业恶性膨胀

引发的激烈竞争。来自中国家具协会的统计数据显示,去年家居建材行业年销售额约为2000亿元,目前国内家居卖场的总面积已超过4000万平方米,按照1万平方米年销售1亿元的行业标准来计算,其中有50%的卖场面积是过剩的。

“前几年房地产行情好的时候,济南一下子就涌现了一大批新建的家居建材商场。”刘先生告诉记者。资料显示,这股“开店潮”始于2009年底。2009年11月,欧亚达家居北园店与大明家居白鹤店同时开业,相距不足百米,经营面积都在12万平方米以上;2010年10月,银座家居中心与红星美凯龙世博家居广场相继落户北园大街,后者的

经营面积更是达到18万平方米,号称省内单体面积最大的超五星级家居卖场。同时,选择2010年开业的还有东方家园二店以及鸿信、鸿腾等。短短两年,济南家居卖场就多了60多万平方米。

“卖场太多,体量太大,面积明显过剩,即便楼市景气也未必能消化得了,更何况是现在?”山东家具协会秘书长韩庆生在接受媒体采访时表示。在他看来,家居行业的窘况短期内不会有大的转变,受国家各项政策的影响也会比较直接,家居行业还将面临一个较长的调整期,并为之前的非理性扩张埋单,行业洗牌整合也将加速。

## &gt;&gt;电商蚕食

富丽堂皇的装潢掩盖不了店内冷清的人气,几乎每个卖场都有闲置的铺面,写着“装修进行中”字样的围挡随处可见。走在里面,常常是偌大一个楼层见不到几个顾客,只有工作人员百无聊赖地坐在里面。以上就是省城家居建材卖场的常态。

楼市调控、卖场饱和,上述原因之外,电子商务平台的冲击也是导致卖场人气急剧下滑的一个重要原因:家装网购蚕食了线下本已僧多粥少的市场份额。

越来越多的年轻人开始热衷于上网淘家居建材产品,省城市民小张就是其中之一。计划于今年“十一”结婚的她,新房中几乎

家居建材是硬性需求,而物价飞涨的今天,老百姓会选择物美价廉的购物方式。蛋糕虽小了,但切割方式不同了,网购渠道分到了更大的一块。

所有的家具都来自于网购,大到一张双人床、沙发、整体衣橱、橱柜,小到一个小水龙头、顶灯、花洒,甚至浴室用的挂钩、面巾架等等,统统都是小张在网上搞定的。

“我喜欢网购,一方面因为网购价格上更有优势,另一方面,也因为网上选择的余地更多。”小张说。

“家居建材是一种硬性需求,而物价飞涨的今天老百姓会选择一种物美价廉的购物方式。可以说蛋糕虽小了,但是切割方式不同了,网购渠道分到了更大的一块。”齐家网建材部总经理俞丽萍认为,网络营销渠道凭借自身具备的独特价格优势、空间优势以

及咨询优势,使经销流程简化,让商家的产品得到更多的展示空间,也为消费者提供了更全面的导购服务和理性购物的可能。

来自中国电子商务研究中心的调查数据显示,电子商务正在成为造成家居卖场销售被分流的一个重要因素:2012年,国内家居电商销售额490亿元,占到电商销售总额的4.5%。预计5年内,该行业的零售额至少有40%会在网上完成。

事实上,触网正在成为越来越多卖场的选择:红星美凯龙打算用2亿元重组电商平台,居然之家也开始布局电商。

然而,转型电商就能够挽救不景气的家居行业吗?记者调查发

现,由于家居商品的特殊性,触网会面临许多具体问题。首先是消费体验不同;其次是退换货很麻烦并且成本高,尤其是物流成本;最后是售后问题,比如网上地板销售商无法提供安装和售后服务。

“目前对于家居卖场行业来说,包括电商在内,没有任何一种商业模式获得业内普遍认可,家居卖场商业模式仍处于探索阶段。”中国建材流通协会常务副会长兼秘书长秦占学坦言,在当前国内家居卖场普遍过剩的情况下,碰到困难时更是考验企业管理、耐力的时候。谁有准备,谁有独办法,谁就会在博弈的过程中取胜。

家居行业  
不景气  
三大成因1 房产  
调控2 市场  
饱和

行业标准

10000m<sup>2</sup>年销售1亿元

50%

卖场面积过剩

3 电商  
蚕食

40%

预计五年内,家居行业零售额至少40%被网购吃掉