

长沙灯具商城 乱花渐欲迷人眼

目前，长沙灯具市场在整体结构上略显混乱,落后于好些城市。不过，好在长沙前有三湘南湖大市场商圈内晶巢国际照明体验馆等标杆商城撑场面；后有红星灯世界和喜盈门范城等“好苗子”在茁壮成长，只是要长成参天大树，还需要时间的累积和品牌的沉淀。



■ 明导

近两年,灯饰行业最火的,大概在两个领域:LED、招商。LED,是产业的革命,是产品的升级换代;而招商,则出现三大奇观:一是多,从省会、地市、县城,呈遍地开花之势;二是大,动辄几十万以上,甚至几十万,号称全国最大就有好几个;三是高,“奢华”领航,精品成为主流,貌似国人全部迈入了富人行列,平价货要退出历史舞台了。

长沙,作为湖南省会、娱乐之都,似乎步子迈得小了一点,专业市场格局显得较为混乱,虽然有“晶巢”这样的顶级奢华店,也有“哑巴”这样的连锁店,但是总体来说,与国内其他同类城市相比,还是有相当的差距,与其娱乐之都的身份不相匹配。不过,虽然在整体结构上,长沙落后于一部分城市,但是,在招商方面,倒是不遑多让,中小型的卖场,也算是层出不穷。号称5万平方米的红星灯世界和喜盈门范城的推出,应该算是彻底终结了长沙缺乏高档卖场的历史,只不过,目前的红星和喜盈门,也只能算是棵“好苗子”,要长成参天大树,还需要时间的累积和品牌的沉淀。

三湘南湖大市场: 湘有灯于斯为盛

三湘南湖大市场是始建于1996年的老



●长沙三湘南湖灯饰城

牌市场,湖南最早的建材商圈,也是目前最大、最旺的市场,可惜的是,这个湖南的“至尊商圈”,却有着一个天然的缺陷:由于是自发形成的,一方面是南湖灯饰城、南湖灯世界、南湖精品、溪江、海威、旺德府等市场扎堆经营,拉高了人气;另一方面却是各自为政,不可能去统一规划,合理布局,从而造成了各个市场无序竞争,无法差异化定位,变成了一盘散沙。不过,在短时期内,南湖商圈还是无可替代的,无论是商户质量、客流量、零售份额、批发份额、工程份额,都可以在长沙拔得头筹。

而对于商户来说,在市场没有压倒性优势的时候,自身的资源整合能力与开拓推广思路,就显得至关重要了。以长沙晶巢国际为例,作为湖南顶级的奢华名店,晶巢旗下汇集了“宝辉、奥斯哥纳、琪朗、诺克、开元、帝丰”等一系列顶级品牌,按照常规推测,晶巢必定在市场占据了核心位置,其实不然。晶巢总店所在的海威大厦,与南湖灯饰城隔路相望,而这一条路上,偏偏聚集了很多的户外灯商家,林立的路灯,很难与高档灯联系起来,若非是有连绵不断的巨幅海报一路指引,很难发现路灯深处的晶巢。

就是这样的位置,也同样受到大环境的冲击,唯一不同的,是晶巢逆势而上,依然保持着稳定的增长。晶巢总经理吴淳,不只是湖南经销商中的翘楚,亦是中国照明灯饰行业的佼佼者,他和他的晶巢,以耀眼的成绩,深

刻诠释了“思路决定出路 格局决定结局”,为湖南商家,树立起一座标杆。

溪江灯饰: 喜来灯 + 高建稳守中档任重道远

作为长沙灯具的又一个商圈,相距不过五十米的喜来灯与高建,不管愿不愿意,事实上已经绑在一起,成为了一个战壕里的战友。市场成立时间虽然不长,但是由于喜来灯开业之后,曾经狂打了一段时间的广告,尤其是当时在长沙出租车上做的广告,让喜来灯深入人心,已经成为了长沙灯具市场营销的一个经典案例,至今无出其右者。可惜的是,后来似乎忽略了持续的品牌建设,在商户管理上,也出现了明显的松懈,幸亏还有一批优质商户,只要下定决心去抓,还是有望在短期内实现明显改变的。而高建由于面积比较小,又紧靠小马路,有喜来灯压阵,运营压力相对会较小一些。其来,在目前形势下,如果坐在店里等客上门,靠自然客流的零售与批发,不管在全国哪个市场,都已经行不通了。作为商户,不但要学会“自己找饭吃”,沉下心来做服务,还有一个更重要的功课,那就是你不管卖什么档次的商品,如果实在没有眼光没有品位,没法把店面搞出点特色,那至少要干净整洁,看起来“清清爽爽”。

对于市场来说,再大的商户,也是属于

南通最大五金机电市场——工业博览城即将建成

■ 焦搜

笔者近日获悉,江苏南通工业博览城即将建成。南通工业博览城是由香港五洲国际集团投资有限公司、南通好一家置业有限公司、上海意邦置业有限公司、三家实力开发商共同开发的。项目占地15万平方米约225亩,总建筑面积约26万平方米,其中地下建筑面积约4.4万平方米,其中商业使用约占10万平方米,办公约占5.6万平方米,展馆约6万平方米,物业用

房面积1038平方米;项目总建筑面积80万平方米,总投资50亿元人民币。

江苏南通工业博览城将传统商贸批发市场与现代物流模式紧密结合,打造国际化新型物流商贸中心,集“产品交易中心、国际展览中心、商贸洽谈中心、仓储物流中心、外贸服务中心、电子商务中心、品牌推广中心、中央商务区”八大功能于一体的新一代商贸中心,必将成为南通市乃至长三角的标志性商业集群基地。

据悉,该项目采取统一经营管理,10

弱势一方,而“等靠要”思想,更是无法根除的人性之一。所谓众人划桨开大船,商户与市场同心协力,才会有稳定的发展。喜来灯商圈,经过五六年的发展,已经形成了一定的口碑,单纯靠在大众媒体上做广告,或者是出租、公交等车体广告,只能是深化品牌影响力,很难形成新的冲击波;而苦练内功,优化市场购物环境、提升单店形象、完善售后服务体系,并找到适合自己的“噱头”,才能在长沙的灯具市场竞争战中,稳固地位,寻机攀升。

喜来灯一角: 红星灯世界 VS 喜盈门范城成长中

有位朋友曾经调侃“红星卖灯全国不中”,这句话,虽然有失偏颇,但是也指出了一个奇特的现象,虽然国内存在几个建材连锁卖场的品牌,但是灯具在里面所占比例微乎其微,销售状况更是平平。

当然,出现这个问题的根本原因,在于照明灯饰行业欠发达,上游企业以中小型居多,甚至还存在着大量的微型企业,所以大众对照明灯饰品牌没有“品牌认知度”,很难形成品牌附加值,由于企业财力有限,无法对商家提供强有力的广告宣传及物料支持,照明灯饰商家在大连不受重视,也就在情理之中了。不过,需要声明的是,此“红星”非彼红星,湖南润天投资的红星灯世界,只是也叫红星而已。作为一个新兴卖场,不管是定位还是硬件,都与“南湖商圈和喜来灯商圈”有本质不同,在被打上“零售卖场”标签之后,已经自动与传统商圈区别开来,成为未来长沙中高档灯饰零售的强劲增长点。

无独有偶,红星灯世界刚刚在南城揭竿而起,喜盈门范城就在“未来CBD”精彩亮相,其市场结构与整体布局,准确地说,就是一场造城运动,16万平方米商铺、12万平方米酒店式公寓、5万平方米甲级写字楼、15万平方米国际家居品牌旗舰店大本营,号称是整合国际著名商业巨头和国内著名品牌企业的复合型项目,灯饰作为其中的一份子,显然也只能是以“零售”为主打方向,恰好与红星灯世界“撞车”。

这两个市场,虽然看上去“品貌俱佳前途远大”,但是由于“年纪幼小”,还需要面对品牌沉淀和资源积累的过程,短时间内,还很难将南湖的高端零售连根拔起。

年委托经营,稳定收益。整体采用3+7模式,前三年7%、8%、9%固定收益直接从总价款扣除,后七年缴纳10%租金作为市场公共发展基金。针对二楼投资户,四到十年采用每年有不低于5%的保底回报,市场实际租金不足5%的,由运营公司给予投资户5%的回报,超出部分租金超过5%的,超出部分按照1:9的比例分成,投资客户90%,运营公司收取10%作为市场公共发展基金。

中国科技五金城 荣膺“省五星级市场”



■ 童英晓 项红友

据永康日报报道,日前,从浙江省工商局传来喜讯,中国科技五金城被认定为“五星级文明规范市场”,这在永康市是首家,也是金华市第二家晋升五星级的专业市场。

近年来,中国科技五金城依托永康五金产业集群优势,创新市场功能,大力推进实体市场与网上市场深度融合,市场发展迅速。目前,中国科技五金城已成为国内最大的五金专业市场。去年,实体市场成交总额470.16亿元,中国五金商城网上市场交易额167.5亿元。今年上半年,实体市场成交总额达213.07亿元,同比增长8.5%;网上市场交易额达76.5亿元,同比增长20.1%。

经过20年的培育发展,中国科技五金城已成为目前规模国内最大、全球第三的五金专业市场。为加快推进永康市服务业发展,实现制造业和服务业平衡发展,目前,永康市正在申报建设规模2000亩的中国科技五金城四期市场,着力扩大市场集聚效应,提升市场品质,实现向高端转型升级,力争年市场交易额突破1000亿元,争创高水平、高效益的省级现代服务业集聚示范区。

展销式经营 一站式采购 沈阳中港机床五金城 将崛起于东北

■ 辽沈

伴着振兴沈阳老工业基地的号角,沈阳城市空间全新发展规划当中,其重工业中心全部向西偏移,加之沈阳扩城战略紧锣密鼓的实施,于洪区,现已成为沈阳装备制造、工业产业的重要承载区,其区内永安新城将打造成为国家级装备制造产业基地和沈阳经济区现代化示范新城。

目前,永安新城共引进亿元以上重大项目30个,总投资额800多亿元。中国知名房地产综合运营商中港地产投资225亿元的中港工业产业园即坐落于其核心区内。

中港机床五金城,中港工业产业园重要组成部分,以200万平方米的超大规模进行展销式经营、一站式采购,以服务沈阳强大的装备制造产业集群为依托,倚靠中港工业产业园600万平方米恢弘之势,打造集装备制造及配套零部件生产销售、五金机电展示交易、仓储物流、电子商务、人才交流,采购服务、配套服务、技术服务等功能于一体的超大型卖场。

项目建成以后,将引入机床整机生产商、零部件加工制造商、五金机电经销商等强势品牌入驻经营,成为中国东北乃至全国最具影响力的“展销式经营,一站式采购”的装备制造配套产业服务商。伴着沈阳装备制造、工业产业的西迁,一个东北全新的五金机电交易中心横空出世。

合肥华南城举办五金机电专场推介会

■ 新朗

7月26日,合肥华南城全城推介第二季五金机电、建材家居专场在合肥皇冠假日酒店隆重举行。安徽省肥西县委常委、桃花管委主任任海鹰,安徽省河北省会长沈永华,安徽省防水防腐行业协会会长孙家英等领导出席了本次推介会,现场吸引了2000多名商户到场。

合肥华南城五金专场推介会是一场“华南城”为主题的3D互动舞蹈拉开了帷幕,随后合肥华南城副总经理潘正友发表了精彩致辞。潘总表示,合肥华南城有着雄厚的经济基础支撑,有政府的大力扶持保障,一定会稳步前进,尽早运营,为合肥乃至整个长三角地区的商贸物流产业做出应有的贡献。随后桃花管委会工委委员、经济发展公司总经理薛晓梅致辞,他充分肯定了合肥华南城项目的价值,华南城带动了园区经济的发展,促进了安徽甚至整个长三角地区的经济腾飞。桃花管委会将全力支持华南城的招商宣传工作,确保项目早日运营。

安徽省装饰建材经销商会副会长梁平在推介会上也表示,合肥华南城的到来为商会的发展提供了千载难逢的机会,同时他鼓励所有有实力的商家加入华南城大平台,获得大发展。接着,合肥华南城精心准备的沙画、旗袍、桑巴舞等精彩表演为推介会助兴。安徽卫视著名主持人阿进抵达现场,为商户献歌献艺。除节目表演外,合肥华南城仍然设置了抽奖环节,点燃了现场观众的热情。

据悉,合肥华南城商贸物流部分总建筑面积约1200万平方米,特色旅游部分总建面约800万平方米,是安徽省乃至长三角区域最大的商贸物流市场群。整体项目将分三期开发,其中一期规划建设面积约350万平方米,计划投资超过80亿元,规划包括服装皮革、五金机电、建材家居、小商品、奥特莱斯等业态,招商已正式启动。本地五金机电、家居建材推介会的成功举办,是合肥华南城推介会持续打出的营销“好牌”,标志着合肥华南城招商工作正在有计划、有魄力地稳步推进。



“七步”统一 八大优势

吉林市百业国际五金汽配城盛大招商

■ 胡焦

8月5日上午,在吉林省吉林市百业国际五金汽配城吉林大街临时接待中心举办售楼处开放仪式,吉林百业投资有限公司董事长薛敬宇先生、副总经理叶金国先生为售楼处揭牌,昭示着吉林大街临时接待中心正式开放,多家媒体到场祝贺。

同日,由吉林百业投资有限公司主办、吉林市船营区人民政府协办的百业国际五金汽配城招商新闻发布会于16:40在五洲花园酒店如期举行,吉林市市政府、船营区政府及相关职能部门领导达到会场,并发表了讲话,对吉林百业国际五金汽配城寄予了深切的厚望。

随后,吉林百业投资有限公司薛敬宇董事长发表讲话,他感谢吉林市政府以及船营区相关部门对项目的高度肯定,感谢温州商会、五金汽配行业协会的大力支持,并对项目进行了简要介绍。在答记者问环节中,薛敬宇董事长针对项目优势、经营保障、行业发展等问题进行了回答,并总结了百业国际五金汽配城项目的统一营运管理、统一商业规划、统一店面规划、统一招商管理、统一策划管理、统一物业管理、统一信息管理等“七步”统一及地理优势、区域优势、规模优势、品牌优势、成本优势、经营优势、配套优势、功能优势等八大优势。这“七步”统一、八大优势奠定了百业国际五金汽配城的市场基础,同时坚定了商户选择百业国际五金汽配城的最终决心。



●吉林百业国际五金汽配城效果图

面对同行业竞争问题,薛董展示了大企业领袖的博大胸怀,他着重强调:“‘一花独放不是春,百花齐放春满园。’只有一个公司无法形成产业群的效应,只有众多的公司聚集、组团,才能形成良好的五金汽配大商贸产业优势,进而覆盖吉林省,辐射东北亚。同行业既有竞争,又有合作,这就是竞合关系。百业国际五金汽配城愿意和竞合伙伴一道,共同努力,把吉林市市的五金汽配商贸产业做大做强”。

百业国际五金汽配城招商新闻发布会到场商户达到1000余人,现场气氛火爆,客户反响强烈。一直以来,吉林市对五金与汽配类产品有着庞大的需求量,目前吉林市五金、汽配城项目除了传统商圈星星点点的存在外,基本都集中在光华路附近,没有形成规模化

经营,随着车辆的不断增加和五金行业的发展,传统市区内已经无法满足批量的市场需求。吉林市需要对专业市场进行整合,进而升级换代,百业国际五金汽配城正是在迎合市场需求的情况下,带着成熟的管理经验和运营模式,针对吉林市场需求,整合五金汽配行业资源,在大的市场环境求同存异,以专业性 and 品牌影响力缔造专业市场价值。

据悉,百业国际五金汽配城占地356亩,总建筑面积40万平方米,拥有3500多间商铺、4500个停车位,是吉林省乃至东北规模最大、功能最全、建设档次最高、软硬件设施配套最完善的集五金、汽配批发、仓储、配送等于一体的专业市场。百业国际五金汽配城的市场经济品种包括各类工具五金、机电机械、建筑五金、水暖器材等五金产品,以及大



●吉林百业国际五金汽配城区位图

小汽车配件、潮流汽车用品、汽车快修、汽车改装和汽车美容等汽配产品,经营品种丰富齐全。

百业国际五金汽配城项目的核心竞争力就在于它对专业市场的精准把握和强有力的经营管理与推广策略,这是百业品牌市场成功与持续发展的基本动力与根本保证。在市场运营推广方面由专业管理团队负责统一运营,企业与商户共同并肩发展,保证市场持续繁荣。百业国际五金汽配城将斥资2000万巨资作为培育市场的推广基金,整合各项资源,通过多种渠道实施品牌形象战略,进行全方位的市场推广攻势。最终将形成项目现货交易、远程合同交易、电子网络交易全方位营销的交易系统,迅速促使市场升级,打造五金汽配行业典范。