2012年2月9日 星期





卖场租金是否已经到达临界点还有待商榷,在大环境不好的情况下,卖场与商户的合作共赢才是根本出路。

# 商家自感不幸福,"降租"声再起

部分家居品牌称卖场租金过高希望降租,业内专家认为单纯降租难解商家压力

近日,在全国工商联家具装饰业商会主办的"2012年北京家居市场状况研讨会"上,卖场租金问题再次成为各大卖场及品牌负责人讨论的焦点。在楼市尚未回暖、家居企业利润日趋微薄的情势下,卖场内的商户们要求降租的呼声此起彼伏。租金是否果真像某些商家宣称的那样已经成为了品牌和经销商的负担,作为博弈双方中较为强势的家居卖场又当如何应对品牌的"降租呼声"?

#### 租金压低商家幸福感

家居卖场多年来一直 是中国家居品牌最主流 的销售渠道,在追随卖场 全国跑马圈地的过程中, **壶场租金使制造厂商** 经 销商们的成本也在不断 据香港康升(康耐 登)集团总裁、中国家居品 牌联盟监事会主席刘永 康介绍,家居经销商有个 幸福指数,指的是租金占 销售额的比例在10%时商 户能赚大钱,占到15%时 还有四到五个点的利润, 占 20% 时保本,而超过 20% 经 销 商 就 要 掉 眼

从品牌企业和经销 商公布的数据来看,当 前多数商家的幸福感似 乎正在减弱。据克拉斯 家具董事长王大为表 示,一个店面的租金无 论是每平米200元或 500元, 当租金占到销 售额比例的20%的时候 就已经不挣钱了,甚至略 有亏损。然而目前行业中 有相当多的品牌把50%到 80%的销售额用来交租金, 甚至存在一个月销售额都 交租金还不够的现象。高 昂的租金压得家居企业喘 不过气,降租成为了一些 制造厂商和经销商们的

一致诉求。

### 一些卖场或将降租

从大量家居企业的哭诉声中不难看出,不降租或将使商户难以为继。甚至有部分企业建议家居卖场效伤电器卖场的缴租模式,多卖多缴、少卖少缴。在降租的呼声面前,大钟寺蓝景丽家总经理尹勃、城外诚家居广场总经理尹勃、城外;等卖场负责人也公开表示,将适时调整租金以缓解卖场商户的压力。

业内人士指出,市场 兴盛时销售业绩好,场租 不是问题,而市场疲为疾 至萧条时,场租就成为被 至五压胸。处于租赁与和家居 英场正是一对矛盾体,在实 现环境恶化时矛盾变将疾 说了。卖场租金过高将转员 等致一些商户将代高产品失 等致一些商户任地降低生产 成本,使产品质量打折。

## 企业应调整自身经营

卖场运营成本的增加 是卖场租金居高不下的原 因。东方家园家居广场副 总经理殷玉新指出,卖场 需要支付人工管理成本、 广告营销成本、基本运营 成本等费用,且这些费用 随着社会成本的飙升也在 攀涨,因此卖场自然需要 通过收租来实现盈利。

集美家居总裁赵建国表示,卖场租金是由店内的购买力和供求关系决定的,租金是否过高不可比的,租金是商家都希望扎进。由于,其租金自然相对较高。他指出,目前大约20%至30%的商户确实感到租金压力过大,而另一部分品牌则看到整体情绪不振便跟着吵嚷降租,"真正卖得好的企业,不会抱怨场租高"。

欧典地板董事长闫培 金表示,单纯靠卖场降租 并不能从根本上解决问 题,家居企业还应从自身 查找原因。在市场形势良 好的时候,商家没有控制 发展速度,盲目扩店,摊子 铺得过快、过大,导致租金 成本居高不下。 另外,家 居企业没有及时开拓出卖 场之外的创收渠道,也造 成了租金问题愈演愈烈。 意风家具董事长温世权也 称,在大家纷纷抱怨租金 过高时,意风已在2011年 底前缩减了北京六家店面 的经营面积,由此缓解了 经营压力,"瘦身健体,才能轻装前行"。

#### ■ 观点交锋-

## 场租调整不可一概而论

●赵建国,集美家居总裁

很小,大红门店的租金可 能要上调。

## 单纯降租无法解决问题

●殷玉新,东方家园 家居广场副总经理

作为卖场方,应该从 各个方面着手,单纯根本 场租不足以庭该拿出根产 要场费用来做营舍 一例如收了300元租营销,要 出100元去做营销。 降场租只是单纯给厂 优惠,而做营销是给厂,而做营销是给厂,而做营销和力,实人员。,一个人人,一个人人,一个人人,一个人,实利,可是人人的人。不不正面的比比好,不是一个人。不知是个人。

## 卖场、工厂、经销商 共同决定租金高低

●刘晨,北京市场协 会家居分会秘书长

卖场、工厂和经销商 之间不是独立的关系,而 是高度统一的关系。租 金的高与低是由大家共 同决定的。在当前这种 市场寒冷的情况下,大家 应该抱团取暖,相互照顾 实现共赢。

本版采写/本报记者 李麒麟 本版摄影/本报记者 尹亚飞 王远征

### ■ 记者观察

## 租金不是"紧箍咒"