

“重庆IT卖场发展论坛”报道之一

# 石桥铺以外的IT卖场：生存还是灭亡？

2007 重庆IT卖场年

6月16日，一家名为“佰腾数码广场”的电脑卖场在石桥铺隆重开张。3.5万平方米的占地面积以及良好的购物环境，让这家卖场成为目前重庆最大的IT卖场。加上原有的泰兴、赛博、赛格，作为重庆IT集散地的石桥铺已经云集了四大电脑城，总营业面积超过10万平方米。

同时，赛博、泰兴还将触角伸向了其他区域，泰兴在解放碑有都市电脑城，江北则经营着e世界；而赛博除了在沙坪坝和解放碑各布下一枚棋子外，今年还将在江北新开一家卖场；除此之外，解放碑还有电通王、e+数码广场也计划下半年扎根江北。

这样，在短短一年多的时间内，重庆IT卖场的数量就将迅速上升为10到12家，商铺面积也扩张了一倍。解放碑、江北、沙坪坝都有自己的IT卖场商圈。不言而喻，重庆IT卖场进入了洗牌时期。弱肉强食和优胜劣汰，正在重庆IT卖场之间上演。

石桥铺作为重庆IT卖场的龙头地位，会一直延续多久？重庆的IT卖场，会不会像百货卖场那样，在每个经济商圈或步行街周围都形成一个IT数码产品的集散地？目前，重庆的IT卖场面积和数量都饱和了吗？在重庆，怎样的IT卖场布局是最合理的？未来，重庆IT卖场的未来趋势是什么？谁又能主宰重庆IT卖场的未来……这不是消费者关心的问题，更是关系到重庆IT市场良性发展、IT商家抉择兴衰的紧要事情。

7月10日，由本报和佰腾数码广场联合主办的“2007重庆IT卖场发展论坛暨首届暑期IT数码产品趋势圆桌研讨会”隆重举行。会上，英特尔、AMD、惠普、三星、方正、TCL、戴尔、三山、商达、富士、三联、华硕、联想等近40家厂商代表，与来自《电脑报》、《新潮电子》、《微型计算机》的专业人士论剑美丽的南山，就目前竞争最激烈的IT卖场商圈畅谈他们的真知灼见，为重庆IT卖场的未来发展献计献策。

为此，本报从本周开始将开辟专栏，将这些IT精英在本次论坛上的精辟观点或言论呈现给业界和广大读者。如果您对重庆IT卖场的发展趋势有自己独特的想法或观点，也欢迎致信 ranqingyong@163.com 来阐述自己的真知灼见。



唐立新：即使当佰腾真正处于领先地位以后，也不会在南坪、江北等其他区域开设卖场。

## 唐立新：重庆其他区域的IT卖场将被逐步淘汰

“随着佰腾的成长，半年后，石桥铺的IT市场份额可能达到重庆整个销售的80%左右，甚至有可能超过90%。届时，在重庆其他区域内的IT卖场就会被逐步淘汰。”佰腾集团董事长唐立新表示，佰腾数码广场的开业，对重庆的IT卖场、商家、厂家和消费者，都是一个很大的震动。将厂商和消费者的目光都聚集到了石桥铺商圈，进一步巩固了石桥铺IT商圈的龙头地位，带动了整个商圈的改造。唐立新认为，目前重庆IT卖场的档次已经明显超过成都。

他说，重庆以后的卖场“聚”是肯定的。目前，赛博、泰兴和佰腾的重点都在石桥铺。作为商家来说，太散了以后，运输成本以及人力资源成本都是非常大的，厂家和商家不可能把精力、人力、物力放到很多的篮子里面。

唐立新称，佰腾的进入，彻底打破了原先两大卖场垄断的局面，引进了自由的竞争，促进了重庆IT卖场的发展。“我们永远不会逼迫商家做不想做的事情。佰腾的发展是厂家、商家、消费者和我们的‘四赢’。”

## 厂商：就近消费让其他区域的IT卖场不会消亡



贾晓凯(英特尔西南区销售经理)：我相信消费者会选择最近的卖场，这是一个必然的趋势。因为从手机、通信等行业，我们已经看到了这种趋势。比如说，在这之前，在快速消费这个行业，我们以前买任何一个东西，包括食品、服装，都会去解放碑。现在，我们看到在每个区域都有自己的中心。有时候，买东西就是就近消费。我觉得这个趋势在IT行业也会发生。



李海宇(惠普重庆办负责人)：随着客户不断的成熟，信息的不断发展，沙坪坝、解放碑、江北等各区域的独立，逐渐会涌现出一些新的IT卖场。



辛爱军(商达电脑总经理)：佰腾入驻重庆市场以后就确定了石桥铺在重庆IT的中心地位。但从地理上来分析，大城市的形成，IT也会相应形成中心。重庆分割的区域比较广，有一个就近购物的习惯。今天在沙坪坝、解放碑、江北购物，比如说打一个的士跑到石桥铺买一个MP3，买一个键盘，买一个鼠标，可能性不大。



本次论坛吸引了40余家知名IT数码厂商参会



张燕(戴尔西南大区经理)：就消费习惯而言，3-5年内，石桥铺的IT中心地位不会动摇。但是以后，比如现在我们买手机会上网去搜索，看完了之后在家门口购买的行为是非常正常的。



范再生(《新潮电子》执行主编)：除了石桥铺为中心的卖场之外，其他包括家电卖场在内也一定是重庆消费者的主要的一个买点。不是说，只有石桥铺这个中心才是消费者购买IT产品的唯一地方。



况刚飞(三山电脑总经理)：每个区域有自己的商圈，只要有商圈，IT卖场的发展就有机会，只不过是机会大和小的问题。可能石桥铺占的IT份额会大一些，其他的区域还是会存在。



阳光(三星电子重庆销售经理)：我认为有需求就有市场。关于石桥铺为中心和其他周边市场的情况，我觉得说是对市场的划分，不如说是对品牌划分的概念。一是它能够提供最全面的产品；二是产品的品质以及服务要很好。我想无论是在石桥铺、江北、南坪，都会形成它的市场。



宋唯嘉(方正电脑重庆公司总经理)：石桥铺为什么会成为IT卖场中心？因为他是很多分销商聚集的地方，他们代表一些资源、产品、服务。我觉得如果消费者买大额IT产品，会选择石桥铺这种比较专业的区域购买，因为它可以采购的产品比较齐全，对比性很强。其他小额产品，则有一个就近的原则。未来，应该从专业程度、产品和服务三个方面来强调石桥铺的IT中心地位，引导和教育消费人群。

## 房源供不应求 高性价比机会横空出世

# 珠江·太阳城“新3栋”闪亮登场

### 【新闻背景】

上个月的珠江·太阳城销售呈现全线飘红的态势：日均访问量53组，日均成交量17套，看房者变成购房者的转化率非常高，推出的1000多套房源销售已经超过95%，5月份刚刚加推的A3已经基本售罄。

正是在这种情况下，日前，重庆珠江实业宣布，由于市场需求旺盛，珠江·太阳城已经推出的房源销售状况良好，公司决定加推“新3栋”。

所谓“新3栋”，系珠江·太阳城1期A4、A5、A6三栋

新楼栋，房源共计500多套。这3栋楼在珠江·太阳城北面一字排开，面积以60-90平方米为主，在整个珠江·太阳城的项目里属于户型较小的组团。

该组团的单价也是近期推出珠江·太阳城项目里最低的，加上由于面积较小，总价较低，这将一定程度上降低购房者的置业门槛，使更多的市民有机会更轻松地享有重庆龙头级滨江住宅。

消息传出后，立刻引起市场的广泛关注，众多市民

纷纷前来售楼部进行咨询，其中不乏众多前期因为犹豫而没有买到心仪房源的市民，珠江·太阳城现场售楼部再次升温。

业界人士认为，“新3栋”是珠江·太阳城有史以来性价比最高的组团之一，在滨江项目价格日益高涨的今天，珠江·太阳城能够以更合理的价格推向市场，而且是在如此黄金地段推向市场，这无疑为有投资倾向和选择滨江居住的市民提供了难得的置业机会。



### 【分析】

## 珠江·太阳城的高性价比以何为据？

从今年3月开盘亮相至今，在重庆市场露脸不到半年的珠江·太阳城如今已经拥有了数以千计的业主。

那么，是什么不断地打动市民选择珠江·太阳城，是什么让重庆人们谈起滨江住宅往住第一个想起珠江·太阳城，又是什么让外地购房者对珠江·太阳城倍加青睐，往往一来在数分钟内就下单，有的甚至一购就是几套？

高性价比，或许这些系列现象的最佳答案。其实了解珠江·太阳城的人都会感到，这简单的四个字其实却包含了珠江·太阳城种种难以复制和比例的优势，正是因为这些优势，才让珠江·太阳城的品质和价值明显高出很多楼盘，而价格确是符合现有市场行情的实在，高性价比自然就成为人人想抢先占有的关键。

### 品质一：绝版地段，价值难有上限

绝版地段的价值到底有好高，这个问题从来没有准确答案。

纵观全球的都市，一个核心地段的居住和商业价值无人感给予一个准确的估计，因为随着城市的发展，当一般地段的

价值上涨1-2倍都很困难的时候，核心地段的价值上涨3-5倍甚至10倍都是正常的。无论是纽约的洛克菲勒中心还是巴黎的香榭里大道，这样的例子数不胜数。

就像不少购房者感觉的一样：如果要想在重庆范围内再找到像珠江·太阳城这样绝版的地段，答案不可说100%不可能，但至少可以说是99%不可能。在重庆，解放碑是绝对的城市中心，而珠江·太阳城则是距离这个绝对中心最近的楼盘之一。如果要测试解放碑到珠江·太阳城的距离，数据是最好的说明：直线距离不到2公里，开车途径黄花园大桥不到2分钟，即使加上在解放碑走单行道花费的时间，从解放碑最中心的地带到珠江·太阳城也不会超过5分钟。

而重庆的未来如今让世界看好，位于重庆最绝版地段的珠江·太阳城的价值自然难有上限。

### 品质二：“五桥六路”，无以复制的大动脉

良好的交通是居住品质的必要保障，整天出门回家都堵车的日子显然难有人愉快的心情。

在这方面，珠江·太阳城拥有的交通状况也是一流的：连接机场的新迎宾大道五童路、连接寸滩码头及铁山坪森林公园的五桂路(海尔路)、五黄路、建新东路、北滨路以及外环高速公路等六条大道；黄花园大桥、嘉陵江大桥、渝澳大桥和近期完成建设的嘉华大桥等五座大桥。

此外，穿越五里店的轻轨4号线、6号线以及过江隧道也将在未来几年陆续动工。

尤其值得一提的是，这六条干道和五座大桥基本都是近期才完工或者即将完工的道路，由于规划新、路面宽，珠江·太阳城紧密相连的几条道路都是重庆目前最不堵车的道路。

### 品质三：足不出区，未来滨江商业中心

对房地产有点概念的人都会认可珠江·太阳城占据了一块黄金宝地，不少开发商更是羡慕这样的机会被珠江获得。这样的羡慕除了是因为地段非常适合居住以外，还因为这样的地段商业价值极高。

而珠江·太阳城显然会珍惜这样的机

会：沿江部分的主题性商业街体量达30万平方米，一个相当与主城6大商圈之一体量的商业集群，将成为集商业、住宅、购物、餐饮、服务、教育、休闲、娱乐为一体的大型综合城市新核心。

尤其值得一提的是，珠江·太阳城被市场亲切地称为“北滨路龙头”，是因为项目是北滨路距离江北CBD最近的一个房地产项目。据了解，江北CBD未来规划绝大部分是高档写字楼、高端商务配套、高档市政设施，而住宅方面的比例非常稀少。这意味着，珠江·太阳城将成为北滨路上距离CBD最近的一个住宅+商业综合性小区，未来CBD内大量的商务、商业活动将形成的住宅需求为珠江·太阳城住宅和商业的未来价值增添了重重的筹码。

这方面典型的例子就是北部新区的高新区，由于金星、木星、水星等商务、商业区域的存在，吸引了大量市内外企业进驻，短短1年多的时间里，整个区域范围内房屋的售价不断攀升，尤其是租金更是迅速蹿高，为投资者提供了良好的机会。

强大的商业配套和全新的规划，让项目有望成为重庆滨江生活的代表作品。

### 【链接】

## 幸福的珠江·太阳城业主

还没有交房，还没有入住，还没有正儿八经成为进进出出小区的居民，但是近期珠江·太阳城的业主幸福声音不断。

近日，首批参与2007珠江·太阳城业主“体验巴厘岛”活动的28人在经历了5天的愉快旅行以后回到重庆，这标志着近年来重庆地区最大规模的业主出国体验游有了一个良好的开端。

据了解，这些业主是通过公开的抽签方式获得前往著名的旅游圣地——印尼巴厘岛体验的机会。首批幸运儿来自在今年4月28日到5月31日之间购买珠江·太阳城1期两房的业主，有条件参与此次抽奖的每3个业主中产生了1个幸运儿，赢取比例高达33%。此次珠江·太阳城巴厘岛豪华五日游规格很高，全程都是五星级酒店。从6月30日首批出团算起，珠江·太阳城有资格的业主将分若若干个批次出发，总人数将超过百人。这是近年来重庆地产小区最大规模前往国外的业主体验活动，也是珠江·太阳城项目开盘以来对业主的大型回馈活动之一。

珠江·太阳城的相关负责人介绍，珠江·太阳城A区中庭景观的设计理念正是借鉴巴厘岛的风情，此次组织业主前往巴厘岛进行实地体验，目的就是让业主们能够提前感受未来珠江·太阳城打造的精致生活氛围。据悉，珠江·太阳城“体验巴厘岛”第二批业主即将在近日产生。

新3栋热线:67015555 67016666