

一鸣惊人

二月21日盛大开业 红太阳装饰城(雨花基地)

11月21日,总面积达120万平方米的家居建材航母——红太阳装饰城(雨花基地)终于在万众期待下顺利起航了。品牌车展、声乐表演、人体雕塑、特色歌舞、花车巡游……丰富多彩的人文活动使得红太阳装饰城的开业活动一派红火;而8分钱的马桶、1块钱的龙头、8块钱的坐便器等超低价直销产品,更是让广大消费者享受到了一次劲爆的建材盛宴,赚足了实惠。



28位国家、省、市、区及相关行业协会领导出席了红太阳装饰城(雨花基地)开业庆典

四面八方宾客 同庆开业盛典

11月21日上午10点18分,红太阳装饰城(雨花基地)开业庆典隆重举行。国侨办副主任马儒沛,江苏省副省长张卫国,江苏省政协副主席、中共江苏省委统战部副部长周珉,江苏省政协副主席、工商联主席李仁,中国华文教育基金会秘书长杜志滨,江苏省侨办主任韩建民,南京市政协副主席、雨花台区区委书记王建华,

中国建材流通协会会长孟国强,香港弘阳集团董事长曾焕沙等28位国家、省、市、区及相关行业协会领导出席了庆典活动,并对红太阳装饰城(雨花基地)的开业表示了热烈的祝贺。中国建筑卫生陶瓷协会专职副会长、秘书长廖斌在参加完开业典礼后,又进行了实地考察,并听取红太阳装饰城总经理李品璐女

士的介绍,他充分肯定了红太阳装饰城(雨花基地)的经营理念 and 科学思路,希望红太阳装饰城一定要按照这个科学的理念发展下去。他指出,装饰城重点要以大批发、大物流并结合精品零售的经营模式,以“批发行业市场化经营、零售行业商场化经营”的经营思路,精心打造出一个集展示、交易、仓储、加工、配送、服务、信息中心等为一体,能为广大消费者提供“一站式”和“定制式”服务的大型现代化装饰建材基地,并逐步发展成为全国装饰建材行业的“批发总部和品牌基地”。红太阳装饰城不仅要用先进、科学的物流体系来吸引消费者在这里购物,而且还要让顾客买到最优惠、最质优的商品,更重要的是可以享受到红太阳装饰城给予所有消费者贵宾般的服务。



开业当天,免费礼品很快被一抢而空

充分发挥优势 给你最低价格

熟悉“红太阳”品牌的老百姓都知道,想买到价格实惠、质量过硬的高性价比产品,去红太阳家居肯定没错,而新开业的红太阳装饰城(雨花基地)也会一如既往地运用这种人性化的经营理念,并将其发挥到极致。红太阳装饰城总经理李品璐介绍,红太阳装饰城(雨花基地)的产品40%是厂家直销,30%是江苏省或者南京市总代理,还有30%是品牌直营。其中,装饰城的70万平方米仓储加工直营空间保证了大部分产品是工厂直销价;而省市级总代理去除了层层代理经销商,确保了区域内同类

产品的最低价;品牌直营相比其他层层代理,是高质量低价格的保证。在经营成本方面,红太阳装饰城(雨花基地)目前的月租金仅为南京城中专业装饰建材家居卖场的8-10%,拥有城中卖场无法比拟的让利空间。仓储运输方面,红太阳装饰城(雨花基地)拥有70万平方米的仓储加工直营空间,还有自己的千吨级专属弘阳码头,形成完善的现代化物流体系,仓储和运输成本大大降低。红太阳装饰城(雨花基地)各档次产品齐全,比例适中。各档次产品互补的同时又存在竞争,可以形成

一个良性销售机制。面对无数种产品,消费者的选择可以无限大,可以通过多种比较选择性价比最高的产品。此外,装饰城10万平方米的南京最大的中档家具卖场将是南京人购买实惠家具的好选择。李品璐说,本着“让更多南京人体验更实惠的高品质家居”为出发点,红太阳装饰城不惜投入大量人力物力在开业庆典期间推出了大型优惠促销活动,充分发挥装饰城现有各大建材品牌区域总代理优势,集自身总70万平方米建材仓储实力,在开业期间给广大消费者带来了“震撼超低价”。

消费者中大奖 经销商乐盈盈

开业当天,红太阳装饰城(雨花基地)笼罩在一片喜庆的气氛中,数以万计的消费者则被开业当天的精彩活动折服了。家住江北的宋先生告诉记者:“我是红太阳的老邻居和老客户了,红太阳的新店开张,一定要来捧捧场。没想到这个装饰城竟然这么大,真是出乎意料啊。”让消费者出乎意料的还有红太阳装饰城吃喝玩乐样样具备的超强功能,其中最受欢迎的莫过于装饰城正大门口附近的美食街,土耳其烤肉、韩国铁板鱿鱼、老北京糖葫芦、东北鹿肉

串、四川担担面……各种特色小吃被客人们团团包围。“噢,那里怎么站着几个‘小金人’?”原来是红太阳装饰城请来的特色演员将浑身涂成金色,做出各种造型,让人开怀一笑。除了这些有趣的活动,红太阳装饰城(雨花基地)为消费者准备了来就送、工厂直销价和寻宝抽奖三项促销。据红太阳装饰城工作人员介绍,上万份的免费礼品在开业当天上午就被消费者们领取一空,而两个汽车大奖和10个笔记本大奖也在周末期间如数抽出了。抽中笔记本电脑的郑先生

告诉记者:“我是因为家里正在装修,所以想在红太阳装饰城开业期间来挑一些实惠的产品,根本没想到会抽中大奖。”麒麟床垫、吉乃尔卫浴、康派卫浴等众多品牌的店面在开业期间,被前来购物的消费者挤得水泄不通。康派卫浴相关负责人介绍:“消费者都是冲着‘工厂直销价’和一系列开业优惠来的,这几天,每天店里都是‘人气爆棚’,接下来,我们还会一如既往地为广大装修业主们带来最实惠的产品。”

参与华东人居文化节“高峰论坛”专家指出:红太阳模式难以复制

11月21日,华东首届人居文化节随着红太阳装饰城(雨花基地)的开业同步拉开了帷幕。当天下午,人居文化节“高峰论坛”在红太阳装饰城(雨花基地)会展中心召开,中国建筑材料流通协会会长孟国强、江苏金陵交运集团副总裁梅炜、HOUSE365家居频道南京网站总经理王晨艳、吉事多南京区域总经理杨传鹏、《建材周刊》董事长罗青等出席了本次论坛,分别就“建材市场现状与发展趋势”、“大型建材卖场与物流业合作前景”、“家居卖场如何保持持续经营发展”和“建材企业品牌建设”等议题进行了深入讨论。

升温,给家居建材产业带来了甚为乐观的发展契机。但是,在当前的市场运营中,很多的卖场仍在打“概念营销”牌,忽略了对消费者的专业指导。她希望家居行业能调整发展思路,为消费者提供更完善的服务。同时,她认为,互联网技术与电子商务的兴起,会造就一批通过网络渠道扩大品牌知名度的优秀企业,网络营销将成为家居建材企业未来主流的销售渠道。

专家呼吁建材下乡

建材市场的发展大計是专家们热烈讨论的重点。中国建筑材料流通协会会长孟国强表示,从目前的行业发展来看,国际金融危机对国内市场的影响并不大,这主要归功于强大的内需市场。他认为,危机也是机遇,机遇就是发展。业内要做好准备迎接新一轮经济增长的到来。他希望国家继家电下乡、汽车下乡之后,能够针对建材行业出台相关的扶持政策,让更多勤劳的农民享受到国家发展带来的实惠,提升农村百姓的家居生活质量。

谈到卖场的经营,《建材周刊》董事长罗青直言不讳,通过他多年的市场观察与走访,发现各地家居建材卖场同质化现象严重。“这主要跟我们传统的营销方式有关,但大成本的营销结果还不如国外不动声色的销售额多。”他认为,卖场品牌化、专业化、差异化才能更好地发展。“红太阳装饰城在南京开辟的这种模式就很好,在南京甚至是华东市场里,可以说是无法复制的。”

作为面向终端消费者的经销商代表,吉事多南京区域总经理杨传鹏说,建材业的发展,需要上下游产业的共同努力,他希望建材企业与流通企业共同成长的同时,让消费者得到更多实惠。

大卖场促进物流业

“大型建材卖场是促进物流业发展、降低物流成本、提高物流效率的非常好的平台。”江苏金陵交运集团副总裁梅炜从宏观的角度,分析了国内物流业发展的现状与大型建材卖场在产业发展中的积极影响。他认为,规模化、现代化的物流配送中心,对经济的发展极具意义,它不但有利于行业的健康发展,还能达到最终减少商品成本的目的。对于类似红太阳装饰城这种集大物流、仓储、零售为一体的建材集散地,他建议要充分整合资源,不仅仅是简单的商铺出租,还应该与大型物流企业合作,优势互补,相辅相成。

红太阳模式难复制

HOUSE365家居频道南京站总经理王晨艳认为,2009年上半年房地产市场的

快报记者 童婷婷

红太阳装饰城(雨花基地)开业寻宝抽奖中奖名单

特等奖(比亚迪轿车一辆)			
序号	电话	抽奖券号码	姓名
1	134 × × × × 2509	0000530	林谊
2	139 × × × × 8067	0000546	蔡细盟
一等奖(联想笔记本电脑一台)			
序号	电话	抽奖券号码	姓名
1	139 × × × × 0069	0006222	郑先生
2	159 × × × × 8486	0004968	赵玉华
3	151 × × × × 9567	0007284	童爱娟
4	151 × × × × 7294	0001939	徐女士
5	139 × × × × 3616	0001459	胡伟
6	151 × × × × 8683	0000222	李晓贻
7	58 × × × × 48	0000736	孙玉美
8	159 × × × × 5396	0005036	万生建
9	86 × × × × 91	0004686	程顺宝
10	136 × × × × 7862	0001785	方志文



高峰论坛现场



特色表演引人关注