

红太阳家居·迈皋桥店今天三周岁了。3年前,红太阳迈皋桥店在弘阳集团的殷切期望中起步。三年来,红太阳迈皋桥店坚持原则、优化发展,为广大商户创造了良好的经济效益,为有装修需要的消费者营造了一个“一站式购齐”的专业卖场。三年,相比较弘阳集团已经走过15年历程,只是短短的1/5,对于立志打造百年企业的弘阳集团而言,更只是小小的一步,可百年基业不正是一个个坚实的脚印积淀而成的吗?

**【起步】
填补城北建材市场空白**

2006年,作为弘阳集团(时称红太阳集团)“跨江战略”的第一步,红太阳家居·迈皋桥店破土动工。避开建材卖场扎堆的江东门地区,选择市场几乎空白的城北地区,弘阳集团自然有非常成熟的考量。第一,当时恰逢政府对城北地区全新规划,将大型化工企业迁出,城北市场群的功能定位为家居建材、汽车配件、娱乐休闲企业,红太阳家居·

是秉承红太阳的建材批发优势,打造环境一流、店面展示一流、品牌一流的建材卖场。

低租金战略“放水养鱼”

朱宁说,不含土地成本和建设成本,红太阳家居·迈皋桥店仅设备和内在装修,就投入了2亿资金。“开业以后,我们首先琢磨的不是商场要赶快回收成本,而是如何让近千个商户在短时间内积累财富。”首先,卖场以仅为同类市场1/3的租金价格这样一个惊人之举撼动市场。低租金,不仅大大节约了商户的成本投入,而且给了他们

迈皋桥店是宝贵的资源,使其在与建材品牌的上游厂家沟通时有着其他卖场无法比拟的便捷。在经营和管理红太阳家居·迈皋桥店的过程中,管理者们也逐步建立起一套独具一格的新模式。

“有两点是我们牢牢坚持的,一是保证高品质低价格,二是确保产品种类齐全。”何谓产品种类齐全呢?红太阳家居·迈皋桥店的标准是:不仅消费者挑选的主材不能少,装修工人需要的辅材也不能少。“板材、钉子、电动工具……这些细小的辅材有的卖场不愿意卖,而红太阳迈皋桥店却觉得是

经历了红太阳家居·迈皋桥店最近一次的调整。徐女士告诉记者,原先飞利浦的店面位于商场2楼,如今调整到了商场4楼,面积由原先的200平方米扩大为380平方米,借着那次调整的机会,飞利浦总部还特别将这个店规划为飞利浦全国最大的形象店。徐女士说:“随着市场的变化,如今消费者对灯具产品的关注度在提高,灯具市场本身也在繁荣壮大。红太阳迈皋桥店原先灯具店面比较分散,有的在2楼,有的在4楼,消费者选购起来很麻烦,对于我们商户而言也丧失了集群效应。”经过调整,红太阳家居·迈皋桥店将灯具品牌全部集中在4楼,对于商户、消费者都有利。

**【收获】
成就大批效益最好门店**

“无论是商场、商户还是员工,我们的方向始终是一致的,齐心获得消费者的认可。我们的目标一直都是,要做就要做最好的卖场。”从三年前到今天,红太阳家居·迈皋桥店坚持“月月有活动、周周有促销”,营销方面的投入是其他商场的2-3倍,充分调动了广大商户的热情。

从商场建立起,红太阳迈皋桥店就在工商部门的帮助下,成立了消费者投诉站,并且作为商场的常设机构,设有站长、投诉调解员等职位。消费者投诉站一旦接到投诉,会在第一时间处理,根据“消费者权益保护法”的规定妥善解决。朱宁说:“三年来,红太阳迈皋桥店没有过一次重大投诉,所有的投诉都得到圆满处理。”

正是因为对顾客这种认真负责的态度,红太阳家居·迈皋桥店赢得了一大批回头客。“我们在开业的第二年,就使大部分商户在这里的门店成为南京效益最好的门店。”朱宁不无自豪地说,红太阳在城北地区扎根,商场没有河西、卡子门等家居板块的扎堆效应,但是却能为商户创造非凡的经济效益,能赢得广大消费者的极佳口碑。

生日快乐!

红太阳家居·迈皋桥店三年结硕果

迈皋桥店的诞生无疑是契合政府对这一区域的功能定位的;第二,仙林、迈皋桥、红山一带涌现大量在售楼盘,居住环境较好,住宅和装修的刚性需求频动,红太阳家居·迈皋桥店的出现填补了这一区域的市场空白。

红太阳家居·迈皋桥店的建设不仅意味着弘阳集团跨过长江来到南京主城布点,也是弘阳集团首次建设以终端零售为主的大型建材卖场。红太阳家居·迈皋桥店总经理朱宁说:“在红太阳迈皋桥店诞生之前,红太阳的重心是放在建材批发上的,虽然当时城北的红太阳装饰城有一些零售店面,但只是总体量的一小部分。”

2007年5月26日,12万平方米的红太阳家居·迈皋桥店正式开业,成为城北地区唯一且最大的高档专业建材卖场。红太阳家居·迈皋桥店的定位

做好这个市场的信心。朱宁说,红太阳“放水养鱼”的策略也打动了很多商户。成本节约的好处造就了红太阳迈皋桥店的产品价格相对更优惠,即使某一个品牌要执行厂家在全市的统一售价,但是该品牌在红太阳迈皋桥店的这个店面也可以灵活地赠送消费者一些礼品、优惠券,算下来还是更便宜。

据了解,目前南京建材卖场的租金最高超过170元/平方米,而同档次的红太阳家居·迈皋桥店的租金平均仅在40元/平方米左右,3年来只涨过一次租金。“3年来,红太阳迈皋桥店一直是‘亏本赚吆喝’,从现在开始5年内,我们会在商户允许的条件下通过调整租金以回收成本。”

**【历程】
坚持做到“一站式购齐”**

弘阳集团有着十几年从事建发的经验,树立了在建材行业的龙头地位和知名度,这对于红太阳家居·

必不可少的。别小看这些辅材,谁家的装修少得了?”

不断调整实现优化发展

为了适应市场的变化,红太阳家居·迈皋桥店还在不断地完善内部的格局。“三年来,红太阳迈皋桥店前后经历过3次大的调整,我们的经营面积一共是12万平方米,调整的面积达到3万平方米。”朱宁说,商场的3次布局调整是他任红太阳家居·迈皋桥店总经理以来,印象最深刻的事情。

布局的调整不是轻松简单的事情,商户要从一个楼层迁至另一个楼层,意味着必须放弃原先投入几十万,甚至上百万装潢好的店面,还得重新投入大量人力、物力装潢新的店面。“对于商户来说,布局调整是一个‘痛苦’的过程,对于商场而言又何尝不是?但是,既然下定决心要做最好,就必须调整。”

飞利浦照明负责人徐女士



作为红太阳家居·迈皋桥店的管理者,朱宁见证了她3年的发展。3周年庆典前夕,记者专访了朱宁。

商户共贺红太阳家居·迈皋桥店三周岁生日

杭州诺贝尔集团有限公司南京分销部经理 张强

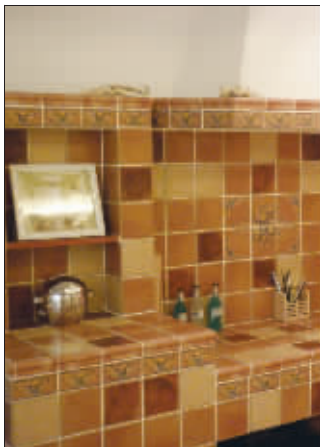
南京的建材市场竞争的白热化全国闻名,建材品牌对渠道的挖掘可谓已经做到了极限,这个时候更需要得到卖场的大力扶持。红太阳家居·迈皋桥店对市场的了解是很切合实际的,敢于在淡季做大型促销,这对我们商户而言是十分必要的。

诺贝尔·塞尚印象红太阳迈皋桥店从2007年开业至今,销量翻了5倍。原先店面只有200平方米,现在扩大了一倍多。三年来,我们已经2次翻新装修、提档升级、不断更新产品。如今,不仅零售客户络绎不绝,还不时会有工程用户主动上门来接洽。诺贝尔·塞尚印象红太阳迈皋桥店是诺贝尔·塞尚印象在南京所有店中投入产出比最高的。

大洋豪门总经理 单先生

说实话,2007年红太阳迈皋桥店刚开业的时候,生意不太好,是我在南京所有门店中销量最差的一家。但是这3年来,我是亲眼目睹商场的工作人员如何用心用力,时刻为我们商户着想。首先,商场对门店装修有统一要求,让消费者一走进商场就感觉到舒心。其次,商场不停地策划营销活动,能够留住消费者。

如今,我在南京一共有7家店,红太阳迈皋桥店的销量排到第二。我给店面安排了3个导购员,比一般的店面要多1个,可遇上节假日,还是忙不过来,我正考虑要不要再添人手呢。



→红太阳家居·迈皋桥店图片大事记



2009年10月1日,为庆祝中华人民共和国60周年华诞,红太阳家居·迈皋桥店举行庄严的升国旗仪式



2008年8月12日,前女排冠军选手孙玥应邀参与红太阳家居·迈皋桥店“奥运亲子活动”



2008年9月29日,湖南卫视知名主持人汪涵作为迈思德地板形象代言人光临红太阳家居·迈皋桥店

本版撰文 快报记者 童婷婷