

有了高力家具港 家具价格五年降了三分之一

在南京的家居卖场中,大部分是建材、家具兼营的,少数几家是只经营家具或建材,高力国际家具港就是为数不多专注卖家具的卖场。在家居市场“一站式消费”的宣传呼声越来越高的今天,高力家具港为何能在专注于沙发的道路上坚持5年多,记者近日特地专访了高力家具港企划部的负责人。

建材市场已经饱和 专营家具更有前景

高力国际家具港地处南京市栖霞大道8号,是由中国500强企业的江苏高力集团投资兴建的,于2004年10月30日开业,单体面积20万平方米,是目前华东乃至全国最大的专业家具商场之一。高力家具港还开行业先河,投入数百万巨资在商场大厅修建海豹馆,配备专门人员常年饲养两只海豹。

当然,家具港里的主角还是那些来自国际和国内的知名家具品牌,高力家具港俨然就是一个小的世界家具博览展厅,汇集了健威、红苹果、皇朝、台湾点石、岛之宝、顾家工艺、欧宝等中外诸多名牌家具。因为规模宏大品牌众多,商场内的家具风格各异,每个消费者总能在这里找到自己喜欢的家具。

南京的家居卖场中,以兼营家具、建材的为多,高力是极少的专业经营家具的卖场。高力家具

港企划部负责人对记者说:“家具和建材犹如一枚硬币的两面,同时经营这两类产品有好处,也有不好的地方。高力集团在盐城的家居卖场叫高力国际家居港,就是兼营家具和建材的,我们也常和盐城的同事一起交流,集团在两地之所以有不同的思路,跟当地的市场情况分不开。”据他分析,南京的建材卖场总面积已经超过350万平方米,仅弘阳集团的红太阳家居和红太阳装饰城内的建材体量就相当庞大,而南京的家具卖场总面积却不足100万平方米,高力如果再去碰触建材行业,不仅于自己无益,还会伤害整个行业。而高力在盐城之所以要家具、建材两业并举,是因为高力在当地的家居行业占据了相对垄断的地位。“大家都知道‘木桶原理’,一只木桶能盛水多少,不在于最长的那块板,而在于最短的那块板,高力不会去做那块短板。”

交通对卖场很重要 覆盖整条地铁线路

高力家具港,临近地铁一号线迈皋桥站,是南京最早的“地铁卖场”。随着地铁一号线南延线和地铁二号线的开通,南京一夜间多了许多“地铁卖场”,对此,高力家具港的负责人显得十分冷静。“南京的家居市场竞争残酷,大家都有压力,能搭上地铁这趟顺风车,当然是好事。”这位负责人还说,“高力家具港在选址时,就特别考虑了临近地铁的因素。从商业角度看,一条地铁线路就是一个灵活的商圈,可以说,整条地铁线路

都是高力家具港的覆盖范围了。”

高力家具港的租金相对市区的卖场要便宜很多,因此反映在家具价格上也相对优惠,再加上商场常年举办各式促销活动,消费者只要抓住机会,在这里总能以最优惠的价格买到心仪的家具。据了解,即日起至7月4日,高力家具港组织了众多一线家具品牌,以超低特价惠享南京市民。“一套原价4400元的喜临门床垫,现只要1980元;原价15568元的顾家工艺沙发,现只要6888元。想知道更多的优惠价格,敬请光临高力国际家具港。”

5年来,高力家具港一直在为打破家具市场的高价垄断而努力,不定期地推出一些优惠活动。在这种态势下,南京其他一些家具卖场的价格也下降不少,这在某种程度上让普通消费者得到了实在的利益。“据相关数据分析,5年下来,家具市场的价格至少下降了1/3。”

认准卖场挑选家具 消费者自然错不了

家具并非日常消费品,人一辈子也难得购买几次,因此消费者对于家具品牌的认知度普遍不高。“这是合理的,我们也不要求消费者在购买家具前一定要知道家具市场有哪些好品牌。其实,只要认准卖场即可,南京有哪些好的家具卖场,哪些值得信任的家具卖场,认准卖场挑选家具,自然错不了。”

2010年,家具市场频频传出遇冷的消息,对此,高力家具港的这位负责人也有自己独到的想法。“寒冷是对没有做好准备的人而言的,如果你备足了棉衣、棉裤,寒冬也不足畏惧。”

2004年,高力集团之所以在当时还相对贫瘠的

城北地区开出这么一个体量庞大的家居卖场,是出于一个企业的社会责任感。“一个地区必须依赖一些品牌企业的支撑,才能兴旺起来,大到腾讯、华为对深圳的意义,小到金陵国际家居、金盛国际家居对江东门地区的意义。”高力家具港以及随后进驻的一批品牌企业,共同支撑了城北地区的繁荣,城北一带的地价攀升就是这批大企业带来的效益。而高力家具港对于未来的3至5年,依然不求有高额盈利。“我们目前的重心还是在培育这个市场,与其他的企业一起培养城北地区的核心竞争力。”

快报记者 董婷婷



送什么都没有送苏果券实惠

月星家居“夏日冰点盛惠”将再次引爆南京家居市场

独有品牌家具 最高让利15%

据了解,月星家居作为南京首屈一指的高档家居商场,目前共有60余个独有家具品牌,其中包括了爱舍、玛润奇、POROMEN、CBD、欧勒榭、大风范、尊贵等国际一线品牌。上述高端品牌为了更进一步走近广大南京市民,首次放低身价联合月星进行从未有过的极限让利。

记者从月星提供的优惠明细中看到,月星逸仙桥店锐驰、POROMEN、CBD、楷模、华鹤匠心坊、克劳斯帝、皇朝巴厘岛、欧勒榭、西部牛仔、大风范等品牌此次惠后再让利比例均在5%以上。月星卡子门店玛润奇、威廉小镇、博森、诺华、阿玛尼、艾特屋等品牌的惠后再让利也在5%以上。此外,爱舍、美国欧林斯、卡洛帝、Rest&Co等品牌惠后再让利幅度达到10%,其中尊贵的惠后再让利高达15%。

苏果券大派送 买满3000即得100

“送什么礼品都没有送苏果券来得实惠。”月星家居商场某负责人告诉记者,买家具送礼品是所有商家惯用的促销手法,许多商家站在成本的角度考虑礼品的价格和价值,往往导致礼品中看不上用,有些礼品还不是消费者真正需要的。为了给消费者真正的实惠,月星家居近日特从苏果超市购进百万元苏果券,作为本次商场活动的礼品,顾客只要消费达到一定金额就可获得相应价值的苏果券。

该负责人介绍,上周末,商场开展的满3000送苏果券的活动取得了巨大成功,有效地激发了消费者的购物需求。本周双休日,来月星家居逸仙桥店或卡子门店购物,单张单据实际交款满3000元同样可获赠100元苏果券,满6000元可获得200元苏果券,依次类推多买多送,实惠无限,尽在本周末。

卡子门家饰馆 冰点特惠供应

窗帘、花卉、工艺品等家居小配饰在家庭装修中虽然是配角,但能起到画龙点睛的作用。走进月星家居卡子门广场负一楼的家饰馆,一件件在灯光照射下散发出如梦如幻意象的家居饰品一定是您闲暇扮家的最好选择。

据了解,月星家居卡子门广场负一楼家饰馆现有品牌展位42家,营业面积近万平米。其中包含了国内知名家饰品牌和办公家具品牌。本周末,部分展位也将有特别惊喜带给消费者。

随着世界杯八分之一决赛的结束,7月4日南非世界杯四强球队将全部诞生。为了增强看世界杯的互动性和娱乐性,月星家居将延续上周,继续开展“猜世界杯四强,赢现金礼包”活动。

7月3日、4日,顾客来月星家居逸仙桥店或卡子门店即可填写“南非世界杯四强竞猜表”,并领取礼品一份。7月4日,商场将根据四强结果筛选出猜中全部四强球队的顾客,并从中抽取5名幸运顾客,幸运者将分别获得2000元现金、1000元现金和500元现金,看世界杯还能赢现金,世界杯最后疯狂不容错过。

月星、复地牵手 合力打造杭城商业旗舰

近日,国内家居行业领军品牌月星家居,在杭州家非特西湖大酒店高调宣布正式进驻杭州,并计划于今年国庆前后与杭州市民见面。至此,月星家居在上海、南京、杭州这三个中国长三角地区的中心城市全部布点到位,标志着月星集团今年3月宣布启动的“百店计划”已经大刀阔斧地在全国开展。不久的将来,月星家居以江苏、上海、东北和西北为基地,“两个大区 and 六个片区”为核心的全国布局即将形成。

据了解,即将开业的杭州月星国际家居生活广场是月星集团与全国知名房地产开发企业复地集团共同打造的家居航母,总营业面积达16万平方米,全面涵盖家具、建材、家饰等业态。该广场秉持月星集团“全面提升中国人的居家文化品质”的经营理念,延续“规划高起点、建设高标准、管理高效能”的三高标准,实行一站式服务理念,坚持“市场化运作、商场化管理、人性化服务”,从规模、品牌、服务上树立杭州中高端家居业的新标杆,有望成为杭州家居行业的新旗舰!

南京作为月星家居在长三角最早布点的城市,现已成

为月星集团重点持续关注的城市。1998年12月,当营业面积近10万平方米的月星家居广场龙蟠中路店出现在南京这座六朝古都之时,其高品位、一站式的高端卖场形象立即吸引了大众眼球,商场开创了南京家居市场超大型主题商场的商业新业态模式,并很快辐射整个南京地区及周边城市。2009年9月19日,经过半年左右的升级改造,龙蟠中路店重新亮相,升级改造后的商场在保持其品牌档次一流、服务品质上乘的基础上更增添了一份时尚和高贵。

经过10年左右的飞速发展,月星家居广场作为南京高档家居商场的高端品牌地位已十分牢固,为了满足与日俱增的消费需求,2008年8月,南京地区首家规模超大、专业性强、各项软硬件配套设施完善的家居shopping-mall——南京月星国际家居广场卡子门店盛大开业。该店是月星集团在南京的第二家店,也是华东地区的第八家店,其位于南京市卡子门大街38号,营业面积近10万平方米,云集众多国际一线品牌和国内知名品牌的月星卡子门广场与龙蟠中路广场在地理位置上一南一北,形成了南北互补的市场格局。

