

红太阳谋划大河西时代



2008年,宜家、月星、红星的入驻,催生了卡子门家居商圈的速成;2009年,成熟的江东门家居板块与新兴的卡子门家居板块精彩对弈,老商圈的魅力和新商圈的活力,共同为行业的发展注入了动力。与此同时,在城市的另一端,弘阳集团恢弘铸就的家居建材基地——红太阳装饰城(雨花基地),终于将到了揭开面纱的时刻了。这座总规模数倍于卡子门家居商圈的装饰城,堪称南京市装饰建材的基地,其独创南京家居行业集仓储物流批发零售于一体模式,究竟这个航母级的装饰城能给南京家居装饰行业的格局带来什么样的变化呢?

创新变革使企业不断发展

对于建材装饰行业的创新和变革,弘阳集团历来是一个急先锋。几年前,弘阳集团在江北兴建华东MALL,让我们看到了这个企业在建材装饰行业的高屋建瓴。华东MALL占地420亩,总建筑面积达55万平方米,拥有4160个停车位,是华东地区规模最大的SHOPPING MALL,集百货商场、超市、影院、健身、购物、休闲、餐饮、娱乐和家居等十

几种业态于一体,是南京地区首屈一指的商业“巨无霸”。2009年9月,随着华东MALL·家具馆的开业,华东MALL内所有的家居类板块已经完全开业,事实证明,华东MALL已成为江北人民及市区人民挑选家居建材不可或缺的目的之一。待华东MALL的其他项目落成后,这里将成为让南京居民吃、喝、玩、乐、购的场所。

作为政府的重点项目,红太阳装饰城现在已是雨花经济开发区的“明星项目”。红太阳装饰城总经理李品璐说:“红太阳装饰城建成后年交易额可突破100亿元,未来将提供上万人就业,无论是社会效益还是经济效益,都是不可小觑的。而市场内宜商宜居的生活环境,为入驻商户和消费者提供的是全新体验和生活方式。”

未来将与河西新城成一体

红太阳装饰城的四通八达、陆海空齐全的交通条件,对于物流和批发环节而言,是再便捷不过。而低廉的场地租金对于零售市场来说,也是一个巨大的优势。随着交通的日益发达,消费者跑上几十甚至上百公里去购买称心如意的家居和装饰建材将变得非常平常,家居建材卖场项目转移到城市周边地区发展已是大势所趋。这种说法得到了众

多行业专家的认同,中国建筑材料流通协会秘书长张彩虹说:“市区土地成本高,土地资源紧张,建材城向郊区发展的趋势是比较明显的。”

从市场现状来看,家居商圈周边一般会有大规模楼盘的聚集,如卡子门、江东门;而红太阳装饰城的这种地缘优势也是相当明显的。红太阳装饰城紧邻板桥新城,板桥新城位于主城西南方向,北部与

建邺区的河西新城相连,规划占地60.4平方公里。按照规划,到2012年,板桥新城将囊括60平方公里的发展空间,住宅用地达322.6万平方米,拥有35万居住人口。“未来江东南路的建成,将使河西与板桥结为一体,成为以每年5万人口为增长单位的大河西,共享150万消费人口。我们预估,红太阳装饰城每日平均流动人口接近3万人次。”

现代化物流平台绝无仅有

与南京大多数卖场以零售为主要渠道不同,红太阳装饰城是集仓储、物流、批发、零售等多种功能并生的,她所拥有的现代化的物流平台及物流功能是南京任何一个装饰企业不可比拟的。

据了解,红太阳装饰城物流中心自建立起,利用其独特的交通区位优势及完善的配套服务设施,为入驻的广大经营户及物流企业提供合理、周到、优质的物流交易信息及物流业务咨询服务。该物流中

心的基础设施配置包括了物流干线企业办公室、物流干线企业堆场、物流车辆停车场、信息大厅、辅助功能大厅、信息物流商办公室等。

红太阳装饰城总经理助理陶良贵详细介绍说:“装饰城会通过物流信息平台实时公布车辆、货物及码头运输情况,并通过手机、网站、信息软件,更快、更方便、更直观地将最新的高质量物流交易信息传播到客户手中,也会通

过互联网站、信息软件和手机短信等快捷方式将最新的政府部门公告传播到物流企业手中。物流信息平台还会传播本地物流企业的新闻资讯及经营户经营中所需的相关信息(路况、天气、物流设备应用、风险等),通过GPS将货物在途情况及时传入,以方便收货人、发货人、市场方物流中心工作人员在信息平台上查询货物运输过程中的实时动态。”

快报记者 童婷婷

业界评说

架起沟通苏鲁交易桥

山东淄博财富陶瓷城总经理 孙红霞

今年6月,我来到了还在施工建设中的红太阳装饰城,一下子就被她磅礴的气势吸引住了。在全国范围来看,像红太阳装饰城这种规模的装饰建材城真的很难找到,很少有企业能有这种魄力的。经过介绍,我知道陶瓷将成为红太阳装饰城的拳头产业,总面积达30万平方米。我们财富陶瓷城位于“江北瓷都”淄博,是淄博

300多个陶瓷厂家1000多个陶瓷品牌的营销推广品牌,财富陶瓷城代表厂家在全国寻找下一级市场。通过对红太阳装饰城的仔细考察,我们决定将其定为江苏地区最重要的合作对象。我们相信通过财富陶瓷城与红太阳装饰城的平台,一定可以增加山东、江苏两地的产品贸易,加强技术经验的交流合作。

还需要市场来做检验

江苏省家具行业协会会长 冯建华

随着房地产业的发展,板桥地区的确需要一个家具卖场,红太阳装饰城将家具纳入经营范围之内,应该说是有先见之明的。红太阳在板桥发展中档、普通家

具,既是受区位条件影响,也是对南京家具行业的一个补充。任何一个建材企业进入家具行业,都是没有门槛的,但能否适应这行的发展,还需要时间来检验。

具备影响全国的条件

广东《建材周刊》总编辑 罗青

中国家居行业同质化竞争的现象非常普遍,弘阳集团能在南京创造建材批零兼营的模式并持之以恒且加以创新,是非常难得的。家居卖场是上游工厂和下游经销商之中的中间一环,简单点说,这是一个渠道。家居卖场在整个产业链中的作用无疑是非常重要的,特别是在中国,家居行业的市场营销还很不成熟,需要家居卖场在市场管理和营销推广中多做努力。我觉得,一个成功的装饰城,绝不仅仅是开辟多大的面积、租给多少个品牌,重要的是培育和盘活这个市场。据我所知

在北京,有60%的家居卖场都是亏损的,仅有20%的家居卖场是盈利的。这就需要装饰城的管理层不断提高水平,在运营模式上多做创新。凭借红太阳装饰城的基础条件,其辐射华东的影响力应该是不在话下的,但要做到在全国范围内产生影响不是易事。目前,恐怕只有广东的中国陶瓷城和浙江的义乌小商品市场敢言影响全国。不过,如果红太阳能够在全国主要城市形成连锁经营,将南京的模式成功复制到当地,应该是具备影响全国的条件。

快报记者 童婷婷

红太阳光荣榜

- 1996年
红太阳商业大世界被南京市人民政府评为“重点保护市场”
- 1997年
红太阳装饰城被江苏省工商行政管理局和江苏省计划与经济委员会评为“江苏省百强私营企业”
- 1999年
红太阳装饰城荣获“国家经贸委首批重点联系市场”称号
- 2000年
红太阳装饰城被江苏省人民政府评为“江苏省先进私营企业”
- 2001年
红太阳装饰城被南京市人民政府评为“南京市先进私营企业”
- 2002年
红太阳装饰城被评为“南京市私营企业第六大纳税大户”
- 2003年

- 红太阳装饰城被南京市工商行政管理局评为“2003年度外地在宁企业先进市场”
- 2004年
红太阳商业大世界有限公司被评为南京市“三信三优”单位
- 2006年
江苏红太阳集团荣获“最具影响力品牌企业”称号
- 2007年
华东MALL荣膺“2007中国十大商业地产”之“中国最具影响力商业地产项目”
- 2008年
香港红太阳集团获联合国人居署颁发的“可持续发展特别贡献奖”
- 2009年
弘阳集团荣获中国建材流通协会“全国家居建材行业重点流通企业”的称号