



和你一起,做年轻的英雄

金鹰天地 新锐创新 勇往直前

对上世纪七八十年代的人来说,小虎队是青春、梦想、激情的记忆,《商业消费专刊》在虎年来临之际,与各商业掌舵者在小虎队一首首耳熟能详的歌声中,梳理时光脉络,回顾昨日激情,见证今日坚持,展望明日辉煌。

嘿!看我热情汹涌
为第一向前冲
嘿!让我抬头挺胸
做个年轻的英雄
——小虎队《年轻的英雄》

她年轻,她充满活力;她张扬,她引领潮流;她个性,她不断创新。2009年,珠江路上刮起了一阵时尚旋风,定位时尚新锐的金鹰天地全新开业,这个将购物、美食、休闲、娱乐融为一体的shopping center 瞬间成为了南京珠江路上的新城市地标。



介绍,金鹰天地总面积近3万平方米,共有5层,拥有B1F~B4F地下4层停车位,主要经营品类除传统时尚百货之外,还涵盖特色餐饮、咖啡西点、美容美发、时尚沙龙等特殊业态,品牌年轻新锐。与一站之遥的新街口店相比,定位有所区别,一个是经典、优雅,覆盖25~45岁年龄段消费者;一

个是时尚、新锐,主力进攻20~35岁年龄段消费者;如此一来,金鹰在南京中高端百货领域目标客群年龄层更加宽阔。

“金鹰天地进驻珠江路,填补了该商圈大型百货的空白,与坐落在新街口核心区域的金鹰新街口店遥相呼应,使得整个区域的商业档次梯级层次清晰而互补,形成立体商圈,将爆发出空前的能量。”商场无论从外立面本身来看,还是设计、用材,都显得更加时尚、大方。进入卖场。内部,高挑的挑空中庭;3米的宽敞购物通道;更加宽敞的专柜及出位更出色的装修风格;最大化让消费者在选购钟爱商品之余,满足对购物环境的挑剔需求。化妆品、珠宝名品、服饰鞋包、运动休闲、电子数码、图书音像、精品超市……完整的品类结构,带给顾客全方位的尊享服务。

今天 创新引领发展

回顾2009,零售百货业也是面对挑战的一年,金鹰天地作为金鹰商贸集团时尚·新锐——全新定位的年轻

百货,迎着每一项挑战。我们为需要而创新——独创全年的文化营销和日常促销相结合的企划理念,以品牌形象和业绩销售同步增长为目标。快速成长,锐意进取,并以新街口为中心形成一个“大新街口”商圈模式。

精彩的2009,金鹰天地举办了多成功的特色主题文化活动,风格鲜明、特立独行已然影响着时尚客层的潮流指引。3月的环保月独创网上种树大型互动一游戏,6月配合《变形金刚2》上映同期首推的机器人展,7月无音乐不生活的大过音乐狂欢节,9月向祖国献礼以建国60周年为背景的爱国月以及12月圣诞狂欢的烟花会……时尚的品牌结构,新锐的品牌形象,无一不体现金鹰天地时尚·新锐的品牌定位,真正“红”动全城,一呼百应。

明天 立足本身拓展未来

2010年,国家对经济的各个扶持政策,也将给百货业带来更多的契机,巴菲特曾预言2010依然是中国展示大国的一年,他也将自己的投资逐渐转入中国。相信2010年对于金鹰天地必将是飞速进取的一年,而金鹰天地将不断优化品类、品牌引进……未来新馆还将精彩开幕,时尚名品闪亮登场,配合集团的整体发展,不断突破,为顾客呈现一个新鲜的购物理念,为社会做出更多的贡献。

闫弋

昨天 错位经营显优势

2009年5月16日,金鹰天地正式开业,开业当天的路演活动在南京市里引起极大反响,各方对形式新颖巴士秀的开业活动予以很高的评价,同时开业当天的业绩也创造了金鹰系中商场开业当日业绩之最。据介



G.city 金鹰天地

恋上岁末购物

全场服饰/女鞋/珠宝/时尚名品/儿童/床用 **低至4折起**

折后基础上 **满800再送100**

1.28-1.31 化妆品 **满300抵40**

FANCL~H2O+ LANEIGE @ MENARD O HUI **积分5倍**

衣恋旗下品牌 1.28-1.31

Teenie Weenie Roem's Cat Paw Paw E-LAND KIDS PRICH PLORY E-LAND SCOFIELD男女装 Lee Levis

满299送100

明牌黄金 **满2010送100**

超值 **99** 送超市草莓购物袋一个

运动 **满299抵80**

1F 名品特惠 1.28-1.31 **13折**
2F 名品特惠 1.28-2.3 **2-6折**

江苏银行 **500送50**

贺岁大作
全城五店陆续上映
第一档
二月二十八日-二月三日
浓郁年味,购物不停歇
一城多店,Shopping无边界
必败佳品,犒劳自己
称心礼物,馈赠亲友
贺岁集结,全城狂欢
这个春节,全家一起逛金鹰

特约品牌除外·具体活动内容详见柜台明示

停车场 由中山路入口、同仁西街入口进入

珠江路站 4号出口

名品特惠

顾客服务热线 800 82 88988

珠江路1号 金鹰天地购物中心