

金鹰着力打造旗下年轻商业品牌

金鹰天地成熟运作 异彩大放

核心品牌铸就成长动力

金鹰商贸集团,专注发展高级时尚百货连锁零售业务,经过14年不懈努力,在中国同业中已经占据显赫地位,成为行业佼佼者。1996年4月18日,金鹰国际购物中心新街口店正式开业,60层的写字楼屹立在中华第一商圈——新街口的核心,创造了当时南京第一楼的高度,也把南京的商业

水平提升到一个前所未有的高度。高端的品牌、精致的货品、尊贵的服务,开启南京商业百货新纪元,成为南京商业的时代之最。金鹰这个品牌发展到今天,已在全国11个城市成功开设了17间连锁百货店,所有连锁店均处于所在城市黄金商业中心,堪称行业标杆之专业管理及创新精神之首。目前,金鹰国际商贸集团百货连锁店已经覆盖江苏全境,并在上海市、昆明市、西安市等地成功拓展,领跑全国百货业。

金鹰天地作为金鹰商贸旗下着力打造商业品牌,于2008年底在新街口商圈北端开出第一间分店金鹰天地珠江店,通过2年多的不断完善,自我品牌的不断提升。日臻完美的品牌品类布局规划,展现出举足轻重的品牌竞争力。差异化品牌引入,是金鹰天地的成长动力;强大的金鹰商贸集团的品牌支撑,更是金鹰天地成长的核心动力。

同城多店,错位经营,优势互补,为顾客提供更加精准的服务标准。金鹰天地珠江路店以时尚新锐的清晰定位,在品牌招商上迎合都市年轻消费客层。金鹰珠江一号国际酒店的正式开业,也给金鹰天地珠江路店带来了全新的服务配备。金鹰天地珠江路店的快速发展不仅成功填补了珠江路商圈空白,更有效的拉升了该地区的商业活力,使南京形成以地铁为轴线的三山街—新街口—珠江路—玄武门商业纵贯线。

品牌的发展离不开合作伙伴的大力支持,随着金鹰天地珠江路店这个年轻品牌不断前行,众多国际时尚品牌也关注到这股新鲜力量的崛起。国际知名品牌的不断进驻,显示出不可小觑的发展前景。此外,与银行业以及更多优质品牌的跨界合

作优势互补,为顾客提供更加丰富的购物体验,同时,随着金鹰天地珠江路店不断发展,达到品牌发展的长期共赢。

天地品牌迅速成长,成为都市新地标

品牌的发展在于不断自我突破,金鹰天地珠江路店仅用了2年多时间便完成了试营业、正式开业、全面升级三个发展阶段,着实在行业内令人称奇。

2007年底,甫开门营业的金鹰天地珠江路店就以时尚、新锐的定位、精致装修以及商品组合吸引了众多粉丝,定位准确,布局清晰的珠江路店迅速成为白领、白领、学生等新生代消费力量的首选之所。

经过一年的勉力经营,珠江路店实现第一个完整财政年度即盈利的佳绩,成为业内佳话。在集团的帮助下,珠江路店一举拿下天地主楼北面紧邻着的建筑,改建成为天地新馆北楼,营业面积扩至4万平方米,大大提升了品类丰富度以及品牌数量,满足了更多需求。2009年5月16日,天地珠江路店迎来了正式开业,一辆时尚巴士不仅载来数十名身着场内时尚名品的国内外名模,更是为南京时尚零售业树立全新时尚标尺。同年底,不断追求突破的天地珠江路店又积极筹备在新馆北楼的负一楼营建一个城市精品超市,为周边写字楼客群提供有机果蔬、冷鲜肉、休闲食品、调味品、奶制品、日用洗化等各种高品质生活所需,超市于2010年1月16日全新开幕,业绩斐然,作为商场功能的有益补充,锁定了更多优质客群。

2009年全年,金鹰天地珠江路店实现销售业绩同比42.18%,名列金鹰商贸前列。在金鹰,创新,永不



停止,北楼新馆一楼的招商和开幕被列入新的增长点,借助集团连锁化运作优势,Tommy Hilfiger、Miss sixty、GUESS、ANNA TOSANI、Tough等国际时尚名品相继入驻。

珠江路店已然完成了从品牌创建到成熟的转型,经历3个重要的发展周期,走向品牌成熟阶段,在城市商圈中大放异彩。

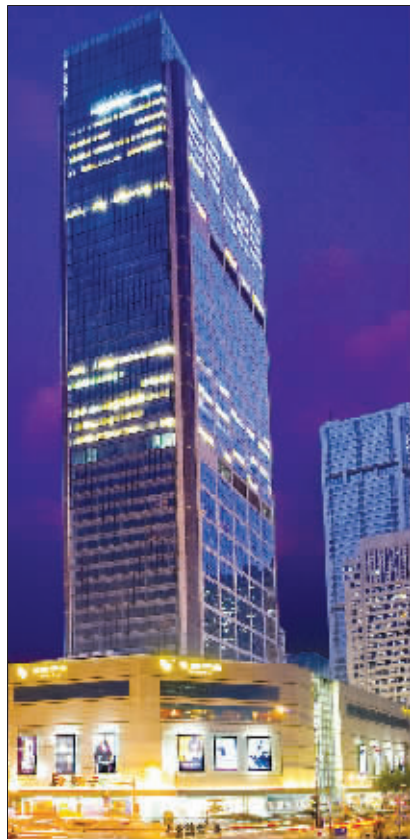
未来的金鹰天地,采用主力百货、生活超市、精品零售、高档餐饮、娱乐等业态的品牌进行组合搭配,形成“同业差异,异业互补”的空间布局。商业面积增至四万平方米,是集购物、餐饮、娱乐、健身、休闲、体验、商务等综合功能于一体的,超大体验式消费模式的综合性百货业态,在此基础上继续打造金鹰天地特色企业文化,拓展新的企业发展思路,将品牌文化与品牌效益双剑合璧。其所面对客层并不局限于周边商圈的时尚人士,更将辐射全市甚至周边地区的都市新阶层以及家庭式主力消费群体,打造年轻概念百货新模式。

商业文化打造独特的百货定位

金鹰天地作为一个年轻的百货商场,自开业以来,定位年轻市

场,并在此消费圈成功打造强而有力的品牌影响力。是什么让年轻人、白领客层喜欢上金鹰天地的品牌文化营销。坚持以文化营销带动商业促销的经营理念,保持企业的良性增长,不断塑造品牌定位。赢得了忠实VIP客层的拥趸,就是品牌成长的稳固基础。无论是开业巴士秀、niniwovo 圣诞大型互动式景观,还是坚持以低碳环保为企业使命,推行网上种树、每周一食素的大型网站活动,亦或是七夕情侣地铁卡、国货飞跃鞋、圣诞手套等独家限量的定制礼品,都是金鹰天地所倡导的商业文化的魅力所在。年轻客层所需要的,不仅仅是商品的满足,也不仅仅是服务的满足,而是对文化的共鸣,获得心灵上的体验。真正为顾客提供全方位,多需求的精准服务。

2至3年之内,随着河西店、江宁店与金鹰三期项目相继开幕,金鹰在南京地区将拥有8家连锁店,覆盖南京及周边地区全方位多需求的客层。8店联动带来的巨大的连锁效应与金鹰品牌的集聚效应、商业拉动效应、品牌文化效应都将令南京零售百货业叹为观止,打造商业航母。金鹰天地2010的全新启航,还将跟随金鹰品牌稳健的发展步伐,成为全国连锁店的一颗新星。



通读商业 同享世博

看南京商业如何喜迎上海世博,送出博礼多多



主题活动篇



“真幸运!我今天在商场抽中了两张世博会门票!”张女士兴奋地给本报打来电话。上海世博会开幕在即,这一国际性的文化盛会,也牵动了南京商家的神经。据了解,送世博门票、叠纸鹤等活动在各商家展开,很多商场表示,五一期间将会推出更多好玩实在的世博活动。

记者了解到,金鹰百货上周末举行了“百张世博门票免费送”活动,消费者参与热情高涨。除了送门票,也有商家“玩”出了创意,万千百货举行了“募集万千只世博纸鹤”的活动,招募市民亲手折叠的千纸鹤,纸鹤上要写上对世博的祝福语。“一对情侣给我们送来了满满一罐纸鹤,纸鹤上写着‘为爱情牵手,让世博见证’,我们工作人员看了很感动。”万千的工作人员表示,等到征集满20100只纸鹤,就会去冲击吉尼斯纪录,而且,凡是热情参与的消

费者,都有机会获得精致的小礼品。

此外,苏宁银河针对世博会推出了一系列活动,其中针对世博会推出的世博一日游受到了重点关注,活动期间,只需消费满2010元,即可获赠5月世博游的机会。记者看到前来咨询和报名参与的消费者都非常多,客服人员表示,目前活动已有多名消费者报名参加。除了苏宁银河准备的世博游活动,交通银行也为市民准备了世博礼品,活动期间,刷交通银行信用卡单笔消费满600元,就会赠送限量版“世博国旗秀”礼品一份。记者从南京商贸局了解到,“迎世博购物节”的商场主题活动将于4月30日至5月30日举行,吸引了中央、新百等众多商家的参与。活动期间,凡在参与商家购物满200元,即可获得抽奖券,奖品包括世博会纪念金条、世博会门票等。

文化活动策划篇

据悉,4月22日起德基广场联合现代快报共同举办“把世界走遍”世博系列活动,4月22日~4月28日德基广场举办“华丽传承——历届世博文化精粹展”,共展出44幅经典具有珍藏价值的历史图片,重现1851年伦敦世博会至2008年西班牙世博会近160年历史长河中人类文明发展的精彩瞬间,展示浩瀚的世界博览会文化精粹,让所有的消费者体验历届世博会所赋予的人与人、人与自然、人与科技共融的时尚与欢乐!

4月29日起,德基广场联手现代快报重磅推出“影像盛会——上海世博摄影

展”,从近千张前线记者的摄影作品中精选80幅宏伟盛大的照片,带消费者“走人”各大世博展馆,对上海世博会进行全方位的解析。这些作品从不同角度展现了世界各国历史文化建筑、现代城市景观、城市生活等方面的内容。此外,德基广场还将于2F~6F长廊展示消费者、摄影爱好者拍摄的世博会精彩照片,透过他们用创意、用灵感、用镜头捕捉的精彩瞬间,展现人们对城市多元文化融合、科技创新的憧憬以及对未来发展无限可能的期盼。

世博家电篇

世博家电产品具有很强的导向性和示范性意义,它代表了家电产品低碳环保的发展方向 and 趋势。为了迎接世博,苏宁、五星、国美等厂商联合在“五一期间”大力度推广低碳环保型家电,此次五一采购的节能环保家电占采购总量的70%以上。“世博家电”的遴选及审查前后经过数月时间,过程极其严格,能够赶在世博开幕前上市的型号及产

品,都是经过千挑万选的“绝色美人”。有专家预计,今年五一前后,会成为“世博家电”集中展示和销售的高峰,国美能够凭借自身优势,提前启动市场,推广“世博家电”,足以看出其敏锐的市场洞察力。

低碳环保篇

近日,作为中国高碳产业中出色的低碳最佳实践机构,法蓝瓷受邀进驻世博会零碳馆,向全世界展示推广低碳的工艺理念,在艺术领域的创新,并获选为“中国2010上海世博会零碳馆最佳实践企业”。

法蓝瓷总裁陈立恒表示:“只有与天地共存共荣的产品,才能创造永恒价值!”法蓝瓷在设计美学上,以回归自然的方式来追寻一种人与自然和谐相处的哲学精髓;在工艺上,法蓝瓷采用无铅釉药,使用干净的电控设备和高级天然气来取代重油等高污染燃料,特别研发的釉药与瓷土配方能减少30%的能源消耗;更在生产基地种植上万株树木,以平衡二氧化碳排放,从减碳走向零碳。

据悉,法蓝瓷零碳馆展示将从2005年5月1日持续到10月31日,期间,法蓝瓷将在零碳大堂、零碳T台等场地举办一系列精彩活动,通过将生活美学、时尚文化与零碳生态概念的结合,传达“敬天爱物,永续传承”的环保理念。

快报记者 曾茜 陈诚

