



清凉舒适节能, 从格力1赫兹开始!

GREE 格力

品质生活篇

青春志

市场星报 B12

2012年6月27日 星期三

编辑 殷江霞 组版 邱莉娜 校对 陈燕

# 20年, 合肥老家装企业的“前世今生”

位于合肥徽州大道与望江东路、合巢路交会处的“黄金”三角腹地的金三角建材城,曾经是合肥乃至安徽最早的建材城;而位于安庆路城隍庙门前的合肥第一家家装企业,合肥嘉美家庭服务部,则是合肥第一家专业的家装企业。近日,记者找到了这两家企业的相关负责人,请他们描述了代表合肥家装历史企业的“前世今生”。

记者 宁大龙 赵汗青

## 第一个建材市场: 金三角建材城

“金三角建材城不仅是合肥最早的建材城,而且也是安徽省最早的建材城。”合肥建材商会会长汤勇介绍说。

安徽金三角建材商城于1994年开业,位于合肥市徽州大道与望江东路、合巢路交会处的“黄金”三角腹地,交通便捷。

但优越的地理位置为什么没有带给金三角建材城美好的发展呢?6月25日下午,当记者来到金三角建材城管理办公室,相关负责人却拒绝接受记者采访。

除了宣传彩页,管理办不愿提供更多的材料。记者注意到,甚至在彩页上,金三角建材城的地址还写着“美菱大道188号”。

“商城占地3.5万平米,目前营业的一至六期工程,总营业面积达1.9万平米,引进厂商150余家,其中一期营业面积10000平米,主营五金交电、家具、灯饰等室内装饰材料。二期大厅营业面积达4000平米,主营瓷砖、卫生洁具、花岗岩等室内外装饰建材,三期大厅营业面积2000平

米,主要以各类建材名牌厂家设立专卖店销售……”

除此之外,金三角商城还有最低的租金、优惠的政策、协助办理暂住证、协助办理小孩入托手续、协助办理营业执照等等。

在金三角建材城,稀稀拉拉的顾客和商户们串门聊天的场景成了这个近20年大龄商城的真实场景。而从徽州大道的商城大门穿过来到合巢路上,路旁的小门店再一次带来了路边摊的气息。

## 第一个家装企业: 合肥嘉美家庭服务部

与金三角建材城相对的,合肥第一家家装企业,合肥嘉美家庭服务部,则早已消逝在历史的长河中。

1988年,22岁的李平放弃了单位安逸、高收入的工作,带着所有的积蓄,投身到了家装行业中。在安庆路上,他创建了合肥第一家家装公司:合肥嘉美家庭服务部,主营业务包括装修、家政服务、保姆、搬家等业务。业

务一度非常红火,当时的主流媒体也都纷纷报道了这家公司。

“家装行业的利润其实是很丰富的,直到今天,我也认为,家装市场是大有可为的。”李平回忆说,虽然公司当时的业务很广泛,但最主要的利润还是来自家装。当时比较混乱的家装市场和层层分包的分配措施,让李平感觉公司运行上的举步维艰。

1995年开始,李平选择关掉

了公司,并且逐步淡出了合肥家装市场。但李平并没有完全告别家装领域,目前,他在池州做装修工程方面的相关工作。

“现在家装市场发展越来越正规,也越来越规范,但即使到目前,家装市场还谈不上彻底成熟。”李平总结说,“不过我相信,这个行业总有彻底规范的一天,到那时,我还会回到合肥家装行业,再次大展身手。”

## 业内人士: 目前家装行业向多元化发展

某建材市场的负责人告诉记者,现在合肥很多老的建材城的体量小,硬件环境差,难以适应日趋发展的建材品牌对环境的要求。

“而且金三角主要为陶瓷和卫浴品牌,而这些品牌目前正在洗牌阶段,目前正在向智能化、互动化、个性化发展,售后服务消费者会越来越看重,所以后期的中小品牌会很难以生存。”该业内人士说。

目前合肥存在的建材市场有4种形态:摊位市场、建材超市、家居体验馆、网络商城,传统摊位市场在不断发展的同时求新求变,力求保证在建材市场统治地位,建材超市受到目前中国建材行业供应链的制约在苦苦挣扎,家居体验馆成为建材市场发展新的亮点,而网络商城还需要时间去适应建材的与众不同。

## 专家建议: 选好定位, 做错位经营

目前,很多老建材市场的问题不止于硬件设施,更多的因素还在于体制。合肥市建材商会会长汤勇认为,以金三角威力,其本身是市场的产物,但不能把企业当做政府,企业发展是要讲经营策略的,如果建材城不调整经营体制,以后仍然会面临很大的问题。金三角多年的发展和城市发展的路径是一样的,“好比以前是村庄,后来开发,现在变成了新兴城区的一部分。”汤勇说。

目前,很多家装城虽然位

处黄金地段,但随着合肥城市的大发展,物流却渐渐成短板。“你怎么能想象,当一个顾客前去购买建材,连车位都没有。”安徽智源企业管理咨询有限公司总裁张宝说,很多建材城都放在外围,主要是考虑到物流便捷,讲起来是闹市,但功能区域小。

此外,对于老建材城未来的发展,张宝建议说,老建材城可以做专业的市场定位,做错位经营,瞄准周边的市场空缺,发现市场的“蓝海”。

# 探访安徽国邦集团: 省城三大卖场见证辉煌发展

从最初的瑶海摩配市场,到1998年创办红旗建材市场,再到2002年,安徽国邦集团正式成立。经过多年发展,国邦集团已形成以品牌家居市场运营、家居流通贸易、商业地产开发、商贸物流为主的商业地产品牌集群。日前,记者探访了国邦旗下的三大卖场,见证了国邦10年的发展,从一个小的单体市场,到如今的连锁经营企业,所取得的丰硕成果。

记者 宁大龙

## 国邦美家居红旗市场: 老市场延续辉煌

国邦美家居红旗市场成立于1998年8月,是合肥市政府为民办实事十大工程之一,也是安徽省目前最大的融建材产品展示、交易、信息、储运、加工、配送和相关配套设施为一体的专业化、综合建材市场,是合肥市唯一的24小时可以进行货运车辆的建筑装饰材料市场。

据介绍,该市场本着“统一规划”、分期实施的原则,现已形成十二大分类交易区,有全国各地入驻的商户1000余家,主要经营名品灯具、陶瓷卫浴、五金水暖、木地板、电工电料、橱柜油漆涂料、窗帘布艺等建材装饰类材料。

2002年4月,国邦美家居红旗市场四期工程——红旗国际名

品装饰会展中心名品装饰城开业,是安徽省单体规模最大、档次最高、灯具瓷砖洁具品种最全的装饰材料展示交易中心。该中心的建成开业,也标志着红旗市场一跃成为真正全国大型综合建材批发零售市场。而如今,红旗市场也是瑶海区的标志性建筑之一。

## 国邦美家居青阳路卖场: 现代化管理为消费者牟利

从合肥长江西路与青阳路交口往南100米,就来到了国邦美家居青阳路卖场。国邦美家居青阳路卖场是安徽国邦集团下属企业,是一家现代化家庭装饰材料购物广场,也是合肥西区唯一的能提供建材、家具、家居一站式购齐,集展示、销售为一体的专业建材家居卖场。经营面积55000平方米,经营品种多达

50000余种,汇集陶瓷卫浴洁具、木地板、橱柜、木门、移门、衣帽间、五金、吊顶、窗帘、灯饰、板材、油漆、家具家居等十三大类,覆盖家居生活各个环节。

在管理中,美家居青阳路卖场运用了建材家居行业最先进的现代化管理模式,求实创新,正以稳健的步伐向国际化迈进。一直秉承着“诚信经营,顾客至上、服

务至上、品质至上”的经营原则,在安徽建材家居行业中实现了第一个创新业态,集展示、销售、专门店、超市、总代理等融为一体的“商场化管理、市场化经营”最先进的经营模式,第一个引进“市场准入制”、“先行赔付制”、“星级绿色经营户认证”、“VIP客户认证”等国际先进管理机制,为消费者利益保障提供了前提。



## 国邦美家居望湖卖场: 集购物娱乐为一体的家居潮流场

与前两个传统卖场最大的区别在于,国邦美家居望湖卖场是由安徽国邦集团投资兴建的,融购物、体验、游园、休闲、文化于一体的超大型家居潮流卖场。作为国邦美家居第三代专业家居卖场和城南的地标建筑,经营建材、家具、家饰、家电等,产品类别款式达8万余种。依托国邦集团、国邦美家居的品牌优势,拥有国际标准的配套设施、科学合理的业态规划、国际先进商业管理公司的全程顾问,专业营销团队进行360度营销服务。

同时,商场具有经验丰富的管理团队进行严格统一的管理,以旗舰店、中心店、精品店、样板店为主、厂店合一的优势,造就了消费者购买建材家居的质优和价廉。

目前,整个市场入驻超过500家一线品牌厂商,主要经营范围涉及20大品类,囊括陶瓷、卫浴、地板、木门、移门衣柜、灯饰、家具、家饰、板材、五金、窗帘、油漆、吊顶、壁纸、橱柜、电机工具、管材管件、水暖等产品;196万款建材家居产品,实现了一站购齐的目标。