

南京曾有“三步两桥”

最早的“三步两桥”在门西,后来被废弃



三步两桥这个名字让不少人感到奇怪 快报记者 施向辉 摄

“有一些老地名没列入候选名单,我觉得蛮可惜的,例如朱雀路、七桥瓮……不过,这正说明我们南京有人文价值的老地名太多了,岂是200个名单就能列出的。作为一个老南京人,我真感到自豪。我希望所有的老地方、老地名,在城市建设中都能得到善待和保护,把这笔老祖宗留下来的财富交给我们的后人。”这是网友“祥子”在投票后留下的评论,也道出了很多南京人的心声。昨天,快报“海选老地名”的评选活动继续火热,截至18:30,参与读者已经达到了3724人。

确实,这次因为数量的限制,不少老地名没能进入候选名单,但这并不代表它们没有价值。读者余先生来电认为,鼓楼的三步两桥和门西的孝顺里没能入选,非常可惜。在他的要求下,记者昨天寻访了这两个地方。



海选地名特别顾问:
南京大学城市与资源系教授 马永立
江苏省民政厅地名管理专家 薛光

每日“海选”TOP20

整理昨日的推荐情况,现将第三天经过市民“海选”投票的前20名老地名名单公布如下,供读者投票参考。它们是:

- 乌衣巷、玄武湖
- 金陵、莫愁湖
- 鼓楼、明孝陵
- 中山陵、燕子矶
- 夫子庙、新街口
- 朝天宫、雨花台
- 御道街、鸡鸣寺
- 秦淮河、明故宫
- 紫金山(钟山)、石头城
- 总统府、大行宫

3种投票方式继续开通:

1. 拨打南京市电话问路服务热线16885156(信息费1元/分钟)或者登录南京地名网(http://njdm.nj.gov.cn)“老地名海选”专栏投票;
2. 拨打现代快报热线:96060(24小时)、84783591(9:30-11:00;14:00-17:00),或者登录www.life-nanjing.com.cn;
3. 写信至成贤街43号南京市地名委员会办公室(邮编:210018,信封上请注明“海选老地名”字样,9月1日截止)。



孝顺里 快报记者 陈英 摄

【记者寻访】

“三步两桥”不止一个

“到三步两桥!”记者拦下一辆出租车的,哥似乎很熟悉此地,没有多问一句。当小车穿梭在中山北路时,记者与司机攀谈起来,“你知道为什么叫三步两桥啊,这个名字好奇怪。”司机爽朗地笑了:“咱们南京是江南水乡,走三步看见两座桥,也是正常的啊,所以名字就这么叫了吧。”到了,这条巷子就是了。”小车在虹桥附近停下,在路口,记者看到一块“三步两桥”的牌。走进去,巷子很宽,大约四米,东起中山北路,西至水佐岗,沥青小巷,可以通行汽车。在小巷内,记者问了好几位居民,他们所说的与司机的解释差不多,“这里曾有两座小桥,架在一条河上,因两座桥靠得很近,相隔仅三步之遥,故称三步两桥。”

其实不是这样的,三步两桥即‘两铺三个桥’,只不过当时这里地处偏僻,人迹罕至,所有

店铺相对较少,市民要走很远才能买到东西。”南京市地名办老专家徐兴钊介绍说,古时的商业中心和居民区大多集中在秦淮区、白下区,而鼓楼区在建国前大片还是农田,不像现在如此繁华。其实,在南京还有一个“三步两桥”,它在门西,原名“三铺两个桥”,也产生于清代。在1930年《新南京市实测详图》上,徐兴钊指出,那时它已经叫“三步两桥”,但到1950年时被废弃并入了殷高巷。可见,门西的“三步两桥”比现在鼓楼的这个,历史要久远得多。

根据专家提供的线索,记者在集庆路南侧殷高巷找到了答案。原南京钓鱼台小学校长、已93岁高龄的戴国英向记者证实,她住在殷高巷已有50年了,在殷高巷的最前段,在建国前曾经叫过三步两桥,但是后来可能因与鼓楼那边的三步两桥重名而废弃。

“孝顺里”源于“孝子坊”

午后两点,阳光灿烂地照着城南的每一条街巷,窄窄的小巷也因此显得生机勃勃。记者发现殷高巷正好连接着孝顺里。顺着300多米长的窄巷一路走过去,两边都是民居,有些已经翻新,刷得平整的水泥墙面、悬挂着的空调外机,透着城市生活的气息;而有些则是破旧不堪,墙壁因为白色石灰的掉落显得斑驳。

巷子中段,一口老井横在路中间,井口很小,井口的石壁被磨出了道道深痕,记者探头往井底看去,这是一口枯井,井底满是垃圾。不远处,一位上身赤膊的中年男子坐在墙角下纳凉。他

告诉记者,从他的祖辈开始,他们家就在这条巷子住了,有一百多年了吧,但是他不知道“孝顺里”出自何处,但与“孝子坊”有关系。不过这口井曾是钦差大臣刘芝田家的。就在井的旁边,记者看见了“刘芝田故居”的文物保护单位。这名男子说,当时刘家很有钱,他的故居号称九十九间半,有门厅、轿厅、大厅以及多进楼房,总占地3000平方米。

记者还发现,与孝顺里相接的还有不少小巷子,鸣羊里、五福里、荷花塘、学智坊、谢公祠……这些名字无不令人遐想。

【地理溯源】

两个地名都很有来历

“三步两桥”和“孝顺里”这两个老地名,从知名度和历史悠久度来看,影响力自然不如“乌衣巷”和“程阁老巷”。不过,门西的“三步两桥”与鸣羊街、学智坊相邻,它们的来历也都很有历史文化渊源。

鸣羊街在城南花露岗东侧,古名“鸣阳街”。据说凤凰曾在此朝阳而鸣,并有百鸟朝凤之仪,故名。后讹传为鸣羊街。

与之相连的鸣羊里之名,亦源于此。

学智坊本名孝子坊,在古凤游寺西,瓦官寺北,今南京城内西南角城墙脚下。相传因此地正对胡家花园,花园主人胡光园葬其父于此,并建有墓阙,时人遂称此地为孝子坊。

1966年后更名为学智坊。——江苏省民政厅地名管理专家 薛光
快报记者 项凤华
见习记者 陈英

征集民间线索

风流总被雨打风吹去!南京的地名文化不是无源之水,也不是空中楼阁,它流传在老人的口中,它存在于你儿时的记忆

里,它浓缩在箱底泛黄的老照片上……欢迎您来来电来信提供这些线索,让我们一起见证分享。热线电话:025-84783591。

南京首现“婚宴样板厅”

□快报讯(记者 郑春平)“是谁在轻轻吹入恍如隔世的节拍,绞动我那曾经多年的心爱……”在一曲动人的民乐中,两个帅小伙引道,四个跳着美丽舞蹈的蒙面女郎簇拥着一身白纱的新娘出现在宾客面前。昨晚,在华世博纪婚宴大厅上演的这一幕,宣告了南京乃至全国首个婚宴样板厅正式亮相。

今年南京的婚庆档期早已排满。但全市目前还没有一家专业的婚宴厅,婚宴场所通常选择在宾馆酒店的会议厅或接待散客的餐厅。在南京市商务局的牵线搭桥下,“婚宴样板厅”诞生了。记者在现场看到,和普通婚宴厅相比,“样板厅”至少有3个特点:一是无梁柱阻隔式空间杜绝了视觉死角,不会出现来宾之间围着柱子“捉迷藏”的现象;二是灯光和音响“精彩”,回光灯、激光灯、摇头灯等共有70多盏,音响器材很“发烧”,所以配备了专业的灯光师和音响师,不像婚宴倒更像演唱会;三是近5米的层高使得整体氛围更浓,不像普通婚宴厅只有2米多的层高,怎么看都脱不了“会议室”的感觉。

不过,有业内人士认为,在追求个性的今天,新人在结婚时尤为注重“特别”“另类”,有的甚至干脆举行室外婚礼、草地婚礼。因此,这种样板厅的生命力如何,目前尚未可知。

【天天出彩】

7位数(06129期)

中奖号码:	8 8 3 7 0 9 7	
奖级	中奖注数	每注金额
特等奖	0注	0元
一等奖	2注	130542元
二等奖	51注	5119元

22选5(06224期)

中奖号码:	04 07 10 20 21	
奖级	中奖注数	每注金额
特等奖	17注	3934元
一等奖	694注	50元
二等奖	9908注	6元

3D游戏(2006224期)

中奖号码:	0 3 9	
奖等	江苏中奖注数	每注金额
单选	273注	1000元
组选3	0注	320元
组选6	1850注	160元

15选5(2006224期)

中奖号码:	4 7 9 12 15	
奖等	中奖注数	每注金额
特等奖	0注	0元
一等奖	47注	2544元
二等奖	2539注	10元

排列5(06224期)

中奖号码:	7 0 8 5 7	
奖级	中奖注数	每注奖金
排列5	8注	100000元

排列3(06224期)

中奖号码:	7 0 8	
奖级	中奖注数	每注奖金
直选	5695注	1000元
组选6	21211注	江苏220元

双色球(2006097期)

红色球号码:	11 14 15 20 26 27	
蓝色球号码:	12	
第二个蓝色球号码:	2	
奖等	中奖注数	每注金额
一等奖	0注	0元
二等奖	36注	572103元
三等奖	451注	3000元

近日,“百年史密斯、创新中国行暨A.O.史密斯中国十年”的庆典活动在北京隆重举行,A.O.史密斯全球CEO保罗·琼斯携其美国总部及中国公司的高层集体亮相。中国消费者协会、中国质量协会、中国家用电器协会、中国家电维修院等相关领导、专家也应邀出席了此次庆典活动。

国际热水器巨头A.O.史密斯全球CEO访华 加快中国市场扩张步伐

百年企业 始终保持旺盛生命力
致力研发 持续创新成就百年跨越

美国热水器巨头A.O.史密斯拥有130余年的历史,近年来,A.O.史密斯公司的产业规模仍在迅速地持续扩张,继2001年收购了美国第三大热水器公司State热水器公司后,2006年又新收购了在北美市场上市位居前列的加拿大热水器和建筑产品生产企业GSW公司,继续巩固了其在北美的优势地位,为其全球扩张战略打下了坚实的基础。

对此,中国家用电器协会理事长祁芳表示,中国家电业从起步至今的20多年里迅速发展为全球家电制造中心,得益于国内家电企业的努力,以及像A.O.史密斯这样对中国家电业做出贡献的一些外资家电企业将新理念、新技术和管理方法引入到中国。A.O.史密斯在激烈的市场竞争中凭借技术实力以及对产品质量的严格把关成立百年还依然保持着旺盛生命力,其成功经验值得国内企业借鉴。

打造精品 中国十年 体贴消费者

精益求精、笃信技术、注重产品品质、为消费者提供最大价值产品和服务是A.O.史密斯在中国一贯奉行的宗旨。近年来,为满足中国消费者注重节能、安全、耐用的需求,A.O.史密斯研发出了AES自适应节能系统、变频加热系统等一系列的专利技术,不断地推出技术走在行业尖端的高品质产品。进入中国十年来,A.O.史密斯秉承了“专业化+精品化”的企业理念,注重研发创新及过硬的产品质量,在不断地满足中国消费者需求的过程中取得了快速的发展。2005年起,其市场份额已在中国热水器两强行列。

中国质量协会用户委员会樊天祺部长对此表示,质量是客户满意的基点,也是任何一个企业长远发展的基点,只有重视产品质量及服务品质,不断地满足客户需求的企业才有可能长盛不衰,而A.O.史密斯作为一家百年企业,在专业化、技术创新及质量控制方面,有许多值得国内家电企业学习和借鉴。

致力研发 持续创新成就百年跨越

追溯A.O.史密斯130余年的历史就会发现,“通过研究,寻找一种更好的方式”是A.O.史密斯的核心经营理念,为适应各个不同时期的变化,A.O.史密斯公司不断创新,从第一合金内胆热水器,到百年经营中奉行技术为先的关键信念,使A.O.史密斯成为同行业的领导品牌。

A.O.史密斯目前在全球设立了三大研发中心,其在亚洲唯一的研发中心就是去年在中国成立的全球工程研发中心。该中心可以实现与亚洲、欧洲研发中心进行24小时不间断的产品研发和测试,标志着A.O.史密斯在中国实现了从制造到技术研发的真正战略转型,并将极大提升其产品研发能力。今年是A.O.史密斯金内胆技术发明70周年,借助这一核心技术,中国的全球研发中心成功研发了金内胆加热带,解决了加热带堵塞这一困扰热水器行业发展的世界性难题,A.O.史密斯不断的钻研和创新,是A.O.史密斯成为全世界范围内在家用和商用热水器领域中的“专家”的根基所在。

加速扩张 推动家电业持续发展

进入中国市场以来,A.O.史密斯不断加大对中国市场的投入,已成为热水器行业的主导品牌。中国全球研发中心的建立,加快了A.O.史密斯技术研发的“本土化”进程,今年投资3780万美元建成的二期工厂竣工投产,使其在中国的生产规模在原有基础上跨越性地翻了一倍。

业内人士指出,长期以来,缺乏核心技术和研发能力是中国家电业进一步发展的瓶颈,这次,此前在国内一直保持低调的国际热水器巨头A.O.史密斯集团高层在北京的集中亮相,表明了这一全球最大的热水器供应商对中国市场的重视,同时其以研发创新为主导在中国进行的大力扩张,必然对国内热水器市场造成新一轮的冲击,推动热水器行业的全面升级。