

主城人口交通形势日渐严峻,南京反思“一城三区”发展

# 江宁江北仙林 将各造一个“新街口”

南京市城市总体规划修编成果草案昨天起向市民公示,从城市总体布局上来说,市民关心的河西、城东、南部新城、江宁、江北、仙林等各大楼市板块未来如何发展?哪个板块会更适宜人居?

昨天,南京市规划部门组织参编单位就“城市总体规划及产业发展”专题答记者问。就前一版规划“一城三区”在实际实施后导致南京交通出现“钟摆、潮汐”、交通压力日渐加大的现状,规划人员表示,新的总规要尝试让江宁、仙林,特别是江北地区“独立”形成自己的中心,最好让这些地区的居民上班、购物、就医、就学“不进主城”。

## 居住在新城,上班在老城,交通压力大

据南京市规划研究院顾问总工蒋伶介绍,南京从上一版的城市总规就提出了“一城三区”发展战略,“一城”是河西新城,“三区”则是江宁、江北、仙林。“这一次的规划修编,将江宁江北仙林升格为副城,河西和即将发展的南部新城并入主城,和原有的老城区

构成主城。”  
发展“一城三区”原来为了疏散老城人口、减轻老城压力,可实际上这几年下来,虽然南京的城区版图拉大了,可是在给老城减负的问题上成效并不明显,调查显示,老城的人口增长速度虽然已经放缓,但人口绝对值还是在增长。

“我们也对一城三区的规划实施进行了反思,发现问题是新城功能单一造成的。”蒋伶告诉记者,比如仙林只是大学城,就业功能基本没有,江宁则是一个房地产开发区;江北是从县城的基础上发展起来的,市政设施硬件、城市管理等方面无法完全满足入住居民多方面的需求。所以市民住到新区,却还要回老城工作、学习、购物,导致交通的钟摆潮汐现象,加大了主城交通压力。

## 江宁江北仙林选定各自“副城中心”

新一轮的城市总规修编把“三区”升格成了“三副城”。别看“区”和“城”仅一字之差,含义却大有不同。蒋伶表示,这三个区域的功能要进一步完善,让副城的居民就

业就学都能在副城里解决。比如仙林,未来的目标是要有自己的医院、商场、商业中心,这个中心不仅要为仙林服务,远期还要跨江服务于四桥桥北地区,东到镇江句容地区,达到这个水平才是达到了副城的目标。

而在三个副城里,江北的“独立性”更强,所有的设施和主城在内容上、水平上都等级一致;主城有三甲医院,江北也要有三甲医院;主城有图书馆、购物中心,江北也要有。“江北和主城要发展成镇江和扬州的关系,有过江通道但相互之间仍相对独立,这样南京在辐射中西部全椒、巢湖、滁州、天长等城市时,这些地方居民要来南京购物休闲甚至定居,在江北就可以了,不用全部过江挤进主城,否则大桥的压力会更大。”

据悉,为了让“三副城”功能完善,三副城各将设立“副城中心”,类似于自己的“新街口”。江宁的中心凤凰港杨家圩地区,也就是百家湖和秦淮河之间,“那是一个有河湖特色的商业中心,在小岛上设文化休闲项目”;仙林的中心就在目前的仙林大学城

位置,设想是未来类似于龙江地区,但会比龙江更完善;江北的中心位于石佛寺,该区域13平方公里的用地已经开始控制,商业行政项目的建设即将启动。

## 城东马群开发至少需要10年

南部新城以南京铁路南站为核心,蒋伶还表示,南部新城绝非只有铁路南站地区而已,还包括大校场机场搬迁后的一整片地区。

最新划出的“主城区”有河西、有南部新城,可是独独没有提到城东地区,而城东地区目前唯一未被大规模开发的是马群地区,昨天规划人员表示,在这一版的城市总规里,马群被纳入了仙林副城范围。仙林副城里除了大学城是副城中心外,在马群百水桥地区也规划有一个副城中心,将服务于百万人口。但目前仍处于预留状态,大会在2020年以后才开发。

据悉,今明两天规划部门还将就市政配套、文化环境保护做专题说明会,快报将继续关注。

通讯员 王宇新 快报记者 孙洁



## 首届栖霞山文化艺术节 10月举办 “欢欢”“嘻嘻”带你游栖霞

快报讯(记者 郑春平)什么最能代表南京的栖霞山?可能所有的答案都是“红叶”。其实,“栖霞”二字对南京而言远不止一个“红叶”。昨天揭晓的栖霞山文化艺术节“节徽”和吉祥物,将红叶与辟邪融合在一起,生动传达出栖霞在南京历史文化中的特有地位。与此同时,栖霞山文化艺术节的序幕也正式开启,南京又将再添一张特色文化名片。

今年5月份,栖霞山文化艺术节组委会向全社会公开征集“节徽”和“吉祥物”,共收到来自全国各地的200多件作品。昨日揭晓的“节徽”由浙江省乐清市的章途设计,作品由“枫叶”、“辟邪”和汉字“文”变形组成,同时图形又含抽象的“山”、“水”等元素,突出文化节“上善栖霞·秋之韵”主题。节徽整体结构为“圆”,象征和谐、美好,寓意和谐栖霞、美好明天;“吉祥物”则是由南京市雅智广告公司周口、杨维光设计,用拟人卡通表现手法,将“辟邪”与“枫叶”融合在一起。整体色调由跳跃的红色与明

快的黄色组成,视觉感受动感、时尚、现代,既蕴含传统又符合现代人的审美标准。它们俩还各有个好听的名字:“欢欢”和“嘻嘻”。

随着“欢欢”和“嘻嘻”的诞生,首届中国南京栖霞山文化节也正式拉开了序幕。这次文化节从10月中旬开始至11月中旬结束,历时1个月,其间围绕旅游、文化、经贸和体育等方面组织了丰富多彩的活动。涵盖首届中国南京栖霞山文化节开幕式暨“栖霞秋韵”大型文艺演出、南京栖霞山—台湾佛光山对接暨“栖霞禅韵”梵呗音乐会、栖霞山六朝文化论坛、科技创新高层论坛、港口经济峰会、栖霞旅游产业发展资源推介会、文化名人走进栖霞、红枫艺术节、“秋栖霞”素食美食节等十余项主体活动和系列活动。

据组委会人士介绍,栖霞山文化节将通过构筑经济发展新载体,整合和挖掘文化资源,并以创新和多元的形式,来展示文化成果、彰显地区特色,使更多的人了解栖霞、关注栖霞,是一种弘扬传统文化的重要载体。

## 笔记本直降1000元 买电脑送800大礼 4G优盘仅售9元 宏图三胞珠江路店4周年庆特惠促销

近日,宏图三胞暑期促销热闹进行中,从南京区域负责人处获悉:南京分部将于本周末推出珠江路浮桥店盛大店庆促销。以联想为代表的国际大厂资源齐砸宏图三胞

今年暑假,联想、HP、DELL、佳能、SONY等国际大厂与宏图三胞的合作空前密切,联想的节能电脑C100一体机本周末宏图三胞首发

外,联想4核台式电脑4155,配备512M独显、320G硬盘和21.5英寸宽屏液晶显示器,新品上市价仅为4799元。宏图三胞与厂家采取直供的合作模式后,其中有199元的迷你移动硬盘、888元的三星19英寸液晶显示器等等,总价值达数十万元。宏图三胞也组织了一批特惠产品,如1元的键盘膜、7元的摄像头、7

元的鼠标等等,抢到就等于赚到。  
学生、乡镇用户买电脑正当时  
暑假开始后,学生消费群体成为宏图三胞连锁卖场内的主角。为满足准大学生外出求学上网的需求,宏图三胞与中国电信联合推出天翼3G无线宽带捆绑套餐,购买东芝NB201上网本+价值1200元的全年无线上网资费+价值350元的上网卡,

仅售4499元。中国电信天翼3G无线上网速度快、可以漫游,非常适合学生使用。  
而“电脑下乡”正在宏图三胞全省卖场轰轰烈烈地开展。店庆期间,农民用户购买“电脑下乡”产品除了享受国家13%的补贴外,宏图三胞再送588大礼及100元产品购物券还可获赠厂家支持的礼品及相关卖场互动活动。

## 大地·伊丽雅特湾 金牌双景三房周六公开

听闻城北名盘大地·伊丽雅特湾又将推出新房源,虽然不是周末,但售楼中心依然来客不少,销售人员在与客户耐心讲解新推房源的位置、户型、景观等情况,笔者从中也了解到了所谓“金牌双景三房”的优越品质。

大地·伊丽雅特湾位处城北主城区,项目周边配套齐全,交通便利。超市卖场、银行、学校、医院等生活配套近在咫尺,且项目自带2.5万m<sup>2</sup>大规模的商业配

套,可尽享都市生活的高效便捷。多条公交线路设站于此,极大方便了人们的日常出行,将人们带到城市的每一个角落。地铁一号线迈皋桥站近在咫尺,规划中的北延第一站出口就位于该项目旁边,届时,大地·伊丽雅特湾将成为新真正意义的地铁上盖物业。

所谓“金牌双景三房”,一方面是指此批房源位置极佳,双面景观,另一方面是指这一批户型是经典升级,堪称金牌。此次将要公

开的10栋和11栋在整个项目中占据了绝版位置。尤其是11栋,南临低密度花园洋房,北靠大地·伊丽雅特湾4000m<sup>2</sup>的绿地广场,双面景观,尽显居者大气。而一直被市场叫好的110m<sup>2</sup>三室两厅房型终于又将重出江湖,不仅如此,更有128m<sup>2</sup>金牌房型,该户型三室朝南设计,且主卧自带独立的储藏室和卫生间,更显尊贵。

近年来,改善型置业几近成风。人们对居住的要求

越来越高。有条件的年轻人多愿选择一步到位,购置心仪的大户型。众所周之,看得见的品质和经得起比较的价格一直是大地·伊丽雅特湾赢得市场的两张王牌。凭借大地集团多年的建筑经验与精湛的建筑技艺,大地·伊丽雅特湾自面世之日起便赢得了市场的一致好评。据悉为回馈市场,开发商将借此开盘之机,给予购房者极大的优惠。我们期待7月4日的开盘能给市场带来不一样的惊喜。

## 招商·依云溪谷 连日暴雨见证完美交付

6月30日,位于仙林的招商·依云溪谷社区门前车水马龙,人头攒动,依云溪谷国际会所也是装饰一新,一片热闹喜庆的景象。喜气洋洋的业主陆陆续续来到了入伙现场,在工作人员的引领下有序地办理入伙手续,拿到了新房的钥匙。

多年来,招商地产和客户形成了和谐的建设性伙伴关系,共生共建、共存共荣。目前,招商会已拥有忠诚会员15000名;2009年是招商地产的“服务年”,招商地产南京公司号召全体员工将为客户提供更优质的服务。

据介绍,此次入伙是招商·依云溪谷项目二期的首批单位入伙,受到了招商地产和招商局物业的高度重视。为了保障入伙的顺利进行,招商地产在收房前邀约客户预验房,邀请专业的验房

师从客户的角度出发,对即将交付的新房进行全面的检查验收。6月30日,正值南京遭遇了持续多日的狂风暴雨,招商依云溪谷在此次暴雨的严格考量中交上了一份完美的答卷。门窗、屋顶、地下室等处经受了这场暴雨的检验。

据房管局及网尚房产机构权威数据显示,2009年至今,南京楼市继续保持高位运行,从房管局统计的成交金额排行来看,招商·依云溪谷作为南京高端别墅物业的代表,1—6月劲销8亿,以绝佳的销售业绩位列全市别墅销售金额冠军,这是招商·依云溪谷继勇夺2008别墅销售冠军之后,又一次向市场及消费者证明了依云溪谷的市场热度和魅力所在,续写着属于招商地产的传奇。据了解,目前,仅余38席典藏地铁双拼。

## 中粮集团全力打造名庄荟

近日,由中粮集团和南京金色庄园酒业公司联合打造的名庄荟红酒会所在大光路67号全新开业,该会所汇集了来自于世界各地的由中粮集团悉心筛选的近500多个红酒品种。据金色庄园酒业的王总经理介绍:名庄荟的开业标志着中粮集团

在推广其重要红酒品牌长城干红上升到了一个新的高度,他对于塑造长城干红的专业红酒形象,培养消费者对于长城干红的忠诚度起到了非常积极的作用。预计在一年之内,名庄荟在南京将再开10家左右,从而让各位酒友更加方便地消费红酒。

# 南京国美五周年庆启动首轮回馈

南京国美五周年庆本周末启动首批特价资源,全城各大卖场携礼谢顾客。空调、冰箱、彩电等各品类家电全面让利,丰富的商品选择,低廉的价格、实用的赠品,定让消费者不虚此行。

## 特价商品全面放送

为了更好地在五周年庆典期间,服务好消费者,南京国美除了在资源备货方

面尽量满足市场的需求,更通过“节庆价格策略”针对全品类商品进行有效调价,以实现整体超过30%的降价幅度,以此来作为感恩回馈消费者的“盛礼”。

由于五周年庆持续让利时间长,南京国美针对五周年将投入总共超过亿元的巨额资源,这其中赠品资源就超过20%。各品牌供应尚不遗余力地支持

更使得南京国美拥有足够的空间运作此次五周年庆典活动,将一大批09年刚刚上市的新品、畅销型号电器以更为低廉的价格供应给消费者。

目前空调市场销售火爆,南京国美联合伊莱克斯、海尔、格力、美的、三菱电机等空调厂家,推出大量特价机,并对节能产品在国家补贴的基础上,放送更多的国美补贴。

## 服务跟进购物无忧

据南京国美采销总监王庆华介绍,在南京国美迎来五周年辉煌庆典的喜庆日子,国美除了采用大幅降价的促销手段外,还集中对服务人员进行大规模培训,让消费者在购物同时,可以从容不迫地跟随专业人员的指导,挑选到称心如意的商品,享受到完善的服务。同时,在旺季空调送货、

安装问题上,国美将厂家的服务纳入国美的标准,以提供快速、便捷的送装服务,真正实现空调旺季“即买即送即安装”的服务承诺。

## 制冷家电极限降价

据悉,在整个7月南京国美五周年庆典期间,凡在国美电器购买空调、冰箱、风扇、等“制冷家电”的消费者,将能最明显地感受到国

美创造的价格惊喜。

笔者了解到,在所有司庆资源中,南京国美针对“制冷家电”的采购量达到60%,其中空调就占到其中一半。然而即便如此,空调市场的旺盛需求仍然给包括国美在内的各大家电卖场带来不小的压力。面对此种情况,南京国美表示,会通过各方努力最大程度满足消费市场的需求,还给消费者一个清凉、舒爽的夏天。