

江北、江宁、河西、城北、城东……处处跳水声

快报记者 马乐乐在徐庄软件园为你报道

城东也挺不住了,紫气钟山推出20套特价房——

# 去年16000元 现在仅9555元

南京楼市跳水声不断,房价一直坚挺的城东地区也撑不住了。为了跑量,紫气钟山推出20套特价花园洋房,均价竟然跌破了万元,这个价格比周边项目低了6000元/平方米以上。

突然喊出惊爆价的这家楼盘叫紫气钟山,位于徐庄软件园内,与紫金东郡是“隔壁邻居”。这家楼盘前天表示,为了能在年前实现跑量的目标,将实行力度较大的降价活动:推出20套特价花园洋房,面积在133—234平方米,均价只有9555元/平方米。

去年4月份紫气钟山推出这批花园洋房时,均价在16000元/平方米以上,也曾经取得了一定的销量,但今年以来,随着楼市销量的惨淡,这家楼盘暗中也下调了花园洋房的售价,均价一度到了14000元/平方米以下。而这次直接跳水到万元以下,表明紫气钟山已经从暗降变成了明降。

以19幢103室的234.6平方米的房源为例,降价前总价是293.2万,降价后为234.6万。也就是说,现在购买的话,客户可以节省近60万购房款。“算是自己对自己下狠心,作年前的最后一搏。”这家楼盘一位销售负责人说。

记者发现,目前紫金东郡的花园洋房在售均价为15500元/平方米,不过紫金东郡的产品面积较紫气钟山的要小。同处仙鹤

门地区的还有保利紫晶山、郎诗钟山绿郡和仙龙湾,这三个楼盘定价都在15000元/平方米以上,算下来紫气钟山房价的跳水与周边楼盘拉开了较大的价格差距,低于万元的价格甚至比仙林地区的在售楼盘还便宜。

紫气钟山的降价,意味着坚挺了太久的城东地区也终于出现公开跳水楼盘。下半年以来,南京的江北、江宁、河西、城北、仙林等多个板块都出现了跳水楼盘,有的甚至直接砸出了“谷底价”,而城东楼盘却对降价讳莫如深,售价非常坚挺。一些业内人士表示,靠着紫金山的自然资源,城东楼盘大多底气更足,不会轻易加入降价潮。“实际上,自从10月以来南京各大板块爆发降价行为,城东一些楼盘也撑不住了。”一位房产研究人士说,由于前期已经卖出较多房源,不敢大张旗鼓地降价,一些楼盘就偷偷摸摸地降,但暗降对拉动销售的力度实在有限,因此公然明降的楼盘出现,也只是迟早的事。目前,包括紫金东郡在内的竞争对手,对紫气钟山的降价尚未作出跟风的表态。

快报记者 马乐乐为你报道

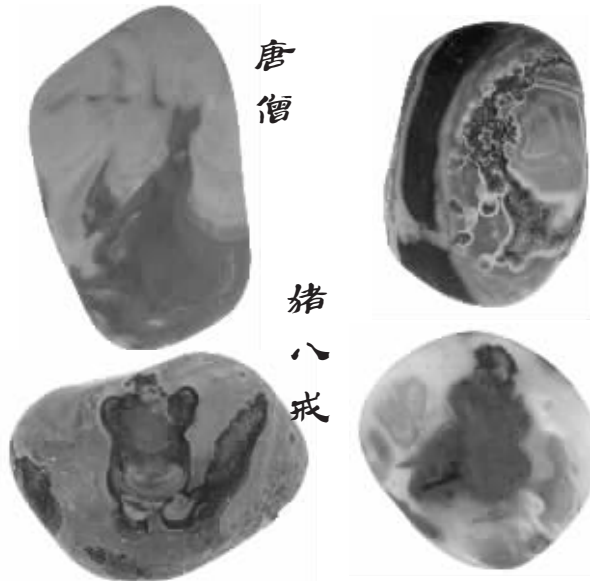
## 单价7099元 保利“有一套”

日渐变冷的天气感染到了楼市,进入12月之后南京楼市不再像上个月那么“热闹”。这个周末南京楼市仅有3家楼盘推出新房源,另外江宁新盘保利梧桐语尚未开盘先放风有一套7099元/平方米的房源。

城南的朗诗绿色街区预计在周六开盘推出一幢商业性质的酒店式公寓,这60套小户型房源都将是精装交付,预计单价11000元/平方米左右。城北的新城金郡预计周六开盘推出15套商铺,预计均价21500元/平方米,只要交10万元的意向金,开盘就有额外5个点的优惠。江宁的鸿意万嘉把一幢楼分两批卖,将于明天推出01栋第二批房源,折后均价11000元/平方米。另外,句容的碧桂园凤凰城也将在明天推出部分高层房源,面积区间的跨度很大,在50—226平方米不等。这个周末引人注意的是江宁楼盘保利梧桐语的公开认筹。开发商宣称,此次收取诚意金两万元,开盘可额外享一个点优惠。而对开盘均价,开发商曾经表示将是“8”字头,并表示将会7099元/平方米起售(仅一套),首付一成6.5万元起。

快报记者 胡玉梅 路军在中山东路为你摄影报道

## “师徒四人”下周游台湾 218枚雨花石集中出游,个个身价过万



南京的雨花石要赴台湾展出啦。昨天记者获悉,江苏省收藏家协会和台湾的收藏家们“牵手”举办的《雨花情缘——首届海峡两岸雨花石文化展》将于16日在台湾新北市新庄艺术中心举办,共展示218枚雨花石精品。从台湾回来后,这些雨花石还将在南京江宁织造府进行展示。

即将赴台展出的雨花石长什么样?江苏省收藏家协会会长徐湖平介绍,赴台展出的雨花石既有南京藏家的宝贝,也有台湾藏家的。入选的雨花石每一枚都很珍贵,是从近万枚雨花石当中精挑细选出来的,一共有12个主题,分为西游记、风景、人物等系列。“所有都是珍品,市场价都要几万块。”

“线线帽”“蘑菇”“菜篮子”“红玫瑰”……这些活生生的东西跑到雨花石里,看上去生动又可爱。其中一枚“菜篮子”和生活中的菜篮子很有几分相像,而“蘑菇”更像极了,上面一把小伞,下面有一根弯弯的蘑菇柄。“菜篮

子”的收藏者柏贵宝说,这枚雨花石是早些年从六合农村买来的。“我当时在一个农民家里看到了它,第一眼就喜欢上了。不过主人不肯卖。后来连续跑了两趟,真诚感动了对方,最后以几百元买下了。”柏贵宝说,现在这枚雨花石没有几万块根本买不到。

记者还看到了《西游记》中的唐僧、孙悟空、猪八戒、沙和尚,四位主角在雨花石上聚会了。不过雨花石上的唐僧披着长长的袈裟,看上去倒是有几分娇媚;而孙悟空是美猴王造型,比较抽象。最“神”的当属猪八戒,腆着大大的肚子,手里捏着一个耙子,看上去就是活脱脱从《西游记》中走出来的。

除了纯粹的雨花石外,一个由雨花石镶嵌的茶壶显得很新颖。收藏家周德麟为这次展览特意制作了一个紫砂壶,名字就叫“雨花情缘”。在壶腹部藏了一枚雨花石,图案是祥云。周德麟说,镶嵌了雨花石的紫砂壶代表了祥和,表达了他本人的心愿。

快报记者 沈晓伟在成贤街为你报道

## 退换问题车,不该收折旧费

不久前,国家质检总局起草了《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定(征求意见稿)》,并面向社会公开征求意见。昨天,记者从南京市消费者协会获悉,最近南京联合北京、天津等21个城市的消协,向国家质检总局送交了一份意见书,其中包括完善《征求意见稿》的七条意见。

对于因质量问题退换的汽车,该意见书提出不应收“折旧费”或合理使用费。质量存在瑕疵,是经营者违约而非消费者违约,依据《产品质量法》,销售者

应负责修理、更换、退货。

而购买了瑕疵品汽车的消费者,同样有权利享受“三包”。例如销售商在售车时说明了车尾箱盖受到挤压做过修补,降价售出后,销售商以“有言在先”为由对整车不予“三包”。“这个理由不能成立,销售商不能对车辆的其他质量问题免除责任。”

《征求意见稿》第二十三条规定:“家用汽车产品售出后30日之内,出现产品质量问题……消费者要求退货的,销售商应当负责免费退货。”消协人士认为,

汽车三包是以开具发票时间为“购车”时间,但消费者提车时间经常会延迟,再加上验车、办牌照等,退换车的限定时间应充分考虑这些客观因素,免费退车以实际公里数核算较为合理。

意见书还指出,发生消费纠纷协商未果,一般要委托专业机构进行鉴定,但委托鉴定难及鉴定费高。因此,希望汽车“三包”规定能明确指定第三方鉴定机构,并在举证责任方面向消费者倾斜,尽可能考虑降低消费者的维权成本。

# 苏宁电器—三星电子全面建设 CPFR 项目

12月6日,苏宁与三星在南京隆重举行《苏宁电器—三星电子CPFR项目合作协议》签约仪式。协议约定,苏宁与三星将在彩电品类部分地区试点运营成功的基础上,全面推进全品类、全地域的CPFR项目建设。这是中国家电市场最大规模的CPFR(协同规划、预测与补货)平台项目,涉及销售规模超过百亿元,将对中国家电零售供应链变革产生积极示范意义。苏宁电器总裁金明,副总裁王哲及其他高管,三星电子全球高级副总裁、经营革新总裁池完求,三星电子全球副总裁李洪武、李载焯及其他高管共同出席签约仪式。

### 建设 CPFR 苏宁三星战略合作持续深入

在竞争日趋激烈的中国家电市场,高效供应链建设始终是必须面对的课题。不久前苏宁举行的全球供应商大会上,苏宁电器董事长张近东宣布将与供应商携手打造开放、共赢的智慧型供应链模式。CPFR即协同规划、预测与补货,是全球供应链管理的最优化、最先进的模式之一,是苏宁未来供应链管理的重要模式。它通过共享信息和共同管理业务过程增进供需双方战略合作伙伴关系,实现双方共同利益最大化。同时凭借生产、销售、配送各

环节的全流程管控,在制造商、零售商、消费者之间形成良性闭环。

开展CPFR合作的制造商与零售商必须高度信任、目标一致,必须实力足够强大,苏宁与三星正具备了这样的基础。2006年苏宁上线被誉为世界零售业灯塔工程的SAP/ERP系统,三星当年即与苏宁展开企业间信息系统对接,此后双方在信息系统、人员培养、企业理念等方面的合作逐步深入、融合。据了解,目前三星与苏宁彼此为中国市场最重要的合作伙伴,三星产品未来三年在苏宁渠道销售额预计将达到500亿元。

苏宁电器总裁金明表示,“中

国家电市场是全球最大和增长最稳定的市场,三星在中国市场的发展将支撑其全球战略目标的实现,三星、苏宁的发展休戚相关,建设CPFR是基于苏宁与三星未来发展的战略选择。”

今年4月,三星与苏宁签署全年120亿元销售目标,涉及彩电、白电、3C等全品类,同时正式确定CPFR项目的开发,CPFR项目的实施标志着中国最大家电零售企业与全球消费电子领导者在中国市场的战略合作更进一步。金明认为,正因为苏宁与三星全方位、全天候的战略合作伙伴关系,以及对彼此企业经营理念的认同,才能顺利推进信任、开放、协同的CPFR系统建设。

### 覆盖全国市场、全品类 CPFR 变革国内供应链模式

三星电子全球高级副总裁、经营革新总裁池完求表示,“三星在美国、欧洲市场已经有成熟的CPFR项目运作经验,很高兴能与苏宁在

中国市场全面推进项目的建设,相信该项目对双方供应链效率提升、经营业绩提升会有极大帮助。”今年5月,苏宁、三星正式在华北、华东地区启动CPFR项目,经过6个月的试点运营,双方预测修正、补货机制逐步成熟。此次双方签署协议约定,将扩大试点地域,并在明年实现CPFR项目在全国范围内应用,涉及品类涵盖彩电以及冰箱、洗衣机、空调等,在未来进一步拓展至手机、数码、电脑等全品类产品,最终形成一个规模巨大、地域广泛的CPFR平台,实现更高效、更紧密的供应链合作。

苏宁电器副总裁王哲表示,在试点地区运行期间,双方对于彩电品类的销售预测准确度提升90%、订单满足率达到96%,库存各型号的比例更加合理,销售规模大幅提升,及时满足市场变化和消费者需求。

CPFR要求苏宁与三星强化利益共同体定位,通过高度融合的先

进信息系统制定一致的销售目标,调整销售订单与采购订单的差值,提高库存周转,平衡更品类、各型号的仓储结构。通过CPFR,三星将优先并持续稳定的为苏宁提供产品,减少流通库存、机会损失最小化;苏宁则能及时把市场信息反映到需求,通过协作增加销售。CPFR可实现对消费需求—销售预测—生产计划—库存管理的供应链全流程管理,消除“牛鞭效应”,节约社会资源,提高顾客满意度,最终驱使以消费者需求为主导的供应链体系建立。

苏宁与三星在全国建设的最大规模CPFR项目,对面临国内市场竞争的现状、急需提升现代化水平的中国零售业来说意义重大,有助于中国零售企业建立更加合理、更加优化的供应链管理,提高经营质量,增强核心竞争力。金明表示,苏宁与三星还将制定基于CPFR平台的KPI考核机制,如销售预测准确率、订单满足率、供货周期等,完善CPFR的运行机制,提升精细化运营能力。

曾茜