

# 南京南站快速路网出台:机场高速改8车道;地铁三号线与机场轻轨合并 公交车将直达火车站候车室

昨天,记者从南京南站地区综合交通规划情况汇报会上获悉,南京南站为高铁、公路客运、地铁三合一的亚洲最大的交通枢纽,占地48平方公里,在此区域内,将形成一个“四纵三横”的快速路网体系,4条轨道交通、5条公交专用道、20多条公交线路的公共交通体系,其中地铁三号线与机场轻轨已确定“合二为一”。

## “四纵三横”构建快速交通

据介绍,快速交通网络中“四纵”分别是4条南北向的快速通道:宁丹路、机场高速、宁溧路、宁杭高速;“三横”分别是3条东西向的快速通道:纬七路、绕城公路、宏运大道。而南京南站6平方公里的核心区域内,将以绕城公路、宏运大道、机场高速、宁溧路四条道路,组成“两横两纵”的快速道路构架,在建设中,围合在核心区域内的这四条路将全部“手术”。

**1. 双龙街收费站调整**  
在南京南站核心区域内,机场高速和宁溧路都是以立交桥的形式和绕城公路衔接。最终推荐方案为绕城“抬高”改为高架,并同时把双向六车道拓宽为双向八车道。由于绕城公路在南京站交通规划中,将由过境道路变成城市道路,因此在规划实施的时候,双龙街收费站将需要调整。

**2. 宏运大道局部下穿**  
宏运大道作为规划中的南站核心区域快速通道,也将与站西路、玉兰路延伸段、站东路进行衔接,推荐方案为将路面分成三部分,中间的双向四车道凹下去,下嵌在路面以下,两侧的路面则由现状路面拓宽而成。

## 3. 铁路线南,宁溧路全线高架

宁溧路在规划中也是一条快速道路,宁溧路从双桥门立交出发,跨过宁芜铁路,通过双龙街立交过绕城公路,然后平交宏运大道。最终推荐方案为,铁路线南全线高架,到了铁路咽喉段下穿。考虑到将来的交通流量,规划方案提出,将现有的双龙街立交桥再增加一层,形成三层互通立交。此外,还将增加一条匝道连接立交南北的行人和非机动车。

## 4. 机场高速改8车道

机场高速现状为双向四车道,计划拓宽至双向八车道。据介绍,机场高速从花神庙立交段开始,一直到江宁天元西路,这一长段道路都没有设置匝道。在本次规划中,初步规划在宏运大道和机场高速交叉处、胜太路和机场高速交叉处增设立交。考虑到花神庙立交规模较大,与规划中的机场高速宏运大道立交距离只有300多米,因此在增设机场高速宏运大道立交的同时,还将对花神庙立交进行“减肥”。规划中的花神庙立交和宏运大道立交之间的距离增加到680米,为合理距离。

## 地铁三号线与机场线共轨

根据规划,已确定4条轨道交通线在此会合,地铁1号线南延线,3号线,6号线与机场线。1号线南延线和3号线在南京南站地区以地下形式穿过,为地下两层车站,采用同向同站台换乘;6号线以高架形式跨过北广场(与高铁平行),与1号线和3号线采用站外换乘。

会上透露,地铁3号线将与机场线共轨直通,原因为机场线与3号线分线建设的话会增加南站总体布局的复杂性和工程造价;3号线终止于南站,使得其联系主城与东山的功能大大弱化,且使得其与1号线之间换乘量进一步加大;而机场线终止于南站增加了枢纽建设规模和运行组织的复杂。另外,专家分析,在相当时间内,机场线的客流规模较小,独立建设和运营不经济,如果与3号线共轨直通,可以很好地支撑东山新市区南部发展和禄口新城的开发建设,“远期如果有必要开设机场专线,还可以考虑利用宁杭城际铁路服务机场直达南站。”

## 20多条公交线,21000个停车位

在公共交通方面,除了地铁外,南京南站还将设置5条公交专用道、20多条公交线路,21000个停车位。

据介绍,在初步规划中,纬八路、纬九路、将军路、宁溧路及作为南站重要分流道路的玉兰路都将设置公交专用道,而在次干道上都将设有港湾式公交站。“20多条始发公交线,其中15条公交道路北上通往主城,其余的5条向其他方向辐射,这只是初步设

想,具体设置多少还有待进一步计算。”

另外,相关专家表示,在南京南站6平方公里的核心区域内,共设有总停车位21000个。公交车的设计停车位为150~200个,占用1.8公顷的土地。出租车的设计停车位为400~600个,占用1.3公顷的土地。私家车的设计停车位为1200~1500个,占用4.5公顷的土地。其他大型社会车辆的设计停车位是32个,占用0.27公顷的面积。

## 南北高架调整,公交车直达候车室

根据规划,南京铁路南站的南北两个广场各有一个高架与三楼候车大厅相连。昨天的专家评审会上,最终敲定了这两个高架的建设方案。

北高架方案放弃了原先的双向交通而是采用了单向车道。为了解决逆向车辆的通行,拟在绕城公路的外侧附加一条车道与绕城高速双向汇入。形成一个可循环车道。而南高架就是在站西路与站东路之间增加的两条专用高架道,从效果图上看,整体设计是一个“几”字形,首尾与宏运大道相接。接送旅客的车辆进入高架道驶经

“几”字后,快速走下高架,进入宏运大道。而在站南站北形成两大车流循环的同时,车站内部和东西两侧,将和设置在此的各种停车场、公交始发站一起,形成局部的循环道路。

据透露,在高架平台的下客方面还有一个创新,不像现有的南京火车站只可小车直达火车站候车室外下客,南京南站在高架平台上还隔离出一个公交车的下客区,有隔离墩相隔,与小车互不干扰。“这样,公交车、旅游车都可以直接把旅客送到车站候车室,极为方便。” 实习生 谭明村 快报记者 毛丽萍

## 苏宁商茂店 豪华装修平板专区

12月30日,苏宁商茂广场店即将开业,记者昨天获悉,位于三层的平板电视销售区将成为南京装修最豪华的平板销售商场。夏普、索尼、LG、三星等品牌都会亮相,其中多个展区装修耗资在30万元以上。

### 最新产品全在这里

高档体验式销售专区装修投入非常大,苏宁电器南京大区黑电营销部负责人陈超说,苏宁商茂广场店各大彩电品牌的装修投入了巨资,索尼、飞利浦、三星、夏普、TCL、海信、创维、长虹等各大国内外平板品牌的装修费用都达到了30~40万元。

当然,新品上市数量也在全市最多,索尼、夏普、LG、三星、松下、长虹、创维、海信、康佳、TCL等平板均在此推出了众多新品平板电视,消费者可以感受到最新的平板技术。东芝XF系列、飞利浦比利时进口aurea平板系列,以及松下103英寸等离子平板王TH-103PF9等杰出产品也是全面亮相。

### 购物休闲两不误

苏宁此次在商茂广场店推出了彩电全平板出样,消费者看到的将是一个连接成整体的平板墙。如果将各个品牌客厅的平板墙连接起来,将绵延达3000多米。

在三楼,苏宁通过对Yotubashi(淀桥电器)、DIC-SON等国外先进家电商场的调研,同时设置了一个视听产品体验吧,利用大屏幕全高清平板和高档家庭影院的结合,在购物的同时可以在这里休息片刻,欣赏最新的影视大片。一个全新的休闲吧也将与消费者见面,在这里可以品咖啡、上网、聊天。 快报记者 张波

# 绿 A 擎出名牌战略 冲击中国名牌

“中国名牌产品”自2001年开始评选以来没有一个保健品入选。于是保健品成为中国名牌成了一桩怪事。中国保健品到底缺什么?中国保健品距中国名牌到底有多远?随着行业龙头企业的发展壮大以及国外保健品进入中国市场并获得可观的市场份额,争创中国名牌已迫在眉睫。绿A在战略转型时首先提出了冲击“中国名牌”的目标,举起中国保健品向中国名牌进军的大旗。这引起了社会各界的广泛关注。

## 保健品缘何缺位中国名牌 朝阳产业面临长期尴尬

中国保健品没能进入中国名牌,这无疑是中国保健品行业的一大遗憾,也是中国经济现象的一件怪事。中国保健品协会副秘书长贾亚光认为:“保健品没能进入中国名牌,关键问题在于行业标准的缺失”。近些年一些保健品的夸大宣传和质量问题影响了消费者的信任度。对此绿A总经理杨志红女士有独特的看法。她认为一部分企业的夸大宣传以及经营上

的不正当手段,对整个行业造成极大影响。保健品行业科技以及业内优势一一企业颇具规模的现代生产条件和质量认证被忽略。但事实上也有一些企业投入巨资,成立研发机构,产品机理论证十分清晰,并经过国家主管部门严格审批上市。如果因部分企业的诚信问题而让中国保健品变成一个遗弃的孤儿,阻隔在中国名牌之外,这不利于整个行业的健康发展。

十年来绿A潜心钻研孜孜以求,从专业、质量、技术创新和产品研发、品牌建设、市场开拓等方面默默积累。在绿A十周年战略转型时吹响了进军中国名牌的号角,决定让保健品在中国名牌占有一席之地,意欲改写保健品缺位中国名牌的历史。

## 中国保健品离中国名牌有多远 绿A四招能否入围

由于中国保健品是在传统中医理论背景下起步的。从原料到制作工艺都难以有确切统一的标准,很多保健品只要在配料上稍作改变就是新品。这导致保健品缺乏行业标准,也是制约中国保健品缺位中国名牌的一个关键。

《中国名牌产品“十一五”重点培育指导目录》中列入培育规划的中国名牌产品,均倾向于“有核心技术且拥有自主知识产权的高新技术产品”、“在保障健康安全、满足人民生活需要的产品”。绿A作为一个拥有自主知识产权的创新型企业,10年来一直走产、学、研一体化的发展之路。绿A在以下几个方面的优势明显。

一、绿A拥有天然稀缺的原生资源。早在1997年绿A就斥资4.8亿元建成了中国唯一世界最大的原生螺旋藻基地,年产藻粉1000吨,占世界天然螺旋藻产量的50%。成为世界最大的天然螺旋藻藻粉供应商。

二、绿A在科研方面领先世界。螺旋藻研究绿A已达到了多肽、多糖分子水平,领先世界。在四年前绿A跻身世界螺旋藻三强,与日本的DIC和美国Cynotech并称世界螺旋藻三巨头。今年绿A还成为了中国首家实现红球藻产业化的企业,打破了美日长达13年的红球藻国际垄断,并借此一跃成为国际微藻研究中心。绿A实现了严格的生产规范,在工厂伊始就聘请专家进行指导。

通过了ISO9000质量体系 and GMP认证,产品质量得到了完全保障。

三、绿A产品质量在国内同类产品明显处于领先地位。早在1997年绿A就一次性获得国家卫生部批准同时具有抗疲劳、耐缺氧、免疫调节、调节血脂、抑制肿瘤五大保健功能,顾客满意度也较高。绿A在国内外畅销十年,赢得了消费者的信赖,在全国127个城市有销售,100个城市有专卖店。绿A十年积累了120多万长期稳定的会员;顾客忠诚度高达95%,并保持十年0投诉率;在同类产品以80%的市场占有率稳居螺旋藻行业榜首。十年的市场验证,绿A是安全有效的,是符合消费者需求的健康产品。

四、创新的绿A模式。著名品牌营销专家、中国名牌杂志社总编顾环宇说:“一个制造类企业,除了产品过硬外,要打造过硬的品牌,还需要自己的一套模式。”十年的发展,绿A探寻出适合自己也顺应中国保健品市场潮流的模式,即“绿A模式”。绿A“双轨制”开创了保健品专卖店直销和终

端并举的渠道建立模式,一方面按照所有保健品的做法进渠道销售,另一方面自己搞专卖店,直面消费者,这是绿A诚信的体现。绿A不断完善升级专卖店,创新性地在家电售后服务理念引进保健品销售行业,坚持做消费者背离研究,致力打造保健品行业的4S店,走出了一条与众不同的道路,这也代表着未来保健食品企业的发展模式。

## 销售不是保健品的唯一利器 绿A“红杏出墙”回国内争宠

“好产品不一定卖得好,卖得好的不一定是好产品”这是中国保健品的又一怪事。国内保健品一味逐利,不乏一些保健品靠广告轰炸和人海战术拉动了销售。但,“没有广告就没有销售”这本身就是不健康的品牌发展模式。销售不是保健品的唯一利器。

单从销售上看,绿A在国内的成绩并不惊人。绿A在国内低调在国外却享有较高的知名度。据悉绿A已跻身世界螺旋藻三强,与日本的DIC和美国Cynotech并称世界螺旋藻三巨头。在螺旋藻研究方面绿

A已达到了多肽、多糖分子水平,领先世界。

“绿A既已在国际上享有盛名,为何又如此看重中国名牌?”当笔者问到这个问题时绿A总经理杨志红表示:作为中国企业回馈国内消费者,把健康留给国人,这是一种责任。中国保健品的发展趋势和国际竞争的加剧,也需要“中国名牌”。绿A冲击“中国名牌”,旨在让中国保健品在“中国名牌”中占有一席之地,这也是保健品行业的一种期望,更重要的是,能提高整个中国保健品行业的国际竞争力,加强保健品对大品牌优质产品的保护,也有利于维护消费者利益。

绿A“红杏出墙”这也给保健品行业带来了反思。除了销售额,保健品还有什么更具力量的武器?在国际竞争格局下,中国保健品如何影响世界?一个优秀的品牌应该具备的能力不仅是销售,还包括产品后面的科技、国际影响、前瞻性等。离开广告就不能生存,这不是中国保健品理想的前途。中国本土保健品应该是练好内功,有自己的核心产品、核心市场、核心技术,才会有立足之地。

# 健康大狂欢、大礼送不断

**绿A营养配餐大PK:**

**参加方法:**至绿A专卖店/服务店购买产品即可参与,由绿A专卖店现场提供菜品图片,现场搭配一个您认为最符合营养的套餐。

**活动地点:**绿A专卖店\绿A服务店

**活动时间:**07年12月20日—08年1月3日

**评比方式:**2008年1月10日前由营养专家评出最合理的方案,分别挑选出各等奖次。

**活动奖项设置:**一等奖1名500元的绿A产品; 二等奖3名300元绿A产品; 三等奖5名100元绿A产品。

**空筒抵现金:**从12月20日—08年1月3日购绿A可用空包装抵现金:A300粒抵5元、A360粒抵6元、A600粒抵10元(持其它螺

旋藻包装购买均可抵扣)。

**买就赠:**活动期间购买产品均有精美绿A挂历赠送(注:一个会员限赠一个)。

**心动大礼:**活动期间除享受以上活动外买八赠一,买十五赠二加赠价值68元的绿A普洱茶一盒(此项仅针对绿A600粒装)。此外不同购买数量均有赠送,详情咨询专卖店。

**以上活动仅限绿A专卖店/绿A服务店**



**销售网点:**绿A专卖店(户部街洪武路口向东100米)、绿A服务店(中央路255-6号、公交总公司车站旁)、大洋百货向南新街口第一药店、先声药业连锁、金陵大药房、中联大药房连锁、宝丰太平大药房有售

025-84404022 81622958

**卫生部批准** 的保健功能

- 免疫调节
- 抗疲劳
- 耐缺氧
- 调节血脂