

“天外客——第二届大型星空陨石科普展”系列报道③

明天,有群“天外来客”要见你

比太阳系年龄还大的宁强陨石,突然空袭的“2008TC3”,大个子新疆铁陨石……这是一场“天外客”盛会。

6月20日,由现代快报、中科院紫金山天文台、南京图书馆联合主办的“天外客——第二届大型星空陨石科普展”将在南京图书馆开幕。这次堪称“世界级”,50多块来自“星星的石头”集中亮相。当天上午10点,中科院紫金山天文台天体化学和行星科学实验室的首席科学家徐伟彪将现场开讲座,教公众辨认真假陨石。现代快报·ZAKER南京将对展览进行直播,感兴趣的网友可以看直播。

现代快报/ZAKER南京记者 安莹 丁晟 胡玉梅 实习生 王舒窈



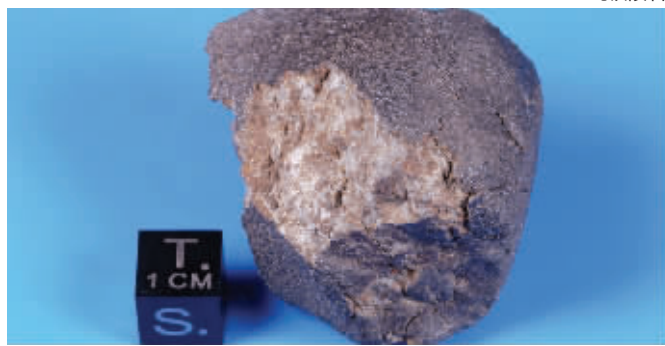
扫码看直播



宁强陨石



1.4吨铁陨石



2008TC3 紫金山天文台供图

重量级展品: 这个家族都是“大个子”

陨石,很多人都听说过,但从未见过“真身”。本次展览有一块重量级陨石亮相——重达1.4吨的新疆铁陨石。

这块陨石来自于一条全球最长最广的陨落带。现代快报记者了解到,其实这块陨石个头并不大,但“分量”很足。它只1.2米长,高60厘米,主要成分是铁,密度高,所以沉甸甸的。

现代快报记者了解到,全球这种超级大家伙本来就少,体重达1.4吨,更是罕见。这块1.4吨的陨石也是去年刚刚发现的,被国际陨石学会会员张勃收藏。

在这个“大个子”陨石的发现地新疆阿勒泰,还曾经发现过其他“大个子”。1898年,一块28吨的大铁陨石曾经就出现在这里;2011年,一块18吨和一块5吨的铁陨石在这里与世人相见。“而且,这些大个子,都是‘亲兄弟’。它们都来自于世界上最大的一场陨石雨——国际陨石学会命名为‘阿勒泰陨石雨’。”中科院紫金山天文台天体化学和行星科学实验室的首席科学家徐伟彪介绍说。科学家推测,很有可能这场陨石雨发生在人类文明之前。

宁强陨石: 每天展览结束带走保管

一块黑乎乎的石头,比黄金却要贵几十倍,而科学家们看中的却是其潜藏的研究价值。

1983年6月25日,一些陨石降落在陕西省宁强县,没想到这却是中国首次陨落并回收的碳质球粒陨石,因此一直以来宁强陨石都是科研人员的“宝贝”。它是一颗异常型碳质球粒陨石,不仅在中国,在世界陨石库中都是独一无二的。

不同碳质球粒陨石的岩石结构和化学成分有很大差别。“碳质球粒陨石可能来自C型小行星或者彗星,富含有机物,地球上最初的水和生命,极有可能是它们带来的。太阳系的精确年龄就是通过测试碳质球粒陨石得出的。”徐伟彪表示,宁强陨石可以说比太阳系年龄还大,这块陨石提供了太阳系早期形成和演化历史的信息。宁强陨石具有极其珍贵的科研价值,在此次展览中安排了专人保管,每天展览结束后,它们都要带走保管,防止丢失。

“不速之客”: 小行星撞地球的产物

2008年10月6日,美国亚利桑那州莱蒙山天文台的观测员

最新发现了一颗小行星,并为它编号2008TC3。天文学家通过计算其飞行轨迹发现,“小行星要撞地球了!”

2008年10月7日它如约而至,冲入了苏丹北部上空的大气层。2008TC3在苏丹努比亚沙漠数千米的高空爆炸,释放了相当于一枚小型核弹的威力。随后科学家和牧民在撞击带地区搜寻发现了600多块碎屑,统一命名为Almahata Sitta陨石。从被发现到陨落地球,2008TC3仅仅花了19个小时的时间。

陨石“大咖”: 明天教你如何鉴定陨石

徐伟彪研究员是本次展出陨石的“领队”。“1987年研究生毕业以后到天文台工作,从那时候开始接触陨石,到今年正好是我进入这个领域整整30年。”徐伟彪告诉现代快报记者,全世界每年只能找到几十块陨石,而有人经常认为陨石随随便便就能捡到,实际上偶遇陨石是非常小概率的事件。很多陨石爱好者拿着淘来的陨石来鉴定,不过99%都不是陨石。

在6月20日上午10点的科普讲座上,徐伟彪也会为大家介绍如何自己动手鉴定陨石,避免大家上当受骗。

每小时销八十台车 上汽通用二十周年“大象再起舞”



1997 6月12日 诞生

2000 10月24日 赛欧亮相

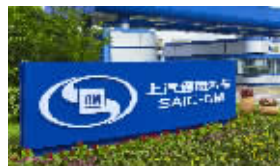
2006 1月25日 产销突破 100 万辆



2014 11月20日 “车·联·无限”战略



2015 1月28日 武汉工厂一期竣工 4月19日 “2020”战略



2017 6月12日 二十周年

1998 12月17日 别克第一辆车下线



2002 12月20日 烟台整车项目

2008 1月22日正式启动“绿动未来”绿色发展战略 3月18日推出凯迪拉克CTS 12月17日沈阳工厂竣工

2016 1月1日 凯迪拉克工厂竣工



如果说培养一个汽车品牌就如同造一座城,那么对于上汽通用来说——志存高远,创行无限是企业创新的灵魂——通过浦东金桥、烟台东岳、沈阳北盛、武汉金口四大基地,9个整车生产厂,4个动力总成厂,辐射到华东、华北、东北和华南乃至全国,上汽通用又何止援建了一座城?而其1个小时销80台车又折射了其在助推中国步入汽车社会进程中给公众生活带来的广泛影响力。回顾上汽通用二十年发展路径,这头“大象”在风起云涌的互联网智能时代,能否再度起舞,凭借创新打破成长瓶颈这一效率定律?

通讯员 张卿

从年销不到2万辆到年销超188万辆

20年前的6月12日,上汽通用汽车与泛亚汽车技术中心携手成立。20年后的今天,上汽通用成长为具有持续创新设计与自主研发能力的“白马股”,旗下三大品牌汇聚了20多个产品系列、140多款车,产品覆盖从轿车、MPV、SUV、新能源车等广泛的细分市场,拥有超1400万的用户。

二十年来,这都被当做一个不凡的故事流传至今。它提醒国内的乘用车企业家们,坚持以用户为中心、以市场为导向,整合资源并结合本土实际,自我主导创新发展,扎实锻造覆盖全业务链的体系竞争力对实现快速、稳健发展是多么重要。数据显示,

上汽通用汽车的市场销售从年销不到2万辆,发展到2016年全年销售已超过188万辆。

从沿海到内陆,梯次扩大市场

梳理上汽通用的发展历程不难发现,亮眼的业绩背后离不开其全球市场化运作的经验。资料显示,上汽通用以沿海的上海浦东为起点,向北连续开拓了烟台、沈阳两个基地,后沿长江上溯至华中武汉,步步为营,梯次布局。数据显示,上汽通用营销服务网点从一开始分布在重点城市的19家发展到如今的1500多家。

事实上,在发展过程中,上汽通用抓住了改革开放、中西部大开发、振兴东北老工业基地等战略机遇,从承接全球制造业阶梯

转移入手,通过推出各细分领域车型向全国市场进行渗透。

这正如上汽通用汽车总经理王永清所说:“上汽通用汽车抓住时代的机遇,已经从当年的一颗种子成长为根基扎实、枝叶繁茂的大树。”不过,这个制造业迎合消费的初级阶段的励志故事也提醒着人们,当人类都已经在围棋上输给机器人的时候,站在新的起点上,上汽通用该如何做才能继续赢下去。

从制造到智造,用“黑科技”照亮未来

毋庸置疑,上汽通用正在做的事情,再一次具备颠覆性。这在2014年发布车联网战略时,就可见一斑。此后,电气化、互联化、智能化和共享化,成为上汽通用“2020

战略”里重要的部分。推进这个战略,自然不仅仅是“极客”聚会那么简单。实际上,基于以消费者体验为中心的智能科技研发体系,将定义新出行和新能源汽车生活的未来。

以“云”为中心的车联系统就令人期待,这个围绕车辆应用与服务的全新车联系统将被不断迭代升级,全方位理解中国用户对车联服务的需求。同时,上汽通用汽车同步全球智能安全科技,将加快智能驾驶及周边技术的开发与验证,为逐步实现半自动及自动驾驶奠定基础。而大数据的平台搭建与整合应用,将探索全产业链的全新价值服务。

在这个过程中,上汽通用汽车用户将成为受益者和见证者,或许有一天,一位年轻人会骄傲地告诉他身边的人,一款热销的上汽通用汽车里,有他独特的贡献。