

主打

5日?6日?一个节气咋会出现两个日子

不同版本,“小寒”节气迷人眼

天文学专家表示,出现两个版本的小寒日,可能是印刷、计算方法不同等原因造成的,按照《中国天文年历》,今年小寒准确时间为1月6日零时55分。

本报1月5日讯(记者 戚淑军)“咦,台历上的小寒节气咋不一样,有的是5日,有的是6日,小寒到底是哪一天?”最近几天,不少细心的市民发现,二十四节气中的“小寒”出现了两个不同的版本,让人莫衷一是。

小寒节气咋会出现在不同的日子?5日上午,市民徐英春老人不解地向记者反映,昨天看台历的时候,上面标注的小寒是5日,可在跟邻居闲聊的时候听说6日才是小寒,回家查了一下,感觉更迷糊了,同样是台历,标注的却不一样,有的标注5日,有的标注6日,一个节气咋还出现在了不同的两天呢?

记者查了一下,今年的小寒节气果然有点乱。记者在台历上看到,标注的小寒是6日,但在电脑万年历上,记者查到的小寒却是5日,小寒日出现了不同的版本。记者网上搜索发现,搞不清小寒究竟是哪天的市民并非个例,网上炒得不亦乐乎,有的说是5日,有的说是6日,一论坛上,网友留言,“我手边4本日历,一个标的5日,三个标的6日,如果少

数服从多数,就算6日吧。”

据介绍,“小寒”是与二十四节气中最后一个节气“大寒”相比较而言,“寒”即寒冷的意思,表明已进入一年中的寒冷季节,此时冷空气积久而寒,但还没有达到最冷的程度,因而称“小寒”。国内权威天文测算部门紫金山天文台工作人员表示,根据测算,2011年的“小寒”准确时间为公历1月6日零时55分,社会上出现不同版本,可能是由印刷错误或者计算方法不同造成。

山东大学天文学教师徐红告诉记者,小寒出现在每年的1月5日或者6日,但每年的小寒是确定的,二十四节气中的每一个节气分别相应于太阳在黄道上运动15度所到达的一定位置,小寒节气时,太阳位于黄经285度。据介绍,按照最新出版的《中国天文年历》,今年小寒节气准确时间应为1月6日零时55分。



考试内容与此前的网帖相似度近90%

一级建造师考试被疑泄题

本报1月5日讯(见习记者 刘德峰 实习生 姚辰辰)一份试卷上有近90%的题目都被押中了,这种押题也太牛了!“省城市民刘先生致电本报,直言自己的困惑。同时,在一个网络论坛上也存在一篇名为《机电工程要背会的问题(小抄)》的帖子,引起了2010年国家一级建造师考试考生的注意,包括刘先生在内的考生认为,它的真实与否,直接关系到这次考试是否漏题。

2010年12月30日,本报接到市民刘先生反映,称怀疑2010年国家一级建造师考试发生了泄题的事情。“考试前有人在网上贴出了一个‘机电工程要背会的问题’的帖子,这个帖子上给出的重点,居然有近90%与考题是吻合的。”刘先生告诉记者。

这个名为《机电工程要背会的问题(小抄)》的帖子最早出现在去年9月,记者近日打开相关网页查看,发现该帖已被删



考前网上出现的帖子。网友提供

除。而此前记者曾看到,帖子中列出了2010年《机电工程管理与实务》的部分内容。据刘先生说,这部分内容,正是9月12日下午所考试卷的绝大多数内容。对于考试中的具体内容,该帖子都以“课本××页,××标题第×点”的形式给予了明确标注。

2010年12月24日,国家一级建造师考试山东省考生的成绩正式公布,除了《机电工程管理与实务》之外,刘先生考的其他三科都高分通过。直到刘先

生听说“帖子”的事情,他才觉得事有蹊跷。刘先生表示,近日,在这个帖子被曝光后,网络上频有网友议论“题目泄题”的事情,也有部分考生在网络上创建QQ群交流看法。

近日,记者与刘先生到济南的一家建筑书店,核对了帖子内容、试卷考题与《机电工程管理与实务》一书的内容。经核对后发现,在50道客观题中,只有2道题目没有在帖子标注范围内;在5道分析题中,只有5个小问题不

在其内。也就是说,如果这个帖子算作“押题”的话,它押中了近90%的内容。

5日下午,记者就此事咨询国家住建部的的工作人员,住建部并不负责一级建造师考试方面的事情,相关问题要问国家人事部门。而当记者试图联系国家人力资源和社会保障部人事考试中心时,电话一直无人接听。

相关链接

一级建造师考试,实行全国统一大纲、统一命题和统一组织的考试制度。考试内容分为综合能力与专业知识和专业知识两部分。一级建造师考试报名一般是每年5月、6月。2010年国家一级建造师考试的时间为9月11-12日,2011年的考试时间为9月24-25日。一级建造师执业资格考试合格人员,可获得《中华人民共和国一级建造师执业资格证书》。

上海通用汽车

2010全年销量达1,038,988辆

2011年1月4日,上海通用汽车公布了2010年的销售业绩:2010年上海通用汽车以1,038,988辆的销量完美收官,同比增长达到42.8%,刷新了传统乘用车企的年度销量记录。面对骄人表现,上海通用汽车总经理丁磊表示:“经历了这些年的跌宕起伏,上海通用汽车经受住了严峻考验,也抓住了发展机遇,赢得了宝贵的经验。展望2011年,上海通用汽车将站在新的起点上,创变求新、务实奋进,着眼长远,把握当下,继续打造企业可持续发展的核心竞争力。”

线稳居小车型市场份额前列。

凯迪拉克在豪华商务新车型赛威SLS和2011款全新SRX出众表现的助力下,成为国内增长势头最猛的豪华品牌。随着凯迪拉克赛威SLS 2.0T的上市,凯迪拉克有望以深厚的品牌底蕴和领先的豪华科技在2011年释放出更大潜能。

创新进取 体系能力全面跨越

在市场优异业绩的背后,是上海通用汽车覆盖完整业务链体系能力的全面跨越。面对汽车市场的高速发展机遇,上海通用汽车的研发、采购、物流、制造、质量、营销、销售和服务网络等业务各环节快速响应、紧密衔接,在实现高质量、精细化、高效率的同时,规模运营也迈上了新的台阶,内在的体系能力是上海通用汽车2010年销量突破的坚实保障。

基于领先一步的战略规划和创新能力,上海通用汽车2010年在研发能力、新业务发展和出口等方面取得了新的突破。雪佛兰新赛欧与全新别克GL8豪华商务车的推出,标志着上海通用汽车泛亚技术中心已拥有符合全球工程和质量标准的本土开发能力,雪佛兰新赛欧更是开创了中国汽车业国际品牌本土研发的先河,上市后不仅受到国内市场的热捧,并

且批量走向海外,实现了从“中国制造出口”到“中国研发出口”的突破。

在新业务发展方面,上海通用汽车向高科技安全信息服务领域的创新延伸也迈出了可喜的一步,OnStar安吉星车联信息服务系统已在上海通用汽车旗下三大品牌的新产品上广泛应用,目前已拥有13万用户,此外,上海通用汽车还灵活运用资本合作,撬动高潜力机会市场,参股创建了上海诚新二手车经营管理有限公司,开创了整车厂参与品牌二手车大卖场运营的新模式,上海通用汽车在新业务领域的积极拓展,旨在为消费者提供全方位的品牌体验和增值服务。

引领开拓 绿色科技着眼未来

得益于“绿动未来”战略的扎实推进,上海通用汽车以“更好性能,更低能耗,更少排放”为目标,推出了配备SIDI,Ecotec,Si-tec系列发动机的新一代绿色产品,成为

全年销量的主力军,贡献了63%的销量比重,深得市场和消费者的青睐与认可,在国家当年发布的“节能产品惠民工程”节能汽车产品目录中,上海通用汽车旗下共有20款车型入围,在合资企业中排名第一,充分显示出绿色产品战略的丰硕成果。

作为上海通用汽车的企业战略,“绿动未来”更放眼未来,借助2010上海世博会平台,上海通用汽车畅想2030美好的汽车生活,并宣布了2011-2015年“绿动未来”战略规划和目标,未来五年上海通用汽车将推出2款高性能、低排量发动机,集中在1.2L-2.5L区间,至2015年整体油耗和碳排放量在现有基础上再降低15%,性能提升14%,同时电动车、混合动力车、插电式混合动力车的研发上市也都列入了项目规划。

在刚刚过去的广州车展,上海通用汽车如约带来了泛亚技术中心主导研发的赛欧电动概念车,体现了上海通用汽车为促进电动环保车进入普通家庭所做的努力,令人期

待的是,新一代的中混动力车别克君越Hybrid和目前唯一的全天候、全路况增程型电动车雪佛兰Volt沃蓝达也将在2011年上市销售,上海通用汽车将在绿色可持续发展道路上坚实迈进。

背景资料

上海通用汽车有限公司成立于1997年6月18日,由上海汽车集团股份有限公司、通用汽车公司共同出资组建而成,目前拥有浦东金桥、烟台东岸、沈阳北盛三大生产基地,共4个整车生产厂,9个动力总成厂,是中国汽车工业的重要领军企业之一,秉持“以客户为中心,以市场为导向”的经营理念,上海通用汽车不断打造优质的产品或服务,目前已拥有别克、雪佛兰、凯迪拉克等品牌,共二十多个系列的产品阵容,覆盖了从顶级豪华车到经济型轿车各梯度市场,以及高性能豪华轿车、MPV、SUV等细分市场。上海通用汽车网址: www.shanghaigm.com

产品给力

三大品牌全线告捷

2010年上海通用汽车旗下三大品牌进一步完善产品布局,产品力与品牌力,服务力实现了同步提升,别克品牌全年销量550,014辆,同比增长23%;雪佛兰品牌全年销量471,575辆,增幅高达73%;凯迪拉克品牌共销售17,366辆,取得了139%的高增长率。细看103.8万的销售数据,产品结构和销售质量也相当健康,在占国内乘用车七成比例的中高级车、中级车、小型车和大型MPV四大细分市场,上海通用汽车均有不俗表现,旗下多款新一代主力车型领衔各细分市场,以突出的产品设计和科技性能深受市场追捧。别克品牌以昂科雷、君越、君威、英朗GT及英朗XT等新一代全球产品成功打造全新的别克形象,1-12月别克君越、君威累计销售达18.4万辆,同比增长49%,以高级

轿车与“中高级前驱性能之王”的差异化定位持续领跑中高级车市场;2010年陆续上市的别克英朗XT、英朗GT累计销售超过8万辆,别克凯越年销量超过22万辆,以不断细分的产品布局在竞争激烈的中级车市场上名列前茅;别克GL8全年销售5.2万辆,同比增长30%,公务车MPV王者地位无可动摇。

雪佛兰品牌成长迅速,五年来品牌知名度从最初的55%提升至99%,2010年雪佛兰超过47万辆的销量已经占据了五年累计销量的1/3以上,一跃成为中国市场上面向年轻人和年轻家庭的主流汽车品牌,旗下主力悍将雪佛兰科鲁兹创下全年18.8万辆的优异成绩,在新一代中级车细分市场脱颖而出,雪佛兰新赛欧以超过13万辆的销量践行了其进入更多普通家庭的使命,上市第一年即成为高档紧凑型车细分市场的桂冠新星,再加别克君越、君威累计销售达18.4万辆,同比增长49%,以高级

