

真能控制 8 月 8 日的天气吗?

资讯快报

北京上海等 6 个奥运城市 将建价格联动机制

本报讯 在日前举行的 2008 奥运承办(协办)城市价格预警研讨暨秦皇岛市价格预警联席会议上,北京、青岛、上海、沈阳、天津、秦皇岛六城市进行价格预警交流,并就价格应急联动机制达成协议。

青岛市物价局局长宋立介绍,根据会议达成的协议,今年起六城市价格主管部门创办北戴河价格高层论坛,定期组织单边、多边互动交流研讨;建立政策通报机制,各市关于价格政策的重大调整、新业务开拓、新举措实施,要加强联通,及时通报。

同时,六城市将建立价格应急联动机制,当一个城市的吃住行等出现价格异常波动,该城市采取临时价格干预措施,启动快速反应机制,在第一时间与其他五市通报情况,必要时实行应急联动。 **王明浩**

北京奥运智能化交通启动

本报讯 “目前公交奥运专线规划初步方案已经完成,奥运智能交通管理系统已经启动。”北京市市政管委主任陆海军日前表示。

据了解,北京城市交通部门安排了 34 条奥运公交专线,有的线路还开辟 24 小时服务。赛时将在目前已有的 12 条晚间公交线路基础上增加 7 条以上夜线。为保证 2008 年北京奥运会期间交通畅通,公交运营时间还将调整。此外,机场线、10 号线一期、奥运支线 3 条新的地铁线已经竣工,7 月上旬将开通试运营,3 条地铁线总长度近 60 公里,其中机场线最高运行时速可达 100 公里以上。 **李萍**

7 辆奥运安保指挥车赴京 每辆价值 500 余万元

本报讯 日前,中电集团 28 所所属南京莱斯大型电子系统工程有限公司为奥运研制的 7 辆安保应急指挥车举行发车仪式。

安保应急指挥车主要承担奥运场馆的安全保障应急指挥重任,是目前国内最先进的应急指挥系统,每辆指挥车价值 500 余万元。该指挥系统具备指挥调度、信息接受与处理、通信保障、视频采集和传输、显示控制、导航定位、安全保密、电视会议、警报控制与发放等功能。7 辆应急指挥车将分别赴北京朝阳区、海淀区、东城区等 7 个区县,重点保障奥运场馆的安全应急指挥。 **央视**

20 辆氢燃料电池车服务奥运 时速 150 公里

本报讯 20 辆中国自主研发的氢燃料电池轿车日前在同济大学新能源汽车工程中心举行赴京发车仪式,奥运会期间来自全国各地的 500 辆新能源汽车将投入运营。

这 20 辆氢燃料电池轿车是基于大众帕萨特领驭车型,通过改制和集成最新一代燃料电池轿车动力系统平台研发的,是完全拥有自主知识产权的我国第四代氢燃料电池轿车。它们以氢气为能源,经氢氧化学反应生成水,真正实现零污染。

同济大学汽车学院院长余卓平介绍说,与此前的实验性样车相比,这 20 辆车的产品化程度更高,整车安全性、耐久性和可靠性更高,成为我国首批获得国家上路许可证的燃料电池车,其加一次氢可跑 300 多公里,时速达 140-150 公里。

这 20 辆氢燃料电池轿车将穿梭在奥运场馆,接送贵宾或供工作人员巡视。这是我国自主研发的燃料电池汽车走出实验室以来首次规模化的示范运行活动。 **张智丽**

昌平、海淀 3 个区县进行小规模人工消减雨演练,并在内蒙古自治区呼和浩特市实施多架飞机消云、减雨的联合演练。

“变天”局限

我国人工影响天气的规模已居世界前列,仅北京就设有 100 多个气象台,收集人工增雨效果数据,这为奥运会开幕式、闭幕式气象保障服务积累了经验。

人工影响天气虽然是一项具有巨大应用潜力的科学技术,但目前仍有许多基础问题没有得到解决,这决定了人类影响天气的能力有限。北京气象部门的人工消减雨工作只能对小范围且较弱的局部降水起到较好效果,其预期目标是希望能够对 10 毫米以下的降水有作用。但如果 2008 年北京奥运会期间遭遇大暴雨等强降水,目前国内的技术水平还做不到完全消雨。

来自北京市气象局气候中心的统计资料显示,6 月份北京平原地区平均降水量为 111.5 毫米,虽少于 2000 年 6 月 112.2 毫米的降水量,但比常年同期的 79.2 毫米多出 41%,比近 10 年平均值 74.9 毫米多出 49%。

北京市气象台台长郭虎说,夏季亚洲中纬度地区上空大气环流调整频繁,天气变化较快。北京的主汛期是 7 月下旬到 8 月上旬,期间出现大雨和暴雨天气的概率更大。这让人不由自主地要为奥运会天气捏把汗,届时老天爷能否给个“好脸色”,连北京市气象局的工作人员都要念叨一声“老天保佑”。

气象是一门自然预测科学,有很多不确定性。北京市气象局的主要任务是尽最大可能把 8 月 8 日是什么样的天气预报准确。不过,8 月 8 日是否有雨,现在还说不准,因为长期预报的上限只能是天气趋势,而达不到哪天有雨的水平。作为为其他决策部门提供基础依据的单位,北京市气象局也无法给出答案。如果 8 月 8 日真有超过人工影响天气技术能力的云雨量该采取什么措施?想必奥运决策部门自有化解之道。



和冷气流中过冷却微滴》和发表于 1948 年的《暖积云中连锁反应所导致的降雨》两篇论文中就有迹可寻,其作者是诺贝尔奖得主、美国科学家欧文·朗缪尔。1946 年 7 月,朗缪尔使用干冰,在冰箱中制造出小型人工降雪。

我国绝大多数省、自治区、直辖市已设立人工影响天气办公室等机构,尝试科学“变天”。根据国内外人工增雨试验统计,正确应用人工催化技术,可增加降水量 6%-25%,北京多年人工增雨率是 13%左右。目前我国在降雨作业中应用最广泛、成效最明显的催化剂是碘化银。

一次人工增雨过程大概会用百多发炮弹和 2-4 枚火箭弹。一发含碘化银的高炮炮弹价格在 56-88 元之间,增雨火箭弹约为 1000-2000 元。与炮弹一样,火箭弹爆炸产生的高温会将碘化银分裂成无数碘离子和银离子。

温度降低后,碘离子和银离子又重新结合在一起,形成大批碘化银微粒。火箭弹打入 -8℃ 至 -12℃ 的云层中,1 克碘化银可形成 1015 个冰核,即 1 克碘化银有可能形成 1015 个雨滴。火箭弹的特殊之处在于,完成任务后会在设定的开伞时间打开降落伞,携带火箭弹残骸安全着陆,伤及地面人员的可能性大为降低。

人工防雹与增雨是反其道而行之。这种方法在雨季非常有用,可以“阻挡”破坏性冰雹。

人工消减雨不会对环境造成影响。目前人工消减雨使用的两种催化剂中,液氮是零污染的绿色环保产品,而用量仅为每平方米 0.5 克的碘化银也不会损害周围环境。

北京市气象部门 2002 年就开始了针对奥运会开幕式、闭幕式的人工消减雨研究,已累计投入科研经费 350 万元。2007 年 8 月,北京市气象部门在延庆、

奥运会开幕式、闭幕式时奥运场馆上空究竟“做何颜色”,绝不是“一个人的好天气”那般与世无关。为保证奥运会开幕式、闭幕式时晴空万里,北京奥运气象服务中心将采取人工影响天气手段保障科学准确的气象服务,气象部门也把人工消减雨和人工防雹作为应急保障措施之一。

科学“变天”

北京奥运消减雨计划的核心是“让雨提前下或者‘延迟’下、‘请’它去别处下,力保奥运会开幕式、闭幕式好天气”。人工消减雨主要有两招:一是让雨提前下——在保护区上风方及周围邻近地区进行人工增雨作业;二是让雨憋着不下——通过过量播撒高浓度冰晶,使过量的降水粒子“争食”有限环境水分,或者在云顶或云内播撒高浓度粒子群,引发下沉气流,抑制云雨。为实现人工消减雨,天津市准备了 30 多部火箭发射装置。在增雨中,火箭的作用是把碘化银炮弹打入云层。

天气预报准确是人工消减雨及时准确发挥效力的前提。只有打进积雨云,碘化银火箭弹才能“弹不虚发”。位于北京市气象局 7 楼的北京人影办与

10 楼的天气预报会商室实时联网,以保证第一时间获得所有气象文本信息和图片信息。另外,炮击场地安全要求严格,需要空旷、四周无明显建筑物并尽量远离空中航路。

时效是人工影响天气的关键。北京人影影响天气办公室 24 小时都设有两名值班员,直接联系下属区县二级指挥中心和地面作业人员。出现天气状况,北京人影影响天气办公室先选择好适合人工增雨作业的云层和场地,然后向空域管制部门申请作业空域,接着向下布置,这个过程大概需要 10 分钟。同时,地面作业人员通过电话语音系统及时把实地信息反馈到指挥中心,以便指挥部迅速修正方案。

“变天”秘密

人工降雨的重要原理——朗缪尔连锁反应早在发表于 1944 年的《上升

原声道

奥运资产北交所公开挂牌交易

本报讯 近日,北京奥组委和北京产权交易所签订《北京奥组委资产处置服务合同》,2000 多万件奥运物资将通过北交所处置。

从北京产权交易所网站看到,第一批待处理的奥运资产已挂在该站上,涉及 100 多种奥运村的家具、白色家电等物资。这些物资完成交易后,将陆续于 2008 年北京奥运会、残奥会结束后交付。

北京奥组委物流部部长兼物流中心场馆主任回立刚介绍说,奥运物资包括家具、白电、技术设备、体育器材 33 大类上万个规格、品种共 2000 多万件产品。奥运会筹备期间,这些物资是北京奥组委通过市场开发、现金采购以及与合作企业合资合作等方式获取,涉及数百亿元资金。奥运会结束后,如何合理处置和运用这笔奥运资产,将是包括北京在内

的每个奥运会主(协)办城市都会面临的巨大问题。

“此次北交所与北京奥组委签约处置奥运资产,是奥运史上对资产处置的一种创新探索。”北京产权交易所总裁熊焰表示,根据双方签订的合同,北交所将成为 2008 年北京奥运会奥运资产的总处置平台、资产处置的组织人和公开信息的总集散地。

据熊焰介绍,北京产权交易所将为北京奥组委的物资处置提供一站式服务。奥运物资将通过北交所网站及相关媒体公开披露转让信息、转让过程。

对买家而言,除特殊商品外,没有身份限制。“北交所作为公开市场,普通人都可以登陆网站对相关奥运物资进行竞价,国内外的使用者、收藏者都可以参与竞拍。”熊焰表示。 **马晖**

奥运选手代言非赞助商广告 奥运期间将被停播

本报讯 中国广告协会有关负责人日前表示,非奥运会赞助商使用与奥运赛事相关运动员或奥运官员作广告代言,以及使用“2008”、“北京”、“火炬”等词语的非赞助商广告属于隐性侵权,将在 8 月 1-27 日广告控制期间停播。

中国广告协会向所有广告经营者发出营造奥运广告市场环境的通知:将按照赞助商名录对奥运广告进行监督。8 月 1-27 日期间,非奥运会赞助商如果在广告中邀请现役并参加本届奥运会的运动员、教练员、官员等代言,在没有得到北京奥组委特别授权和批准下,将无法在媒体刊播。 **商丽爽**

中国广告协会秘书长助理李方午指出:“中国语言非常丰富,使用‘2008’、‘北京’、‘火炬’等关键词被界定为属于隐性侵权,还有很多是难以界定的。非奥运会赞助商企图打‘擦边球’,这么做侵害了奥运会赞助商独家享有使用奥运标志的权利,是不道德的”

中国广告协会表示,将对造成负面社会影响的不良广告责任人采取“第一次劝诫、第二次劝诫、第三次通报批评,其中涉嫌违法广告报请国家工商总局甄别”的程序,实施自律劝诫。任何单位和个人都可以向中国广告协会投诉、举报。 **商丽爽**

后奥运时代 体育产业化仍面临诸多挑战

本报讯 随着 2008 年北京奥运会日益临近,后奥运话题越来越多地引起人们注意。体育产业能否借奥运契机在后奥运时代迎来大发展?奥运会将给体育产业发展带来哪些机遇?

国家体育总局副局长王钧在日前举办的 2008 年奥运经济(北京)论坛上表示,后奥运时代,中国体育产业将迎来一次重大的战略机遇。他表示,2008 年北京奥运会举办前后,正是十几亿中国人从解决温饱向全面实现小康社会转变时期,体育需求空前高涨。根据国际经验,人均 GDP 从 2000 美元向 3000 美元发展的阶段,是体育消费快速增长的阶段。体育产业应在后奥运时代紧紧抓住这一机遇,实现可持续发展。

奠定了产品基础。

中国移动对“借势营销”有清晰的认识,首先借助奥运倒计时之势,在数十款计划产品中选择推出奥运定制手机、奥运充值卡和奥运快讯三项业务。这样既保证了用户的普适率,又能实现在终端、业务、服务三方面的全面覆盖。此外,中国移动“我的移动奥运”营销活动并不局限于营销层面,除业务产品营销外,在奥运音乐传播形式方面的创新也使此次营销活动呈现多元化、层次化的特征。

中国网通奥运战略由保障计划、发展计划、辐射计划三部分组成。该战略的实施,不仅将指导相关通信设施建设,直接满足奥运通信需求,还会借助奥运市场的拉动效应,使中国网通取得奥运效益。

据中国网通有关负责人介绍,该战略的亮点是其实主线“宽带

在中国奥委会副主席、中体产业集团董事长魏纪中看来,中国体育产业正处在从群众化、组织化、商业化迈向产业化的重要阶段,2008 年北京奥运会的举办将起到催化剂作用。

不过,专家同时指出,体育产业要实现大发展,面临的困难很大。

北京奥运经济研究会常务理事、北京体育大学管理学院教授林显鹏表示,中国体育事业在最近 20 多年的发展中,“重竞技、轻群体”的观念占主导地位,限制了体育产业发展。如果这个观念不改变,体育产业很难在后奥运时代实现根本性发展。

林显鹏认为,体育产业没有得到很好发展,很大程度上是因为与体育

奥运”。中国网通制定的“宽带奥运”是一个完整的战略体系,从高速网络、宽带接入、综合业务、丰富应用和便捷服务多个层面进行规划和实施,包括建立遍布奥运区域、通达全国、连接世界的立体便捷的新型智能网络,提供安全、稳定、成熟、先进的通信技术;实现奥运会通信的宽带化,诸如互联网接入的宽带化、数据传输的宽带化、多种应用的宽带化等。

中国网通 CEO 左迅生表示,赞助奥运出于两点考虑:一方面,2008 年奥运会主场在北京,大连、沈阳、秦皇岛、青岛等其他协办城市也都在北方,而中国网通的优点就在北方;第二,通过为奥运提供通信保障服务可以提升品牌影响力。同时,可以借机推出一些与奥运有关的产品和业务,促进市场营销。 **叶勇**

产业相关的资源应走向市场,事实上却没有这样做,体育的经济功能、产业功能未得到充分开发。比如部分已经职业化的赛事由于受体育主管部门的行政管理而无法实行真正的市场化运作,结果赛事水平不高、产业化程度较低。另外,各类体育社团没有发挥应有职能,没有担负起组织开展各类体育活动的责任,面向社会大众的体育俱乐部、学校俱乐部等基层体育组织的发展程度较低,这都不利于体育产业发展。

林显鹏表示,体育产业要在后奥运时代实现大发展,将面临诸多的挑战。但政府部门已看到面临的问题,克服上述困难后,体育产业的长远发展还是应当被看好的。 **慈鑫**