



制图 ZHE

中国卫星碎片要撞国际空间站? 美国再次上演太空乌龙

发警报要站内宇航员考虑“出逃” 自己把自己吓得不轻,其实距离最近时还有6公里

据美国媒体报道,国际空间站6日发布警告称,中国于2007年进行的反卫星实验造成的卫星碎片对国际空间站构成威胁,可能发生相撞,站内宇航员考虑“出逃”。

北京时间7日晨,记者致电美国宇航局(NASA)获悉,碎片一直在距离国际空间站安全范围内飞行,目前已经解除安全警报,宇航员安然无恙,只是一场虚惊。

发布警告 美国媒体称宇航员考虑“出逃”避难

NASA6日表示,“风云1C”的碎片之前也曾发生过接近国际空间站的情况,空间站都会通过变轨来躲避,但这次没有足够的时间采取变轨措施。“这些碎片的轨道很特别,且大气阻力很严重。”NASA的发言人拜尔利当时称。

据报道,2007年中国曾使用弹道导弹成功击毁了已经退役的“风云1C”,同时造成了约3000个碎片,直径在15厘米左右。国际空间站称,这些卫星碎片一度距离空间站只有约6公里,站内3名宇航员甚至考虑是否要到俄罗斯“联盟号”宇宙飞船中避难。

北京时间7日晨,NASA的一名工作人员称,“风云1C”卫星的碎片于美国东部时间5日下午4时21分经过时,距离国际空间站最近,仅相隔约6公里。不过,空间站的宇航员并没有到俄罗斯的宇宙飞船中避难,因为碎片还是在距离国际空间站安全的范围内飞行。

警报解除 NASA监控11个小时后,恢复正常工作程序

“6日下午2时41分,任务控制中心就解除了警报信号。”NASA称,当时国际空间站正在东亚上空220英里(约合350公里)的高度,而NASA已经监控了它11小时。

NASA的工作人员称,国际空间站的控制中心从6日凌晨就开始监控这些碎片,由于当时没有足够的时间来为国际空间站改变轨道,所以一度考虑让站内的宇航员到俄罗斯“联盟号”宇宙飞船中避难。

当日下午2时41分警报解除后,任务控制中心的警示灯从红色变为绿色,工作组成员就恢复正常工作程序了。

无独有偶 “碎片接近空间站”以前也摆过乌龙

2010年7月,也曾有美国媒体报道称,中国气象卫星“风云1C”的碎片正在接近国际空间站,为此空间站可能需要进行规避动作。消息发布后不久,俄罗斯地面飞行控制中心的一名发言人就予以否认称:“国际空间站没有受到任何威胁,运转正常。我们没有关于卫星碎片接近空间站的信息。”

据悉,目前在太空中有大量的太空碎片环绕地球运转,单是大块的容易监控的就多达12500块。如果大小块全部计算,可能有37万块之多。

专家解读

美国时常拿中国太空垃圾说事

中科院国家天文台研究员、著名天文学专家李竞在接受记者采访时介绍说,美国不时会对所谓的属于我国的太空垃圾进行渲染,先前就有过这样的先例。其实,美俄等国在太空中的飞行器及其所制造的太空垃圾比我国多得多。要说威胁,美国制造的威胁最多。

李竞说,目前整个太空中布满了数以万计的太空垃圾,确实对飞行器有致命的威胁。因为这些被击碎的太空垃圾会背离原来的运转轨道不规则运转,容易撞上一些正常高速运转的飞行器。以国际空间站为例,高速运转的太空垃圾很可能与其相撞,导致空间站漏气,最终站毁人亡。

李竞介绍说,目前中国、美国和俄罗斯等国都对太空垃圾进行全天候24小时的监控,并在必要的情况下改变飞行器的轨道以避免与太空垃圾相撞。

据《法制晚报》

小海豚科学实验
科学启蒙数理化(4-12岁)
紫荆山路与东里路交叉口东300米 0371-60108361

将水晶穿上脚 奥康开创鞋饰跨界新合作 推出精美水晶鞋

每一个女孩都渴望拥有一双可以得到幸福的水晶鞋,实现自己的“公主梦”。3月26日,在北京国际时装周上召开的主题为“舒尚·享”的2011奥康新品鉴赏会上,奥康推出了采用施华洛世奇·元素的全新水晶鞋系列,这势必成为跨界合作又一经典案例。而水晶鞋的突然来袭,也将成为2011年鞋饰市场的焦点话题。

作为奥康鞋业旗下高端女鞋品牌,美丽佳人以“独享·众赏”的品牌理念和优雅、自信的品牌形象展现给消费者,主张美丽与舒适的平衡,呼吁新时代女性更加宠爱自己。随之而带来的是更加注重产品的科技含量和品牌附加值,全面体现出产品的时尚性与舒尚性。鉴于与施华洛世奇

的跨界合作,筹备开发12星座系列鞋款,倾力打造全新概念时尚鞋品。

从当初的一家3万元起步的小作坊,到20年后品牌价值达8002亿的鞋业品牌,奥康已经具备了挑战国际市场的资本,面对经济全球化和信息化,企业国际化已成为其生存和发展的客观需要。“百年奥康,全球品牌”,奥康就不隐讳自己的这一企业战略目标。近年来,奥康在产业结构调整和品牌升级同时,不断拓展国际市场的发展空间。从“一路我享”品牌新主张的提出到与施华洛世奇强强联合,都奠定了奥康在国际化道路上渐行渐远的支持。此次奥康鞋业的佳作也为水晶装饰鞋子的设计订立了新典范。

五大系列新品亮相 CHIC

随着第十九届CHIC(中国国际服装服饰博览会)在3月31日落下帷幕,“时尚生活”、“国际潮流”作为一种崭新的童装理念,受到了媒体和业界的广泛关注。在CHIC期间,潮流童装品牌海崴携其五大系列潮流新品与大家见面,向公众展示了童趣和时尚在服装上的完美结合。

在CHIC期间举办的“金色飓风童装发布会”上,海崴发布了其2011五大系列新品:“交友聚会”、“放学居家”、“周末郊游”、“时尚运动”、“快乐旅行”。遵循“国际潮流童装”的品牌理念,在延续时尚休闲和时尚运动两大主题的同时,海崴开创性地引入了社交、居家和旅行的概念,将成人时装的“功能性”概念首次全方位

海崴国际潮流童装受瞩目

地引入到了童装设计领域,体现出了真正的国际潮流与中国儿童的完美结合,受到了业内及行业媒体的广泛关注。

在CHIC期间,海崴邀请众多行业领导、业内专家、媒体记者以及经销商,举办了“海崴品牌价值高端投资峰会”,详细阐述了其“国际潮流童装”的品牌理念。董事长林荣臻对记者说:“年轻的父母懂得给孩子创造接触广阔视野,在大自然中去感悟,在聚会交友、游玩中去体验。海崴童装打造的‘国际潮流童装’崭新品类,是在时尚休闲和时尚运动两大品类交叉作用下诞生的强势品类,充分满足了当前的市场需求。”