



“女媧”遗骨 现身山西?



山西吉县人祖山考古发现6200年前“皇帝遗骨”。

根据北京大学C14同位素测年,成人头骨为6200年前的测定结论,以及明代当地人的墨书题记,日前在山西吉县人祖山娲皇宫女娲塑像下发现的“皇帝遗骨”,可能属于传说中史前“三皇时代”的“娲皇”遗骨。

这是近日国家文物局副局长张柏、故宫博物院副院长李文儒等国家省市23位考古、历史、神话、民俗专家考察人祖山后形成的共识。人祖山位于黄河中游,据不完全统计,山中历代庙宇约达200处,其中最负盛名的是建有“娲皇宫”和“伏羲皇帝正庙”的人祖庙。

早在1984年,娲皇宫遭人破坏时,考古工作者就在女娲塑像下发现遗骨,包以黄绫,盛于木函。“木函”墨书写道:“大明正德十五年(1520年),天火烧了金山寺,皇帝遗骨流在此,十六年上梁立木……皇帝遗骨先人流下”。明代人的墨书记载把该人骨称为“皇帝遗骨”。

从2011年8月13日至10月9日,在山西省考古研究所研究员田建文的指导下,考古工作者对人祖庙进行了“抢救性”整理,发现战国、汉唐、宋元、明清、民国时代遗物291件(套),并在娲皇宫积土中找到人头骨、木函残片和距今2100-900年曾作祭品的动物骨头。这是中国目前发现最早祭祀女娲的考古遗迹。

专家观点

“娲皇”是指女娲?

专家认为,在漫长的母系社会中,女娲首先是原始民族的名号,同时也成为氏族首领的名字,不会只是一个女娲,会有一代又一代的女媧产生。木函题记中“皇帝”之说,可能是某代或最后一代女娲,是后人对母系社会首领女娲崇高地位的追称。因此,这个遗骨无疑是明朝人认为的“娲皇”遗骨。

连线

兵马俑曾遭纵火,项羽嫌疑最大

9日是第7个文化遗产日,秦兵马俑第三次考古发掘工作成果公布。焚烧兵马俑,西楚霸王项羽成最大嫌疑人。此次发掘中发现数量较多的彩色陶俑,其中最大一尊身高达2.5米,脚长54码。

秦俑一号坑第三次发掘于2009年6月13日正式开始。截至今年5月,发掘出土了陶俑、车马器、兵器、生产工具等各类文物共计310余件(组)。发掘执行领队许卫红说,第三次考古发掘中,考古人员发现了数量较多的彩色陶俑。而兵马俑“千人千面、千人千色”的猜测也进一步被印证。

长期以来,对于秦兵马俑被烧

有两种观点:一个是自然;还有一种观点认为是人为破坏的。第三次发掘给出了结论。“兵马俑被焚烧之前曾被人打碎过,因为位置不同,所以着火的颜色不一样,所以形成了颜色不一样的现象。”究竟是谁焚烧了兵马俑?目前来看,西楚霸王项羽的嫌疑最大。据记载,项羽设鸿门宴的地点距此地仅有五公里,他与秦始皇也结有仇怨。秦兵马俑一号坑考古队领队申茂盛称,这种说法可以站住脚,而这也是目前考古学界的主流意见。

■据新快报



从百姓亲历 看科学发展

党的十六大以来,在科学发展观指导下,从中央到地方,各级党委和政府坚持以人为本,统筹兼顾,努力促进经济社会全面协调可持续发展。

从甘肃到上海,从湖南到北京,新华社记者走近一位位普通群众,从他们的身上感知科学发展的铿锵步伐和对未来的美好愿望。

10年前,随着经济的发展,纺织等劳动密集型产业逐渐失去优势,企业一度陷入困境。10年来,上海纺织依靠“科技+时尚”战略,从传统制造业向高端制造业、从制造业向服务业转型。发展空间由此打开。企业利润由最初的亏损一路增长到去年的2.59亿元。

——席时平 上海纺织集团董事长

自2003年退休以来,退休金从每月700多元涨到现在的2400多元。老两口现在日常生活有保障,看病住院有医保报销,也不拖累子女,生活很知足,也很快乐。

——马养志 甘肃天水退休工人

与10年前相比,中南大学和周边这片城区人口、建筑物多了好多倍。白鹭翱翔江面、浅滩觅食的景致,在消失多年后重现。如今环境治理让人“看得见摸得着”。

——周怀瑚 中南大学毕业留校

■据新华社

英菲尼迪国产落户襄阳 东风日产图谋高端竞争

2012年5月28日,“襄阳市人民政府—东风汽车有限公司英菲尼迪国产化项目签约仪式暨新天籁第50万辆整车达成仪式”在东风日产襄阳工厂内隆重举行。

这是继NISSAN与启辰双品牌战略实施后的又一重大举措,英菲尼迪的国产将助力东风日产竞争力进一步提升。

“英菲尼迪是日产汽车旗下的豪华车品牌,承担着品牌高端化扩展的重任。无论技术品质或是研发投入,都堪称日产汽车全球积淀的集大成者。

英菲尼迪在中国实现国产,将对日产完成2016年在豪华车市场获得10%市占率这一目标作出贡献。东风日产与日产汽车将一如既往地提供最优秀的车型、最精湛的技术、最优良的品质和最先进的管理理念引入中国、植根中国。”中村公泰表示。

今年1-4月,车市整体增长放缓的趋势愈发明显。数据显示,4月份国内乘用车销量环比下降11.7%,同比增长仅5.2%。淡季之下,东风日产4月实现销量74,068辆,同比劲增33%。截止5月24日,东风日产2012年累计销售341,276辆,同比增长19%,其中新天籁、新骐达、轩逸、新逍客、新阳光以月均过万的销量实现“一门五杰”。

强劲的增长态势令东风日产充满信心。松元史明表示:“目前中国车市已进入微增长时代,但东风日产在营销、渠道、服务、制造等多方面构建的领先半步的体系竞争力下,各方面优势已经显现。

今天,英菲尼迪的国产导入,将再一次全方位提升东风日产的竞争力。2012年,东风日产100万辆的产销量目标不会改变。”

作为东风与日产旗下永葆活力的事业单元,东风日产将日产的科技优势转化为更合适



襄阳市人民政府—东风汽车有限公司 英菲尼迪国产化项目签约仪式

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

东风汽车有限公司

淘宝天猫商城隆重推介

创维全球首款DIY电视E7C系列荣耀上市

5月31日,创维联合淘宝天猫在杭州召开新闻发布会,隆重推出全球首款DIY电视E7C系列。此系列电视的硬件、软件配置以及电视机的外观装饰条均可由消费者自行定制,现阶段可选择热血欧洲杯和生活怀旧两大系列主题。

创维联合淘宝天猫商城(tmall.com)、新七天电器网以电子商务平台专供销售,先由消费者下单定制,再由厂家生产配送,充分满足消费者的个性化需求,开创行业C2B(从消费者到商家)创新营销模式。

发布会在杭州洲际大酒店举办,创维集团营销总部副总经理、市场部总监王海、天猫电器城总经理谭斌、新七天电器网CEO左英杰等高层出席发布会。会上,创维与天猫商城、新七天电器网达成深度合作共识,以优异产品、畅通渠道、周到服务共同推动全球首款DIY电视全面走向亿万消费者。

创维电视在去年在天猫举办首次万人团购定制电视大获成功的情况下,将在6月1日再次开启C2B定制个性模式。与去年不同的是,此次定制的电视产品E7C系列的硬件、软件配置甚至电视机的装饰条都可由消费者来DIY定制。做到了“花一台的钱,买N台的款式”。

作为天猫电器城创维官方旗舰店的代运营商,新七天电器网CEO左英杰则表示:“创维集团在去年天猫创维旗舰店的万人定制团购获得成功和今年国内电子商务渠道的迅猛发展的基础上再次组织万人团购,并且产品的定制得到了进一步的升华。创维集团的此次行业壮举对整个家电行业、电子商务行业起了标杆性的引导作用。让消费者通过电子商务

购买真正想要的个性化商品,这是创维集团的一次大胆的创新,通过互联网让厂家和消费者更加贴近,体现了电子商务的核心价值。”

发布会上,创维采用非常生动的演绎方式,在一个个精彩的故事中,现场配置不同主题的电视。笔者看到,在外观搭配上,创维现阶段已经储备了十六款不同风格的DIY装饰条,分为热血欧洲杯和生活怀旧系列两大主题。

笔者了解到,创维将在淘宝网的天猫商城创维旗舰店 Skyworth.Tmall.com 征集全国网友的订制投票,创维和天猫更是为广大消费者准备了巨大的优惠和丰富的赠品。创维介绍,创维E7C系列DIY电视采用了时尚的超窄边设计,简约而典雅,全网Web浏览更是让消费者尽情享受网络各种音视频的资源。

创维集团中国区营销副总经理王海强调,本次天猫联合创维全球首发的E7C系列,它不仅仅是一款可更换装饰件的电视,而是可以让消费者去定制去DIY的一种全新生活方式。让原本呆板单调的电视因为个人的爱好儿进行DIY定制,让生活也因此变得生动起来!

