

# 世博零碳馆应用皇明诸多太阳能技术

5月5日上午,上海世博零碳馆举办了盛大的开幕仪式,全面向世界开放运营。

落户于世博园区的中国第一座零碳建筑——上海世博伦敦零碳馆,汇聚全国各行业最新节能减排技术,由可再生能源完全支撑运营:太阳能、风能实现能源“自给自足”;黄浦江水将变身“天然空调”;连剩饭剩菜也可以用于发电……这些节能技术开启着对未来节能环保生活的美好想象,激发人们呵护地球环境的信心。

在这一场节能减排技术大展示中,世博零碳馆因为全面利用太阳能等清洁能源技术成为世博的一大亮点。太阳能应用已发

展到了什么程度?已升级到了智能化,热水系统也可以用电脑控制!零碳馆屋顶上布满了太阳能集热器和光伏电池板,除屋顶设备外,热水系统还配有远程监控系统,用电脑可以看到系统运行状况并可进行设置,热水系统实现智能化运行,这些设备由皇明独家提供。

零碳馆有一个特殊的“电脑房”,是太阳能热水工程远程监控系统监控室,通过室内的电脑屏幕,从太阳能集热器到管路,储水箱等运行状况都一目了然,水温水位、定时上水、恒温循环等相关参数可根据需求进行设置,不仅可实现24小时监控,系统一旦出现异常,还可实现自动

报警。

“出现问题不用到楼顶就能获知,可第一时间发现第一时间解决,保障系统运行。”这是智能化的特点和优点,远程监控系统实现了太阳能热水系统的自动化运行,推动了宾馆、酒店、学校、医院等单位大范围地应用太阳能热水系统,由此带来的经济和环保效益巨大。

一般的太阳能热水系统的储水箱安装在楼顶,但影响美观,皇明为零碳馆特制了承压水箱,放置在各楼层楼梯平台的下方,最大限度的利用空间,并实现太阳能与建筑的完美结合。

零碳馆位于上海世博园区城市最佳实践区内,总建筑面积



■世博零碳馆通过中国太阳谷展示“21.5世纪绿色城市模板”

2500平方米,由南北两栋四层的连体建筑构成,共设置零碳未来展、零碳体验展、零碳实践展、零碳庆典和零碳科技展五大展项。零碳馆的原型来自于英国伦敦的贝丁顿社区,该社区被誉为“全球首个零二氧化碳排放社区”。

## 蒙牛：“生态牛奶”热销沪城

进入5月,蜂拥而来的近百万国内外游客就已带动了上海全城的“世博消费”热潮,不仅仅是酒店、交通等旅游相关行业,就连普通日用品——牛奶也都借得百年盛会的东风热销沪城。

笔者了解到,从5月1日至5月10日短短10天时间内,蒙牛牛奶销量跟5月前相比较有了明显上涨。5月8日至9日,蒙牛“生态行动 助力中国”大型生态体验活动再次登沪,在上海八百万人体育场掀起绿色生态新风潮,同时,蒙牛集团首发行绿色倡议,优先遴选致力于绿色低碳的供应商和合作伙伴,共建“绿色产业链”。这些年来,正是凭借来自生态草原的自然纯独特品质、持续的生态草原建设行动和长期的绿色产业链投入,蒙牛与广大上海市民以及来自世界各地游客共同演绎了牛奶版的“全城热恋”。

“东方明珠”恋上“生态

牛奶”

笔者了解到,随着热潮的不断掀起,蒙牛早已在华东地区不断刷新销售记录,而此次借着五一黄金周的东风,独具自然生态气质的蒙牛更是迎来热销的第一轮高潮。

“如今,在全球掀起‘绿色低碳’风潮的大背景下,消费者更愿意为绿色、自然、健康的食品买单”,业内专家表示:“而蒙牛之所以能够赢得上海市民以及来自世界各地的游客的广泛青睐,关键在于它独特的自然纯品质和持续的绿色低碳建设行动。”

据悉,凭借着源头上的生态草原建设行动,以及生产领域的绿色低碳产业链投入,蒙牛不仅成为名副其实的“碳”路先锋企业,而且,“生态牛奶”、“低碳牛奶”更是成为蒙牛牛奶的新名片,赢得消费者的青睐。数据显示,目前,蒙牛自建及参股的大小规模牧场高达1700多座,奶源建设位居行业之首。此外,在

生产方面,蒙牛不遗余力打造“绿色低碳产业链”,仅就节能环保经济投入一项而言,蒙牛就已经累计投入4亿元。

“在世博场馆里,低碳玄机无所不在,而在消费领域,独具自然低碳气质的蒙牛牛奶也就理所当然成为世界各地消费者共同的选择。”业内专家表示,“持续的生态草原建设行动,以及长期的绿色产业链投入,与当下最流行的绿色低碳理念相契合,成为蒙牛赢得消费者的关键。”

**专家:热销在于品质和口碑**

针对蒙牛上海的热销,业内人士指出,蒙牛牛奶在五一世博开幕后销量的大幅上升,与上海世博会引发的观光热、旅游热不无关系,但归根结底还在于蒙牛所独有的“自然纯品质”和多年精心经营所形成的“良好口碑”。

“我去参观过蒙牛生态草原牧场,对那的生态环境、奶牛的幸福生活印象深刻。”从北京来上海看世博的王先生告诉笔者,



来自生态草原的蒙牛牛奶销量在沪大幅走高,引爆世博消费市场。图为消费者在超市选购蒙牛牛奶

“因为亲眼看到蒙牛生态草原牧场和精细化的生产,对蒙牛的牛奶品质非常信任。而且,蒙牛生态草原牧场奶源建设和共建生态草原的公益行动,也为蒙牛在我们这些消费者中口碑相传。”

据悉,世博会将持续到10月31日,可以预见,拥有独特自然纯品质和良好口碑的蒙牛牛奶,将引领更多的消费者倾情演绎经典的“全城热恋”,迎来世博热销的下一轮高潮。

## 世博赏灯:低碳时代的“中国红”

世博会刚刚开幕,赏灯“谍报”不断。本届上海世博会的灯光效果,因每个场馆的主题不同而呈现出不同的个性,比如美国馆营造的“欢乐灯光”,法国馆营造的“感性灯光”,德国馆营造的“金属灯光”等。各具特色的场馆造型与流光溢彩的灯光效果交相辉映,让夜色下的世博园美轮美奂。这些个性色彩浓厚的灯光效果,来自同济大学建筑与城市规划学院、三雄·极光照明等机构长达几年的精心合作。

中国民间自古有赏灯习俗,特别是正月玩花灯已是固定的古老节目,即使在数九寒天的北方也有热闹的冰灯节。随着上海世博园区的开放,赴上海观光的游客赏灯热情持续高涨。“今年世博会专门出售夜场门票,如果准备分数次游览园区的话,一定要抽出一天时间晚上入园逛逛。”世博园区夜景照明设计相关负责人表示,一轴四馆是夜游必看的景点。

赏灯不忘节能,节能成了时下全民关心的话题。一轴四馆主要采用三雄·极光的LED技术,大面积替代传统照明工具,大大降低了照明能耗,突破了传统光源的照明局限。特别值得一提的是,中国馆的线条式灯具,主要采用三雄·极光高显色性的T5光源,和新一代HID金卤灯电子镇流器,在夜间能更加烘托出“中国红”的视觉效果,更具艺术表现力和感染力。

## “中小企业竞争力提升工程”华中站即将启动

笔者获悉,由国内知名信息化服务商铭万公司承办的中小企业竞争力提升工程(华中站),即将于6月6日在星城长沙启动。据主办方介绍,届时将有300余位知名企业家代表共襄盛举,亲身领悟资深专家解读企业经营之道,共同探讨企业快速发展之道。

中小企业是中国经济发展中最具活力的部分,在稳定经济、吸纳就业、提供社会服务等各个方面都具有不可替代的重

要作用。为进一步提升中小企业管理水平,引导广大中小企业家思维创新,铭万公司计划在全国开展“中小企业竞争力提升工程”。授课内容针对中小型企业量身定制,方便企业家将所学知识快速应用于企业发展。系列工程重点邀请国内知名专家教授,通过“问答式教学”,为广大的中小企业传授领导艺术、公司治理、企业战略等方面的技巧。

铭万公司副总经理张桐铭

表示:“在市场竞争日益激烈的今天,企业发展的好坏,更多地取决于管理者的素质和能力。”

中小企业竞争力提升工程已经在华北区和广东省成功举办,受到企业家的普遍认可和赞赏,出席人数远超预计。这更坚定了我们在全国推广这项工程的信心,为了让更多企业家受益,公司决定从华中站开始扩大规模,增加课程内容,让企业家们获得更多有价值的知识。”

## 牙医提醒:莫让牙痛伤到胃

中国民间有句俗语叫:“牙痛不是病,疼起来要命!”大多数人往往是牙痛得无法忍受了,才想起来去医院看病,对于日常的口腔保健及口腔疾病的防护,却是意识淡薄。据口腔流行病学普查我国有30%左右的成年人患有牙敏感,在医学上称之为牙本质敏感,其起因多由于牙齿磨损、牙龈萎缩、龋齿等原因造成的牙本质暴露。当暴露的牙本质遇到冷、热、酸、甜等刺激时,这些刺激就会通过牙本质内的牙小管传导至神经、血管丰富的牙髓,造成瞬间的刺痛、酸胀感。

要让自已的牙齿保持“年轻健康”的活力,用抗敏感牙膏刷牙是一种最简单、最有效的

方法,比如每天坚持使用“冷酸灵”等具有抗敏感功效的牙膏刷牙两次。抗敏感牙膏中一般含有银盐、钾盐等抗敏感成分能封闭牙本质小管,长期使用能有效提高牙齿对冷、热、酸、甜等外界刺激的耐受力。

目前市场上的冷酸灵“迅康”专业抗敏感高级牙膏,其主要抗敏感成分—PNS的含量达到FDA(美国食品和药物管理局)推荐浓度5%,对牙神经有很好的舒缓作用,经临床验证,冷酸灵“迅康”专业抗敏感高级牙膏能在两周内明显改善牙敏感症状。有专家提出了“健康刷牙1+1”概念,即每家的刷牙杯中都应该备有一支抗敏感牙膏,每天与其他牙膏交替使用,



能够达到更好的防护效果。

我们也要注意养成和维持良好的饮食习惯,特别是高敏感牙质的朋友们更要避免牙齿受到剧烈的刺激。坚持使用冷酸灵迅康牙膏,相信您的牙齿一定能恢复到“年轻态”,当您面对无法抵挡的美食诱惑时,您就可以做到“冷热酸甜,想吃就吃”!

## “买德意 送宝马”

秒杀活动全国进行中

1元就可以买到宝马汽车!没错,你没有看错!2010年4月12日,在第二届“德意厨卫文化节”启动大会上,浙江德意厨具有限公司正式向外界宣布了“买德意送宝马”秒杀惊喜乐翻天的大型促销活动。活动期间,消费者们只要关注淘宝网上的“德意经典厨卫”虚拟产品,就有机会以一元的价格获得宝马汽车。

作为知名家电品牌的德意,为了回馈广大消费者,德意在本次“秒杀”活动的设计上,进行了创新。首先,德意会在淘宝网上以1元的定价,用一口价的方式发布一款名称为“德意经典厨卫”的虚拟物品,接受网友竞拍,但获胜的评判并非看谁第一个拍到此产品,而是在活动开始后第88888名拍下该产品的用户即为获胜者,获胜者即可获得由德意控股集团有限公司提供的一辆“大众速腾”汽车15年的使用权,如获胜者为德意经典厨卫产品的用户,并能出示2010年5月28日(下午17点前)之前购买德意经典厨卫产品的正规发票,既可将“大众速腾”汽车15年的使用权升级为一辆“华晨宝马320”汽车15年的使用权,详情请登录www.chinadandy.com厨卫文化节专题页面。

当然获大奖的幸运儿只有一名,而单纯的促销也不是德意集团所追求的最终目的,除了“买德意送宝马”外,本届德意厨卫文化节还将开展“厨房趣照集结号”、“厨卫装修心得齐分享”和“移动/联通团购日”三大活动,并提供的丰厚大奖!目前,“买德意送宝马”活动已经进入倒计时,请广大网民及时关注。

## 富士施乐打印机春季促销火热进行中

购明星打印机享超值好礼

目前,富士施乐打印机春季促销活动在全国范围内火热展开。从即日起至5月31日,用户凡购买富士施乐DocuPrint C3055 A3彩色激光打印机,将获赠价值1388元的最新款新秀丽4轮商务拉杆箱;购买DocuPrint C2255 A3新LED彩色打印机,获赠价值1288元的诺基亚3G手机一部;购买2010年最新款A4网络激光一体机WorkCenter 3210,将获得价值328元的九阳豆浆机一台。如需了解更多促销信息以及赠品领取方式,请登录富士施乐(中国)官方网站www.fujixerox.com.cn,或拨打800-820-5146免费热线。

参与此次促销的三款产品均为富士施乐打印机的明星产品。其中,DocuPrint C3055作为入门级A3彩激旗舰产品,其采用的富士施乐四通道引擎曾获得超过15项国际大奖;DocuPrint C2255则采用了富士施乐独有的新LED技术,是全球第一台物理分辨率高达1200×2400dpi的打印机,同时它还曾获得日本第四届环保产品奖;WorkCentre 3210网络激光一体机则不仅具备证卡复印、U盘直接操作等便捷功能,还配备大容量硒鼓,各项性能均达到同类产品的领先水平。

作为打印机技术阵营领导者,富士施乐始终致力于技术创新,坚持为用户提供最优质的办公产品。相信随着此次春季让利活动的日益升温,富士施乐在真情回馈广大用户的同时,也将让更多用户体验到轻松、高效、便捷的办公新魅力!