

中国航天员首次“换乘”天外平安归来

神二十乘组状态良好创在轨驻留时长新纪录



11月14日,载着神二十号航天员乘组的神舟二十一号载人飞船返回舱在东风着陆场成功着陆。

新华社记者 李志鹏 摄

新华社酒泉11月14日电(记者 李国利 黄一宸)神二十号航天员乘组14日搭乘神二十一号载人飞船返回东风着陆场,3名航天员陈冬、陈中瑞、王杰身体状态良好,刷新中国航天员乘组在轨驻留时长纪录。

这是中国航天员首次通过“换乘”载人飞船的方式从天外平安归来。

按照原计划,神二十号航天员乘组应于11月5日返回地球,因神二十号载人飞船返回舱舷窗玻璃出现细微裂纹,不满足载人安全返回的放行条件而不得不推迟。

据介绍,从按下“暂停键”到返回任务重启,中国载人航天工程秉持“生命至上、安全第一”理念,立即启动应急预案和

措施,各系统迅速反应、团结协作、扎实应对,最终决定先让神二十号航天员乘组乘坐神二十一号载人飞船返回东风着陆场,后续再择机发射神二十二号载人飞船。

14日16时40分,神二十一号载人飞船返回舱在东风着陆场成功着陆。返回舱舱门打开后,神二十号航天员陈冬、陈中瑞、王杰安全顺利出舱,健康状况良好。

“乘坐神二十一号飞船回家,很踏实。这次任务是一次锻炼,更是一次考验,很自豪我们圆满完成了任务,中国航天经受住了考验。”神二十号航天员乘组指令长陈冬说,“感谢所有为我们安全返回保驾护航的人们,我为伟大的祖国感到

骄傲。”

至此,神二十号航天员乘组的太空之旅顺利结束,陈冬成为首个在轨驻留总时长超过400天的中国航天员,也是目前执行空间出舱任务次数最多的中国航天员。

同时,神二十号航天员乘组在轨驻留时间达到204天,刷新了中国航天员乘组在轨驻留时长纪录。其间,他们完成了4次出舱活动和多次货物进出舱任务,在地面科研人员密切配合下,完成了涉及微重力基础物理、空间材料科学、空间生命科学、航天医学、航天技术等领域的空间科学实(试)验。

据中国载人航天工程办公室消息,神二十号航天员乘组14日乘坐飞机平安抵达北京。

超过400天!

陈冬刷新中国航天员在轨驻留总时长纪录

新华社酒泉11月14日电(记者 黄一宸 刘艺)神二十号航天员乘组14日结束长达204天的在轨驻留,安全返回东风着陆场,指令长陈冬成为首位在轨驻留总时长超过400天的中国航天员,同时也是目前为止空间出舱活动次数最多的中国航天员,“双突破”展现了中国载人航天近地空间乃至地月空间活动能力的稳步提升。

14日16时40分,搭乘着陈冬、陈中瑞、王杰3位航天员的神舟二十一号载人飞船返回舱成功着陆。“这次任务是一次锻炼,更是一次考验,很自豪我们圆满完成了任务,中国航天经受住了考验。”出舱后,陈冬向

党和人民报平安。

陈冬是我国第二批航天员中首位执行飞行任务的男航天员,现为中国人民解放军航天员大队大队长、特级航天员。

2016年10月17日,航天员景海鹏、陈冬搭乘神十一号载人飞船升空,陈冬开启了个人首次飞天之旅。被报道称为“天马行空33天”的在轨飞行时间里,两位航天员在天宫二号与神十一号组合体内开展了为期30天的驻留,完成了一系列空间科学实验和技术试验。

2022年6月5日,陈冬首次作为指令长带队出征,与航天员刘洋、蔡旭哲执行神十四号载人飞行任务。为期183天的任务

期间,他们亲历了空间站“T”字基本构型组装建造完成、航天员乘组首次在轨交接等中国载人航天史上多个“首次”,并开展了3次空间出舱活动。

神二十号载人飞行任务期间,乘组共进行了4次出舱活动和7次载荷进出舱任务。陈冬空间出舱活动次数累计达到6次。

航天员在轨驻留时长纪录的不断刷新,意味着我国已全面突破了长期在轨驻留保障技术、再生式环境控制和生命保障技术等多项空间活动关键技术,为未来迈向地月空间以及更深更远的太空积累经验、奠定基础。

你的“喜欢”为何如此值钱

“可爱经济”解锁消费新场景

在十五运会赛场内外,以中华白海豚为原型的吉祥物“喜洋洋”“乐融融”凭借呆萌造型被网友戏称为“大湾鸡”,靠“发疯撞栏杆”“摇摇摆摆求摸头”的魔性互动圈粉无数,相关周边“一鸡难求”,二级市场甚至出现溢价现象,让“可爱经济”再次成为人们关注的焦点。

在西安,一众有着本土特色的“萌物”也同样吸引着年轻人的目光——从大雁塔文创“塔宝”的持续热销,到第八届进博会上火爆的肉夹馍玩偶“绒馍馍”,传统文化焕发出新的商业活力。

情感价值转化的潜力

“可爱经济”的核心是情感价值的消费转化,“大湾鸡”的成功正是抓住了这一关键。

40名武校少年身着8公斤重的皮套,每天表演四个小时,用活力让静态IP变得鲜活立体。截至11月14日,“大湾鸡”的相关短视频播放量突破3.7亿次,社交平台浏览量近8000万。

这一案例并非个例,此前上海迪士尼全球首发的IP“玲娜贝儿”,充分展现了情感价值转化的潜力。

这只粉色小狐狸没有复杂官方剧情,却凭借契合大众审美的

可爱外形,搭配乐园扮演者蹦跳互动、亲切回应的鲜活演绎,让静态玩偶“活了”,大批粉丝排队只为和其合影。

“玲娜贝儿”上线仅一个月就32次登上微博热搜,相关话题阅读量超5.6亿次,短视频播放量突破16亿次。粉丝不仅是消费者,更主动参与IP共创,赋予其“川沙姐”等昵称,通过二创表情包、玩偶改造等形式丰富角色内涵,形成“发布—抢购—炫耀—种草”的传播闭环,印证了情感共鸣背后的巨大商业价值。

IP背后是“文化+社交”双重属性

这种“人格化演绎”的思路,在西安文创IP的打造中同样可见成效。

11月14日中午,位于大雁塔景区的文创商店内,游客郝艳红正拿着手机对着货架拍照。“早就刷到过‘塔宝’的视频,今天特意来打卡,这个斜眼表情太有戏了,必须买一个当纪念。”

她手中的“塔宝”以大雁塔为原型,经过6次打版改进,圆润的身形搭配“八百个心眼”的呆萌表情,松软的材质还设计了背带,既是摆件也是穿搭单品。

数据显示,两年时间,“塔宝”就已经销售超过10万个,以“塔宝”“显眼包”和基础挂件为主的形象超过十几款,衍生品开发市场预估近2000万。

同样出圈的还有“绒馍馍”。在刚刚结束的第八届进博会陕西展区,这款“还原”肉夹馍的毛绒玩偶展位前始终围了不少参观者,工作人员现场演示的“制作”“打包”互动更是引来阵阵欢笑。

参观者边亚拿着玩偶端详:“没想到肉夹馍能做成这么可爱的玩具,既能当摆设又能挂在包上,果断入手两个,一个自己留着,另一个送给朋友当伴手礼。”展区工作人员介绍,进博会期间不少采购商当场表达了合作意向,成为陕西展区的“人气黑马”。

业内观点认为,“可爱”作为极具感染力的视觉符号,既能快速唤醒人们的正面情绪、刺激购买冲动,其自带的社交属性,也让年轻人多了一个彰显个性的表达载体。



有西安本土特色的“萌物”摆满货架。

“可爱经济”激活陕西文创市场

“文化符号+萌系表达”的模式,让历史及特色小吃既满足了年轻人的情感慰藉需求,也为传统文化传播开辟了新路径。

数据显示,截至今年6月,全省共有文创企业5800余家,数量位居全国前列,坚实的产业基础为“可爱经济”的发展提供了有力支撑。

陕西省社会科学院文化旅游研究中心主任张燕表示:“陕西有独一无二的文化资源禀赋,关键是要做好‘文化转化’与‘产业落

地”两篇文章。”她认为,首先要深挖文化IP富矿,系统性梳理秦岭生态、特色美食、非遗技艺等未被充分开发的资源,打造差异化的萌系IP矩阵;其次要借鉴“大湾鸡”“玲娜贝儿”的运营逻辑,推动IP“人格化、场景化”发展,通过景区互动演绎、短视频内容创作、节庆活动植入等方式,让静态的文创产品拥有鲜活的情感内核,增强消费者的代入感与认同感。

文/图 本报记者 石喻涵