

# “九天”无人机成功首飞！ 西工大深度参与该项目论证

本报讯(记者 张彦刚)12月11日,我国自主研发的高空长航时多用途重型“九天”无人机在陕西蒲城圆满完成首飞任务。12月15日,记者从西北工业大学了解到,西工大深度参与了“九天”无人机组件的论证工作。

“九天”灵活配置重型无人机是我国新一代重型、多任务通用无人机平台,机长16.35米,翼展25米,最大起飞重量16吨,载荷能力达到6000千克,航时12小时,转场航程7000千米,具有灵活配置开放式架构、同一平台系列化机型、全寿命低成本等突出优势,可满足未来高技术、高强度下的空运空投、信息服务、物流运输等多种任务需求,总体处于“国内

领先、国际先进”水平。

该机型开创了一种“积木式宽适配重型空中无人基座”的新理念,以“基座+载荷模块”的积木式装备技术架构体系适应预置研发、独立升级、技术驱动的要求。采用通用标准体系,打通相关技术标准壁垒,共享民用技术成果。这标志着我国在智能无人系统领域取得重大突破。

西工大无人系统发展战略研究中心研究论证了“九天”重型无人机的研制定位、资源整合方式以及确定技术构型、研制模式等重大问题,推动该项目被列为2024年度西安市重点项目并获研制经费支持。2024年11月,该机型在珠海航展引起国内

外高度关注,2025年5月受到央视报道。

此外,西工大航空学院韩庆教授团队参与了该型号论证,并在该型无人机研制中受聘担任某系统副总师。在项目中积极贯彻有组织科研,组织“飞行器先进攻防技术团队”及“飞行器多学科协同设计研究团队”在该机四号机及全系统样机研制中发挥了重要作用;文物勘测任务舱是我国首个专为文化遗产保护定制的无人机勘测系统,由考古探测与文物保护技术教育部重点实验室担任系统总师单位。该舱集成高精度数字采集、智能传感与分析等技术,能够实现对大遗址的精准勘察和全天候监测。



“九天”无人机。(图片由西北工业大学提供)

## 高校文创羽绒服走红 实用与情怀的双重魅力

近期,一大学文创羽绒服卖断货话题登上热搜,引发广泛关注。此前中央戏剧学院等院校推出的同款羽绒服,也凭借独特的设计与文化属性刷屏社交平台。高校文创羽绒服这一兼具实用价值与情感意义的品类,持续在消费市场掀起热潮。在此背景下,西安本土高校也顺势推出自有品牌文创羽绒服,凭借扎实的产品品质与贴心的定制服务,在师生、校友圈层收获认可。



高校文创羽绒服。

### 本土高校冬装上新 质优价实获好评

12月15日,记者实地走访西北工业大学友谊路校区的“工大文创馆”友谊店,一进入店内便看到,除了摆满各类校园文创产品的货架外,一侧的冬装专区格外醒目。专区内整齐陈列着冲锋衣、短款羽绒服,以及今年全新推出的长款羽绒服,款式丰富。其中,蓝黑色的“工大砺剑”长款羽绒服作为主推新品,更是吸引了不少目光,衣服胸前印有“西北工业大学”LOGO。“这款‘工大砺剑’长款羽绒服是我们今年的主打新品,做工用料扎实,采用的是大厂供应的优质面料,填充的羽绒也是经过严格筛选的好品质。”店内工作人员向记者

者介绍。记者注意到,这款羽绒服定价799元,采用男女同款的宽松版型,适配不同身形的消费者。而在“工大文化创意馆”的线上微店,消费者的评价也印证了产品的硬实力,“非常好,物超所值”“含绒量实打实,保暖效果超出预期”等好评不断。

西安电子科技大学今年也加入文创羽绒服赛道,在“西电1931”的微信公众号上显示,“西电文创”携手运动品牌卡尔美联合打造联名款冬装,推出了长款羽绒服,也配套上线了短款棉服。产品介绍显示,这款联名长款羽绒服内部填充70%高纯度鸭绒,

单件充绒量高达335克,绒朵饱满蓬松,且通过精准的分区填充设计,让羽绒均匀分布于衣身各处,从根源上杜绝了钻绒问题与“冷桥效应”,防风保暖效果拉满。“今年我们上新的这两款冬装,虽然是首次推出,但市场反响很不错,已经陆续接到了好几批订单。”“西电文创”的黄老师告诉记者,为了更好地满足师生和客户的个性化需求,团队还特别推出了“私人订制”服务,“有些老师和学生希望把LOGO的颜色调整一下,有些人想在衣服上添加专属文字或图案,我们都会根据他们的具体要求进行定制。”

### 业内解读消费热潮 情怀与温度缺一不可

从全国市场来看,高校文创羽绒服的热度其实已延续多时,并非新鲜事物。在小红书等社交平台上,相关话题的讨论度居高不下。其中,中央戏剧学院羽绒服的相关笔记互动量更是突破万次,点赞、收藏、评论数据亮眼。而其他高校羽绒服相关内容也纷纷收获过千点赞,可见消费者对这一品类的青睐程度。值得一提的是,不少高校还巧妙地将自身的专业特色与学科优势融入羽绒服设计中,打造出差异化竞争力。例如,某大学推出的羽绒服,搭载

了智能温控技术与可呼吸面料,科技感十足,能根据环境温度自动调节保暖效果。

艾媒咨询首席分析师张毅表示,高校羽绒服的热销源于其承载的情感价值:对在校学生,它是增强集体归属感的身份标识;对校友,它是承载青春记忆的符号;对高校仰慕者,它则是一种情感寄托。此外,社交媒体传播也至关重要,高校借助书记、校友“带货”,并推出限量款、家庭套餐等营销策略,成功激发了消费者的购买欲望并实现破圈。

省社科院副研究员王晓勇认为,高校文创是承载校园文化的重要载体,其中的分寸拿捏尤为微妙。高校推出文创羽绒服,本是将文化认同与实用需求结合的好事,但发展方向至关重要。如果学校能将这类文创产品向贫困学生倾斜,通过赠送等方式传递关爱,便能彰显高校的责任与大爱。但倘若过度追求商业化、市场化,甚至让其异化为满足虚荣心的符号,那么高校文创的初心也就随之偏离。

文/图 本报记者 朱娜娜

## 外卖“新国标”来了 对骑手小哥影响几何

12月初,国家市场监督管理总局发布了《外卖平台服务管理基本要求》(GB/T 46862—2025)推荐性国家标准,被称为外卖“新国标”。“新国标”明确,外卖平台应保障配送员休息权,限定每天接单时长原则上不超过8小时,并向连续接单超4小时者发出疲劳提示。对外卖骑手有何看法?他们又有哪些切身感受?12月15日,记者进行了采访。

“5公里基本是最大范围,都是自己比较熟悉的区域。”12月15日11时,在西安市碑林区李家村万达门前,正在等单的外卖小哥小陈说。

采访中,记者了解到,小陈是一家外卖平台的全职骑手。“我这种是商圈定点的,如果用一句话概括,就是5公里配送圈覆盖15分钟都市生活圈。公司在招聘时,就要求熟悉商圈周边情况,会骑电动摩托车或摩托车,能熟练使用导航。”小陈说。

因为在商圈内派送,单价也比较高,小陈表示:“‘新国标’出台,暂时没有受到影响。”采访中,也有外卖小哥表示,接单超过8个小时会被强制下线。

“通常送单超过30单,就能满足有效出勤。现在外卖小哥多,不会出现一单接一单送不过来的情

况。有单送单,没单就可以休息。”外卖小哥张可说。

在采访中,也有多位外卖小哥对单量和时间的双重限定表示发愁。多名骑手向记者透露,美团、京东外卖、淘宝闪购等平台每日最低单量要求从20单到50单不等,如果最低单量再有所提高,就需要更长时间在线,这和最长8小时接单时长是矛盾的。

外卖“新国标”明确,计算配送时间时,对于驾驶电动自行车配送的情况,平均速度不应超过15公里/小时。

“西安是摩托车友好城市,没有几个骑手使用电动自行车。交警经常给我们进行安全培训,车有牌子、人有驾照、戴头盔、不逆行,这些基本的要求,目前都能做到。”在雁塔区一个外卖站点,工作人员如是说。

12月15日12时30分,在赛格国际购物中心门前,记者看到这里设置有“外卖车辆临时停放点”。现场有交警执勤,有商场保安在广场上指引,前来取餐的外卖小哥需要将车辆停放在指定的位置。该区域近30辆外卖小哥的车辆,均为电动摩托车和普通两轮摩托车,无电动自行车。

文/图 本报记者 李佳



商场外的外卖车辆临时停放点