

# 最年轻航天员乘组带来哪些惊喜

随着10月26日神舟十七号的升空，“最年轻航天员乘组”执行任务以来，平均年龄最小的航天员乘组“最年轻航天员乘组”给我们带来哪些惊喜？

“最年轻航天员乘组”显示了中国航天员培训体系已趋成熟，科学高效。这是首次由第二批航天员带领第三批新航天员执行任务。2021年曾入选空间站任务的汤洪波，时隔短2年之后，成为重返“天宫”第一人，也成为现在为止执行两次飞行任务间隔最短的中国航天员。2020年入选为我国第三批航天员的唐胜杰、江新林，从“航天小白”到开启太空征程，只有短短3年时间。

载人航天是集国家政治、军事、科技实力为一体的高难度系统工程，涉及生物工程、机械制造、精密仪器等几十个专业领域，需要完成航天员选拔训练、医学监督和医学保障、飞船环境控制与生命保障系统研制、航天服与航天食品研制、大型地面模拟试验和训练设备研制等多项重要任务。航天员培训时间短、任务间隔短，既彰显了中国载人航天的自信从容和效率提升，更意味着多年来积累的丰富经验和先进技术，已经沉淀在航天员培训流程优化中。

“最年轻航天员乘组”预示着中国深空探索将大跨步前进，目标长远。他们承担的任务可不简单。神舟十七号飞行任务将首次进行空间站舱外试验性维修作业。以往的舱内操作及出舱活动有很强可预见性，能在地面的各项训练中事先模拟出现的难点和问题。而舱外维修作业具有极高不确定性，故障和问题并非预设，要在舱外正确高效解决实际问题，对航天员来说是高难度挑战。当前，空间站碎片日益增多，长期运行的航天器难免受到空间微小颗粒撞击。前期检查发现，中国空间站有轻微损伤，目前各项功能、性能指标均满足要求。虽说可修可不修，但从面向空间站长期运行、验证技术能力出发，舱外试验性维修还是要做。

把这样的重任交给年轻乘组，既是面向未来验证技术，也是面向未来培养人才。现在让更多年轻航天员执行高难度空间站任务，就是为未来载人登月等深空探索任务奠定良好人才基础。根据规划，我们将在2030年前实现中国人首次登陆月球，推动载人航天技术由近地走向深空。那时，现在这些年轻的航天员也都年富力强，有精力、有经验，能更好地完成追梦苍穹、开拓人类生存空间的重任。

“最年轻航天员乘组”还提示我们，民营商业航天将有广阔发展前景。当前，空间站转入应用与发展阶段和载人登月任务正式启动，正在为各民营商业航天公司的发展注入推进剂，提升我国航天领域的创新活力和市场竞争能力。大河有水小河满，大河无水小河干。航天国家队游刃有余，意味着技术越成熟，航天民间越有开拓空间。随着中国航天员培训体系的成熟，商业航天员培训也提上议事日程。去年底中国探险协会深空分会已发布《商业航天员等级评价及培训规范》，其中借鉴了国家航天员选拔与训练技术体系的成功经验。

“大航天时代”必将带动人类文明的大进步，期待着更多普通人也能走进太空探险的那一天早日到来。

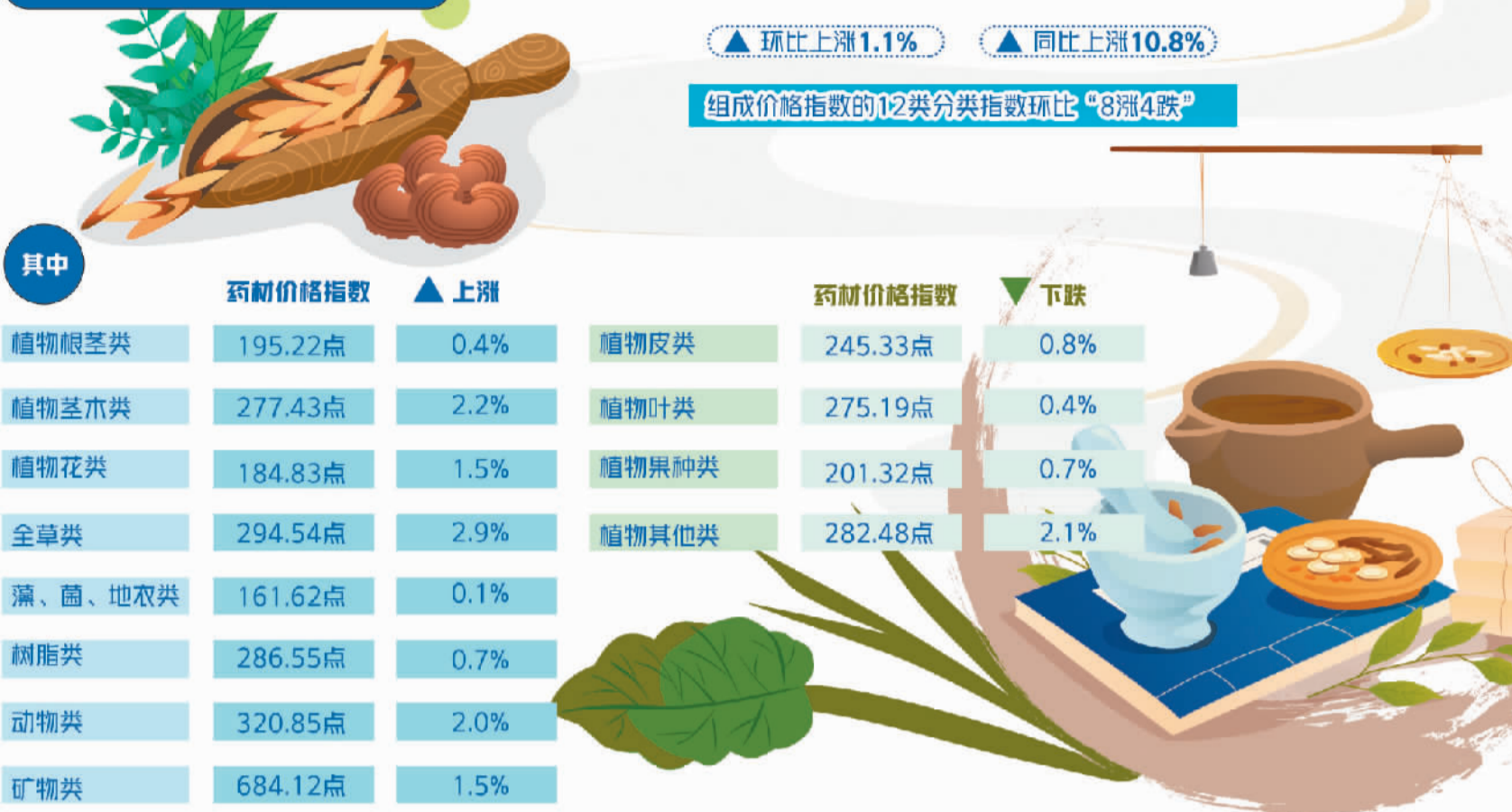


李惠敏

## 视点

# 多因素引发中药材价格上涨

据成都中药材市场价格监测显示：2023年9月份成都中药材价格指数为257.98点（以2010年8月份至9月份平均价格为基数）



自2020年下半年以来，中药材价格进入上行周期，今年部分品种价格更是同比翻倍，甚至翻10倍。中药材价格的异常波动引发广泛关注。

河南许昌禹州市是中国四大药都之一，在当地中药材集散市场可以买全国、卖全国。禹州药业协会会长贾少伟告诉记者，以往十元八元的甘草现在涨到几十元，过去不同年份药材价格互有涨跌，但在近3年里持续上涨。涨价幅度高、延续时间长是这次中药材涨价的主要特点。

### 存在资金炒作因素

据了解，当前中药材价格普遍上涨，但涨幅最大的还是当归、黄芪、甘草等几种常见的中药材。“西洋参今年跟去年相比涨了七八十元，生意总体一般。”售卖名贵药材的商户魏攀鸣说。禹州市中医药管理局局长程书年表示，造成中药材价格上涨的因素是多方的，但也存在“非正常”因素。

程书年认为，药材价格上涨，部分原因是市场正常的供需变化。一方面，随着中药知识的普及，人们的养生意识增强，不少单位和个人通过购买中药材制作养生保健产品，市场需求增多。另一方面，国家对中药材规范化种植的要求越来越高，包括农残、重金属之类的检测标准不断规范，中药种植成本有所上升。“比如酸枣仁等小品种药材，产量少，市场需求的波动会对价格造成扰动，这样的价格上涨属于正常的。”程书年说。

另一部分则是非正常因素。“此次涨价的非正常因素主要是炒作资金的进入。”贾少伟认为，这种炒作是提前布局好的，虽然传统经营模式中就存在囤积现象，但这3年涨价严重，炒家进入中药材市场囤积居奇是主要原因。受炒作资金影响的药材有一个共同特点——产地集中。贾少伟以猫爪草为例进行解释，猫爪草主产于河南

淮滨一带，别的地方产量非常小。炒作资金从产地购买囤货后，便可以很大程度上影响中药材定价。而产地较为分散的中药材品种，则不易形成垄断。

### 各方利益受损

中午时分，在禹州陇西大货店门前，药商连亚栋正忙着给消费者称量药材。连亚栋来这个市场已有8年，平常就在店里负责销售药材，在记者采访的十几分钟内，有几位顾客陆续进出店铺。“来店里的散户和批发商都有，但主要还是批发商，不过最近批发商要的量没以前多了。”连亚栋说。

当问起药材价格上涨对生意的影响时，连亚栋连连摇头：“价格上涨对俺没啥好处。就是刚涨起来的一段时间会多少挣一点吧，此后店里进货成本高了，销量少了，利润也低了。”

近期，药商李骄阳像往常一样帮客户拿货，但拿货的量却比之前少了三分之二。他告诉记者：“往常给药店配送都是一次十斤八斤，现在一斤一斤地要。”中药经销商在高价的药材面前没有其他办法，只能通过减少进货量来控制成本开支，同时等待药价的回落。就像连亚栋所说，“这没办法，俺掌控不住它涨价，也掌控不住它降价，只能说以前一样货能买1吨的钱，现在一样货只能买二三百斤”。

虽然大幅涨价集中在个别中药材，但整个中药材市场都受到了影响。在红色招牌居多的市场上，并丰花茶的蓝色招牌格外显眼，不过这里的生意却比较冷清。药商李晓阳卖中药花茶9年了，按照“高三年、低三年、不高不低又三年”的说法，他差不多经历了一个价格周期。在接受记者采访时，李晓阳表示：“最近尽管有些药材降价了，但生意还是不如往年。受中药高价的刺激，现在的货周转都不快，相应库存也没那么多。够卖就行，卖完再买。”

对于药农来说，短期没有经济损失，但从长期看，价格大幅波动影响了市场正常调节机制，最终种植户会面临更大风险。

贾少伟分析，一方面，在没涨价的时候，种植户的中药材已经被囤货的炒家买走，种植户在其中没有多少获利。另一方面，种植业有跟风心理，看到涨价了明年药农就会多种高价药材，市场供应增加了，价格下跌就会赔钱。

中药材价格上涨对药企也造成了负面影响。尽管生产成本增加，但部分药品在销售端价格涨幅受限，药品生产企业也面临亏损的风险。位于禹州的华夏药材有限公司董事长赵军强告诉记者：“在中药材价格上涨的时候，我们也只能通过减少进货量来减少亏损。”

### 多举措稳定价格

面对多种因素引起的药材价格上涨，应当如何应对？相关专家给出了建议。

针对中药材的“非正常”涨价现象，一方面，有关部门应积极出台有效举措，完善政策法规体系，约束引导中药材行业稳定健康发展。另一方面，中药材主产区与大型医药公司应积极作为，探索建立大宗常用中药材储备机制，对冲市场波动风险，做好中药材的战略储备。药农是中药材的生产者，也是中药材产量的直接决定者。只有保障了药农的权益，才有望维持中草药行业的良性发展。专家表示，应鼓励种植户扩大中草药规范化、标准化、规模化种植，摆脱目前相对粗放格局。同时，国家层面可探索搭建数据平台，通过收集分析大宗药材主产区种植成本、市场需求等相关数据，及时发出预警提示信息，引导药农合理规划种植面积，避免供需变化引起价格大起大落。

此外，程书年还建议，加强对药农利益的保障应当从普及种植保险入手，解决药农对购买保险的抵触心理。“目前已经有保险公司针对中药材种植推出了相关保险产品，但部分药农一听要交钱，就担心一旦没有灾害保费就白交了。”程书年认为，有关部门应当研究种植户的心理特点，从合适的角度加强对种植户的宣传，提高药农的保险意识。同时，应当优化当前的险种设计，切实保障药农权益。

# 张家界给外国游客“种草”

本报记者 谢瑶

## 中秋国庆假期

张家界武陵源景区、天门山景区、张家界大峡谷景区、茅岩河4个主要景区接待游客量同比分别增长

127.41% 284.77% 87.59% 157.68%

## 今年上半年

张家界共接待入境游客

13.6万人次

▲同比增长12116.77%



湖南张家界国家森林公园天子山峰林间云雾飘渺。吴勇兵摄（新华社发）

“山峰耸立在云雾之中，美得无法形容。”10月4日，来自韩国观光团的游客在湖南省张家界市武陵源景区用相机定格云雾缭绕的峰林美景后发出赞叹。中秋国庆假期，张家界迎来了旅游热潮，8天假期，武陵源景区、天门山景区、张家界大峡谷景区、茅岩河4个主要景区接待游客量同比分别增长127.41%、284.77%、87.59%和157.68%。其中，来自韩国、越南、泰国、美国、新加坡等多个国家和地区的游客流连奇峰秀水间。

今年，随着韩国、越南、泰国等多条国际航线的陆续复航以及入境旅游市场奖励等政策的出台，张家界入境旅游复苏迎来喜人态势。据统计，今年上半年，张家界共接待入境游客13.6万人次，同比增长12116.77%。

作为传统旅游城市，地处内陆的张家界为何在重启入境游后快速复苏？记者在采访中发现，这与张家界对外国游客的各式“种草”密不可分。今年是张家界旅游全面复苏年，当地把入境旅游恢复放在全市旅游复苏工作的重中之重，进行了全方位、多举措、创新性的旅游营销。今年3月，张家界市组团赴泰国曼谷和芭提雅、越南河内和胡志明市、阿联酋迪拜和阿布扎比等地开展旅游招商营销

活动；5月和6月，组团赴香港、澳门推介文化旅游项目；8月，张家界组团赴英国、瑞士、奥地利开展文化旅游推介和“圈粉”引流活动……“走出去”向世界各地分发“张家界名片”的同时，张家界还热情主动把客人“请进来”。据不完全统计，今年以来，张家界共邀请越南、泰国、韩国等40多个国家和地区的境外旅行商来考察踩线。

6月，张家界出台《2023年张家界市旅游市场营销奖励实施方案》，突出入境旅游接待奖励、国际会议奖励、国际及地区航线航班奖励。其中，入境旅游接待奖励标准由原来的每人20元提高到30元，在国际及地区航线航班奖励中，设置了开航及运行奖、恢复历史航班奖、航空物流奖等奖项。旅游从业人员纷纷表示，政府真金白银的补贴和一系列有力举措，极大地提振了旅游从业者拓展境外客源市场的士气和信心。记者从张家界市导游协会获悉，2022年以来，张家界导游从业者加速回归，如今一线持证导游已达7000多人，基本恢复至2019年水平。

与此同时，张家界市组织开展的一系列“国际范”的“旅游+体育”“旅游+文化”“旅游+音乐”等营销创意活动，更是增添了入境游的吸引力，也成为张家界打开国际市场的重要推手。从第二届世界遗产

摄影大展到第六届国际旅游诗文化节，从2023年中国人入境旅游国际旅行商张家界旅游推介会到“一带一路”国际文化旅游交流考察团，从黄石寨高空扁带赛到举办了九届的天门山翼装飞行世锦赛……一个个带有“国际”字样的“旅游+”活动和百花齐放的旅游新业态精彩纷呈，将张家界文旅的“草”种在越来越多海外游客的心里。

“9月14日，我们承接了印度尼西亚雅加达112人的大型旅行团，开启‘阿凡达仙境’之旅。在武陵源天子山、十里画廊等景区游览时，听到的满是赞美之词。”张家界海外国际旅行社有限公司负责人告诉记者，这是张家界今年接待人数最多的境外团，多数游客表示还要再来张家界。“目前泰国往返张家界航班上座率始终保持在80%以上，越南包机上座率也在75%左右。”湖南盛世逸游国际旅行社有限公司董事长熊立艳介绍，自4月国际航线复航以来，已将1万多名境外游客引流到张家界，预计今年年底可达3万人。张家界纳利国际旅行社负责人张炜也表示，韩国长期以来是张家界最大的境外客源市场，疫情前韩国游客大概占入境游客总量的60%，今年以来，通过优化线路和丰富产品，“韩流”逐渐重现张家界。张家界市武陵源区的黄锦城韩式烤肉店负责人介绍，近3个月来每天接待韩国游客超过200人。

“张家界不是一天火起来的。近年来，张家界大峡谷、七星山、七十二奇楼等现象级产品层出不穷，张家界旅游元素不断丰富，旅游业态日益完善。”54岁的张家界英文导游丁彪投身旅游行业33年，亲历了张家界旅游的发展历程，他说，现在的张家界已经从一座过去主要靠5A景区挑大梁的旅游城市，转变为以5A景区为龙头、全域同步发力的城市旅游。

导游是外国游客接触张家界最直接的媒介，导游的形象就是客人眼中的张家界形象。为进一步擦亮“国际张”金字招牌，张家界正在开展“铁腕治旅”行动，重拳整治旅游市场环境，努力打造“放心旅游、舒心旅游”国际旅游目的地。9月27日，张家界推出又一提升旅游目的地形象的重要举措：启动“旅游服务质量提升行动”，发力提升旅游景区服务质量、提升旅行社服务水平、优化旅游住宿服务、规范在线旅游经营服务、优化旅游交通服务、规范旅游购物、加强旅游人才培养、增强旅游市场治理能力、强化旅游市场信用监管、完善智慧旅游平台服务功能等10个方面，提升旅游目的地美誉度和游客满意度，推动旅游产业高质量发展。



10月26日，巢马城际铁路安徽马鞍山长江公铁大桥正加紧建设。巢马城际铁路是沪汉蓉快速通道合肥至上海间的重要组成部分，该铁路的建设，对进一步完善区域高速铁路网布局，促进长三角一体化发展具有重要意义。张明伟摄（中经视觉）