

一飞冲天 精确入轨 中国民营航天企业初露峥嵘蒸蒸日上

■ 张保淑

7 月末,在甘肃酒泉卫星发射中心,双曲线一号遥一长安欧尚号运载火箭一飞冲天,将两颗卫星载荷精确发射入轨,这是中国民营航天力量经过多年艰苦努力后实现的一次重大突破。它表明,中国航天在日益强大的“国家队”之外,一批民营航天力量已露峥嵘。

历经风雨 终见彩虹

双曲线一号遥一长安欧尚号运载火箭的此次发射创造了中国民营商业航天历史上的两个“第一次”,即中国民营商业航天运载火箭第一次成功发射并高精度入轨;中国民营商业航天第一次“一箭双星”发射入轨。“冰冻三尺,非一日之寒。”这两个“第一次”荣耀的背后是中国民营航天界人士多年努力奋斗的辛勤汗水。

运载火箭技术是航天领域的基础性、标志性技术,只有实现了火箭飞天并将载荷送入预定运行轨道,中国民营航天才能真正获得影响力和话语权。为了实现这一突破,一批有志于民营航天事业发展的企业界人士、工程技术人员付出了长期努力,进行了多次尝试。

2018 年 8 月 20 日,由民企蓝箭航天空间科技股份有限公司自主研发的朱雀一号运载火箭总装完毕。10 月 27 日,朱雀一号在酒泉卫星发射中心搭载微小卫星“未来号”发射升空。10 月 28 日,此次发射任务结果对外发布:火箭第一级和第二级分离成功,整流罩分离成功,但由于第三级在飞行过程中出现异常,导致卫星未能入轨,发射失利。

2019 年 3 月 27 日,由民企零壹空间科技有限公司研制的“重庆·两江之星”OS-M 运载火箭在酒泉卫星发射中心点火,火箭在一级分离后失去控制,发射任务遗憾告败。

在不到半年时间,中国民营航天企业接连进行了两次火箭发射的尝试,但是都品尝到了失败的苦涩。7 月 25 日,双曲线一号遥一长安欧尚号运载火箭矗立在发射台上,人们对其表现充满期待,同时也隐含着几分担忧。13 时整,发射指挥中心发出发射预警倒计时,



随着点火指令下达,火箭底部喷射出一团烈焰,接着腾空而起。1088 秒后,发射总指挥宣布发射成功。中国民营航天终于迈出了荣耀的一步,实现这一步的是北京星际荣耀空间科技有限公司。

开拓市场 营销太空

作为民营航天企业,北京星际荣耀空间科技有限公司目光紧紧盯着市场,在此次具有历史意义的发射任务中,与合作伙伴一起充分挖掘商业价值,一方面开展卫星发射服务合作,另一方面进行了诸多令人耳目一新的商业化尝试。

最直观的商业化尝试无疑是销售火箭外观标识和冠名权。通过发射转播画面和现场图片,人们注意到,火箭箭身进行了鲜艳的彩色涂装,在洁白的底色上喷涂了多种色彩的字样和标识。其中,最引人瞩目的亮点是蓝色粗体写成的“长安欧尚号”5 个大字,这正是中国知名车企长安汽车开发的最新款 SUV 的品牌名称。在火箭载荷舱里,还有长安欧尚汽车用于验证车体材料极端环境性能的等比例汽车

模型和长安汽车车主的视频祝福。本次发射活动显然成为长安汽车品牌宣传的一次良机,该公司在大众媒体上推出的相关广告中配以直上云霄的“长安欧尚号”火箭形象。

载荷营销是星际荣耀公司的另一种商业化运营方式之一。其火箭载荷舱中除了有上面所提到的汽车模型和车主的视频祝福之外,还有金六福一坛好酒的纪念酒瓶。这显然是星际荣耀公司牵手中国知名酒企金六福进行的一次营销合作,借助火箭飞天的契机,意在提升酒企的品牌形象,达到互利共赢的目的。金六福也借此向媒体投放广告,自称“一坛好酒”为“中国首瓶太空白酒”。不仅如此,该企业还顺势推出 2000 套、1.6 万瓶纪念酒。

对围绕此次发射活动进行的营销,媒体进行了广泛关注并给予积极评价,甚至有媒体在报道中一语双关地写道:中国民营航天首次火箭成功发射开创了中国“宇宙级营销”。

开启元年 形成热潮

关于所谓“中国民营航天元年”,人们因观察的角度不同而得出不同的结论,有人以

知名民营航天企业的成立为标志,将其设定为 2015 年。彼时,包括北京九天微星科技发展有限公司、蓝箭航天空间科技股份有限公司、北京零壹空间科技有限公司等纷纷成立,形成了民营航天发展的热潮。

有人以民营航天企业成功参与实施的重要航天任务为标志,将“中国民营航天的元年”设定为某一年份。比较有代表性的观点认为,民营航天企业主导的卫星成功研制是该领域的重要事件,其发生的年份可以称作“元年”。由此,2016 年成功入选。当年 11 月,潇湘一号 01 星由长征十一号运载火箭搭载发射成功,成为中国首颗商业化科学实验卫星。该卫星是民营卫星公司天仪研究院基于立方星体制制作的一颗微小卫星。此后,该公司又自主研发了一批卫星并发射升空,其中包括潇湘一号 02、03 星和 04 星,TY1-02,星河号 TY1-03,长沙高新号 TY4-01,铜川一号 TY4-02 等。

在民营航天公司研制的卫星中,有一颗具有广泛影响、知名度颇高,这就是中国首颗教育共享卫星——少年星一号,由北京九天微星科技发展有限公司研制。2016 年 4 月,九天微星参与组织了由中国宋庆龄基金会、中国科学技术协会等联合发起的“中国少年微星计划”,吸引 10 多万名中小學生参与卫星功能的创意设计。在此基础上,九天微星完成了卫星研制等任务。2018 年 2 月 2 日,少年星一号搭载长征二号丁运载火箭,在酒泉卫星发射中心发射升空。

鉴于火箭技术在航天科技中的重要地位,有人将民营公司火箭成功将载荷发射入轨的年份作为“中国民营航天元年”的标志,由此,双曲线一号遥一长安欧尚号运载火箭的成功使得“元年”花落 2019。

双曲线一号遥一长安欧尚号运载火箭的成功发射吸引了全世界的目光。英国路透社对发射成功的消息进行了及时报道。对中国民营航天发展的目标,《华尔街日报》曾刊文分析称,中国的商业航天技术初创公司正在大胆地与美国 SpaceX 等公司竞争,希望从航天市场分一杯羹。文章感叹中国民营航天的发展速度,称数年前,没人能想象中国民营企业可以做这件事,如今,它们已经取得巨大进步。

郑煤集团超化矿 “三措并举”提升安全素质

本报讯 近段时间以来,郑煤集团超化矿综采二队结合工作实际,牢牢抓住职工安全素质提升这根主线不放松,多措并举,周密安排,采用学技能、守规范,晓利害、查隐患,算细账、知轻重的安全教育法,切实提升员工整体素质,进一步夯实区队安全根基。

学技能、守规范。该队建立业务知识交流微信群,组织职工利用业余时间交流业务知识,切磋业务技能,提建议和意见,将传统的“一人讲、多人听”的灌输式培训,变为“人讲、大家谈”的互动式交流,达到共同学习、共同探讨、共同提高的效果。同时,利用职工会、班前会、组织职工学习岗位工作标准、应知应会、安全生产标准化等,引导职工熟练掌握并应用各岗位工作标准,上规范岗干标准活。

晓利害、查隐患。该队深化案例警示教育,定期播放警示教育专题片,让职工认识到违章指挥、违章作业引发事故的危害程度,不规范作业、习惯性“三违”的严重后果,用案例警示职工,用事故鞭策不安全行为。同时,推行“问事故原因、问身边有无相类似违章现象、问自己有无违章行为、问有无避免事故重复发生的措施”为主的“四问”案例教育法,进一步提升员工整体安全意识。

算细账、知轻重。开展“算细账、知轻重”安全教育活动,算好三笔账:一算生命账,围绕生命不可复得、不可增补的唯一性开展珍爱生命意识大讨论,树立起安全是人生一切的基石、安全重于泰山的安全生命观;二算经济账,算违章作业对企业造成或可能造成的经济损失,算因为违章作业可能受到的经济处罚;三是算家庭账,事故给家庭带来的负面影响。通过算账,引导大家正确处理好安全和产量及个人、家庭长远利益的关系,树立起系统的安全利益观,增强职工主动遵章以及治理“三违”的自觉性。

(侯传勋 本报记者 任二敏)

申通董事长陈德军： 主营业绩增速持续领先 将加深与阿里合作

申通快递董事长陈德军日前接受采访时表示,和阿里巴巴合作半年以来,申通主营业务持续向好,增速大幅领先行业,申通管理层和网点稳定,全网运行处于最佳状态。他表示,相信阿里投资物流业的初心和决心,申通将会深入开展与阿里、菜鸟的合作。

申通与阿里巴巴近日签署购股选择权协议,加快主营业务迭代升级。陈德军表示,申通正在快速发展的关键阶段,经营业绩持续向好,未来还会越来越好。今年上半年,申通快递业务量完成 30.11 亿票,同比增长 50.74%。快递收入 97.26 亿元,同比增长 48.35%。对比行业平均业务量增长 25.8%、收入增长 18.3%的数字,申通主营业务增速大幅领先行业平均水平。

尤其是今年 3 月以来,随着阿里巴巴投资申通快递,双方技术加快融合,申通在全网上线了智慧运营系统,科技支撑让单票成本明显下降。

国家邮政局数据显示,申通快递服务质量也提升明显,今年第二季度有效申诉率行业排名第一,且 6 月份的有效申诉率为 0。

对于阿里投资申通,包括最近的购股选择权协议,陈德军信心十足。“我跟阿里巴巴接触这么多年,完全相信阿里投资物流业的初心和决心。他们要提升全社会的物流效率,降低社会物流成本,这也会帮助申通和其他快递公司加快升级,创造长期利好。作为董事长,我会继续带领申通稳健发展。”他说。

陈德军认为,申通和阿里巴巴、菜鸟业务契合度高、网络协同效应强,大家的目标一致,未来还会更加深入合作。本次协议就是基于双方前期合作取得良好效果的进一步深入,将有利于帮助申通完成信息化、智能迭代升级,以加强申通的盈利能力。

(经阳)



红豆七夕节举行 “千万红粉大联欢”

七夕红豆情正红。8 月 7 日七夕当晚 6:00,红豆集团“七夕红豆情正红音乐会”在无锡东港红豆万花城小香港广场隆重上演。本次音乐会由红豆艺术团主导,红豆艺术团团长、国家一级导演张波担任总策划。音乐会以“情”为主线,现场演员离你很近,你跟演员很亲;明星就是百姓,百姓就是明星,大家一起说“情话”、唱“情歌”、表“情意”,从群众中来,到群众中去,打造东港红豆万花城小香港广场成为“情文化”的一座“百姓大舞台”。其间,国家一级演员、著名女高音歌唱家陈明华老师将为我们带来歌曲《心手相握》,唱出七夕当夜的浪漫感觉。红豆艺术团男生小合唱《花儿为什么这样红》,女声三重唱《红豆红》、《含苞欲放的花》,爱情歌曲《想亲亲》、《最浪漫的事》、《特别的爱给特别的你》等精彩节目,将为红粉奉上一道喜庆欢乐的七夕盛宴。届时,淘宝、抖音、腾讯、新浪、网易、钉钉、直播、江苏交汇点、扬子晚报、ZAKER、播视网、大蓝鲸、无锡观察等平台将进行全程现场直播,预计将吸引线上线下上千万粉丝的眼球。

千万红粉大联欢。据悉,七夕当天,红豆为红粉们提供了打卡、集赞、深蹲挑战等多种玩法,为第 19 届红豆七夕节加入更多新鲜元素和趣味。七夕当夜少不了美食助阵,红豆贴心的为红粉们准备精致的糕点、零食、水果,让红粉们在玩乐之余,品尝美食、犒赏味蕾。现场还将有“牛郎”“织女”分发蛋糕,与大家分享甜蜜。下午 6:00 前现金“红包雨”下不停,红豆男装微信直播中还将派发两场 7777 元“鸿运当头包”,红豆红包、红运连年,等你来抢!

晚上 6 点后,“七夕红豆情正红”音乐会上多重好礼来相送,线上线下、场内场外千万红粉都可以通过现场或直播参与互动抽奖活动,成为幸运儿。“红豆生南国,此物众相思”,七夕节送红豆最能表达情意。此次红粉们互动参与,在直播区留言盖楼,便有机会赢取红豆一颗,送给你爱的 TA。另外,红粉们还将有机会抽奖获得红豆七夕文化衫、红豆家纺建国 70 周年纪念礼盒、红豆居家新品红豆绒棉花糖 2.0、红豆男装致青春 T 恤、小红豆童装代金券等好礼。红豆联欢活动多多,共享七夕浪漫。

爱在七夕,我在红豆等你。请关注红豆集团“七夕红豆情正红 千万红粉大联欢”活动,线上线下同步直播。(红轩)

永葆军人本色 立足岗位建功 茅台集团保健酒业公司党委慰问退转复军人

■ 吴宗梅

在“八一”建军节来临之际,7 月 29 日下午,茅台集团保健酒业公司召开了慰问退转复军人座谈会,向退转复军人致以节日的祝福和真挚的问候。茅台集团保健酒业公司党委书记、董事长王开馥,党委副书记、纪委书记杨盛勇,党委委员、副总经理、首席质量官陈强,党委委员、副总经理郑悄然,党委委员、副总经理、总会计师帅承举,党委委员、副总经理姚晓波,总经理助理钟正利、周丽娟、张显明、程秋,各有关部门负责人及各部门退转复军人欢聚一堂,共同追忆难忘的军旅岁月,畅谈真挚的军人情怀。

座谈会现场气氛活跃,其乐融融。王开馥代表公司党委对退转复军人致以节日的祝福和真挚的问候,并向大家赠送礼品,同时对他们一直以来为公司发展作出的贡献给予了充分肯定。“岁月静好,是因为有人为我们负重前行”,公司今后的发展道路还很艰巨,压力还很重,道路还很坎坷,希望各位复转退军人一如既往地保持军人本色,积极发挥模范带头作用,用自身的言行感召周围的同事,把



茅台集团保健酒业公司领导与退转复军人合影。

公司各项工作做好,在各自的工作岗位上再立新功。

杨盛勇对退转复军人致以节日的祝福和真挚的问候,并表示,各位退转复军人把部队里塑造的良好品格,良好的工作作风,敢打拼、敢奋斗的精神带到了工作中,希望大家在

以后的工作中再接再厉。

各位退转复军人对公司党委的重视和关怀表示衷心感谢,纷纷表示会继续发扬军队优良传统,立足本职岗位做好各项工作,坚决做到转业不转志、退伍不褪色,以实际行动为公司更好地发展贡献自己的力量。

重点城市十店落地,EXEED 星途与小米玩法再升级

■ 于丹

8 月 2 日,在芜湖、上海、苏州、郑州、西安、广州、成都、武汉、青岛、温州十座城市,EXEED 星途与小米的十大旗舰店联合推出的跨界主题店“星科技·智能生活体验馆”正式开业。

据悉,此次主题店从 8 月 2 日延续到 8 月 8 日,持续七天。主题店内,EXEED 星途和小米为消费者展现了种类繁多的小米智能家居,同时也为更多消费者提供了感受 EXEED 星途品牌和产品魅力的机会。而作为国内首次实现以新零售为框架的科技企业与汽车企业的跨界合作,此次十城主题店在延续 EXEED 星途新车上市热度的同时,也是 EXEED 星途与小米战略合作持续夯实新零售体系的进一步落地之举。

十店落地， 拥抱消费者的智能营销模式

十城十店,不仅是 EXEED 星途和小米一次简单的跨界联合,更是双方品牌拥抱新零售时代消费者的重要举措。在店内,消费者只需参与店内扫码活动,便可参与线上抽奖活动;惊喜不止一点,消费者消费满 300 元,凭



小票在 EXEED 星途专区便可再次获得一次抽奖机会;当然,如果你将活动内容以及照片分享在自己的社交圈,无需抽奖,便可获赠定制礼品。

除此之外,在 EXEED 星途展区,EXEED 星途安排了专业的人员对品牌和产品进行介绍,感兴趣的消费者可随时咨询任何相关问题,还可获得直接试驾 EXEED 星途产品的机会;8 月 7 日即七夕当天到达主题店消费满首单 999 元的米粉,更可享受 EXEED 星途 TX 接送服务;还有以“仲夏追‘星’之旅”为主题的自驾游活动可以让消费者更近距离的了

解 EXEED 星途。

为了将跨界效果最大化,深谙新零售之道的小米和 EXEED 星途除了线下门店的联合外,还充分打通线上资源。小米充分发挥自身优势,通过小米自有客户端的大量曝光,推送此次活动的 H5,以此吸引有兴趣的消费者关注;同时,借助覆盖 MIUI 生态的小米视频/小米音乐/小米主题/小米生活/小说之王/多看阅读等多个优质 APP 的开屏广告,助力 EXEED 星途覆盖更多手机端的用户;最后,配合线下小米之家店面,向消费者展示 EXEED 星途品牌及产品的魅力,让线上声量落地。

新玩法做实践， 探索汽车新零售模式

作为中国新高端豪华品牌,EXEED 星途一直以“敢超越”作为自身品牌精神。众所周知 2016 年“新零售”概念首次被提出,各行业多领域的品牌方都认为其对未来销售将起到至关重要的指导作用。但对新零售的探索,却鲜有品牌迈出实质性一步。EXEED 星途和小米的合作,则期望打破线上线下的界限,重塑业态结构,实现与消费者更好地沟通。这也侧面体现出 EXEED 星途品牌“敢超越”的一面。

双方尝试通过打通线上线下的传播,最终转换成口碑传播,对自身品牌的塑造起到关键作用。而合作方小米已经形成了小米生态,有稳定的“米粉”存在,无疑对 EXEED 星途在“米粉”传播中起到积极作用。

有理由相信,此次开业的十城十店,是 EXEED 星途和小米双方品牌实现更广泛认知的有利武器;也是双方品牌加强与消费者情感沟通,提升消费者对品牌好感度的重要举措。当然,EXEED 星途与小米既是跨界也是携手,可以预见在互联网的助推下,随着 EXEED 星途与小米跨界的逐步深入,双方品牌在新零售模式上的积极探索和探索,会对汽车乃至全行业都有着重要的借鉴意义。