

# 向更深更远的太空再进发

北京时间2025年4月24日17时17分，搭载神舟二十号载人飞船的长征二号F遥二十运载火箭，在酒泉卫星发射中心点火发射。伴随着船箭成功分离，飞船进入预定轨道，航天员乘组状态良好，发射任务取得圆满成功。

神舟二十号载人飞行任务意义非凡。它是空间站应用与发展阶段第5次载人飞行任务，也是载人航天工程第35次飞行任务。完成在轨轮换，在空间站驻留约6个月，开展空间科学与应用实（试）验，实施航天员出舱活动及货物进出舱……任务安排清晰有序，再次表明，神舟从容问天。

值得一提的是，此次发射恰逢第十个“中国航天日”。“海上生明月，九天揽星河”的主题，让人们朝着浩渺的太空，不断投去探索的目光，继续加快飞天的脚步。

追梦不停歇，我们朝着建设航天强国的目标稳步推进、奋勇前行。

航天探索、叩问苍穹，总是在一次次跨越中迈向纵深。神舟十九号载人飞船飞天，实现中国航天史上第五次“太空会师”；历时53天，嫦娥六号带回1935.3克月球背面样品……过去一年，航天事业取得了持续突破，也创造了新的纪录。这离不开集中力量办大事的制度优势，离不开航天技术的强大支持，离不开航天人的孜孜以求。正是有了一代代航天人的自力更生，一次次关键技术的突破，我们才能一步步抵达太空深处。

时间的延展，实践的积累，是对追梦圆梦的最好诠释。从1999年神舟一号试验飞船成功发射返回至今，从无人试验到长期驻留，26年间，神舟飞船连战连捷、发发圆满，铺就了一条璀璨的载人任务逐

梦路。与此同时，中国空间站也已在轨实施了200余项科学与应用项目，上行近2吨科学与应用物资，下行百余种空间科学实验样品。各条战线、各个领域的创新成果，都对未来不断刷新航天高度，奠定了坚实基础。相关的科学成果，也定能在应用与转化中造福全人类。

一份发射时间表，颇具意味：2026年前后，发射嫦娥七号；2028年前后，发射嫦娥八号；2029年左右，下一代北斗系统开始发射组网卫星；2030年前，实现载人登月；2035年前，建成国际月球科研站基本型……压在推进的任务安排，争分夺秒的奋斗节奏，背后映照着一如既往的追求，也透射着艰巨的任务、不小的挑战。以奋进姿态圆满完成各项任务，需要继续发扬“两弹一星”精神和载人航天精神，科学统筹、团结协作、奋力拼搏，不断提高向更深

更远太空进发的能力。

“人虽渺小，但心可以无限广阔。”这是神舟二十号乘组航天员王杰的一句话。对于一项伟大的事业来说，我们确实需要有宽广的视野、宽大的胸怀。当回望中国的飞天征途，从无到有、从弱到强，从“北斗”组网到“嫦娥”探月，从“天问”探火到“羲和”逐日，中国航天的综合实力不断提升，太空探索范围持续扩展。中国空间站这一“太空中最闪亮的星”，充分彰显了新时代的中国智慧、中国志气、中国实力。我们以地球摇篮为起点，心怀壮志，全力以赴，有底气、有能力把中国航天人的荣耀“写满”太空。

星空浩瀚无比，探索永无止境。自立自强勇毅闯关，脚踏实地向上攀，一定能开创中国航天事业的新辉煌、飞出中国航天的新高度。

（据《人民日报》）

## 快 评

### 情绪消费要有边界感

如今，年轻人越来越注重个体感受，经常根据自身情感状态选择不同的服务或产品，情绪消费成为消费市场的新热点。然而，这一新兴消费趋势背后，隐藏着一些值得警惕的风险。对此，要理性看待情绪消费，推动这一新兴领域在健康、规范的轨道上发展，使其真正成为一种积极的情感支持模式。

#### 点 评：

让情绪消费回归正轨，关键要建立清晰的消费边界。年轻人应提升情感素养，建立对消费主义的清醒认知，通过运动、社交、艺术创作等方式充实精神世界。政府部门需完善行业标准，加强对数据安全、服务质量、营销行为的监管，斩断灰色产业链。社会更应营造温暖包容的环境，为年轻人提供真实可触的情感支持。年轻人唯有在消费与自省之间找到平衡，在虚拟世界与真实生活之间架起桥梁，才能让情绪消费真正服务于情感需求，成为滋养心灵的清泉。

（据《湖南日报》）

### 破解家访“门难进”

家访曾是中国教育中一道温馨的风景区。老师走进学生家门，与家长就孩子的学习生活等情况促膝长谈，这种面对面的交流不仅传递着学业信息，更承载着教育的温度与人文关怀。然而，家访正在消失，取而代之的是微信群里程式化的通知、标准化成绩单和冰冷的电子评语。

#### 点 评：

要叩开学生一家的门扉，先得好好疏通其心扉。家长设防或抗拒，并非“玻璃心”，而是出于信息不对称、预期不确定。讲清家访的动机和步骤，问清家里的顾忌和需求，才有助于卸下心防、心意相通。要做好家访，便不能把它当作只能答“要”与“不要”的单选题，或是一厢情愿、自行其是的独角戏。

家访的初衷，是为了孩子们的更好发展。作为共同肩负这一重任的主体，家、校、社三方须同题共答、同心协力，把孩子们的权益摆在第一位，凝聚起协同育人的强大合力，“家访”一词方能愈发契合时代需要，历久弥新。

（据《湖北日报》）

### 盲道“出彩”不能牺牲功能性

近日，浙江独臂少女方寸心彩绘盲道的新闻引起网友热议。因发现盲道经常被车占用，她萌发了彩绘盲道的想法，想要“用看得见的颜色，画看不见的方便”，并在有关部门的支持下开始了彩绘行动，其他地方也纷纷效仿。

#### 点 评：

支持者认为此举既警示占用行为又美化环境，但有低视力群体反映，多彩图案可能干扰其行走判断。在这场争论中，人们“想要关爱视障人士”的初衷是一致的，至于要不要绘制彩色盲道、选择什么样的图案和配色，不妨多听听视障人群的意见与建议，在确保盲道功能性的前提下，寻求实用性与美观性的平衡。

（据《新华日报》）

### 狗扮熊猫是唱哪出？

日前，有网友爆料，安徽蚌埠一动物园用四只染色的狗来扮演大熊猫和小熊猫。视频里，两只博美犬染成棕橙色扮小熊猫，两只松狮犬则染成了黑白色扮大熊猫。动物园的围栏上挂了两块招牌，一个是博美犬和松狮犬的科普，另一个写着“我是小熊猫，骗你我是狗”。

#### 点 评：

动物园本应是科普教育的场所，是人们了解动物、亲近自然的窗口。用染色狗假扮熊猫，不仅无法起到科普作用，还可能误导小朋友，让他们对动物产生错误的认识：熊猫和小熊猫就是长着狗的模样吧？此外，宠物狗的皮肤比人类敏感得多，染色剂中的化学成分很容易引发过敏等不良反应，谁又能保证这些小狗在染色过程中没有受到惊吓呢？

作为公共场所，动物园、游乐园具有寓教于乐的功能。为了博眼球不管不顾地搞奇葩营销，结局注定要翻车。五一长假就在眼前，各地景点为吸引游客也将各展其能。“狗扮熊猫”的闹剧翻车，也不失为一种提醒：与各种搞怪的创意相比，贴心周到的服务、真实有趣的活动才是赢得客流的根本之道。

（据《河南日报》）

### “预住院”提升就医体验

北京市医保局近日发布《关于开展“预住院”费用医保支付试点工作的通知》，明确自4月26日起，在北京市医疗机构试点推行择期手术患者“预住院”费用医保支付模式。参保患者办理“预住院”登记手续后至正式入院期间，在同一定点医疗机构发生的术前检查检验及相关费用将纳入住院费用统一结算。

#### 点 评：

对医院来说，“预住院”模式推动了从“人等床”向“床等人”的转变，使医疗资源配置更为科学高效。为确保“预住院”模式加快推广落地，还需解决一些实际运行中的痛点问题。医疗机构要精准评估患者状况，严格把控“预住院”疾病指征，杜绝不符合条件的患者“搭便车”；有关部门要加大监管力度，严厉打击虚假计费、重复检查等行为，避免不法分子钻医保政策空子进行“灰色操作”。

“预住院”让医疗资源“活”了起来，让患者体验“暖”了起来。期待这一模式逐步扩大适用范围，在试点基础上逐步推广开来，为更多患者带来优质、高效、便捷的医疗服务。

（据《河北日报》）

### 驾驶辅助不等于自动驾驶

近日，中国汽车工业协会联合中国汽车工程学会发布《关于规范驾驶辅助宣传与应用的倡议书》，呼吁车企切实履行产品质量安全主体责任、规范营销宣传行为、切实履行告知义务。这已是近期国家有关部门和相关机构针对智能驾驶宣传乱象的第三次发声。

接二连三的倡议、提醒、要求，折射出行业快速发展潜藏的安全隐忧。

数据显示，2023年至2024年涉及智能驾驶辅助的交通事故中，超过60%的事故与用户对功能的错误认知相关。这一数据暴露出行业发展中的深层矛盾：技术迭代与用户认知存在错位，而一些车企的营销话术加剧了这一鸿沟。

部分车企在宣传时，将L2级驾驶辅助包装成“自动驾驶”“智能领航”，用“解放双手”“自动跟车”等话术模糊功能边界，实则在向消费者灌输危险的认知。这种营销逻辑源于市场竞争压力——当智能驾驶成为核心卖点，部分企业试图通过夸大宣传抢占市场。数据显示，78%的用户在选购智能汽车时将安全性能列为首要考量，而虚假、夸大的宣传，正在透支整个行业的信任资本。

驾驶辅助与自动驾驶，在技术参数上有很大差异。国际汽车工程师学会(SAE)将自动驾驶分为L0—L5六级，其中L2级仅为部分自动化，属于驾驶辅助，要求驾驶员全程监控车辆，而L5级才属于完全自动化，驾驶员可以完全转变为乘客角色。当前市场乱象的根源，正是部分车企利用专业术语壁垒，故意把“辅助”和“自动”混淆，向广大消费者打造一个“安全幻象”，模糊了人类驾驶员和技术系统的安全责任边界。

破解困局需要构建“三位一体”治理体系。在标准层面，需推动智能驾驶术语标准化，建立类似“食品营养标签”的功能说明制度，强制要求车企用通俗语言标注功能边界、风险场景和应急措施；在监管层面，应对虚假宣传行为实施阶梯式处罚，将企业信用与产品准入挂钩；在社会层面，要建立常态化的公众科普机制，通过案例警示、模拟体验等方式提升用户对各等级安全技术的认知。

智能驾驶技术是汽车工业的未来，而安全则是通向未来的基石。当技术创新与商业竞争的浪潮奔涌向前，不能故意把概念和技术等级弄混，避免“技术红利”沦为“安全陷阱”。这需要企业、监管部门和社会公众共同努力，在技术进步与风险防控之间找到动态平衡，让智能驾驶真正成为守护生命的科技力量。

（据《广西日报》）

### 别让 AI 成了谣言“放大器”



最近，上海警方破获一起“华山医院前院长客死他乡”的AI造谣案：3人团队，手握500多个账号，仅仅一个多月就发布30多万条AI生成的不实帖文。类似案例并不鲜见。从明星绯闻到医患矛盾，从国际局势到民生话题，网络空间渗入大量扭曲事实、影响认知的虚假信息，给当事人带来极大困扰、侵犯个人合法权益，还会破坏网络信息生态、影响社会互信，无疑潜藏着极大的隐患。有毒的流量要不得，为AI造谣套上“缰绳”刻不容缓。

（据《广州日报》）

### 提高青年驿站的知晓率和使用率

近日，教育部、共青团中央联合印发《关于进一步发挥“青年驿站”作用》为跨地区求取高校毕业生提供住宿优惠便利服务的通知》，旨在更好发挥“青年驿站”促就业、惠学生作用，为跨地区求取应届毕业生提供住宿优惠和便利服务。

对于怀揣梦想、初入社会的年轻人来说，若能在求取期间免费入住3天至7天，实习期间享有3个月免费短租或租金折扣，就业期间享受优惠长租，这无疑雪中送炭，能极大减轻他们的经济负担。

目前，北京经开区、深圳、上海、厦门、杭州、宁波、郑州、青岛等地纷纷出台政策，保障毕业生求取就业的过渡性住房需求。例如，深圳将应届毕业生生来深求取免

费住宿费从7天延长到15天；杭州累计设立青荷驿站71个，筹集房源2971套（间），保障15万余人次住房需求；厦门为符合条件的大学生可申请累计最长12个月的免费住宿；呼和浩特打造青翼栖所站点，提供200个免费床位，提供全年不超过5天的免费住宿服务……这些举措，让青年驿站成为城市、企业、大学生三方共赢的“纽带”。

据共青团中央初步统计，“青年驿站”目前已覆盖全国200个城市，规模达2600余家。对城市而言，青年驿站以住宿优惠降低毕业生跨地区求取成本，吸引人才汇聚，为城市注入活力，推动科技创新与产业升级。对企业而言，青年驿站是优中选优“人才库”。汇聚各地毕业生，企业能通过招聘、校企对接精准选才，提高招聘效率，借新鲜血液激发创新活力，增强核心竞争力。

如何进一步发挥好青年驿站的作用？应扩大覆盖范围，按照“毕业生在哪里求取，站点就建在哪里”的原则，多渠道筹措房源，科学增设站点，尤其要向二三线城市、新兴产业园区倾斜，满足不同地区毕业生的需求。提升服务质量，增加更多个性化的服务内容，如创业指导、心理辅导等，为毕业生提供全方位的支持。加强宣传推广，让更多毕业生了解并知晓青年驿站，提高驿站的知晓率和使用率。

（据人民网）

### “空中速递”破解山区物流困局

近日，中国邮政集团有限公司陕西省分公司在商洛市启动常态化无人机邮路试运行。这条覆盖8个行政村、109公里的“空中走廊”，将原本人工投递需要7小时的路程，缩短至3小时。无人机承载的不仅是包裹，还是打破地理限制的乡村发展新使命。

陕西有不少村分布于山区，传统物流可能因山高路远而“失灵”。商洛的破题之举，在于用智能导航系统替代蜿蜒山路，以大容量载重突破人力局限，将医疗用品、农机配件等送达山村农户。这种“空中通道”的搭建，不是用城市标准“覆盖”乡村，而是以乡村需求“定制”服务。比如，榆林羊肉通过无人机快速直达西安

餐桌，城乡要素流动的通道悄然拓宽。

无人机邮路的价值，还在于政府主导的邮政体系与市场运作的低空经济相结合，催生出“政策护航+技术赋能”的协同模式。商洛将无人机航线规划与乡村振兴重点县布局叠加，并利用农村客运、货运物流和邮政快递等领域资源，探索“客货邮融合”降低快递成本，既规避了单纯依赖邮路的有限性，又架起了城乡双向流通的桥梁，逐步形成“自我造血”系统。这种智慧，让群众切实感受到山货“上午采摘、下午发货”的高效运送。

然而，无人机邮路的推广应用仍面临不少考验。比如，无人机需依赖智能导航

系统实现精准降落。这对信号稳定性与抗干扰能力提出较高要求。又如，密集的无人机航线如何与空域管理、隐私保护等有关法规相协调，仍需要在制度层面不断创新完善。这也提醒我们，科技解决的是工具问题，而要让工具真正服务于人，还需政策设计、技术开发与公众需求高度匹配，协同发力。

近年来，国家大力倡导“快递进村”。从人背肩扛的原始投递到智慧物流的现代图景，陕西的实践表明，“科技+政策”正在成为弥合城乡鸿沟的桥梁，让那些阻碍城乡发展的沟壑，变成孕育机遇的新赛道。

（据《陕西日报》）



### 贩卖“近视焦虑”

近期，“落地护眼灯”受到家长群体的追捧，因其形状酷似街边的路灯，也被称作“大路灯”。在宣传上，这类产品普遍称对孩子眼睛有好处，能防控近视，甚至宣传其有利于孩子学习，令家长们心动不已；“儿童青少年总体近视率67%”“孩子在用的普通台灯可能伤害他们的眼睛”……而部分商家则贩卖“近视焦虑”，让家长们对普通台灯充满“怀疑”。

新华社发

### “水果病房”让公共服务更有温度

最近一段时间，陕西铜川、湖北武汉等地的医疗机构推出“水果病房”，即将病房门上的数字标签换成醒目易记的水果图案，帮助老年患者快速辨认自己的房间。而且，每一个水果图案都蕴含着美好的寓意。有老年患者称赞：“这个橙子病房好！我记不住病房号，现在只要看到橙子图片，就找到病房了。橙子下面还写着心里想事‘橙’，看着就心情舒畅！”

小小的水果图案，成为老年患者的引路牌、提示器，胜在巧妙，贵在用心。“水果病房”的诞生，源于医疗工作者对

患者体验的关注和创新的医疗服务理念。这启示我们，公共服务要始终与群众共情，精准捕捉百姓生活中的痛点，在细微处下功夫，不断满足群众所需所盼，让公共服务更有温度。

西安绘制“瓜果地图”，发布夏秋瓜果临时销售点信息，为流动摊贩划定专属区域，既畅通了农产品销售渠道，又方便了市民生活，体现出绣花般的细心、耐心、巧心；北京推出低地板公交车、一键叫车服务等，让老年人的生活更便利；在上海，有社区将宠物粪便箱改造成堆肥站，既化解了邻里矛盾，又滋

养了小区花园……改善民生的密码，就藏在一个个群众抬眼可见、触手可及的生活场景之中。真正能打动群众的服务，在于深入基层了解民情民意，精准回应群众需求，切中要害，对症下药，让服务贴近民心。

让群众生活更美好，既需要从宏观层面统筹好民生政策，也需要对个体生活场景走心体察。只有走到群众中去，深入了解群众的急难愁盼问题，不断创新推出精细化服务措施，才能让人民群众的获得感成色更足、幸福感更可持续。

（据《陕西日报》）