

2吨级商载能力 国产大型 无人运输机首飞成功



8月11日上午,我国自主研发的大型双发无人运输机在四川自贡凤鸣通航机场进行了首次飞行试验,首飞取得圆满成功,标志着我国在低空经济领域,实现大型无人运输机高水平自立自强新突破。

8月11日11时30分,该大型无人运输机自主驶入跑道并顺利升空,按预定计划飞行20分钟后平稳着陆,首飞取得圆满成功。

首次飞行试验持续约20分钟,飞行过程中,各系统工作正常。这款无人机翼展16.1米、高4.6米,具备12立方米装载空间,2吨级商载能力,是国内目前按照市场需求研制的最大、全国产化的大型无人运输机。同时,飞机还具有易装卸、高可靠、高安全以及高度智能化等特点,为我国拓展航空货运新场景、打造低空经济智慧物流新业态提供支撑。

该款无人机具备在复杂地形下的部署能力,以及全天候、高频次货运能力等方面的优势。这次针对国内航空货运的迫切需求,推出的大型无人运输机,破解了无人支线物流的重点、难点问题,形成了大型无人机应用从“试点”到“示范”的能力提升,从“装备”到“服务”的解决方案,加快了我国低空经济迈向智能化、大规模商用化的步伐。

记者从中国航空工业集团了解到,6月12日我国自主研制的HH-100商用无人运输机在陕西成功完成了首次飞行试验。

当日上午9时16分,HH-100商用无人运输机准时起飞,在飞行35公里后平稳降落。整个飞行试验过程中,飞机各系统设备工作正常,飞机姿态平稳,状态保持良好,首飞获得圆满成功,这也标志着这型无人机从地面试验阶段转入科研试飞阶段。

HH-100航空商用无人运输机由中国航空工业集团自主研发,具有成本低、吨位大、商载高的特点,主要应用场景为支线物流,同时可扩展森林草原灭火、火灾监测、救援物资运输与投送、中继通信与人工增雨等应用场景。

依托这款飞机的系统平台,后续还将研制5吨级、10吨级及以上的系列化产品,不断满足客户对无人运输机大型化、智能化、低成本、高可靠等方面的发展需求。

据航空工业西飞民机无人机项目总设计师陈雷介绍,“这个飞机是通用化模块化的设计,一个平台可以有多个应用,可以挂不同的任务舱来实现物流运输任务,未来我们就像一个空中的高速公路,要赋能我们现在的低空经济,可以使货物四通八达。”

(综合央视新闻、封面新闻、光明网)

中药餐饮,真养生还是智商税?

中药茶饮、中药咖啡、中药面包、中药冰淇淋……最近,一股“万物皆可入中药”的风潮在餐饮行业大火。当年轻人喜欢的食品饮品加入中药成分后,似乎增加了一重养生元素,因此大受欢迎,销售火爆。

伴随中药餐饮逐渐“火出圈”,也有消费者表达了自己的质疑:喝中药都要按照剂量服用,奶茶、面包里的一点点中药成分有用吗?中医忌寒,周顾食物相生相克的中药冰淇淋真的可以起到养生作用吗?

与此同时,还有消费者反映,号称添加了中药成分的食品饮品,价格往往较高。那么,中药餐饮是真有养生效果,还是一种营销噱头?

中药餐饮“火出圈”

太阳通明茶、太阴相思茶、枸杞百香柠……8月2日,记者在北京一家中药茶饮店看到,标有“药食同源”的展板清晰可见。店内背景墙上,透明玻璃相框里展示着葛根、人参、天麻、肉桂等中药材。在点餐区一侧,五六个大容量煮茶壶排成一列,不同种类的药材在壶内熬煮,药香四溢。多位年轻人坐在用餐区的椅子上,享用着手中的饮品。

该茶饮店饮品单显示,店内饮品主要分为奶茶、果茶、现煮茶三大类。据店员介绍,店内共有26款饮品,每款都融入了中药草本元素。

在另一家饮品店,记者看到,店内除了有“晚安水”“元气水”等中药茶饮,还推出了“枸杞拿铁”“紫苏山楂美式”等含中药成分的草本咖啡,单价在20元—40元之间。

“我喜欢尝试新事物,中药奶茶算是中药和奶茶的跨界结合体。”在北京上班的李子曦周末逛街时,被一家中药奶茶店吸引。她告诉记者,这种新颖的组合给她带来了不一样的体验。

不仅是茶饮和咖啡,近两年,面包、火锅、冰淇淋等多种食品饮品中都出现了中药的身影。将中药和雪糕相结合打造的中医雪糕,黄芪养生包、荷

叶消暑包等养生系列面包……各种主打新中式草本概念的中药餐饮,受到不少年轻消费者的青睐。

高价中药餐饮只能“浅尝辄止”

年轻人对养生的重视,是推动中药餐饮兴起的重要因素。《Z世代营养消费趋势报告》显示,年轻人正成为养生消费的主力军,18岁至35岁的年轻消费人群占健康养生消费人群的83.7%。

不过,对于中药餐饮是否真的有养生功效,又是否物有所值,不同消费者也有不同的体会。

当被问及对中药奶茶养生效果的看法时,李子曦告诉记者:“我希望吃食材健康的东西,饮品名字里有灵芝两个字,听起来就很健康。至于是否真的有效我并不清楚,更多是一种心理安慰。”

和李子曦不同,王欣苒对中药餐饮的功效抱有期待。刚工作不久的王欣苒是一位“面包控”。前段时间,她所在公司的附近新开了一家中药面包店,因为工作压力大,王欣苒每次都会买加入人参等食材的吐司,希望在大快朵颐的同时,自己的气血能足一点。然而,吃了几次之后,王欣苒觉得身体上没有任何变化。

噱头大于实际功效

“中医一直有‘药食同源’的说法。”北京石景

山医院中医科主任任芳告诉记者,如今,很多年轻人工作压力比较大,饮食作息不规律,经常处于亚健康状态,中医在养生防病方面很有优势。但对于中药餐饮,任芳表示:“噱头大于实际功效。”

任芳认为,中药的专业性很强,每种食物的偏性不同,每个人体质各异,适合的配方也不同。商家想要在专业性和适配度方面做好很难,健康与味道好之间也不容易平衡。

“目前来看,这些新兴的中药餐饮更多以宣传养生观念、心理安慰和文化认同为主。”一位从事中药药理学研究多年的业内人士提醒,中药餐饮不等同于药品,消费者要保持理性。

北京中银律师事务所高级合伙人杨保全认为,商家要诚信经营,不能只注重营销噱头,一味地将中药元素简单粗暴地加入产品中,更不能因为添加了中药成分就定价虚高。他同时提醒,商家应注意药材的品质,不仅要符合国家相关药品监管法规,更要确保产品的质量和安全。

“养生在于平时饮食有节、起居有常。”任芳表示,养成良好的生活习惯是养生的关键。“如果一边暴饮暴食、昼伏夜出,一边又想通过吃几顿中药餐饮来养生,是不现实的。”

(据《工人日报》)