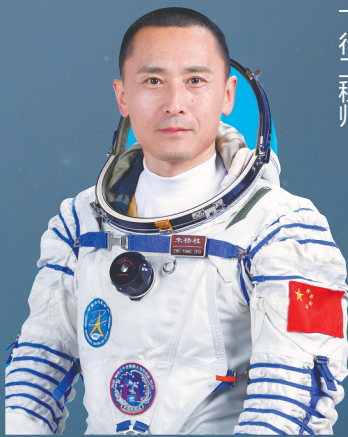


神舟二十三号乘组亮相

1名航天员 将“太空出差”1年

神二十三乘组



担任指令长
飞行工程师

朱杨柱
博士学位
1986年9月出生



首次执行飞行任务
航天驾驶员

张志远
学士学位
1986年6月出生



我国首位香港籍航天员
载荷专家

黎家盈
博士学位
1982年11月出生于香港

我国瞄准5月24日23时08分发射神舟二十三号载人飞船,飞行乘组由朱杨柱、张志远、黎家盈3名航天员组成。

5月23日上午,神舟二十三号载人飞行任务新闻发布会在酒泉卫星发射中心举行。

“经研究决定,我国瞄准北京时间5月24日23时08分发射神舟二十三号载人飞船。”会上,中国载人航天工程新闻发言人、工程办公室综合计划局局长张静波介绍。

“飞行乘组由朱杨柱、张志远、黎家盈组成,朱杨柱担任指令长。”他说,乘组1名航天员将开展1年期在轨驻留试验。据了解,3名航天员分别为飞行工程师、航天驾驶员和载荷专家,涵盖了我国现役3种航天员类型。

“航天员朱杨柱执行过神舟十六号载人飞行任务。张志远和黎家盈分别来

自我国第三批、第四批航天员,是首次执行飞行任务。”张静波介绍,其中,张志远入选前是空军飞行员,黎家盈入选前在香港特别行政区政府警务处工作。

目前,任务各项准备工作正在稳步推进,执行这次发射任务的长征二号F遥二十三运载火箭即将加注推进剂。

据了解,这次任务是空间站应用与发展阶段第7次载人飞行任务,也是载人航天工程第40次飞行任务。任务主要目的是:与神舟二十一号乘组完成在轨轮换,继续开展空间科学与应用工作,实施航天员出舱活动及货物进出舱,进行舱外载荷和舱外设施设备安装与回收等任务,开展科普教育和公益活动,以及

空间搭载试验,持续发挥空间站综合应用效益。

按计划,神舟二十三号载人飞船入轨后,将采用自主快速交会对接模式,对接于天和核心舱径向端口,形成三船三舱组合体。

“目前,船箭飞行产品质量受控,航天员乘组状态良好,地面系统设施设备运行稳定,空间站组合体状态正常,具备执行发射任务条件。”张静波说。

掌握执飞任务
相关口令词汇

巴基斯坦航天员 强化中文学习

记者23日从神舟二十三号载人飞行任务新闻发布会现场了解到,两名巴基斯坦航天员正在中国航天员科研训练中心与中国航天员共同参加任务训练,目前各项工作进展顺利。

“按计划,1名巴基斯坦航天员将作为载荷专家执行短期飞行任务。”中国载人航天工程新闻发言人、工程办公室综合计划局局长张静波在发布会上介绍,目前正在按照训练方案进行基础训练和航天专业技术训练,重点开展实际操作能力训练。

他表示,在语言准备方面,巴方航天员入队初期,会集中开展汉语授课,强化中文学习,掌握汉语基本知识及执行飞行任务所需的相关口令词汇。

中国空间站多方面支撑“月球探测工程”

嫦娥七号将于下半年发射

“空间站任务培养了一支执行过空间任务、拥有丰富太空飞行经验的航天员队伍,可为后续载人登月任务航天员乘组选拔提供坚实人才储备。”23日在神舟二十三号载人飞行任务新闻发布会上,中国载人航天工程新闻发言人张静波说,中国空间站作为国家级太空实验室,将从航天员队伍储备、关键技术验证和新一代运输系统一体化研制等方面,有力支撑月球探测工程。

在关键技术验证方面,空间站已在轨稳定运行近4年,部署并验证了一系列面向载人登月关键技术。

此外,空间站任务中由长征十号甲运载火箭和梦舟飞船组成的新一代近地载人天地往返运输系统,与月球探测工程所需的长征十号运载火箭和梦舟登月飞船系统采用了一体化设计与研制。

“嫦娥七号探测器已于今年4月运抵中国文昌发射场,目前正在进行发射

前测试准备,各项工作正按计划有序推进,计划于下半年择机发射。”张静波介绍,嫦娥七号任务将采用绕、落、巡、飞跃等综合探测方式,进行月球南极环境与资源勘察,并开展国际合作。

后续,我国还将按计划完成长征十号运载火箭技术验证飞行、梦舟载人飞船和揽月着陆器首次飞行等重要任务,为如期实现2030年前中国人首次登陆月球的目标努力奋斗。

(本文配图均据新华社酒泉5月23日电)

文博荟 荆楚风

辅助经营者决策 越用越懂景区 我省发布“文旅军师AI”

湖北日报全媒记者 陈熹 唐雪丹

“游客在哪里?为什么而来?下雨了怎么办?竞品是什么?没想到他回答,不知道。”

“就是这句不知道让景区亏损了800万元。”

文旅产业投资大,回报周期长,风险难把控。如何通过AI帮助旅游产业管理,是今年旅游行业共同关注的热点。5月23日,深圳文博会创新项目与新品发布会现场,武汉盒成文化科技股份有限公司董事长李威讲了一个他身边的故事:一家景区看别家做活动效果好,举债800多万元投入春节灯会,从立项到执行,所有决策全凭拍脑门,最终血本无归,经营者陷入欠薪纠纷。

面对文旅行业普遍面临的“决策缺乏数据支撑、运营依赖被动应对、经验无法有效传承”的现状,李威和团队用了大半年时间,打造了“文旅军师AI”,正式在文博会上发布,成为业内关注热点。

据介绍,“文旅军师AI”是一个专为文旅景区打造的、会主动思考并辅助决策的“超级智能运营助手”,它不同于普通问答式AI,不仅能生成策略,还能将方案拆解成具体任务分发给责任人。更为突出的是,它能自动监测客流、舆情、竞品和天气等多维数据,当外界条件发生变化,发现异常或出现机会时,会建议调整,主动推送预警和方案。同时内置“刚性纪律”,当方案偏离景区战略定位或预算超标时会强制预警,避免冲动决策。

李威称,自己在文旅行业工作多年,“文旅军师AI”拥有长效记忆系统,能把景区的客群画像、成功经验和经营教训沉淀为数字化资产,越用越懂景区,真正帮助景区从“凭经验猜”转向“看数据知”。

在内测阶段,枝江一家没有多少运营和管理经验的景区,使用了“文旅军师AI”半年后,游客量提升了15万人次,人均消费提升约10元。

广东培正学院文化产业管理专业的李老師长期研究文旅管理,在现场听得十分认真,她之前接触过不少类似的大模型,“有些大模型生成的建议听起来似乎有道理,但其实很难落地。文旅军师模型部分解决了实操难题,解决了行业痛点。”

发布会结束后,国内不少文旅业内人士纷纷到湖北馆,向李威仔细询问合作细节,寻找合作商机。山东旅行商孙先生说,AI是大趋势,我听完特意来咨询如何落地等,看是否能用在我们省的景区。

“从展会开始到今天,一共接待了80多位参展商。”李威说,“我希望这个文旅军师能像诸葛亮一样,帮助景区的决策者运营景区,争取一年内合作景区达到1000家。”

当日在发布现场,楚天书局旗下品牌荆楚有礼也正式发布了知音湖北、AI智能陪伴、吴越争霸三大新品。其中,黄鹤楼、武昌鱼化身可爱的AI智能陪伴萌宠,将千年荆楚底蕴与现代AI科技深度融合,打造情绪化、多功能的国风智能陪伴玩偶,也备受关注。

从“荆楚有礼”的AI萌宠到“文旅军师AI”的实战智慧,折射出我省文旅企业正从产品内容和运营工具两个维度,同步拥抱AI,展开一场深层次的“智能化跃迁”。



5月23日,两名外宾在湖北馆前合影。
(湖北日报通讯员 高冰 摄)

五环内外,“英雄武汉”为“襄阳加油”

湖北日报全媒记者
甄子萱 张竞恒 杨千帆 杨然

5月23日晚,武汉东西湖区五环体育中心,湖北省城市足球联赛(楚超)迎来第五轮焦点战。武汉华工科技队坐镇主场迎战襄阳东风风神队。比赛第34分钟,赛场迎来首个高光时刻。武汉华工科技队41号球员邓渊泽抓住攻防空隙,果断起脚射门,皮球精准入网,为球队拿下本场首粒进球。

进球瞬间,主场看台掀起沸腾声浪,呐喊、欢呼、掌声此起彼伏。人群之中,初二学生小高举起双手,跟着全场观众一同呐喊助威。这是他人生中第一次走进足球场观赛,在此之前,他从未完整观看过一场足球比赛。没有提前的了解,没有刻意的准备,纯粹的赛场氛围、球员的拼搏姿态、全场同频的热烈氛围,让这名少年瞬间融入其中,真切感受到了足球运动的热血与感染力。

经过全场高强度激烈角逐,最终比分定格3:0,武汉华工科技队拿下本场赛事胜利。据主办方统计,本场赛事共有25186名球迷到场。不同于职业球赛圈层化的观赛群体,楚超的观众席,容纳了大量此前几乎没有观赛经历的普通市民。全程跟随武汉队征战的鄂魔球迷会负责

人张驰观察发现,大量到场观众的初衷十分简单:赛事就在本地,观赛成本极低,闲暇之余便想来凑个热闹。很多人对足球规则、球队阵容、战术打法一无所知,只是抱着休闲消遣的心态走进体育场。

但短短一场比赛的时间,接地气、沉浸式的赛场氛围,让普通市民迅速融入其中。赛台上球员的每一次精彩拼抢、每一次破门得分、每一次全员助威,都能让在场观众产生强烈共鸣。

比赛开场前夕,武汉主场球迷自发高举双手,齐声高喊“襄阳加油”。话音未落,客场看台的襄阳球迷立刻齐声回应“英雄武汉”。两城呐喊声在体育场内交织回荡,瞬间拉近了彼此的距离。

远道而来的襄阳球迷队伍与本土商户,更让这场赛事的温度持续升温。为助力家乡球队、推广襄阳本土品牌,襄阳咖啡品牌丽波闪咖团队驱车四个多小时,从襄阳奔赴武汉赛场,全程为赛事助力。

团队负责人Mark北叔在现场坦言,团队跨越百余公里奔赴武汉,无关商业收益,只为家乡球队呐喊助威。在他看来,相比于产品销量,襄阳球队的赛场风采、襄阳城市的对外形象更为重要,而楚超提供了展现城市品牌的平台。



赛前,武汉华工科技队球迷手动展示巨幅拼图“我爱武汉”。(湖北日报全媒记者 倪娜 摄)

终场的比分,定格了竞技层面的胜负。客场作战的襄阳队虽未能拿下胜利,但整场比赛,全员拼至最后一刻,敢抢敢拼、永不言弃的竞技态度,赢得了全场观众的尊重与掌声。比赛最后一分钟,有襄阳球员抽筋,两名武汉球员第一时间帮他举高腿部,直到担架抬来。

赛后新闻发布会上,襄阳队主教练张军表示,这场比赛对队员们来说是非常宝贵的经验。襄阳球迷有序离场,主动清理看台垃圾,整齐列队向主场观众挥手致意,展现出良好的城市风貌。对襄阳而言,这场客场之旅,虽输掉了比分,却收获了认可、尊重与跨城友谊。

冠名 拿下广告位 组团助威 黄石大企业“挺进”楚超赛场

湖北日报讯(记者彭磊、通讯员丁元拾、熊鹏远)5月23日,“楚超”联赛第五轮迎来焦点对决。在黄石美尔雅队主场迎战宜昌东阳光队的比赛中,一批大企业纷纷入场,抢抓赛事流量。

湖北美尔雅股份有限公司是黄石的一家上市公司。上世纪90年代开始,湖北足球队被美尔雅接手,称为湖北美尔雅足球俱乐部。依托扎实的训练与顽强的赛场作风,湖北足球队先后拿下1997年甲B联赛冠军、2004年中甲联赛冠军,2005年首次征战中超联赛,夺得了2005年中超联赛杯冠军。

几天前,自官方公布美尔雅成功冠名黄石队后,不少网民和球迷中掀起怀旧热潮。当天,美尔雅公司负责人为这场“焦点之战”开球,更是为企业赚足了眼球。

黄石的另一家上市公司中信特钢也首次组建球迷方阵奔赴黄石主场。在企业工会组织下,这些由一线工人组成的球迷戴工帽、围毛巾、穿工装,高唱出“咱们工人有力量”。这一幕,迅速被定格在球场大屏和直播镜头中。

中信特钢工会负责人说,这是企业第一次组团看球,不仅以此慰问一线工人,更是借“楚超”舞台展示企业奋进的姿态。

劲牌有限公司是黄石生命健康重点产业链的龙头企业。聚焦“焦点之战”,企业不仅拿下赛场的广告位,还在赛场外展示新产品,希望借黄石主场热度让产品被更多人接受。