

# 国人太空游,近了!

2025年中国有望开启太空旅行 票价约200万元—300万元

近日,“长征十一号”火箭首任总指挥、国内首家混合所有制商业航天企业中科宇航董事长杨毅强在接受采访时表示,随着商业模式的完善,2025年中国有望开始亚轨道旅行,票价约200万元到300万元人民币,“目前,中国的商业航天已从1.0时代进入2.0时代,并有望在5年内进入3.0时代。”

此前,杨毅强曾介绍中国版太空旅行的细节,付费游客只需要参加短期的航天飞行培训,就可以参与飞行,每次可搭乘7名游客,发射至距地面100多公里的临近空间,停留一小段时间体验太空之后,即可飞回地球。

## 不超过300万元 可体验亚轨道旅行

在此之前,已经有多名海外富豪登上太空,但花费均在千万级别。亚轨道旅行又是什么呢?据杨毅强介绍,太空旅行目前可分为三种。第一种是进入空间站,这对游客的身体、心理素质等有严格要求;第二种是以维珍银河的“白色骑士”为代表的通过双机身航空运载飞机将游客带入太空,但该模式舒适感和安全性较差;第三种是目前技术较为成熟的亚轨道旅行,适合大部分人群。

亚轨道一般是指距地面20公里—100公里的空域,处于现有飞机的最高飞行高度和卫星的最低轨道高度之间,也称为临近空间或空天过渡区,大致包括大气平流层区域、大气中间层区域和部分电离层区域。

今年7月杨毅强曾表示,其所在公司正在研制亚轨道太空旅游飞行器,计划明年进行首次无人亚轨道验证飞行,再进行10余次验证飞行之后,就可以开始向公众开放太空旅游服务。杨毅强表示,2025年中国有望开始亚轨道旅行,票价约200万元到300万元人民币。付费游客只需要参加短期的航天飞行培训,就可以参与飞行,每次可搭乘7名游客,发射至距地面100多公里的临近空间,停留一小段时间体验太空之

后,即可飞回地球。他披露,执行太空旅游任务的火箭和飞船都是可重复利用的,而且发射和回收地点等也正在考察确定。

## 商业航天的“春天” 最迟2027年到来?

杨毅强表示,最迟到2027年,中国商业航天的“春天”便会到来。

在商业航天领域,已形成一定市场规模的就是中国和美国。美国在20世纪80年代开始推进航天商业化,马斯克成立太空探索技术公司(SpaceX公司)时,该产业在美国已发展得较为成熟。中国商业航天虽起步较晚,但在政策扶持、资本加持和市场需求牵引下,发展态势风起云涌,如火如荼。2015年是中国航天商业化元年,2021年的一份报告显示,中国商业航天的注册企业已逾370家。过去7年间,在运载火箭、卫星应用等领域均已

出现头部企业,已形成国家队与民营派互补的格局,发射次数、发射载荷质量和在轨卫星规模均居世界前列。

在本地产业基础、政策支持和商业环境的驱动下,北京、西安、深圳、上海、武汉、宁波等多个城市相继出台商业航天领域政策规划,加快商业航天布局。可以预见,在商业化程度更高的航天2.0时代,商业航天的赛道依然具有广阔的想象空间和重大的战略意义,商业航天的市场主体活力将会竞相迸发,资本热度将会有增无减。

神舟十四号 载人飞船。  
新华社发

链接

## 今年底神舟十五会合神舟十四 6名航天员将同在太空“出差”

未来几个月,中国空间站还将实施三次重大发射任务。其中,梦天实验舱10月将发射升空,并与中国空间站核心舱对接。梦天实验舱发射后将最终与天和核心舱、问天实验舱三舱形成T字构型,这也标志着国家

太空实验室的建成。

天舟五号货运飞船将发射,运送更多“太空物资”。

今年底,3名航天员将乘坐神舟十五号载人飞船与神舟十四号会合,届时中国空间站将有6名航天员共同在轨驻留。 据央视新闻

## 台湾花莲县发生6.9级地震

新华社北京9月18日电 9月17日夜间以来,台湾台东县、花莲县相继发生6.5级、6.9级地震和

多次余震,造成财产损失和人员伤亡。国台办发言人朱凤莲18日表示,大陆有关方面对此高度关切,

向遇难人员家属表示哀悼,向受伤人员表达慰问,并希望受灾民众早日恢复正常生产生活秩序。

## 贵州高速客车侧翻致27人死亡

新华社贵阳9月18日电 贵州省黔南布依族苗族自治州三都水族自治县公安部门通报,18日

凌晨,黔南州三(都)荔(波)高速(贵阳往荔波方向)发生一起客车侧翻事故。事发时,车上载有47

人。截至18日12时,事故造成27人死亡,20人受伤正在救治。有关部门已紧急赶往现场处置。

## 一周热评

投稿邮箱 zbvoice@yeah.net

## 玩疯的“羊了个羊” 仍是披着羊皮的狼

本报评论员 王学义

这几天,如同一阵莫名其妙的风吹过,朋友圈尽是“羊了个羊”。万千网友为此上头,彻夜不眠,只为了打通那几乎不可能通过的第二关。

“羊了个羊”是一款“闯关消除类”游戏小程序,如果你没玩,可能永远无法理解玩家的疯狂。这款游戏不用下载,无需安装,打开微信小程序就能玩。整体也只有两关:“第一关永远不会输,第二关永远不会赢”。就是这样一款小游戏,中秋假期,突然冲上微博热搜话题第一。同时,游戏小程序也在各微信群疯转,当日微信指数狂飙6022.98%。截至目前,“羊了个羊”登上热搜话题已达十余次。

“羊了个羊”爆火密码在哪里?一款简单游戏火到如此程度,自然有偶然性,但在偶然之外,却也有自身的逻辑。其一,低智、零门槛,具有普及的可能性。只要有智能手机,几乎谁都能玩。其二,看似无任何成本,却让玩家付出最高的成本——时间。有人总结,这款游戏从无感到上头只需要三步:点开游戏;秒赢首关;输掉第二关然后开始看广告,于是沉迷成本产生,想再玩几盘作为弥补,而胜负心被激起来了,从此一发不可收拾。其三,社交裂变。无论是分享小程序复活、使用道具,还是可查看朋友圈好友排行等,都显示了很强的社交属性。

看似温良无害的“羊了个羊”,实际仍是一条“披着羊皮的狼”。跟不少网络游戏一样,它也在处心积虑“算计”你。当然,不是说这款游戏有多么“恶”,毕竟把游戏视为洪水猛兽的时代早已过去,没有人强迫你玩,选择权仍然在自己手中。“杀时间”几乎是所有网络游戏的通病,但在有的人看来这就是一种娱乐,比如那些因超长通勤而在地铁上无聊发呆的人。鼓励大家争分夺秒学习知识当然是正确的,可究竟有多少人能做到呢?不过,也必须重视“羊了个羊”的上瘾性,尤其对于未成年人来说,不可不防。

看广告通关的方式,也让“羊了个羊”饱受诟病。这款游戏的第二关难度极大,官方称通关率不到0.1%。而有数学达人分析,“每10万局游戏里只有一次可以通关”。按说,难易程度不该引来指责,自己闯不过去怪谁呢?但是,“羊了个羊”让玩家失败后,必须看广告才能复活再玩,这一点引发争议。一方面,这款游戏不收费,广告是其变现方式,玩家看广告等于利益交换,在市场规则之内,相关部门不应过度监管。但另一方面,不能强迫用户看广告,也不能让广告时间过长,更不能让游戏中嵌入的广告内容里出现违法元素。在这些方面,监管部门应该睁大眼睛,随时注意维护消费者权益。

对“羊了个羊”之类小游戏,不必过于担忧。争议之下,“羊了个羊”的开发公司逐渐浮出水面,该游戏开发团队只有3人,此前曾开发出爆款小游戏“海盗来了”。该公司开发的小游戏多以体积小、碎片化、设置容易让人上瘾关卡为规律。“羊了个羊”爆火之后,一张“流量主数据日报”截图在网上流传。其中显示,半天内“羊了个羊”收入就达468万元,月收入高达2564万元。这一截图很快被开发公司否认。但从用户动辄几百到上千的复活次数计算,其广告收益不可低估。按照以往规律,像“羊了个羊”这种游戏会骤热骤凉,流行时间不会太长,留给它的时间或许已经不多。但无论如何,这波爆火都会给全国的游戏公司一种激励,希望能在严守法律底线的前提下,生产出更多优秀游戏。



扫码加入观天下周刊读者群,畅聊国内外大事。