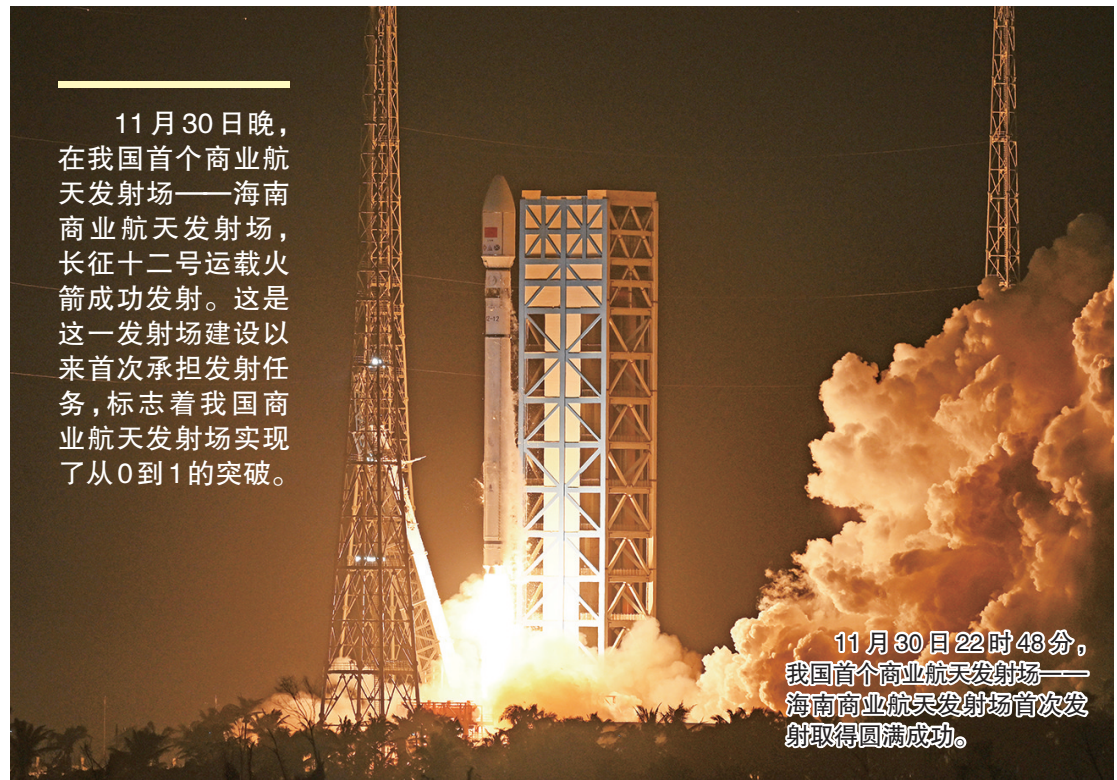


零的突破

我国首个商业航天发射场首发成功

11月30日晚,在我国首个商业航天发射场——海南商业航天发射场,长征十二号运载火箭成功发射。这是这一发射场建设以来首次承担发射任务,标志着我国商业航天发射场实现了从0到1的突破。



11月30日22时48分,我国首个商业航天发射场——海南商业航天发射场首次发射取得圆满成功。

/ 声音 /

“首发就成功,没有白忙活”

新的火箭在我国首个商业航天发射场首飞成功,进一步提升了我国航天的发射能力。海南商业航天发射场从动工到首发经历了878天,新火箭长征十二号也突破了多项关键技术。在首飞的现场,工作人员表示,“首发就成功,真的是非常激动。感觉我们两年多的努力,没有白忙活。”

杨天梁表示,“我们这两年的成果得到了验证,我们做的是成功的,也证明我们这个团队是非常有能力的。”

中国航天科技集团、中国工程院院士卢乐豪认为,“这确实是一个新的跨越,更简洁,可靠性更高,开启了我们国家一个新的商业航天模式。”

杨天梁告诉记者,海南商业航天发射场二号发射工位是我国首个液体通用型发射工位,发射模式采用水平转运、水平组装、水平测试的“三平模式”,从转运到发射最短3天就能完成,可兼容10多个型号的火箭发射需求。

海南商业航天发射场具备双工位发射能力,在距离二号发射工位600米之外的就是一号发射工位。它是国内新一代中型火箭长征八号的专用工位。杨天梁说:“一号工位现在经过了三轮合练,已经是万事俱备了。火箭现在已经进场,就等着它上发射台一飞冲天。”

本组文图据新华社、央视新闻

新工位、新火箭、新机制、新团队

作为目前我国唯一的商业航天发射场,海南商业航天发射场在首发任务中呈现出四个“新”,即新工位、新火箭、新机制、新团队。

海南国际商业航天发射有限公司董事长杨天梁说,发射场的发射工位位于文昌海岸,拥有更加广阔的安全发射角度,地理优势得天独厚。

记者了解到,此次首发任务中,长征十二号运载火箭是由中国航天科技集团八院抓总研制的新型火箭,在长征系列家族里首创4米级箭体直径,实现了大直径、大推力,更有利于实现火箭的高性能。这一火箭可根据任务需求适配5.2米、4.2米直径构型的整流罩,支持单星、多星不同轨道发射,将开启我国商业火

箭新技术、新产业、新模式、新业态的发展新篇章。

相比酒泉、西昌、太原和文昌航天发射场,海南商业航天发射场是首个企建民用的航天发射场,其任务组织和管理运作采用灵活高效的商业化机制,可以更好地聚集社会创新力量。

“我们的目标是走既有效率又有高效益的良性发展道路,助推我国商业航天高速度高质量发展。”杨天梁说。

实现商业航天里程碑性突破

中国科学院院士、中国航天科技集团火箭专家范瑞祥说,海南商业航天发射场首次任务圆满成功,标志着我国商业航天发射场实现了从0到1的突破,真正形成了执行发射的完整能力,补齐了

商业航天的链条缺口,对我国商业航天的发展具有里程碑意义。

在不少业内人士看来,过去近十年,我国许多商业卫星、火箭公司如雨后春笋般冒出来,唯独缺少商业航天发射场这一基础设施,造成了部分商业火箭、卫星“有劲儿没处使”的现象。

范瑞祥认为,商业航天注重以科技创新推动产业创新,扮演着发展新质生产力、建设航天强国的重要角色。尤其是经过数十年的航天重大工程的带动,我国已经具备加快开展商业航天工作的条件。

“商业发射场可以高频次、高效率执行发射任务,为广大商业火箭和卫星公司提供一个稳定可靠的发射平台。”范瑞祥表示,“这将促进航天技术的创新和转化,助推我国商业航天发展进入快车道。”

画里话外

饭店直播被判赔,别拿顾客当“群演”

■本报评论员 王学义



吃饭被直播,我们成“演员”?

栗娟画

吃饭被直播、理发被直播、健身被直播,甚至走在路上都可能被镜头“怼”,成为短视频的素材……这是很多人当下的遭遇。有的人或许不太在意,但也有人感觉很不舒服。怎么办?能索赔吗?答案是“可以”。最近,“吃火锅意外入镜直播间,获赔500元”新闻登上热搜,引发广泛讨论,也给很多商家“上了一课”。

近日,苏州市吴江区人民法院公布了一起因侵犯肖像权引发的案件。一火锅店老板平时会在店里做直播,想以此招揽生意。一名顾客走过店内通道时,发现自己入镜了直播间。这位顾客很生气,找老板理论,两人发生争执,顾客一怒之下把老板起诉至法院。法院经审理认为,在未获得顾客同意的情况下,将顾客的肖像暴露在直播中,构成了对顾客肖像权的侵犯。最终,法院判决火锅店老板通过直播账号发布视频,对顾客赔礼道歉,同时判决火锅店老板向该顾客支付精神损害抚慰金500元。

这起案件不只是“500块钱的事”,更让人们认识到,自己的肖像权不能被随便侵犯。民法典规定,“自然人享有肖像权,有权依法制作、使用、公开或者许可他人使用自己的肖像。”在这起案件

中,火锅店老板之所以因侵犯顾客肖像权被罚,一是直播本身以盈利为目的,具有经营性质;二是将顾客拍摄入镜没有获得对方的许可。不管是民用还是商用,通常情况下,只要未经肖像权本人同意就使用其肖像,就构成侵犯肖像权。

2021年,网信办、公安部、商务部等

部门印发《网络直播营销管理办法(试行)的通知》,其中第二十五条就规定,直播活动中使用他人肖像或声音进行营销活动,必须征得肖像权人同意。消费者如果觉得打官司的成本太高,也可以有其他处置方式。首先应联系侵权方,与对方协商删除自己的照片、视频等素材,

要求其停止侵权行为,并采取相应的补救措施。可以通过消费者协会等部门,找到商家进行调解,合理维权。另外,还可以向相关部门举报其侵权行为。

这也给很多商家和自媒体敲响了警钟。顾客不是“免费群演”,商家无权将他们当成“引流道具”。无故被置于摄像头下,顾客有可能被损害个人形象,也有可能暴露隐私。做直播的商家,应该在店内显眼位置摆放直播屏幕,让进入的消费者一眼就能看见,从而自行选择是否愿意走进。把事情做在明面上,给顾客自愿选择的机会,会少很多争端。也有一些自媒体喜欢以“街头搭讪”的方式,直播他人的反应和言行,这也等于把路人当成“工具人”。必须征求被拍摄者的意见,该打码的必须打码,否则就涉嫌侵权。

眼下,我们已经进入了直播时代。用法律为直播划清边界,势在必行。商家、自媒体等都应严守底线,依法而行。公众也应提高维权意识,不惯着某些人的“毛病”,只有一起努力,才能气朗风清。



扫码加入 观天下周刊读者群,畅聊国内外大事。