

# 月背珍宝成功搭上“回家专车” 看嫦娥六号“四兄弟”如何分工协作

嫦娥六号日前完成一系列环环相扣的高难度动作，月背珍宝成功搭上“回家专车”。在这一系列关键环节中，嫦娥六号各部分是如何分工协作的呢？记者采访了中国航天科技集团五院相关专家。

嫦娥六号由轨道器、着陆器、上升器、返回器“四兄弟”组成。“四兄弟”中着陆器负责降落月表进行采样，上升器负责携“土”上天、交接样本，二者合称为着上组合体。轨道器负责地月往返、转运样本，返回器负责降落地面、送回样本，这二者又合称为轨返组合体。

嫦娥六号“四兄弟”在发射入轨、地月转移、近月制动等阶段都处于“并肩携手”的四器组合体状态。

当进入环月飞行阶段后，轨返组合体和着上组合体完成分离，“四兄弟”开始“两两结对”工作。着上组合体在分离后要完成两次降轨变轨，做好降落准备。轨返组合体则在环月轨道上等待上升器的到来。

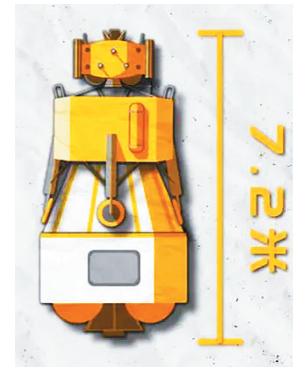
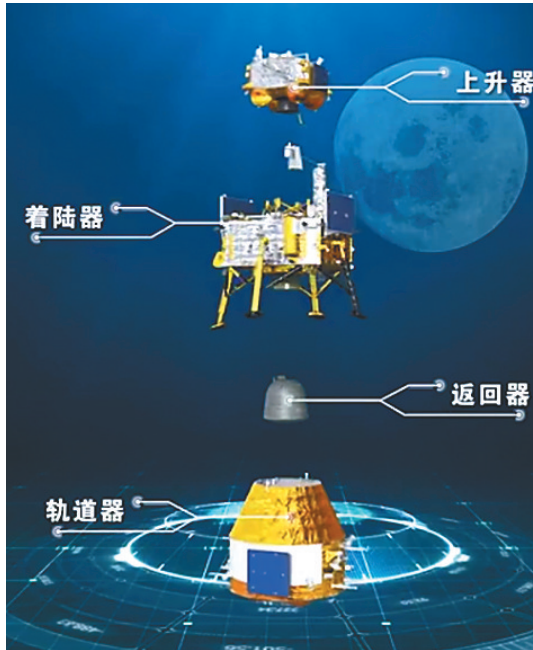
着上组合体在降落过程中，将寻找合适的时机进行减速。在即将接近月面时，首先审视地面是否平整。如果地面不适合着陆，将进行悬停避障并缓缓降落到合适的位置，降落有序开展月球背面样品采集和科学探测等工作。

与此同时，仍然航行在环月轨道上的轨返组合体进行多次轨道机动，为交会对接与样品转移做好准备。

采样成功后，上升器与着陆器分离，上升器单器从月面垂直起飞进入环月飞行轨道。此后，上升器和轨返组合体不断靠近，完成交会对接，样品从上升器转移到轨返组合体。

最后，轨返组合体向月地入射点冲去，踏上返回地球之路。在按计划经历多次中途修正后，于距离地球约五万公里高度时，轨道器将和返回器“挥手告别”，返回器再入地球，跑好这场接力赛的最后一棒，把月壤安全送回家。

(据新华社电 记者宋晨)



▲嫦娥六号四器组合体示意图。(据新华网)

◀嫦娥六号由轨道器、着陆器、上升器、返回器四个部分组成。(据新华网)

## 我国第四批预备航天员选拔完成 港澳地区各有1人入选

新华社北京6月11日电(李国利、杨欣)记者11日从中国载人航天工程办公室获悉，我国载人航天工程第四批预备航天员选拔工作日前结束，共有10名预备航天员最终入选，包括8名航天驾驶员和2名载荷专家(香港地区、澳门地区各1名

载荷专家)。后续，他们将进入中国航天员科研训练中心接受全面系统的训练。

我国载人航天工程第四批预备航天员选拔工作自2022年下半年全面启动，经过初选、复选、定选三个阶段。期间，首次面向港澳地区选拔载荷专家，得到

了港澳各界和社会民众的大力支持和热情参与。

目前，我国航天员选拔训练体系更加成熟完善，随着载人航天国际合作的深入推进，还将有国外航天员参与选拔训练并执行中国空间站飞行任务。

## 民政部通报 对儿慈会有关问题 调查处理情况

民政部6月11日通报对中华少年儿童慈善救助基金会有关问题调查处理情况。

通报称，经查，柯某孝曾作为患儿家长接受过儿慈会救助；从2022年11月起参与儿慈会9958儿童大病紧急救助项目廊坊救助站相关工作。2023年6月至8月，柯某孝私自以“儿慈会9958项目”的名义向患儿家长筹集资金，骗取患儿家长钱款近千万元。2023年9月，因涉嫌诈骗，柯某孝被采取强制措施，目前案件已移送司法机关处理。

通报表示，柯某孝案件暴露出儿慈会存在内部管理不规范、9958项目操作违规等问题。经进一步调查，儿慈会还存在未按规定的业务范围进行活动、未依法履行信息公开义务等违法情形。依据《中华人民共和国慈善法》《基金会管理条例》等法律法规的有关规定，民政部已对儿慈会作出停止活动三个月的行政处罚，并将其列入社会组织严重违法失信名单。儿慈会相关负责人履职不力、失职失责，民政部已责令儿慈会按程序罢免相关负责人职务，并依规依纪对有关党员失职失责问题进行立案审查。儿慈会副秘书长、9958项目负责人王某涉嫌职务犯罪，经有关监察机关立案调查已移送司法机关处理。

通报还表示，儿慈会停止活动期间，民政部派出工作组采取有力措施，切实维护当前正在接受儿慈会救助的患儿的合法权益。民政部将督促指导儿慈会全面彻底整改，推动儿慈会依法依规开展工作；以案为鉴，举一反三，深入贯彻落实新修改的慈善法，不断完善慈善事业政策法规，全面加强慈善组织和慈善活动的监管和执法工作，推动慈善事业健康发展。(据新华社电 记者高蕾)

## “晒”出来的大市场

# 防晒衣里有“流量密码”

炎炎夏季，防晒衣是很多人的心头好。

云朵凉感、原纱防晒等一众概念走俏市场；从头到脚，从连帽、斗篷等款式到多巴胺配色，防晒穿搭成为夏日潮流。

防晒衣火了，这个产业有多大？艾瑞咨询联合相关品牌发布的数据显示，2023年我国防晒服配市场规模达到742亿元，预计2026年将达958亿元，防晒衣占比将超50%。

消费升级、供给“进阶”、科技赋能……“晒”出来的大市场里，有“流量密码”。

有需求，才有商机——

由“皮肤风衣”发展而来的防晒衣，之所以火爆市场，和防晒需求上升紧密相关。

一方面，大众防晒意识强了。“防晒抗初老”“全年防晒”等话题在社交平台上盛行，不仅有流量，也带火了防晒用品、防晒穿搭，不仅女士防晒，儿童、男士防晒也成为市场新增长点。

另一方面，户外生活方式火了。登山露营、亲子出行、徒步骑行……随着人们越来越多地走向户外，防晒衣有了更丰富的应用场景。满足多样化需求

的新型防晒产品不断涌现，融合时尚元素也成为防晒服饰的“加分项”。

五一前两周，京东平台儿童防晒衣、户外防晒衣成交额环比增长超100%，男士防晒衣、时尚防晒衣成交额环比增长超80%。

不止是服装，“防晒腮红口罩”“冰袖”“脸基尼”等也销量剧增。防晒产品正打破单一季节限制和固化标签，在审美和社交属性方面提供更多价值。

从头到脚“捂”起来，防晒衣也讲科技——

随着先进技术“织”入一丝一布，“千丝万缕”正走向“千变万化”。

比如，相比之前的涂层防晒，近期流行的原纱防晒就是在服装的源头——纱线中加入了防晒因子，制作成面料。这种工艺的加持，既保持了防晒效果，也更加透气舒适。

中国纺织工业联合会有关负责人表示，防晒衣卖的不仅是产品，也是功能，还要主打“科技内核”。不仅防晒，凉感、轻薄、透气、时尚同样是研发的主要方向。

这是材料的变化：凉感面料通过纤维材料组合、加工制造技术等，实现穿着干爽清凉；绿色环保的竹纤维和抗皱

性强的聚酯纤维织在一起，更加透气吸湿、抗菌防皱……

这有制造的变迁：不少品牌在网络上生成3D数字化服装，缩短市场反馈周期，提升开发“爆款”的效率；通过工业互联网，服装、面料拥有“身份证”，柔性生产更普及……

防止以次充好，要在真防晒上下功夫——

市场快速增长，防晒衣品种也是纷繁复杂。有些用概念炒噱头，有些虚标功能，有些打“擦边球”，单衣、外套都当防晒衣。一些消费者也反映，是否真防晒，有时也“傻傻分不清”。

产品好不好，消费者用脚投票。做到真防晒、满足真需求，防晒衣才能从“网红”到“长红”。

这其中，相关部门要进一步完善防晒产品标准体系和检测体系，加强监管；商家要树立诚信经营意识，做好产品；企业也要不断创新，创造高品质供给，回应多样化需求。

用供给“晋级”满足消费升级，“防晒经济”才能健康成长。人们期待着，未来能有更多美“布”胜收，在炎炎夏日，来个清爽出行。(新华社北京6月11日电 记者张辛欣、张晓洁)