

入列后首次 福建舰开展 海上实兵训练

◀ 日前,海军福建舰开展入列后首次海上实兵训练。这是歼-35舰载机弹射起飞。 新华社发



|新闻|纵|深|

力度可控 效率更高

解密福建舰电磁弹射背后的硬核支撑

11月5日,福建舰入列。作为全球首艘采用常规动力电磁弹射技术的航空母舰,福建舰的技术突破标志着中国航母跻身世界前列。电磁弹射系统的优势有哪些?技术背后的支撑是什么?

程中,其他舰载机处于待命状态,这样能保证在最短时间内,让更多舰载机升空作战,构成更大更完善的空中作战体系。

动力足电力强 福建舰“身强体壮”底气足

福建舰还代表了另一项突破:创造了常规动力航母搭载电磁弹射系统的全球先例。

一次性零故障弹射多型舰载机,福建舰如何支撑起舰载机这群靠电磁弹射起降的“电力怪兽”?电磁弹射技术背后的硬核支撑到底是什么?

魏东旭说,大型航母要有效保障和支持电磁弹射器高效率工作,动力系统必须全方位升级。这种动力系统不仅可以福建舰能更快到达任务区域,并且可以针对全舰功能进行更好更稳定地供电。“我认为,这是一个重大的技术突破。”

魏东旭说,无论是雷达搜索还是目标侦察,包括进行电子战,都需要强大而稳定的电力输出,这说明福建舰在设计和制造时,就考虑到了自身电力系统的稳定性和可靠性。

“可以说,全舰动力系统和电力系统进行高度融合和自动化控制,能让航母处于‘身强体壮’的状态。在远洋部署过程中,这也是能打仗、打胜仗的重要本领之一。”魏东旭说。

据央视新闻客户端

弹射效率更高 让更多舰载机快速升空作战

“舰载机弹射起飞的时间只有两秒,但我们为了这一刻坚守了20多年。福建舰一次性零故障弹射了多型舰载机,这在航母弹射技术发展史上是史无前例的。”海军工程大学鲁军勇说。

福建舰电磁弹射系统具有飞机出动率高、准备时间短、弹射系统多、维护性好等显著优势。与蒸汽弹射相比,实现了作战准备时间指数级缩短,舰载机作战半径成倍增加,大幅提升航母综合作战能力。

“电磁弹射器不需要复杂的管道系统,占用航母内部的空间比较少。蒸汽弹射器的弹射力度不可调,可能会导致舰载机机体结构损伤。电磁弹射器会根据舰载机的尺寸、重量,灵活选择弹射力度。”军事评论员魏东旭说。

魏东旭说,拥有了电磁弹射器,舰载机起飞就不需要滑跃的甲板结构。飞行甲板上可以布放更多舰载机,弹射舰载机的过



歼-15DT舰载机在福建舰着舰。
新华社发



空警-600舰载固定翼预警机在福建舰弹射起飞。
新华社发

新华社三亚11月18日电 日前,海军福建舰航母编队组织海上多科目训练。这是福建舰入列后首次海上实兵训练。

任务期间,由福建舰、延安舰、通辽舰等多艘舰艇组成的航母编队,先后开展编队航行、舰机联合搜救、舰载机起降等多个科目训练。舰机联合搜救科目中,编队指挥所下达处置特情后,舰机海空联动、协同配合,快速完成救援任务,推动编队舰载机特情处置和搜救兵力转进流程完善优化,强化了编队应急情况处置能力。歼-35、歼-15T、歼-15DT、空警-600等多型舰载机在福建舰陆续完成多架次弹射起飞和着舰训练,有效检验了福建舰电磁弹射、回收和甲板作业能力,舰机适配性得到进一步验证。

快递“送件上门”如何更好落地?

|民生|观察|

“双11”前后,快递物流迎来高峰。一些地方不少消费者反映,自己明明备注了“送货上门”,却只收到一条取件短信,包裹被直接放进快递柜或快递驿站。

部分快递企业为何不送件上门?如何打通快递配送“最后一百米”,让“送件上门”更好落地?记者就此展开调查。

“‘双11’我在网上买了20斤洗衣液,特意备注要‘送货上门’,结果快递员连电话也不给我打,我只收到驿站发来的取件码。”安徽合肥市民何东新告诉记者,当他联系上快递员时,对方只说“单太多送不过来”,让他自己去拿。

何东新的遭遇,道出了不少消费者的心声。

2024年3月1日起,新修订的《快递市场管理办法》施行,其中规定:经营快递业务的企业未经用户同意,不得代为确认收到快件,不得擅自将快件投递到智能快件箱、快递服务站等快递末端服务设施。然而,擅自将快件投递至驿站或智能柜的现象,依旧屡见不鲜。

记者随机走访了合肥市一家快递驿站。驿站位于某小区门口,货架上堆满了待取的快件。“平日站内每天有1000个左右快件,‘双11’高峰期最多有2000多个。”驿站负责人说,多数快递企业员工都默认将快件放在驿站,再由驿站发送短信通知消费者来领取。

在黑猫投诉平台上,涉及“快递不上门”的相关投诉有近700条,大多集中于“大件不上门”“未提前告知即放驿站”等问题。

消费者有苦水,不少快递员也有苦衷。

“平时一天700多单,‘双11’高峰能超过1000单。”从业8年的快递员刘宇杰说,“我每天忙得脚不沾地,如果每个快件都送上门,根本送不完。”

刘宇杰给记者算了一笔账:送一单才挣0.8元到1元,放驿站每件要扣0.3元至0.5元;虽然放驿站每单少挣了,但同样的时间能多送几单,整体算下来还是更划算。

配送需求信息的传递缺位,也是“上门难”的原因之一。

“消费者的收货需求其实非常多样:有的偏好送货上门,足不出户轻松便利;有的习惯驿站暂存,以此保护个人隐私;还有的消费者需求灵活,有时希望上门投递,有时又需要暂放驿站。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,要是全靠快递员逐一致电确认这些需求,不仅要耗费大量时间,还会增加成本。

“快递上门”“按需投递”既是快递企业的职责,也是企业从“价格内卷”转向“价值竞争”的抓手,更是民生服务中不可或缺的重要环节。

受访人士建议,监管部门、快递企业、电商平台等多方协同,形成合力,破解这一难题。

据新华社