

# 中亚国家市场需求增长催热铁路外贸 “湖北造”车用钢首次搭乘中亚班列出口



11月25日,一列满载50组集装箱卷钢的列车驶出武钢物流工业港区,该货物将出口乌兹别克斯坦。(湖北日报全媒体记者 何宇欣 通讯员 姚瑶 摄)

湖北日报讯(记者胡祚、通讯员苏庆丰、周忠元)11月25日,从中国铁路武汉局集团有限公司武昌车务段获悉,中国宝武武钢集团生产的约2700吨车用钢在武昌东站装车,将前往中亚国家乌兹别克斯坦。铁路部门称,这是湖北制造的车用钢首次搭乘中亚班列出口。

中亚班列是指自中国或经中国发往中亚五国以及西亚、南亚等国家的快速集装箱直达班列,列车编组不少于50车。

铁路部门的统计数据显示,除即将开行的这趟班列外,截至目前,今年从武汉共有16趟班列开往中亚国家,散装和专列累计发车1732车。其中,有9趟专程开往蒙古国乌兰巴托,出口产品均为“湖北造”燃油车和新

能源汽车;有5趟开往乌兹别克斯坦,运输货品主要包括家电、太阳能光伏等生活用品;有2趟前往哈萨克斯坦,运输产品主要包括发电机组、洗衣机、电梯、电冰箱等。

2021年以前,武汉前往中亚地区的货物需求只有几个车皮,它们往往搭乘中欧班列(武汉)前往中亚国家。近年来,湖北与中亚国家货

物往来逐渐有所增加,逐步开行专列直达中亚国家。2021年5月20日,武汉吴家山站开出一列中亚班列,目的地是哈萨克斯坦阿拉木图。

专家表示,武汉开行中亚班列从零起步,逐步攀升至两位数,说明蒙古国、乌兹别克斯坦、哈萨克斯坦等国家市场需求增长为湖北铁路外贸提供了新的动力源。

## 金鹰重工重型轨道车出口塞拉利昂

湖北日报讯(通讯员庞鑫)近日,由位于襄阳市的金鹰重工工程机械股份有限公司(简称“金鹰重工”)自主设计制造的1台GCY-270型重型轨道车完成整备,启程发往青岛港,随后通过海运发往塞拉利昂弗里敦港,用于塞拉利昂境内矿石运输服务。

塞拉利昂共和国位于西非。此次出口的GCY-270型轨道车是金鹰重工的明星产品,深受国内外重型轨道运输市场青睐。金鹰重工作为国内轨道工程装备行业的领军企业,截至目前,累计向全球20多个国家和地区出口产品900余台(套),各国铁路养护作业中不乏金鹰重工的身影。

金鹰重工自主设计制造的重型轨道车出口塞拉利昂。(受访单位供图)



## 设计师创意 AI精准生成 一分钟生成四套建筑效果图

湖北日报讯(记者戴文辉、通讯员冯蕾)输入关键词,只需几秒钟就能生成效果图,如果不满意,可以推倒重来,也能涂抹消除、局部重绘。11月25日,中信建筑设计研究总院有限公司发布“信筑AI”创作平台,为建筑设计师增添数字助手。

一个项目从无到有,设计是第一步,也是最考验设计师创造力和专业水准的环节。设计师要耗费大量时间去做草图渲染、参数设定等工作,很多时间都消耗在反复修改中。借助“信筑AI”创作平台,设计师可以从这种重复性劳动中解放出来。

该平台包含创意广场、灵感生成和模型训练三个板块。在创意广场,设计师们可以将自己的创意拿出来分享、碰撞,产生火花;灵感生成板块分为快速创作和专业模式,支持文生图、图生图,1分钟可以生成4套4K高质量、高清晰度的效果图,供设计师选择、参考;在模型训练板块,设计师可以输入素材集、自动打标签,一键生成自己的风格模型。

“设计师负责决策、方向和思考,AI平台负责执行。”中信设计数字化设计研究中心主任江明说。

“信筑AI”创作平台基于中信设计官方大模型打造。江明表示,这也是该平台的最大优势之一。“在公共建筑、医疗和体育场馆等领域,我们有许多优秀作品。这个庞大的优质数据库,为‘信筑AI’平台提供充分‘养料’。”

目前,该平台已应用于中信设计多个项目,累计生成上万件作品,提升方案设计效率约四成,帮助多个设计团队成功中标。

AI平台功能强大,能不能替代设计师?

中信设计副总经理范天宸认为,AI平台的价值在于设计师的掌握与应用,不能做到完全替代。未来的优秀建筑设计师不仅需要传统美学与空间理解能力,更需学会利用AI提升生产效率,将更多精力投入到创新设计与价值表达中。

武汉理工大学建筑与城乡规划系副主任谢宏杰表示,AI平台对设计师更多的还是一种赋能,也为高校人才培养提供了启发和新的挑战,为建筑专业大学生的职业发展提供了新思路 and 方向。

### 东湖评论

## 把事办好,才经得起明察暗访

□ 湖北日报评论员 周磊

有问题拨打12345,办事情前往政务大厅,这是现实生活中再寻常不过的场景。

近来,多地党政主官密集调研政务服务热线或暗访政务服务窗口。有的走进12345政务服务便民热线话务中心,实地调研检查群众反映的热点民生问题办理情况;有的现场坐班接听便民热线,现场答复、解决群众反映的急难愁盼问题;有的采取“四不两直”方式调研政务服务窗口,详细询问政务窗口接待群众帮办代办情况,彰显出党和政府对民生问题的高度重视。

一根便民热线,就是党群之间的一座连心桥;一个政务大厅,就是

民意诉求的聚集地。电话打得畅不畅通,材料办得顺不顺利,工作人员的服务态度好不好、做事效率高不高,每个人都有直观而深切的感受。这类与老百姓直接相关的政务服务动向,蕴含着以“小切口”撬动民生“大变化”的深层指向。服务窗口矮得不合理、工作人员傲慢得不像话……过去,有些地方的政务服务窗口习惯了“以我为中心”,对办事群众缺少将心比心的服务意识;有的基层办事者高高在上、不善变通,对待群众不上心,处理诉求不用心;有的政府部门遇事绕道走、干事怕麻烦,不愿或不敢与其他相关部门协同破题。这些问题的根源,还是思想水平不过关、工作作风不端正、自身能力不过硬。

有没有真正地“为人民服务”,群众的眼睛是雪亮的;服务效能如何,群众自有评判。民生工程有时并不宏大,就藏在一个个党群互动的小细节里。改革成效是不是如汇报材料所言,服务流程有没有得到进一步优化,老百姓的满意度是不是提升了,难以通过一沓沓总结文件看出来。到最前线去实地调研,或是不打招呼暗访,可以找出作风不实、状态不佳、工作推动不力的人和事等问题,更能看见原生态的一面,听到最真实的声音、获取最有效的信息,为政务服务质量的持续改善疏通障碍。

从“门难进、脸难看、话难听、事难办”为典型特征的官僚主义,到“门好进、脸好看、话好听,事却照样

难办”的笑面官僚主义,再到“门好进、脸好看、话好听、事也好办”的实干主义,这些变化,反映出基层政府部门持续转变作风,真正把老百姓的事当成自己的事在办,也越来越注重群众每一次办事体验。真情实意为老百姓解疑惑、办实事,把自己的角色扮演好,服务态度和质效过硬,任何时候都不怕上级领导明察暗访。

政务服务大厅往往是领导干部走访的重点场所,明察也好、暗访也罢,最终目的并不是要让基层部门“出洋相”,而是通过走访调研发现客观存在的真问题。从民生视角出发,找准服务升级的金钥匙,让政务服务向着更加便捷、高效、优质的方向步步延伸。

### 现场评论

□ 湖北日报评论员 艾丹

一款举重鞋有着“吨位级”的抗压能力,能在挺举瞬间扛住巨大冲击力;一件“鲨鱼皮”比赛服,对短道速滑运动员形成全方位防护;单只仅重99克的“太空跑步鞋”,用于中国宇航员太空健身……近日,在福建晋江安踏982创动空间,参加“闽山闽水物华新——福建建十周年”主题采访活动的全国媒体记者们,对“传统产业改造升级,也能发展新质生产力”有了直观感受。

走进晋江,“一群人、一条心、一件事、一起拼”的创业故事,组合成晋江民营企业家的创业群像。作为全国县域经济“优等生”,晋江市今年上半年地区生产总值1488.67亿元,同比增长8.3%,增速居全国五强县之首。“全球鞋业制造中心”“世界夹克之都”“中国伞都”“中国食品工业强市”“中国纺织产业基地”的亮眼名片,展现了晋江民营经济的澎湃活力。

紧紧咬住实体经济不放,是“晋江经验”最为鲜明的特色。“不论经济发展到什么阶段,实体经济都是我国经济发展、在国际经济竞争中赢得主动的根基”。习近平总书记指出,做实体经济,要实实在在、心无旁骛地做一个主业,这是本分。通过实地走访,受访者深切感受到,“本分”一词,有着非常鲜明的现实意义。“心无旁骛”做实业、做主业,正是防止脱离实际、一拥而上赚“快钱”“热钱”的现象。这对于实体经济发展、民营经济发展,有着强大的指引作用。

今年10月,习近平总书记在福建考察时强调,坚持“两个毫不动摇”,创新发展“晋江经验”,正是要求民营企业把握新时期的发展机遇,推动产业向新、向绿、向智发展,不断塑造民营经济高质量发展新动能。“晋江经验”早已走出晋江,成为县域经济社会发展的系统总结,成为民营经济发展的规律性认识,也成为许多地方发展壮大民营经济的“实战宝典”。

近年来,湖北深入学习贯彻习近平总书记关于民营经济发展的重要讲话和指示批示精神,以控制成本为核心,持续优化营商环境,有力促进了我省民营经济高质量发展。湖北创新型民营企业实力显著增强,国家级专精特新“小巨人”中湖北籍企业总数不断攀升,位居中部前列。以武汉光谷为例,东湖高新区今年共认定光谷瞪羚549家,其中新晋瞪羚173家,产业主要分布在光电子、信息、数字+、生命健康、绿色科技、智能制造五大领域。对于许多正在创新发展中的湖北中小企业而言,如何发挥好湖北科教资源丰富的地域优势,心无旁骛做好自己的主业,将“彼之经验”转化成为“此之实践”,正是我们在改革发展实践中作答的课题。

## 从他山之石到本土之思

### 阅读提要

这类与老百姓直接相关的政务服务动向里,蕴含着以“小切口”撬动民生“大变化”的深层指向。从民生视角出发,找准服务升级的金钥匙,让政务服务向着更加便捷、高效、优质的方向步步延伸。

## 无性别公厕 让服务功能更灵活

□ 李英锋

广州近日就环卫公厕布局规划征求意见,提出对于男女厕位比例不合理、男厕位使用效率不高或有改造需求的公厕,应鼓励改造为无性别公厕,就是厕位男女通用的公厕。(11月25日《扬子晚报》)

由于女性的生理结构等因素,女厕常常出现排队等候的现象。特别是在节假日、大型活动、人流密集的景区商业区等场所,女厕的供需矛盾更加突出。近年来,关于公厕性别比失衡的问题引发了各界广泛关注,一些城市开始探索无性别公厕的改造与推广,为优化公厕厕位供给、缓解女性如厕难探索了可行路径。

针对新建公厕,相关标准已经明确要求增加女厕占比。住建部在2016年发布的《城市公共

厕所设计标准》提出,要将女性厕位与男性厕位的比例提高到3:2,人流量较大地区为2:1。今年8月国家铁路局出台的《铁路旅客车站设计规范》明确女、男厕位比例应为2:1。不少地方性法规或规章也对女厕占比高于男厕作出了具体规定。而对按照旧标准建设的公厕,把部分男厕位改造为无性别公厕,通过提高使用效率,让公厕的服务功能更加灵活。实际上,无性别公厕还能起到第三卫生间的作用,也为父母带孩子如厕提供了更多人性化选择。

当然,无性别公厕的推广也遇到了一些质疑和争议。这提示有关部门,在设计、改造无性别公厕的过程中,一定要充分考虑用户的隐私需求和心理感受,广泛征求民众的意见,保障厕位供给的平衡性、合理性,让用户拥有更好的使用体验。

### 时事绘



## 没羽绒,还能叫羽绒服吗?

寒冬已至,羽绒服、羽绒被等羽绒制品又成为当季热门商品。但一部分“假羽绒制品”却在市场肆意泛滥,如采用“飞丝”冒充羽绒,消费者往往无法直观辨别。作为御寒商品,羽绒服也是民生之需,是老百姓过冬的保暖衣。劣质羽绒服充斥市场,暴露出在一些行业

监管缺位。针对羽绒服以次充好、以假乱真的现象,应在生产、检测、销售多环节进行监督把关,让那些“摸不出来”“看不出来”的劣质品,曝光在监管的“显微镜”下。商家应提高诚信意识和法律意识,不能昧着良心赚黑心钱。(文/艾丹)

漫画王鹏