



十项政策措施促进两岸交流合作

新华社北京4月12日电 应中共中央和习近平总书记邀请,中国国民党主席郑丽文率团于4月7日至12日来大陆参访。习近平总书记会见郑丽文主席并发表重要讲话,为两岸关系发展指明方向。为推动两岸关系和平发展,增进同胞亲情福祉,经商有关部门,中共中央台办授权发布如下政策措施:

一、探索建立国共两党常态化沟通机制。中国共产党、中国国民党将在坚持“九二共识”、反对“台独”的共同政治基

础上,秉持“两岸一家亲”理念,顺应两岸同胞要和平、要发展、要交流、要合作的心声,采取更有力措施积极推动两岸交流交往交融,携手两岸同胞共创中华民族绵长福祉,续写中华民族历史新辉煌。

二、建立国共两党青年双向交流机制化平台。全国青联与国民党青年事务发展委员会定期举办两岸青年交流活动。全国青联等大陆有关单位每年邀请岛内20个青年团组来大陆交流参访。

(下转第2版)

楚超开战,用足球把17座城市的心跳汇在一起



湖北日报评论员

4月12日,黄石奥体中心,“楚超”揭幕战打响。未来8个月里,17支球队,146场主客场对决,800多名来自各行各业的球员,将身披各自城市的战袍,为荣誉而战。这是湖北人用足球重新定义城市认同的集体宣言,也将是荆楚文化在绿茵场上的生动彰显。

(一)

什么是楚超?
2025年,苏超以“比赛第一,友谊第十四”的硬核姿态横空出世,13座江苏城市在绿茵场上演“散装江苏”的荣誉之争。一时间,“苏超”成为现象级IP,赛场爆满。苏超的火爆有其独特的土壤:江苏13市整体实力都很强,是全国唯一一个所有设区市同时进入全国百强城市的“大满贯”省份;“十三太保”的梗文化自带传播基因;各城市势力均强,谁也不服谁。

其中的一些条件,湖北有,但还不完全一样。湖北17个市州,既有武汉这样的国家中心城市,也有恩施、神农架这样的生态功能区;既有襄阳、宜昌这样的省域副中心城市,也有潜江、仙桃、天门这样的直管市。

苏超的成功并不只是源于赛事组织本身,更源于它精准激活了一种早已存在的社会心理——“散装江苏”的自我调侃与城市自豪感的奇妙混合,苏超这个大型装置巧妙、持久地催动了情感共振。

很大程度上讲,湖北并不是去“制造”一个楚超,而是“发现”属于湖北的那个文化能量释放口,识别出那些已经存在于湖北人精神生活中的运动热情、城市竞争心理、周末出游习惯,然后用一个恰当的赛事框架来承载它们、放大它们。

真正看懂楚超对城市认同的凝聚作用、对文旅融合的拉动效应,对群众体育文化需求的深层回应,就能明白这不只是组织一场大规模赛事,更是展示地域性格标签的一个窗口,通过可预期、低门槛、高黏性、强归属的集体文化心理碰撞和体验,通过赋予湖北各地自然景致、人文风情以独特的“剧情”和“舞台”,把分散的“地方性”汇成一种可表达、能共鸣的“整体性”。

(二)

楚超背后有什么?
湖北“七山一水二分田”,自然地理的差异特征较大。神农架最高海拔3000多米,江汉平原的海拔不足50米,这种垂直落差塑造了极为不同的生产方式、居住形态和文化心理。一个恩施土家族的孩子和一个汉口闹市区的孩子,童年记忆里的世界是两种样子。

武汉“两江三镇、隔江鼎立”的独特城市形态,在世界



4月12日晚,2026年湖北省城市足球超级联赛(简称“楚超”)在黄石奥体中心打响揭幕战,黄石队坐镇主场对阵荆州恒隆队,双方1比1战平。比赛中,荆州队62号球员江吟(右)打入楚超历史上首粒进球。(湖北日报全媒体记者 任勇 摄)

大城市中罕见;铁打的襄阳,历史烟云铸就了它的坚韧;宜昌是“三峡门户”,移民、工程、险滩塑造了它的豪迈……每一座城市都有魅力独具的历史线条感。

一个证明是,在哨声响起之前,楚超已经完成了17枚队徽的集结。

一些朋友可能只是扫一眼——哦,收集了不少东西。但如果真看进去了,会发现这压根不是一次简单的展示,而是湖北特质的“豪华全家桶”,是楚超赛事的“灵魂说明书”。

武汉华工科技队的队徽以长江大桥为核心视觉,蓝金配色中,蓝色代表“江城”底色,金色代表荣誉追求。这座桥连接的不仅是长江两岸,更是球队与球迷、过去与未来。

襄阳队的队徽把博物馆镇馆之宝青铜马搬上盾牌,身后是古城墙与城楼。青铜马象征拼搏与速度,古城代表坚守与勇气。这不是简单的文物复刻,而是告诉世人:襄阳足球,有历史可溯,有底气可依。

宜昌队的队徽将江豚、三峡大坝与足球组合,形成生态、工程与体育精神的融合表达。江豚的灵动、大坝的力

量、足球的激情,共同构成宜昌的城市气质。

黄冈队的队徽堪称文化富矿:盾牌上部的骏马和山脉象征“千里跃进大别山”,中部的卷轴承载“千年文脉”的历史记忆,下部的浪花呼应苏东坡“大江东去”的千古绝唱。一枚徽章,浓缩了红色基因、文脉传承与豁达进取。

最接地气的或许是恩施“小土豆”队——身着西兰卡普织锦传统服饰的拟人化小土豆,雄赳赳气昂昂地头球争顶。这个设计既呼应了恩施“世界硒都”的农业特色,又展现了土家儿女的朴实坚韧。

还有潜江的龙虾、仙桃的黄鳝、天门的玉凤、神农架的冷杉……每一枚队徽,都在讲述关于土地、关于传承、关于归属的故事。

人类学家克利福德·格尔茨提出过“地方性知识”的概念——那种无法被普遍规则概括、只能在具体语境中被理解的知识。楚超的17枚队徽,就是17种“地方性知识”的视觉呈现。

通过这些视觉呈现,我们既能感受到参与楚超,大家

相关报道>>>第4版

明星歌手扎堆 城市活力迸发

一夜四场大型演唱会燃动武汉三镇

湖北日报全媒体记者 冯袁玥 甄子萱

4月11日晚,四场大型演唱会在武汉三镇同步举行,各展风采。

谢霆锋在武汉体育中心以摇滚点燃数万粉丝热血,梁静茹于五环体育中心用情歌掀起万人合唱,单依纯在光谷国际网球中心以天籁之音唱响青春,黄誉博在湖北省奥林匹克体育中心体育馆彰显年轻原创态度。

从老牌唱将到新生代实力派,四场明星演唱会同城竞

演,即便在演唱会经济持续火热的当下,亦属罕见。

一座城市一晚能同开四场演唱会,既体现了当前国内情绪价值消费的热潮,又反映出武汉拥有独特的城市设施功能。

春节之后,武汉已相继迎来F·Forever恒星之城、陶喆、草莓音乐节等重点演艺项目,全网一票难求,热度居高不下。

2025年5月,武汉市文化旅游发展大会提出,繁荣演艺经济,打造“演艺之都”。这一目标,如今正一步步转化为实打实的市场规模。

近十万观众雨中嗨唱,商圈酒店人气爆棚

“我喜欢谢霆锋二十多年了,以前他基本在沿海城市开唱,这次居然来武汉了,太惊喜了!”4月11日下午5时许,距离开场还有两个小时,荆州歌迷黄先生便举着应援大旗早早检票,“没想到在家门口就能看上他的演唱会,特别幸福。”

当晚,天空飘着小雨,谢霆锋、梁静茹、单依纯、黄誉博四位歌手同时在武汉开唱。据统计,这晚有近十万来自全国各地的观众购票观看演唱会,冒着小雨激情嗨唱。(下转第5版)

区县新气象

湖北日报全媒体记者 黄璐
通讯员 樊云云 孙琴琴

4月11日,首届“潜江市人才日”暨“校友回归·共建支点”活动启幕。这一天,谐音“思·邀”,既承载着潜江思贤若渴的赤诚,更饱含着让天下英才“扎根潜江、共筑未来”的郑重承诺。

开幕式现场,走上主持台的,不是政府领导,而是王磊博士——鼎龙汇盛新材料有限公司总经理,一位在潜江扎根的高端人才。这个细节,折射出潜江“尊才、爱才、敬才、用才”的鲜明态度:把舞台交给人才,让人才唱主角。

潜江,值得留下

活动现场,5位优秀人才代表登台分享。他们的故事,是这座城市与人才“双向奔赴”的最好见证。

“我用10年证明:家乡的产业,需要我们年轻人回来;家乡的企业,愿意给我们平台和机会;家乡的发展,正让‘返乡就业’从一种选择,变成一种优势、一种潮流。”“人才日”讲台上,潜江东颍制衣设计师邓婉玉的话语掷地有声。她曾在广东虎门打拼三年,2016年因朋友一通电话回到潜江,彼时家乡服装产业还停留在传统代加工阶段。“我是服装设计专业的,返乡就是要补上这块短板。”她带领设计团队扎根生产一线,如今企业每季度选款订单从20万件跃升至70万件,从被动代工走向自主研发。

中国科学院博士王漫,2026年通过人才引进入职潜江市水产技术推广中心。“科研的价值不仅在论文里,更在扎根基层、赋能产业。”她说。正是这份初心,加上潜江从签约到入职、从住房到岗位的暖心政策,让她毅然留下。如今,她主攻“四季有虾”新模式,推动小龙虾从“一季红”向“四季红”转型,助力潜江冲刺千亿龙虾产业。(下转第3版)

潜江首届“人才日”博士当主持 引进尖端人才最高奖一百万元

你的留言已被AI“算”进生产线

海尔在汉设163个直播间,运用AI技术捕捉用户需求



湖北日报全媒体记者 张倩倩 杨干帆
通讯员 兰子君 姚雨泽

去年初,海尔集团首席执行官周云杰的自媒体账号下,一条用户留言引发关注:“想要儿童和大人衣服分开洗。”这条需求很快被推送到研发团队。两个月后,Leader三桶洗衣机上市,两天预售突破5万台,单型号最终销量超40万台,成为中国家电史上的标志性爆款。这个故事,也加速了海尔智家AI直播中心在武汉的落地。

自去年4月起,海尔先后在武汉江汉区越秀国金中心6楼到11楼部署163个直播间,吸纳超1000名主播和运营人员,实时盯着直播间里跳动的数据。在这里,每一个关键词、每一次提问,都可能成为下一款产品的起点。

4月8日,走进海尔智家AI直播中心,大屏上滚动显示着各直播间的互动数、评论数和AI分析结果。“我们不再靠经验‘猜’需求,而是用AI和数据‘算’需求。”海尔智家AI直播中心业务运营总监刘方说。

去年11月,系统在直播间捕捉到高频词“安装”“支架”。团队进一步分析发现,用户真正关心的是“是否包安装、是否配挂架”。而当时大多数电视出厂标配支架,但用户普遍采用挂墙安装,两者存在错位。随后,海尔作出调整,将电视出厂标配改为挂架,带动平台电视份额提升约5个百分点。

海尔为何自建AI直播中心?过去,海尔直播业务多外包,企业虽能看到销量,却难以完整掌握用户消费习惯和全流程反馈。如今,海尔智家正加速从To B向To C转型。“每个直播间背后,都有一个鲜活的用户。他的一言一行、选择和喜好,都是我们最想要的。”刘方说,系统可实时响应用户反馈,快速调整产品和服务。

海尔选择武汉,主要看中成本和人才两大优势。当地

同等水平主播的人力成本约为杭州的七成;同时,武汉高校众多,每年毕业生数量庞大,成为重要人才库。目前团队已从十几人扩张到1000多人,二期交付后将达到1500余人。中心不仅服务海尔智家自身业务,还向制造、物流、售后等子公司赋能。

在这座AI直播中心里,技术创新随处可见。评测直播间中,工作人员会现场拆解产品,让网友直观看到内部结构;两台空调也可在相同条件下实时比拼耗电量和出风口温度。通过AR、VR技术,观众能“看透”产品内部参数。还有户外风格直播间、宠物专场直播间,以及引入滑轨拍摄、画中画、AI人脸识别追踪等技术,让直播更专业、更直观。

目前,海尔智家AI直播中心真人直播时长约10万小时,数字人直播时长约3万小时。刘方表示,团队使用的是“数字克隆人”,形象、声音、说话习惯甚至肢体语言都复刻自真人主播,观众很难分辨真伪。未来,随着AR、VR和数字孪生技术进一步应用,用户足不出户就能像在实体店一样拉开冰箱门、操作洗衣机。