



湖北日报



湖北日报

习近平同老挝人民革命党中央委员会总书记、国家主席通伦就中老建交65周年互致贺电

习近平同佛得角总统内韦斯就中佛建交50周年互致贺电

第3版

错失风口近10年后,它搭上“中国智造”的快车

法国老牌机器人NAO在光谷“起死回生”

追风逐浪看湖北

湖北日报讯(记者李源、张竞恒、通讯员刘雨佳)4月23日,湖北光谷盛创科技有限公司,工程师们正为4台贴有武汉工程大学、武汉理工大学标识的人形机器人进行维保。很难想象,这些身高58厘米的人形机器人,竟是全球机器人教育与科研领域最具辨识度的产品之一,2005年诞生于法国人形机器人“鼻祖”企业阿尔德巴兰。

它叫NAO,曾被称为人形机器人领域的“诺基亚”。遗憾的是,阿尔德巴兰

未能踩准工业人形机器人发展的风口,近年来经营陷入困境。自2018年发布NAO 6以后,阿尔德巴兰已多年没有新产品迭代。

转机出现在去年。2025年7月10日,光谷盛创母公司、深交所上市企业盛创科技全面收购阿尔德巴兰,并将自营的查验、消防、清洁机器人业务,与后者主营的NAO机器人业务打包落户武汉,光谷盛创由此成立。

一个“星途黯淡”的机器人品牌,由

此在光谷重新接上了创新链、产业链和应用链。依托盛创科技在人工智能、多模态感知、机器人控制等领域十多年的积累,光谷盛创在不到半年时间里,已构建起覆盖“感知—决策—执行”的全链路技术闭环,并将垂直行业大模型、人机交互、自主导航、高精度控制等能力持续注入NAO体系。

不仅如此,NAO机器人也已从单一机型扩展为6款不同型号,覆盖儿童启蒙、青少年教育、高校科研、消费体验、康养陪伴等全年龄段需求,“开枝散叶”成为一个机器人家族。

NAO 6在海外的起售价为1.7万美元左右,约合人民币11.5万元。在光谷

人形机器人7S店,NAO 6根据不同配置和应用场景,售价从8万元到12万元不等,基础价格相比海外更实惠,套餐也更灵活,前来咨询选购的顾客络绎不绝。

“如今,NAO机器人已在全球70多个国家售出2万多台。”光谷盛创解决方案负责人王业龙介绍,公司正在研发NAO 7,预计明年可量产。

“NAO不仅是一款机器人,更是全球人形机器人研发的一块‘试验田’。”美国欧道明大学教授海伦·克朗普顿评价。从法国来到中国,NAO完成的不只是品牌的“续航”,更是发展路径的重塑。而中国人形机器人产业加速发展,也正在为全球相关产业提供可借鉴的现实样本。

湖北日报全媒记者 蔡毅

“看不过来!根本看不过来!”守在电脑前的球迷小王被直播间里的赛事矩阵给搞蒙了。4月25日,“楚超”第二轮8场比赛全面打响!本轮比赛不仅有激烈的绿茵对决,更将话题热度推向新高;八大赛区场外整活、互动不断,文旅商贸活力迸发,足球狂欢全面升级,成为荆楚大地周末独有的文旅体育盛事。

本轮焦点赛事,当然是宜昌与武汉的强强对话!作为“全省围剿武汉足球”话题的接棒者,宜昌队扛起武汉的大旗。赛事门票5秒售罄,创造“楚超”门票销售最快纪录!最终,宜昌队以0比0战平武汉华工科技队,不仅成为从武汉队身上抢下积分的第一支队伍,还是保持对阵武汉队“零失球”的首支队伍。“只要能阻击武汉,谁拿第一都可以”的梗,宜昌兑现了!

其余七场比赛同样好看!天门队0比3负于孝感笑傲江湖队,后者完成“接仙女抢分”并取得“楚超”首胜;恩施小土豆队1比4负于黄石队,后者在萌系对战中如愿将“小土豆”削成“土豆片”;咸宁外星人队6比1胜神农架队,前者登顶“楚超”榜首,后者打进队史“楚超”首球;十堰武当队0比0平荆州恒隆队,在“仙凡对决”中双方握手言和;襄阳东风风神队3比0胜随州炎帝队;黄冈队1比1平荆门金龙泉队,“楚超”最“香”对决以平局结束;首轮轮空的潜江小龙虾队1比0胜鄂州临空队,首秀上演绝杀迎首胜。

八场比赛21粒进球,虽不及首轮的24粒进球,但黄石队17岁的黄炎祥在4分钟内连续奉献两粒远射世界波破门,咸宁队何禹宛如梅西附体的进球和队友李磊奉献“贝克汉姆式”的任意球破门,以及神农架队汪去非单骑闯关远射破门,将“楚超”的竞技水准送上新高度!

八大赛区的场外活动,更让球迷津津乐道。各地将地域文化、特色民俗融入赛事氛围,打造出极具荆楚特色的足球嘉年华。襄阳赛区延续首轮高光,8匹“西楚霸王”同款战马现场策马出征,啦啦队激情热舞,浓厚的历史文化氛围与足球热情相融;恩施赛区球迷喊出“土豆不装蒜,上场就开干”的口号,准备土家摔碗酒助威,尽显少数民族的豪迈与热情;潜江赛区首秀,组建300人演艺团队,全场共跳龙灯舞,无人机光影秀点亮夜空,将龙虾之乡的特色尽展无遗,站在自家阳台的“挂票”观众边吃烧烤边加油助威,“烟火气”十足;十堰赛区借力武当文化,以“高人助阵”为球队加油,荆州球迷则身着战国袍远征,用传统文化为球队助威。

场上是针锋相对的对手,场下是守望相助的兄弟。从城市特色助威到全民趣味互动,从激烈绿茵竞技到暖心球迷互动,看球赛、游荆楚、品美食、交朋友,因为“楚超”,每个周末的荆楚文旅消费,出现了燎原的崭新场景!

据统计,“楚超”已连续三个周末成为全国热度排名第二的省级群众足球赛事。越来越多的球迷投身到这场属于湖北人的足球狂欢中!可以预计,接下来的五一假期赛程,将会上演更多精彩的进球、更具人气的操作、更富激情的秀场,“楚超”的魅力,势不可挡!

连续三个周末,热度排名全国第二!一天八场楚超,文旅活力迸发

千名旅客尝鲜武咸“新城快线”

“轨道上的都市圈”加速密织



武咸“新城快线”。(湖北日报全媒记者 陈少哲 摄)

湖北日报全媒记者 戴辉 胡伟 张进 陈少哲 通讯员 李晶晶

4月25日13时,一列崭新银紫相间的智能城际列车装载150多名旅客,从武汉东站平稳驶出,朝着咸宁方向疾驰而去。由此,武咸城际铁路公文化运营的“新城快线”正式开通。据统计,当天有逾千名旅客“尝鲜”。

“得知武咸城铁公文化后非常开心,买了第一趟车的票。”在武汉东至咸宁南S8526次列车2号车厢,18岁的咸宁女孩叶锦秀拎着行李包,与同伴邹雯雯惊喜地打量着宽敞流畅、现代感十足的包厢。“不仅发班密集,票价还只有21元,以后经常会来一场说走就走的旅行。”叶锦秀笑着说。

一旁的湖北铁路集团轨道运营有限公司客运部副部长郑可介绍,武咸“新城快线”采用刷码进站、随到随走、不定席位等“地铁化”运营方式,26日将发班17趟,平均1小时一班,乘客可刷“武汉通”或使用手机乘车码随到随走,极大提升了通勤灵活性。

说话间,列车已抵达贺胜桥东站。“才吃碗热干面,半小时就可到贺胜桥喝汤鸡汤,武汉到咸宁最快40多分钟,从光谷前往咸宁温泉等核心景区,基本

实现1小时通达,将极大便利通勤市民和观光的游客。”郑可说。

45分钟后,列车到达咸宁南站,不少旅客走出车厢后,在炫酷的银紫涂装列车旁拍照留念。郑可介绍,车体以祥云溢彩为主题,采用优雅贵气的紫色为主色调,借取了紫气东来祥瑞如意的美好寓意。此外,车身融入长江标志性生物——江豚的元素,生动展现了江豚跃出水面的灵动姿态,搭配波光粼粼的水花效果,仿佛江豚正在欢快地跃出水面,激起层层浪花,不仅寓意绿色出行,更让旅客感到和谐共生的温馨,为列车赋予了动感与生命活力。

2013年12月,湖北首开武咸城际列车,至今在武汉都市圈已开通武黄、武冈、汉孝、武仙等5条城际列车线路,截至今年一季度,已发送旅客1.7亿人次。2025年4月开始,咸宁市与湖北铁路集团对接洽谈,决定参照武鄂黄黄“新城快线”投资运营模式,采用“政企合作”模式推进武咸城铁公文化改造运营项目建设。

此次武咸线的改造升级,与先前已运营的武鄂黄黄“新城快线”共同织成一张网,标志着以武汉为核心,向东贯通鄂州、黄石、黄冈,向东南连接咸宁的都市圈“半小时通勤网”已初步成形,为区域一体化发展注入了强劲的轨道动力。

蒜鸟~蒜鸟~都不容易? 武汉“蒜鸟”上法庭,这回不能“算了”

湖北日报讯(记者文俊、通讯员杨雨佳)4月23日下午,一场涉及武汉爆款文创IP“蒜鸟”的著作权侵权纠纷案件在湖北省知识产权保护中心(以下简称“保护中心”)公开审理。

“蒜鸟”著作权人控告两家公司在生产与销售过程中侵犯其著作权。该案正值第26个世界知识产权日到来之际,庭审引发广泛关注,现场座无虚席。

“蒜鸟~蒜鸟~都不容易。”这句地道又接地气的武汉方言,源自本土爆款文创IP“蒜鸟”。“蒜鸟”,也被称为“武汉和平鸟”。

该IP取自武汉方言“算了”谐音,以萌趣毛茸公仔为载体,融合武汉方言与地域特色文化,凭借独特的在地创意迅速走红。短短两年,成为现象级武汉本土文创IP。

本案原告为某文化创意有限公司,系“蒜鸟”等7部美术作品的著作权人。原告认为,被告某生产公司生产的、被告某销售公司销售的某系列毛绒玩偶,在整体造型、面部特征及细节上实质性复制了原告作品的独创性表达,形成了“生产—销售”一体化侵权链条。

原告作为深耕武汉方言文创的本土

企业,其自主创作邪鸟达、武汉搞莫聊、武汉一鹅等7件核心美术形象,以及“蒜鸟~蒜鸟~都不容易”专属语音音频,均于2024年10月完成创作并依法完成作品登记,依法享有完整著作权。据此,原告向法院提起诉讼,要求被告立即停止侵权行为、销毁侵权库存产品及生产模具,并连带赔偿经济损失与维权合理开支共计20万元。

庭审过程中,承办法官组织双方对9款玩偶外观设计逐一细致比对,围绕“实质性相似”比对、创作时间先后、被告是否接触原告作品、共同侵权的认定以及

损害赔偿数额等争议焦点展开调查和辩论,案件将结合全案证据择期宣判。

“保护知识产权就是保护创新。”30余名社会公众、企业代表与高校学生旁听了庭审全过程。庭后,主审法官主动走进旁听席,与参与旁听的高校学生展开互动交流,同学们围绕庭审焦点踊跃提问,法官结合案情与法律规定逐一进行了细致解答。

保护中心相关负责人介绍,这是保护中心联合东湖新技术开发区人民法院东湖科学城法庭开展系列活动之一,旨在通过“以案释法”提升社会公众和创新主体的知识产权保护意识。

洪湖岸边 一群鸭子“上岸”之路

湖北日报全媒记者 刘鄂 王艳华 通讯员 李斌 王贝贝 赵诗峻

千百年前,鸭子都是在水里养。

这是常识,更是水乡人家祖辈相传的经验——鸭是水禽,离了水,毛不亮,蛋不下,肉不鲜。洪湖岸边,一口池塘,一片竹筏,一座筒易鸭舍,千百年前都是这副模样。

洪湖,这个传唱了半个多世纪的“浪打浪”之地,正面临着尖锐的悖论:鸭子养活了沿岸百姓,却也用粪便和污水,让这片湖泊渐渐喘不过气了。

“鸭子怎么能离开水呢?”荆州江陵县吴西海,偏要试试这个“不可能”。

“水养”之困

荆州江陵县,地处江汉平原腹地,沟港纵横,湖泊星罗。当地百姓素有蛋鸭养殖的传统,一个筒易鸭舍,一口露天池塘,便是传统“水养”模式的全部家当。

上世纪90年代,养殖1000只鸭子,一年就有近万元收入。丰厚回报像磁石一样吸引着农户,全县养殖户数量最高时约180家,常年存栏蛋鸭约120万羽。洪湖流域的蛋鸭养殖规模,一度逼近千万只。

55岁的吴西海,曾是民办小学老师。2003年,他辞去工作在村边林地承包水塘,买回5000只鸭苗,踏上创业之路。头脑灵活的他靠着贩卖青年鸭,不仅赚到第一

桶金,还带动200多户农户养鸭致富,成立了养殖公司。

可随着养殖规模滚雪球一样扩大,一个沉甸甸的担忧压上心头。

鸭子下水洗毛,在水中排便;养殖场大量含鸭粪的脏污“洗毛水”直排沟渠。两三百只,环境的消纳能力尚能承载;上百万只,洪湖的肌体便开始发出警报。

“再怎么养下去,水毁了,产业也走不远。”吴西海站在池塘边,第一次对这份营生产生了怀疑。

年复一年,传统水养模式的污染不断累积。洪湖的水质悄然下降,总磷超标,蓝藻水华时有发生。那个“浪打浪”的洪湖,那个“四处野鸭和菱藕”的洪湖,在千万只鸭子的欢叫声中,渐渐喘不过气了。

鸭子怎能离开水

一次偶然机会,吴西海在河南开封考察市场时发现,当地的鸭子竟然“不下水”:鸭子平常就在干燥的鸭棚和运动场里活动,产蛋率丝毫没有受影响。

“既然池塘养殖会污染环境,纯旱养是不是能解决问题?”这个念头在他心中生根发芽。2020年,吴西海开始谋划“赶鸭子上岸”。

消息传开,像一颗石子投入平静的湖面。江陵县的其他养殖户纷纷质疑:“鸭子怎么能离开水呢?自古以来,鸭就是水禽,离了水还能活?”(下转第2版)