

奋力实现“双过半”

# 5个月内连登4场顶尖国际展会 长飞“长飞”

■长江日报记者汪甦 冯雪

“2月26日,巴塞罗那,世界移动通信大会;3月4日,利雅得,沙特阿拉伯通信科技与信息技术展览会;3月26日,圣地亚哥,美国光纤通讯展览会;5月14日,科隆,宽带通讯展……”翻开长飞光纤光缆股份有限公司(以下简称“长飞”)高级副总裁周理晶今年的日程安排,紧凑繁忙的行程映入眼帘。

长江日报记者梳理看到,今年以来,长飞在海外展会的参与密度大幅提高,特别是在5个月内连续登4场顶尖国际展会。周理晶说:“上半年我们的飞行距离加起来都快绕地球一圈了,有人开玩笑说,‘长飞长飞,长年飞行’。”

## 亮相展会向世界一流迈进

为何频繁海外参展?周理晶介绍,参展不但是赢得市场关注的“吆喝”,更是主动贴近海外市场,强化国际合作的重要一步。“长飞作为全球最大的光纤预制棒、光纤和光缆生产企业,我们要把长飞产品和品牌最好的一面借助这些展会呈现给全世界。”

据参展工作人员介绍,今年,在参加光纤通信界顶级盛会——世界移动通信大会(MWC 巴塞罗那展)期间,长飞展台被围得“里三层外三层”,“我们接待了一拨又一拨的参观者,签约意向台上的笔几乎没有放下过!”参会人员难掩激动,“我们带来的空分复用光纤、空芯光纤等产品,就像磁铁一样吸引着全球通信业的目光。”

周理晶认为,通过在国际舞台上的一系列精彩亮相,长飞不仅展示了其在光纤通信领域的最新技术成果和创新产品,更通过这一平台与全球顶尖企业、技术权威及未来伙伴深度对话。长飞从“全球第一”向“世界一流”迈进,实力与决心彰显。

## 沿着“一带一路”建厂

而长飞的国际化并未止步于参展。在位于光谷的长飞产业大楼二楼展厅,一张宏大的市场布局图以“一带一路”为核心,海外工厂散发开来,犹如一簇簇跃动的光。

从公司领导层密集的国际飞行日程到各



长飞公司巴塞罗那首秀,海外参会者簇拥在展台前合影。

大洲展会的频频亮相,再到海外工厂接连拓展,光谷光纤正跨越山海,连接到世界每一个角落。

“今年是长飞国际化发展十周年,对于长飞而言,是又一个里程碑式的年份,标志着我们全球化战略的全面加速。在过往岁月里,我们奠定了坚实的技术基础与市场地位,现在,我们比以往任何时候都更加重视‘走出去’的战略布局。”在周理晶看来,每一次海外布局的优化都是长飞在全球通信行业棋盘上落下的一枚枚重要棋子。

自2014年起,长飞的海外之旅从“一带一路”的热带雨林到广阔大陆,印尼到南非,巴西到波兰,在海外城市建厂扩厂,深度参与全球网络基础设施建设。如今,长飞海外员工占比达18.6%,累计生产交付的光纤长度超过10亿芯公里,相当于绕地球近2.5万圈。长飞正编织着一个涵盖全球90多个国家和地区的数字网络梦想,真正意义上成为了一家跨国企业。

## 从中国制造到中国贡献

“我们不仅仅是在扩大业务版图,更是在

全球每个角落播种技术的种子,让长飞的名字与优质、高效、可持续的通信网络建设画上等号。”周理晶分享道,“在巴西,收购百年企业Poliron公司是我们深耕本土的关键一跃。”这不仅让产品线更加多元,更重要的是,长飞成为了拉美市场不可忽视的力量。

据了解,截至2023年末,长飞在菲律宾累计铺设了6500公里的骨干网络,建设基站站点超过1500个,助力相关区域宽带覆盖率由3.4%提升至19%;在印尼,已在50多个城市进行网络敷设,为超过70万户家庭提供服务;在秘鲁,承建了四个省份的国家宽带项目,将为1683个偏远地区城镇带来网络覆盖。

“这不仅仅是为了短期内市场的拓展,更是一场关于技术共享、产业共生的全球叙事。”周理晶表示,通过在海外建立生产基地,长飞不仅提升了当地的工业化水平,更为当地创造了发展新机遇,实现了从“中国制造”到“中国贡献”的深刻转变。

如今,在长飞深耕的光谷这片热土上,上千家光电子信息企业汇聚,它们齐头并进,为加快打造世界级的光电子信息产业集群而奋斗。

# 小伙考研失败搞出“自律神器” 把手机“锁”起来的盒子 卖出30万台

■长江日报记者蔡欣星

考研失败的堵舜,通过创业设计出一款产品帮更多学子考研“上岸”。

这款名为手机定时盒的产品,可以将手机锁在盒子里并设定时间,被网民称为“自律神器”。对产品感兴趣的网民问了许多问题,比如“担心手机被锁后又忍不住想玩,需要再买一把锤子吗?”“想帮老爸戒烟,可以放烟盒进去吗?”“多此一举,手机自带定时锁”……

在讨论和争议声中,手机定时盒推出后已卖出30万台。几天前,一条关于堵舜的视频在某网站上更达到近百万次的播放量。

堵舜在产品的外壳包装上设计了“助你上岸”4个字,但他自己早已放下考研的执念。他的脑袋里有很多奇思妙想去要实现。

## 考研结束当晚决定创业

“要买锤子吗?”这条留言在手机定时盒的产品讨论区吸引不少已购者的回复。有人回答:“还是看自己吧,(这款产品)比较适合需要读书考试的人。”但点赞更高的回答是:“积灰了,已经。”

堵舜喜欢看这些留言,这也符合他设计这款产品的初衷:人不仅分自律和不自律,还有更多人处于两者之间。

堵舜1994年出生于江苏泰州,高考后进入武汉纺织大学学习给排水专业。大学毕业那年,他考入航空公司,差点成为一名飞行员——在国外受训时,他没能通过第二轮实操考核被淘汰。本以为已跌落人生低谷,却没想到还有更低的低谷。回国后,他重整信心决定报考华中科技大学金融硕士研究生。那时,他在武汉租了一间房子,一边打零工赚取生活费一边复习。

枯燥的复习过程中,堵舜总忍不住看手机,他一边埋怨自己的不自律,一边萌生了一个想法:如果有个盒子能把手机锁起来就好了,让自己心无旁骛复习。

那时的堵舜还没有决定创业,也没有想好产品该怎么设计,他唯一想的是要努力“上岸”证明自己,抚平没有考上研究生的伤口。

研究生考试笔试结束当天,堵舜彻底放弃了“上岸”的念头。“跨专业考研的难度太大了,不等分数出来我就知道自己没戏了。”那天晚上,堵舜决定把脑海在手机定时盒的想法实现,特意给一位朋友打电话,试图说服他一起合伙创业。

“我被拒绝了,他并不看好我的创业想法。”从飞行员考核受挫、考研失利到创业想法被否,堵舜接连遭受挫折,这更激起他坚定做出产品的决心。

在完成对需求和销售渠道的思考后,他决定一个人干。父亲拿出10万元积蓄给儿子作为初始资金,让儿子去尝试。父亲说,他始终支持儿子的选择。

艰难迈出创业第一步,仍旧跌跌撞撞。堵舜联系了一家位于徐州的工厂,原定3个月出货的周期却拖了半年。

堵舜决定换其他厂家合作,他选择开车走国道到徐州,只为省下高速公路费。

## 罗振宇团队订购1万台

在第一代手机定时盒的产品说明书上有3行小字,是堵舜感谢的3个人,其中一位是得到APP创始人罗振宇,尽管堵舜与他素未谋面。

决心更换合作工厂的堵舜,知道了产品制作的流程。他找到一个工业设计团队,先设计产品形态,再寻找结构工程师画出来,同时整合制作生产流程。

产品的雏形很快就有了,但要实现量产,就得追加投入。他给自己最好的几个朋友打了电话,详细地告诉对方自己正在做什么,下一步要做什么、需要什么。这一次,朋友被堵舜的真诚

打动,堵舜凑到了37.8万元。

有了钱,产品上市的脚步也加快了。2020年5月7日,第一批产品出货。那天晚上,堵舜把产品视频发到自己粉丝数并不多的社交号上,原本是为纪念这一路的不易有了阶段性成果,却没想到收到了很多私信,众多网民询问购买链接。

还来不及品尝喜悦的滋味,从没干过运营的堵舜要面临开网店,以及解决随之而来的物流、客服问题。一个人什么都干的堵舜,完整地参与了一款产品从设计、生产、销售到售后一整套流程。

“这几年我开着车到处找合作伙伴,一个人在车上常听的就是得到APP里的课程。”堵舜说,他不仅是为了从这些课程里获取信息,也是为自己打气。

罗振宇团队里的一位工作人员联系他要订购1万台产品时,他欣喜又错愕。“我听罗振宇的课程学习如何创业,创业后第一笔大订单又来自罗振宇,这算不算一种闭环。”堵舜打趣说。

堵舜询问过那位工作人员,为什么会订购自己的产品。原来,罗振宇团队里的一位老师在备课时,为了保持专注,使用了手机定时盒锁上手机,并在一次内部会议上提到了这款产品的有趣之处。

后来,罗振宇在自己的节目《启发俱乐部》中提到了手机定时盒,称赞这个产品是“我们这个时代自我塑造的图腾”。手机定时盒也获得了在得到APP商品橱窗售卖的机会。

罗振宇团队的这笔订单不仅成为这款产品打开销路的重要转折点,更让堵舜意识到产品使用场景的丰富性。一位经销商曾告诉堵舜,自己认识的一位作家也在用这款产品,创作小说时他就用它把手机锁起来。

一位网友这样评价这款产品:“一个人的问题是问题,大多数人的问题就变成大多数人的客户需求,也就是市场。”

## 根据客户需求迭代产品

在位于武汉经济技术开发区的一处孵化器园区里,一位女主播拿着一幅马赛克头像拼图做直播预演。这是继手机定时盒之后堵舜推出的第二款产品,上市还不到一个月。

这款产品给堵舜的最大启发就是专利申请和产权保护。至于销路,堵舜说自己有耐心,毕竟脑子里的想法还有很多。

今年初,堵舜将团队搬到了武汉经济技术开发区,理由是这里的租金更便宜,能让更多资金投入产品中。

产品运营官周小洋是最早加入团队的成员之一,他和堵舜是大学同学,曾在一家国企工作。在将自己一年的积蓄投入到堵舜的产品中后,他自己也选择辞职和堵舜一起干。

周小洋说,手机定时盒已累计推出了五代产品,每一次产品迭代都是根据客户需求做出改变:第一代产品锁住手机的时间只能增加,后来就增加了减少时间功能;被锁住的手机无法接听电话,后来就在盒子上设计一个小孔,方便滑动接听电话。

在周小洋看来,有着奇思妙想的堵舜,更难得的是有把想法实现的执行力。

在推出马赛克头像拼图时,堵舜发现市面上的拼图多是单面,于是他开始思考双面拼图的可能性,让拼图的正面图像在完成时,背面的图片也悄然形成,“就像一个惊喜彩蛋”。为此,他前后寻找了5个团队做研发,时间长达一年半。

在推出手机定时盒时,曾有一位粉丝给堵舜留言,可以在自己的平台上为产品带货。这给了堵舜启发,能不能推出一款产品,让自己和所有粉丝共同完成。他说:“有人懂设计,有人了解生产,有人会运营,也许我的下一个产品会这么完成。”

手机定时盒的包装外壳上,标注了商品名称、制造商、产品型号等信息,除了这些,堵舜设计了一个多数人看不到的彩蛋,在股票代码一栏,一行小小的字写着:努力实现中。

(郭淞冰对此文亦有贡献)

# 今年前4个月161家企业参加境外展会96场 武汉企业国际“朋友圈”不断扩容

长江日报讯(记者冯雪)5月29日,长江日报记者从武汉市商务局获悉,今年1—4月,武汉企业参加重点境外展会96场,参展企业161家。“千企百展”出海拓市场,传递出武汉经济和产业“走出去”的强烈信号。

长飞公司所在的光谷,光电子信息产业集群,正在加快打造世界级的光电子信息产业集群。由长飞研发的光纤预制棒、光纤和光缆等产品,连续8年市场份额全球第一。

“此次展示的产品均处行业前沿水平,将为5.5G时代从数据中心短距离传输到超长跨距长距离传输提供各类性能优异的光纤产品和解决方案选择。”世界移动通信大会(2024MWC 巴塞罗那展)上,长飞展台工作人员为大家讲解。远贝®超强超低衰减G.654.E光纤、易贝®超小外径光纤、捷贝®光纤等产品集中亮相,展台被围成里三层外三层,吸引众多业内人士驻足停留。

作为武汉汽车产业链龙头企业的东风公司,近年来也加快出海步伐。

在今年的米兰设计周上,岚图汽车作为唯一受邀参展的中国高端新能源品牌,凭借其i-Cozy概念车,成功吸引了全球目光。“i-Cozy不仅代表了岚图汽车的最新设计理念,更是中国汽车工业发展成果和来自武汉的前沿创新科技的集中体现。”展会现场,岚图汽车工作人员向来自世界各地的观展者介绍。

自2023年2月《武汉市会展业发展专项资金管理办法》发布以来,武汉成为众多规格高、影响力大的“世界级”会议的举办地。

不久前,2024中国光谷·光电子信息产业创新发展大会在光谷盛大开幕,多项国际领先,填补空白的核心成果和技术集中发布。其中,20余项创新成果达到国际领先水平,20余项创新成果跻身国际先行行列,19项成果在国内处于领先地位,俨然成了一场行业内顶尖智慧的“比拼”。

“在一系列高端国际会议的舞台上,武汉企业完成了产品推介向技术分享的转变,将更好融入全球产业链供应链体系,帮助企业‘走

出去’。”全国政协委员、民建中央委员、华中科技大学经济学院教授,博士生导师韩民春进一步说,“这种转变将帮助武汉企业拓展高端‘朋友圈’,提升武汉的国际‘能见度’和美誉度。”

长飞,作为武汉改革开放初期率先引进的合资企业之一,在韩民春看来,转变背后是武汉产业发展、外贸助推产生的强大动力。长期以来,长飞依托光谷光电子信息产业独特优势,已实现了贸易、投资、服务的全面一体化发展。如今,面对广阔的国际市场,加强对外经济技术合作显得尤为关键。通过技术分享、技术合作,实现技术的再创新,将进一步推动企业的自主创新发展,加快企业“走出去”步伐。

韩民春建议,武汉会展业已具备良好的发展基础,未来应构建一个稳定且有力的推进机制,做好会展产业发展的顶层设计,让国际科技创新资源如高端产业、人才、资本汇聚武汉,让武汉成为开放创新的窗口。同时,还应主动承办国家级高端国际会议,大幅度提升武汉在国际的话语权、主导力、竞争力。

# 像研究香水一样研究小龙虾的口味

## 看武汉新晋品牌二次创新破圈

这两年,漫步武汉街头,新式餐饮、咖啡茶饮、艺术空间等领域的武汉本土新晋品牌如雨后春笋般蓬勃生长,在武汉上榜全国十大热门旅游城市的风口上,趁势扬帆。

本土新晋品牌正是城市的新鲜血液,带着对城市的热爱,承载着“新汉派基因”,不断探索、创新,为生活注入活力,为城市的影响力打CALL。

## 用崭新方式输出武汉味儿

武汉天河机场,“创旅优品”6家门店最近同步亮相,给武汉特产提供了全新场域。精武鸭脖、孝感麻糖、手撕武昌鱼、龙须酥、文创黄鹤楼书签等打包进了一个小巧玲珑的登机箱中,“荆楚风味一箱随行”。非遗剪纸、文创虎座鸟架鼓拼图等文创产品分门别类,一目了然。

武昌万象城7楼,真茶屋的百香橙橙格外受欢迎,用料橙子正是来自宜昌的伦晚脐橙。创立于2021年的真茶屋风靡武汉各大高校,目前已拓展80余家门店。

雪松路上的巴厘龙虾,18年来“活得越来越年轻”,目前门店已遍布武汉。这几年,研发了华南游客喜欢的糖醋小龙虾,华东游客最爱的醉虾,为八方客带来一站式的地道体验。

“文化是一个城市最大的不动产。”咸安坊同仁里,一席·茶空间创始人舒畅正营造着有“武汉感觉”的艺术空间。在这里,通过美学场所,以茶为载体,提供一种生活方式,让武汉的艺术融入生活,让生活浸入艺术。

## 品牌创始人有股钻劲儿

新晋品牌的创始人、主理人不断二次创新“武汉元素”,给人们在城市漫游中一个“更爱武汉”的理由。

“我们通过多年做城市IP的经验来赋能武汉本土品牌的创新,”创旅优品负责人金帝子说,通过二次创新,推动老字号更迭产品、品类、设计等,从而焕发新动能,同时,还会自主研发、设计、落地适合当下南来北往旅客需求的武汉新品牌。比如,将荆楚优品打包好,装进行李箱,随手带走,还推出了缀满武汉元素的特产随手包,装的都是小包装云片糕、鸭脖,让旅客通过一个“文创袋”,将武汉美味、文化传播开去。

靓靓蒸虾成立了研发团队,像研究香水一样去研究小龙虾的口味、香型,连虾壳的厚薄、虾肉饱满程度都在不断精进。

真茶屋的创始人谭浪是湖南小伙子,想做一个武汉本土奶茶品牌,去街巷里找“老武汉底蕴”。新店开业以后,一席·茶空间常跟游客交流泡茶要点,给游客留下了武汉“热情、有文化氛围”的好感。

## 武汉新晋品牌稳健“破圈”

一季度武汉全市社会消费品零售总额2056.20亿元,比上年同期增长6.2%。其中,商品零售1948.83亿元,增长6.1%;餐饮收入107.37亿元,增长9.2%。

会花钱的背后,需要品牌实力的支撑。“让武汉本土品牌走得更远,需要全面了解消费者需求,深挖、分析、解锁数据,反馈到上游,推动本土品牌不断迭代,从武汉走向全国。”金帝子建议,在政府部门的指导下,将新晋品牌组织起来进行主题化的头脑风暴,将研发、创意、传播等多维度力量进行集结,搭建城市、品牌与市民对话的桥梁,精进城市品牌。

不少品牌提出了“稳”的规划。他们认为,若想代表城市的新生力量,需要稳健、精耕细作,不能消耗品牌,更不能消耗城市品牌带来的红利。

“我们带着对行业、产品的敬畏之心,哪怕口味的微调也要做到极致。”巴厘龙虾副总裁徐颖颖认为,店里的一块可降解环保桌布都代表着城市形象,“我们要有这种责任意识”。

“我们会精心挑选更多有质感、有匠心的作品,为人们的生活品质、审美不断做加法。”在舒畅看来,城市硬件更新外,软件上可通过人文氛围让大家收获幸福感。

武汉市商务局相关负责人表示,品牌与城市相依共生,讲好武汉新晋品牌故事,以新势力来黏合消费者,有助于城市影响力的再提升。当下,新消费需求明显增长,品牌的转型升级尤为迫切,品牌要学会融入年轻人的语境,站在消费者角度讲好品牌故事。通过一个个品牌可持续的文化传播,推动城市品牌建设,打造具有深厚品牌底蕴兼具创新基因的品牌之都。

(文/孙珺 尹爽 苏楠)



堵舜团队的手机定时盒已累计推出了五代产品(后排从左到右)。前排两个为定制款。  
长江日报  
记者蔡欣星 摄

## 通知书送达公告

下列被征收人、相关权利人,现向你们公告移交江岸区劳动新村片旧城改建房屋征收项目《房屋征收补偿通知书》,请你们自公告之日起3日内持身份证、户口簿等有效证件来武汉市江岸区劳动新村片房屋征收指挥部(地址:武汉市江岸区二七北路17号4楼,联系人:张强,联系电话:18086070703)领取被征收房屋《房屋征收补偿通知书》。逾期未领取的,自公告之日起经过3日即视为移交。

## 江岸区城区改造更新局 2024年5月30日

序号	姓名	被征收房屋坐落	征收编号
1	郑水生(故)	劳动新村一村62号	征补通知书
2	张麦林(故)	江岸区劳动新村一村49号	征补通知书
3	丁志友(故)	江岸区劳动新村一村36号4-2-2	征补通知书
4	段巧云	湖北省武汉市江岸区新村街劳动新村38号3层1室	征补通知书

## 遗失声明 湖北菜鲜鲜食材供应链有

限公司遗失公章、财务章、法人章各一枚。现声明作废。

## 声明

本人黄梦影,现经营金正茂·汉派服装总部5A235A—065B/066B/067/068/068T)商铺,因个人原因商铺保证金收据原件遗失,收据号:JZMSK2021071018,现登报说明遗失作废,由此所产生的一切经济纠纷和法律责任,与武汉正大兴商业营运有限公司无关。