

## 武汉「熊猫」下载量过千万获战略投资

用人工智能帮孩子个性化学习

长江日报(记者李佳 通讯员武经宣)在竞争白热化的AI应用(教育科技)赛道,一款来自武汉的「熊猫在学」APP突出重围,不仅收获超千万下载量,被超8000所大中小学学习者使用,还赢得小米、华为、科大讯飞青睐,获得应用商店奖项与战略投资。3月17日,长江日报记者走进开发该APP的盘达学趣(武汉)科技有限公司。

创始人潘毅是AI创业老兵,从华中科技大学软件学院毕业后,他先后在日本三菱、美国惠普和阿里巴巴任职,手握美国项目管理协会、甲骨文、斯坦福大学多项证书,曾参与多个互联网创业项目,成功打造准「独角兽」企业。

在深圳、杭州闯荡一番后,2019年,潘毅回到家乡武汉创业。当时,他女儿7岁,身边同龄孩子的家长已开启「鸡娃」模式,孩子的课余时间被培训班课程填满,亲子交流也只剩学习。宝爸潘毅决心打造一款陪伴型、全龄段且摒弃「刷题」模式的AI学习产品。

陪学英语的「伙伴」个性十足:侦探Holmes会围绕侦探推理、烧烤失踪案展开对话;作家Lily引导用户共创友情故事;人鱼歌者Yumi鼓励拆解英语歌词;小魔女July则陪伴用户在二次元家园学习。

它们都是自研「小模型聚合行业大模型的AI个性化学习算法」的产物,来自团队AI人格数据库。

潘毅认为,AI时代,下一代教育如果还靠死记硬背,以应试提分为目标的话,是无法与AI竞争的。真正值得珍视的,都被潘毅团队小心呵护。记者看到,每个用户都能自动生成一个「用户成长路线图」,能看到知识掌握度、「习惯值」、「好奇心」等多维度发展曲线。潘毅表示,团队在学习过程中设置数百个隐形激励点,「比如当学习者帮小作家Lily完成故事创作时,其实已经无意识地运用了三种句型」。

潘毅介绍,团队定期邀请亲子用户参与评审,43%的更新功能源自用户建议,角色形象也由用户与平台共创。比如有小用户提议用「今日新学任务」兑换「扭蛋」,经测评,吸引力远超成人设计的积分系统,团队迅速采纳。

潘毅介绍,团队利用AI工具分析社群聊天热词,引导学习者在专属「家园」找搭子,进行多人挑战。后台数据显示,用户自发组建数万个「学习小组」,形成独特的轻社交生态。

更惊喜的是,亲子社交也在增长。去年12月,运营人员发现孩子在「家园」向妈妈表白,妈妈得知后下载APP回复,还主动要和孩子一起学英语,平台让亲子成了同学。这种「去功利化」设计收获市场认可,用户新增月留存率远超行业均值。

用AI设计「熊猫村」的「熊猫侠」都是些什么人?走进企业,钢铁侠、假JellyCat的毛绒玩偶等「大玩具」随处可见。团队26人平均年龄不到28岁,有大学生也有宝妈,不少人自己就是用户。

潘毅介绍,团队秉持共同理念,认为激活个人潜力是个人与企业发展的关键。2023年公司实施股权激励,两位不到30岁的工程师成为股东,第二轮股权激励计划中,「00后」设计师也将成为公司最年轻股东。

寻访武汉AI新势力  
武汉市中小企业发展促进中心联办

## 我市黄金市场消费红火 “小而美”黄金饰品受年轻人追捧

长江日报(记者陈永权)“千金”不远了!3月16日,长江日报记者探访发现,我市多家品牌金店黄金饰品价格突破900元/克关口,再创新高。业内人士表示,黄金消费和投资要根据自身需求和预算来选择。

3月16日,记者走访市内多家金店,周大福、老凤祥、周生生、龙凤珠宝等部分店内足金饰品已经涨到了900元/克到907元/克。一些金店推出了不同程度的满减促销活动,每克减30元到100元不等,引来不少消费者在柜台前挑选购买。

金价一再飙升,销售情况如何?季佳荟百货店一家金店营业员表示,从年初到现在,金价每克涨了100元,“销售没有受太大影响,金银首饰什么时候都有人买”。

金价攀升让投资金条受到越来越多市民青睐。中国农业银行后湖大道支行一位业务经理称:“银行里的金价为720元,比店里的便宜近200元,最近购买金条的客户还不少,现在无货,只能等到明天才能购买。”

国家统计局武汉调查队数据显示,今年以来,我市黄金市场继续火热,小金豆、小克重吊坠、黄金串珠等多类型“小而美”黄金饰品受年轻消费者青睐。1—2月份平均黄金饰品同比上涨36.9%,拉动CPI总指数上涨0.14个百分点。

记者梳理发现,近些年来,黄金首饰价格上涨节奏越来越快。2011年国内黄金饰品价格突破500元/克,2019年突破600元/克,2020年突破700元/克,2023年底突破800元/克,如今突破900元/克大关。金价还能涨多久?业内人士表示,由于受到全球地缘冲突、美联储降息等因素影响,短期内金价可能继续上涨,但高位波动风险加大,需审慎布局资产配置,防范投资风险。

# 新材料让新能源车充一次电多跑一半路

## 武汉企业成果中试获多家锂电厂青睐

长江日报讯 近日,在位于洪山区的湖北珈硅能源科技有限公司(以下简称珈硅能源)中试车间,研发人员正将覆满棕色粉末的铜箔,封装进扣扣大小的电池外壳,再对电池性能进行测试。

“这种棕色粉末叫纳米硅,是我们研发的一种新型锂电池负极材料。它的能量密度是传统石墨负极材料的10倍,可以使同体积或重量的锂电池储存更多电量,能让新能源汽车的行驶里程再增加50%,且充满电只要10分钟。”正在中试车间进行测试的珈硅能源创始人、武汉大学化学与分子科学学院教授金先波介绍,目前团队已攻克了超细纳米硅制备核心技术,在实验室里研发出的“未来电池”正迈向产业化。

硅的能量密度虽大,但此前应用于锂电池却并不完美。“就像吹气球一样。”金先波笑着打了个比方,“硅在充放电过程中会反复膨胀收缩,时间久了就会造成电池‘内伤’,性能下降。”要解决这个难题,要将硅的尺寸缩至纳米级,极致降低体积变化的影响。

“目前,超细纳米硅的宏量制备技术尚属国际空白。”金先波介绍,世界上现在成功批量生产的纳米硅水平为80纳米左右,未达到超细级别(<30纳米),且制备成本高达每吨近百万元,无法在新能源汽车的锂电池上应用。

针对市场需求,金先波和研发团队另辟

蹊径,在实验室内历时多年攻关,创新采用电化学的方法,成功制备出了30纳米以下尺寸的超细硅新材料,制备成本能降低到每吨10万元以下,且不会产生化学污染。

“我国新能源汽车产业发展迅速,目前锂电池所使用的传统石墨负极材料性能已接近天花板。学校鼓励我带着成果走出实验室,进行科技成果转化。”2023年,金先波和武汉大学共同成立珈硅能源,并获得了茅台科创基金的天使投资。

去年,在得知企业有就近开展中试试验的需求后,洪山区协同武汉科技大学青菱创新产业基地免费为其提供了一间1000平方米的厂房。“因为制备新材料,市面上没有标准化的生产设备,我们需要自己动手设计和改装类似装置。”为了调试设备,金先波和团队的2名博士、4名硕士研究生亲力亲为,测数据、搬原料,什么活都干。

“我们现在制备的产量已经从实验室的100克逐步增长到吨级,目前的中试结果还比较理想。”金先波透露,虽然还处于中试阶段,但公司研制的超细纳米硅新材料已引起多家下游锂电池厂家的关注,收到多份合作意向。“如果中试产品性能达标,我们将与厂家合作进行下一步的工业化应用测试,大容量、快充新能源汽车电池将在现实中应用。”

(栾嘉雯 赵浩宇 张泽君)



金先波(右一)带领团队成员做实验。

## 中华美食荟暨湖北服务消费季活动举行

# 逛武汉SKP大道相当于吃遍全国

长江日报讯 “这是卖什么的,怎么排这么长的队?”3月17日,2025年中华美食荟暨湖北服务消费季活动在武汉SKP举行,为期3天的中华美食市集同步开业。在武汉SKP大道上,来来往往的市民游客对来自全国各地的数百种特色美食赞不绝口,不少店铺前都排起了长队。

黄澄澄的油锅炸着类似小面窝的圆圈,酸味香小吃店的张师傅介绍,这是来自湖南省醴陵市的小吃“油火”,原材料是糯米,炸好后会裹上一层糖衣,外酥里糯,香软甜糯。“在我们老家,油火不仅是早餐和‘下午茶’,更代表好客之意,有贵宾临门拜访时主人都会准备满满一锅。”张师傅说,油火必须趁热吃,建议大家趁着市集活动赶快来品尝。

五湖四海的美食齐聚在这条街上,有来自兰州的拉面、厦门的姜母鸭、哈尔滨的锅包肉、新疆的馕、天津的煎饼果子……师傅们头戴大厨师帽,用夹带着乡音的普通话,向武汉市民介绍着每一道传统美食。“在武汉逛这条街相当于吃遍了全国,太划得来了。”小李和她的朋友是趁着樱花季来武汉旅游的学生,没想到刚好赶上美食荟活动。玩累了她们,一边吃着手里的羊肉串,一边排队买冰糖葫芦。

在美食街上继续前行,荆州美食展位上,直径1.8米的大锅相当壮观,3位大厨正在联手烹制当地地标美食——松滋鸡。现场工作

人员告诉记者,他们今天准备了近200只鸡,可供约5000名市民免费品尝。

美食市集不仅让市民们大饱口福,也为武汉食品产业引进了更多优质供应链。黑龙江省齐齐哈尔市龙记珍牛龙牧集团是一家专注于制作新鲜牛肉的企业。现场,他们准备了多份和牛,煎烤好后给市民品尝。“我们的牛肉入口即化,和南方的口感不一样。”该企业销售经理刘湘说,借助这次机会,有不少食品从业者“吃中了”这种牛肉,后期可能会在武汉商超上架或者直接开直营店。

如果要问中华美食荟上的哪种美食最贵,来自湖北宜昌的一款鱼子酱可能是最有竞争力的产品。根据工作人员的介绍,一块用20年鲟鱼的鱼子来制作的鱼子酱,在国内的价格能够卖到每公斤6.8万元。为了让更多人了解这道美味,工作人员用饼干夹住鱼子酱,供市民品尝。“今年,我们可能会在武汉售卖一款鱼子酱冰淇淋,欢迎大家关注。”她说。

本次市集活动将持续至3月19日,来自武汉、襄阳、宜昌等17个市州的68家企业准备好了“看家本领”,向远道而来的游客介绍湖北美食。此外,新疆烤包子、成都赖汤圆、潮汕牛肉丸、东北锅包肉等来自全国19个省市(自治区)的50家中华美食企业也欢迎武汉市民前来打卡品尝。

(雷心蕊 李巍)



外地游客在SKP大道品尝热干面。

肖僖 摄

## 潮流数码配件品牌在汉开首店

# 500元的手机壳开业首日卖出500个

长江日报讯(记者吴曦)越来越多武汉年轻消费者愿意为“情绪价值”买单。前不久,一家名为Casetify的知名潮流3C数码配件品牌在武汉开设华中首店,平均单价500元左右的手机壳,开业首日即卖出约500个。

长江日报记者调查发现,Casetify品牌成立于中国香港,此前已在上海、北京、杭州、深圳、成都、广州等地布局,主打手机壳、手机挂链、笔记本保护壳等产品,因为被大批娱乐明星使用,并与知名IP、艺术家推出联名款,逐渐打响知名度,形成高端化品牌形象。

今年初,Casetify开业前夕,不少本地网友发帖:“期盼已久,没想到真的来武汉了!”“都开到家门口了,必须去体验体验,兴许一冲动就入手一个!”

“开业前几天,每天都有很多人来‘打卡’。现在一到周末,进店人数也很多。特别是武汉城市限定系列的反响很热烈。”日

前,记者走进位于武商MALL的Casetify门店,店内显眼处摆放着多款带着武汉元素在手机壳上,比如樱花、黄鹤楼、长江大桥等被刻在手机壳上,显得精美别致,单个价格均在500元左右。销售人员介绍:“这些是我们联合武汉本土设计师打造的武汉城市限定系列,只在武汉线下门店发售。”

“之前来逛过一次,忍住了没有买,今天还是决定买一个。”记者在店内采访时,正好看到一位女性顾客进店,经过反复对比、试用,最终选中了一款500多元的手机壳。她表示:“贵是贵了点,但是质量不错,最重要的是确实好看啊。”

均价500元的手机壳,是哪些人群在购买?“年轻群体居多,女性占比相对更高。我们卖的不仅是一个手机壳,更多的是情绪价值。”这名销售人员表示,一般进店买了第一个手机壳的人,往往还会再买第二个、第三个……

各大社交平台上,关于Casetify的讨论不少。其中一位网友分析认为:“Casetify拉近了用户与艺术作品、喜欢的明星、买不起或买不到的品牌、认可的理念之间的距离。而且,手机的使用场景频繁,顺带着让手机壳也可以被经常展示,在愉悦身心的同时也可以向外界传达态度和品位。”

在武汉读大学的黄同学告诉记者,自己曾经和家人去香港旅游时买过一款。在她看来,“现在的年轻人都喜欢‘奖励自己一下’,毕竟‘千金难买我开心’。但也只是偶尔会冲动一下,平常还是会根据性价比来买东西”。

《2024中国青年消费趋势报告》显示,近三成年轻人愿意为“情绪价值”买单,从看重实用属性到更在意情绪价值、追求独特审美,青年群体的消费观念正在逐步转变。

右图:消费者在casetify店内选购手机壳。 长江日报记者吴曦 摄



讲文明 树新风  
长江日报公益广告

# 社会主义核心价值观

富强 民主 文明 和谐 | 自由 平等 公正 法治 | 爱国 敬业 诚信 友善