

习近平就缅甸遭受地震灾害向缅甸领导人敏昂莱致慰问电

新华社北京3月29日电 3月29日，国家主席习近平就缅甸遭受地震灾害向缅甸领导人敏昂莱致慰问电。

习近平表示，惊悉缅甸遭受强烈地震灾害，造成重大人员伤亡和财产损失。我谨代表中国政府和中国人民，对遇难者表示深切哀悼，向遇难者家属、受伤人员和灾区民众致以诚挚慰问。

中国和缅甸是同甘共苦的命运共同体，两国人民胞波情谊深厚。中方愿向缅甸提供需要的帮助，支持灾区人民早日战胜灾害、重建家园。

同日，国务院总理李强就缅甸遭受地震灾害向敏昂莱致慰问电。

聚力建支点 夺取开门红

长江日报讯(记者李琴 通讯员张希为)近日，长江日报记者获悉，九峰山实验室最新推出国内首个100纳米硅基氮化镓商用PDK(工艺设计套件)，让芯片设计师像“搭积木”一样快速开发芯片成为现实。

PDK是半导体制造中不可或缺的工具包。它为芯片设计者提供工艺参数、器件模型、设计规则等关键信息，快速实现从电路设计到实际制造的转化，是连接芯片设计与制造的“桥梁”。

“如果说芯片电路设计工程师是搭建积木的人，我们的PDK平台则相当于提供了一套‘智能工具包’，它会将每个基础模块加工成工程师想要的形状，还能让芯片更小巧、更精致，无论你是搭城堡还是赛车，都可以从中找到所需的套件。”九峰山实验室研究中心无线领域首席专家吴畅说。

作为第三代化合物半导体材料的代表，氮化镓凭借其高频率、高功率和高效率的特性，已在无线通信、卫星通信、雷达与导航、智慧医疗等领域得到广泛应用。以消费电子为例，小巧高效的氮化镓充电器让手机、笔记本电脑等设备充电速度大幅提升的同时体积变小。

“过去设计一款氮化镓芯片，如同闭眼走迷宫。现在有了PDK，就相当于给设计师配上了导航仪。”吴畅介绍，随着人们对高速度、低延迟通信需求的急剧增长，市场对高性能氮化镓器件的需求显著提升。作为全球第二个、国内首个商用方案，九峰山实验室推出的PDK兼具高性能、低成本和小体积的优势，为氮化镓器件的大规模市场化应用打牢了基础，目前已有不少客户来寻求合作。

九峰山实验室还同步发布了其在氮化镓领域取得的一系列突破成果——在材料方面，全球首创8英寸硅基氮极性氮化镓衬底，保证氮化镓高性能的同时，又兼具硅基的低成本，“让科研院校、企业都用得起”；应用方面，基于自主研发的氮化镓，20米远距无线传输能量，让无人机实现空中无线充电。

“连续挑了几个硬骨头在啃。”吴畅感慨，两年来，团队一直专注氮化镓材料的研究，锚定多个方向同步推进，才能在近期实现密集突破。后续还将有新的成果相继推出。

无需申请

惠企政策资金

12小时内到账

长江日报讯(记者李佳 通讯员武经宣 田寅骏)“这笔奖励资金精准灌溉成长中的中小企业，相较企业庞大的研发支出虽然不算多，但既给出了温度，也给出了速度。”3月28日，武汉滨会生物科技股份有限公司(以下简称滨会生物)鲁惠萍看到刚到账的政府奖励资金感慨。

就在这几天，“2025年市级中小企业专精特新成长奖励资金”正陆续发放。这是今年全市首个通过“一站直通”公告并实现兑付的项目，企业反馈，从提供账户到钱到账，不到12小时。

在“武汉市企业服务一站直通”平台上，企业以“免申即享”“快申快享”方式，即可获得30万元到50万元不等的奖励资金。

鲁惠萍介绍，国家专精特新“小巨人”企业滨会生物正在开发的Ⅰ类抗肿瘤新药，围绕溶瘤病毒展开，旨在通过基因工程改造病毒，使其选择性感染并杀死肿瘤细胞，同时激活免疫系统对抗肿瘤，这也是全球首个以Ⅱ型单纯疱疹病毒为载体的溶瘤病毒药物。

“企业在武汉深耕了15年，目前，创新研究、临床试验到产品生产整个产业链正在逐步贯通。”鲁惠萍说，其主打产品OH2注射液已进入关键性Ⅲ期临床试验阶段，显示出良好的安全性和疗效，但研发投入还在不断加大，“这个时候，来自政府的支持非常熨帖，企业的每个创新突破都能获得及时的制度响应，政府作为陪伴者，始终与创新者并肩前行”。

在采访中，多位拿到这笔奖励资金的企业相关负责人介绍，从“你申报我审批”到“我匹配你确认”，“等着你(政府)给钱，到你悄悄‘塞钱’，政府服务越来越‘无感’，企业就会越来越有‘体感’”。

据了解，根据市委、市政府部署要求，市财政、数据、经信等部门单位积极行动，运用全市“一站直通”平台，推动惠企政策资金“免申即享、即申即享、直达快享”。市经信局负责的市级中小企业专精特新成长奖励资金，成为今年首个“吃螃蟹”的项目。

导读

戴上“头盔”

就能看清大脑

新天工开物

[2版]

“半个文艺圈来了” 武汉全城晒满房

■长江日报记者黄丽娟

这个春天，武汉樱花季旅游正酣，演艺市场也迎来火爆一幕。

“跑男”新一季首站录制热度尚未消散，刀郎等三场明星演唱会本周末同步开唱。接下来，众多文艺界主流唱将纷纷来汉演出，多场音乐节将在汉举行……有网友笑称，“半个文艺圈都来武汉了”。

3月29日至30日，刀郎武汉演唱会火爆开唱，叠加樱花盛景，全城酒店“满房”海报刷屏朋友圈。携程数据显示，武汉体育中心周边酒店预订量环比激增550%，光谷、沌口等区域一房难求。

武汉系列“文旅+演艺”的完美联动，不仅点燃了文旅消费热潮，更成为武汉打造一流“演艺之都”、培育文化旅游业成为支柱产业的生动注脚，将有力提升武汉文化旅游业竞争力、影响力。

预订量增长超550% 演唱会带动全城“满房”

3月29日、30日晚，刀郎武汉演唱会开唱。在大麦网上，想看人数高达77.4万人。3月14日晚，刀郎两场演唱会门票开抢之后，全部售罄，足见武汉演出市场的强大吸引力。

受刀郎武汉演唱会的强力带动，周边酒店预订量暴涨。携程旅游平台数据显示，3月29—30日，武汉体育中心所在的商圈整体酒店预订量环比前一周增长超550%，多家酒店房间被预订一空。武汉合和客舍酒店、武汉保和皇冠假日酒店、武汉经开希尔顿欢朋酒店、武汉沌口辉盛名致服务公寓均晒出“满房”海报，彰显此次演唱会强大的“引流”效应。“这个周末，酒店都是满房状态，有来自全国各地的赏樱客、商务客人。其中一拨是为刀郎演唱会而来的外地歌迷。”武汉车都金盾大酒店相关负责人介绍，外地歌迷通常会入住2到3天，入住后大都会咨询东湖樱花园



3月29日，晴川假日酒店迎来年度樱花盛景，众多游客前来拍照打卡。

长江日报记者史伟 摄

怎么去、周边好玩的景区，这无疑为武汉的旅游市场注入了新的活力。

3月29日晚，苏醒演唱会、雅MIYAVI演唱会同日在汉开唱，“满房”效应蔓延全城。武汉光谷金盾大酒店宣传负责人介绍，28日晚一口气订出80间房，“既有赏樱客，也

有刀郎歌迷”。从3月28日起，武汉新世界酒店、武汉光谷希尔顿酒店、武汉玛雅嘉途酒店等众多酒店持续晒出满房海报。去哪儿网数据显示，本周末，武汉酒店预订量环比上周增长三成。

(下转第三版)

市政府党组深入贯彻中央八项规定精神学习教育读书班举行集体学习研讨 扎实推动全市政府系统学习教育走深走实

长江日报讯(记者钟馨如)3月29日，市政府党组深入贯彻中央八项规定精神学习教育读书班举行集体学习研讨。市委副书记、市长、市政府党组书记盛阅春主持并作读书班小结。

市政府班子成员围绕学习贯彻习近平总书记关于加强党的作风建设的论述和中央八项规定及其实施细则精神，结合个人思想和工作实际，交流了学习心得体会。

盛阅春指出，本次学习教育读书班开班以来，大家态度认真、学习深入、检视深刻，对开展深入贯彻中央八项规定精

神学习教育重要意义的认识更加深刻，对作风建设核心要义和实践要求的理解更加全面，对在遵规守纪中改革创新干事创业的行动更加坚定。全市政府系统领导干部要进一步提高政治站位，切实在贯彻落实中央八项规定及其实施细则精神上当好引领者、践行者，一体推进学查改，以实际行动引领学习教育走深走实。

盛阅春强调，要把学习教育成果转化为对党忠诚的政治品格，更加深刻领悟“两个确立”的决定性意义，坚决做到“两

粉色“蒜鸟”、黄鹤楼夜光冰箱贴……樱花文创爆款频出

游客把武汉“春日限定”带回家

相约春天赏樱花

长江日报讯 “大蒜”头、圆滚滚的身子、呆萌的表情，捏一捏它的肚子，就能奶声奶气地说出武汉方言“蒜鸟，蒜鸟(算了，算了)”。这个月，武汉毛绒文创产品“蒜鸟”换上粉色新装，现身街头巷尾的樱花树下。

3月11日，樱花版“蒜鸟”上线首日，武汉礼物天河机场店、昙华林店等多家门店便迅速售罄。许多外地游客纷纷打电话询问是否可以线上购买。

3月，武汉满城樱花绽放，游客乘兴而来，为了将“春日限定”美景更好地留存下来，樱花文创产品成了外地游客与家人分享这趟樱花之旅的“信物”。

在黄鹤楼、昙华林、江汉路的文创店内，樱花书签、樱花古韵旋转灯、樱花香氛礼盒等樱花主题文创美不胜收。

白鹤衔樱流光溢彩，夜樱环绕的黄鹤楼由年初的深蓝转为粉色。“今年春节，黄鹤楼夜光冰箱贴全网爆火，目前已销5万套。”悦礼文创项目负责人卢正杰介绍，为樱花季设计推出的樱花色黄鹤楼夜光冰箱贴，仅预售阶段就收到1300多套订单。

“正因樱花美丽花期短暂，所以更想留住它的美。”短短3天旅程，上海游客王女士每到一处景点就购买带有地标款式的樱花文创产品。“日后看到这些文创产品，就能回想起这段城市与花浪漫‘绑定’的记忆。”

变“粉”的文创大多与城市地标、城市美食相关。霸王茶姬推出湖北限定冰箱贴，樱花花瓣流转间，见证巴公房子的悠久历史；武汉天地文创店推出粉色的樱花热干面挂件，被网友笑称“热干粉”。依托武汉丰富的历史文化底蕴，结合樱花元素，设计师们充分发挥想象力。

“每件文创都是微型生态剧场。”堤角公园樱花市集负责人柳晓燕说，今年公园研发的樱花文创产品有15种，其中卖得最火的就是流沙冰箱贴，“平均每天卖出上百个”。

在昙华林楚汉造物店里，专为武汉樱花季设计的“樱你

而美”文创系列产品摆在进门最醒目的位置。团团樱花簇拥着黄鹤楼的图样，印在粉色系的水杯、笔记本、随身镜等文创产品上，显得十分精美。

“可以‘下雪’的流沙款、夜光透视款、AR裸眼3D款，樱花季文创产品工艺越来越‘卷’。”楚汉造物负责人石秀介绍，店内即将上新的一款伴随樱花花瓣飘落极速飞驰的高铁从黄鹤楼下穿行的冰箱贴，工艺团队光打磨就花了几个月。“现在很多游客到店内会对着产品拍照照图，确认这是独家销售的原创设计后，才会放心购买，这就要求设计师一定要打造精品。”

买上几款心仪的“周边”小物件，打卡特色景点拍照，几乎成了当下旅游的“标配”。从在浙江绍兴找鲁迅玩偶，到去甘肃寻呆萌的“马踏飞燕”，好的创意能“带火”一座城。

“很多人在前期做旅游攻略的时候，就把能带回家的文创产品算在内了。”安徽游客王先生特意给家中的女儿带了一只樱花版“蒜鸟”，“樱花季限定款文创在武汉畅销，应该是游客对精品产品、文化创意和城市印象的追求”。

“‘文创’首先一定要有文化积淀和文化内涵，讲好产品的文化故事，再结合市场逻辑和消费者去做创新开发。”石秀说。

“爆款文创”如何长红，还得真正树立起独特的IP形象。3月28日，武汉礼物文旅产业有限公司在徐东商圈推出为期半个月的“蒜鸟”快闪店。快闪店摆放近300款樱花主题文创品，并设置“蒜鸟”美陈场景、“蒜鸟树”、“蒜鸟巴士”等互动装置，准备将“蒜鸟”打造成武汉更具知名度的品牌。

樱花文创产品的“破圈”，部分是因游客寻“爆款文创”而对武汉城市本身产生了强烈好奇，从“逛景区顺便看看文创”，逐渐变成“为了买到心仪的文创产品而跑遍景点，甚至专门去店铺购买”。

从变“粉”的毛绒玩具、笔记本、冰箱贴等单个产品，到与旅游景点合作推出樱花季系列玩法、创意市集，“以爆款带长尾”的文创生态链正赋予武汉文旅发展新的生命力。

(栾嘉雯)



游客选购楚汉造物店樱花季文创产品。

快速路兴城大道能否打开路口通行？马路现场会出招

[2版]