

## 全球最大规格光纤预制棒在汉发布

# 两根光棒拉丝长度可绕地球一圈

长江日报(通讯员杜佳琦 记者陈智)近日,烽火通信旗下武汉烽火锐拓科技有限公司发布全球最大规格光纤预制棒(以下简称光棒),该产品直径0.3米、长度3.5米,单根可连续拉丝长达2万公里,两根光棒拉出的光纤相加,可绕地球一圈,刷新光棒规格世界纪录。这标志着我国在超大规格光棒领域实现完全自主研发,掌握了核心话语权,巩固了我国在全球光纤光缆行业的领先地位,为我国光通信产业参与全球竞争奠定了坚实基础。

光棒是光纤生产的核心原材料,被业内称为光通信产业的“芯片”,占据产业链约70%的利润,其尺寸直接决定单次拉丝产量——光棒越大、成本越低、生产效率越高。

2024年,烽火通信紧跟国家战略导向与行业发展大势,组建先锋项目团队,由深耕光纤行业数十年的专家牵头,联动全国上下游配套企业协同攻关,潜心钻研、反复迭代验证,成功突破多项行业技术瓶颈,最终打造出这款超大规格光棒。

当前,全球超算力中心与数据中心集群加速落地,海量数据高速交互对光网络提出了更高要求。该产品面市后,将显著降低光纤生产成本,大幅提升生产效率,缓解全球光纤市场的供需矛盾。

烽火通信是我国光通信领域的开创者与主力军,曾拉出中国第一根实用化石英光纤。近年来,公司在前沿光纤领域频频布局,推出的新一代空芯反谐振光纤降低传输时延31%,新一代多模光纤、6912芯超大芯数光缆等产品,解决当前AI算力传输瓶颈。

上个月,烽火通信完成对烽火藤仓公司40%少数股东股权受让,使其成为全资子公司,企业名称同步变更为武汉烽火光纤有限公司。未来,烽火通信将依托烽火光纤,持续加大对G.654.E、超强耐辐照光纤等高端产品的研发投入,在光棒、光纤、光缆全产业链实现自主可控。

此前,烽火通信发布的ESG(环境、社会和公司治理)报告显示,2025年,公司研发投入31.58亿元,占当期营业收入12.67%;公司现有1.34万名员工中,研发人员达6045人,占比45.08%,累计拥有有效专利授权4188项。

烽火通信相关负责人表示,未来将以创新为核心驱动力,持续深耕光通信核心技术研发,依托自身技术优势与产业影响力,不断为我国光通信产业自主可控、安全高效发展筑牢根基,全力推动我国从光通信大国向光通信强国稳步跨越。

右图:烽火通信发布全球最大规格光棒。



## 旭东瓜子: 这口武汉香, 真的“嗑”到了

长江日报(记者侯钰倩 实习生蒋甜甜)每个来武汉的游客,都有与江城结缘的方式,一碗热干面,或是一份小龙虾。今年,旭东百里挑一武汉味道瓜子伴手礼盒,在武汉十大伴手礼评选中脱颖而出。游客多了一个新选择——嗑旭东瓜子,与江城组CP。

数据显示,旭东食品整体销售额已突破10亿元,稳居休闲炒货类前列。让人意外的是,这样爆火的网红品牌,竟是武汉青山土生土长的老牌企业。深耕行业41年,旭东几乎不布局线下零售门店,仅在厂区设有一处体验店,形成“墙内开花墙外香”的格局。

如今炒货行业竞争愈发激烈,葵花子作为品类最大赛道,众多品牌扎堆入局,口味、包装同质化严重,价格战更是不断压缩行业利润空间。旭东瓜子将发展重心聚焦自身深耕多年的西瓜子、南瓜子两大细分品类,旭东瓜子市场部总监孙健直言“只做自己擅长的,把这条赛道跑深跑透”。随着近年来短视频带货的兴起,旭东瓜子进军电商,在抖音瓜子热卖榜单中,话梅味西瓜子常年领跑,南瓜子品类也稳步成长为品牌第二增长曲线。

今年入选武汉十大伴手礼的旭东瓜子礼盒,将四款经典人气口味一次性囊括,分别是五香味葵花子、五香味红瓜子、话梅味西瓜子、椒盐黑金刚南瓜子。

其中百年五香味极具武汉地域底蕴,爆款话梅味西瓜子则精准瞄准市场差异,将瓜子粒型从大片调整为中片,更适口,通过大范围免费试吃等活动快速打开市场,成为出圈单品。

礼盒包装上“蛮有味,蛮过瘾,蛮地道,蛮好吃”四句地道武汉方言,满满江城特色,让外地游客收下一盒瓜子,便能感受到武汉的烟火与城市气质,成为自带记忆点的城市伴手礼。

据悉,旭东瓜子礼盒将于5月中旬在武汉礼物专卖店上市。



旭东瓜子销售火爆。

## 世界骑行运动最高赛场 汉产码表登上



“IGPSPORT 迹驰”赞助的安盟-FDJ车队。

长江日报记者覃柳伟

2012年,喜欢户外运动的杨小清在武汉创业卖户外用品。如今公司主打三个产品:码表、智能车灯、智能手表。这些不起眼的小产品,却在去年卖了3个亿,销往50多个国家和地区。

近日,杨小清和长江日报记者讲述了他的“出海”故事。

时间回到14年前。那时,杨小清刚离职,靠骑行放松心情,却被一块小小的码表“劝退”。

码表如手机大小,安装在自行车上,用于记录和显示骑行速度、里程、时间等数据。高端码表还带有导航、功率训练、爬坡规划等功能。

“那时候,运动自行车一两千元,国外产的码表居然也要一千多元。”杨小清想寻一个国产品牌,结果发现这一领域国内还是空白。

“我把国外码表拆开一看,发现这东西我们也能做啊。”杨小清毕业于华中科技大学光电学院,他又找到两位大学同班同学,一起投身骑行装备赛道。

2013年,第一款黑白屏码表诞生。

产品有了,如何把产品卖出去?3人开起了淘宝店,订单虽不多,但给了团队信心。他们开始迭代产品,跑武汉的自行车实体店上门推销。国内市场刚有起色,杨小清就将目光投向海外。公司国际业务部总经理邓阳说,起初,他们走的是贴牌路线,为巴西、捷克的码表品牌做代工。

与他们合作的海外品牌中有不少头部企业。从原材料采购到生产流程管控,这些品牌的流程体系都很标准,对产品的要求也更严苛。合作中,他们的产品质量经受了考验。

2018年,他们决定带着自己的产品进军欧洲市场。“外国人对中国品牌一开始也有顾虑,认为便宜的产品价格没保证,我们只能靠产品说话——同水平的产品,我们的功能更强,续航时间更长,价格也更低。”邓阳说。

一年多后,公司品牌“IGPSPORT 迹驰”码表已在西班牙500余家自行车店进行销售,线上销售也保持增长。

拿下西班牙市场后,他们开始进军法国、德国等欧洲国家,一步步打开欧洲市场。

码表虽小,但“出海”遇到的问题也不少。

比如语言问题,“码表里的专业术语太多了,我们最初用谷歌翻译,发现不行。又发给经销商校对,但效率太低。”邓阳说,后来,公司先后招聘了日语、韩语、西班牙语等小语种销售,将专业术语做成了字库。

为了在海外推广产品,他们起初的宣传视频都在国内拍摄,由中国人出镜,效果很一般。后来,他们与海外骑行博主合作,扩大了产品影响力。

2021年,为更好地做好售后服务,摆脱对经销商的依赖。公司决定,直接对接消费者。这一年,公司砍掉国内线上经销商,上线品牌直营店铺。2022年,公司又在亚马逊、速卖通等国外购物平台上线官方店铺。

2023年,公司又推出智能车灯;2024年,公司上线专业运动手表,面向骑行、跑步等专业运动场景。

去年11月,公司品牌“IGPSPORT 迹驰”签约法国世界巡回赛大环车队——安盟-FDJ车队,登上了世界骑行运动的最高舞台。

“去年,公司产品卖了100多万台,销售额破3亿元。”杨小清说,经过14年的发展,公司产品已销往50多个国家和地区。

长江日报记者张衡  
通讯员王佩玺 王琴

经营企业难,还是经营村湾难?

面对长江日报记者的提问,谢巍说,企业有甲方和乙方,在村里只有一个甲方,就是村里的乡亲。村民的认可,是最有价值的回报。

44岁的谢巍是蔡甸玉贤街道合贤村村支书,2021年,他将自己一手创办、年营业额8000万元的物流公司交由股东管理,回到从小生长的故乡乡村,并当选为村支书。

4年间,他像经营企业一样经营村湾,带领村民盘活闲置房屋、粮库等8处闲置资产及700亩闲置土地,集体年收入从零到50万元,还偿还了百万元负债。

办公桌搬回服务大厅  
工作任务挂墙上

九真山下,嵩阳大道旁的玉贤街道合贤村很美,村民家屋前空地错落摆放着各式盆景,围墙上爬满蔷薇,鸟鸣声声阵阵。百年三角枫古树下,村民车辆整齐入位,规范停放,地上没有一片垃圾。

谢巍开车在村湾里行驶,速度很慢,不时与村民打招呼,有两三位村民热情邀请谢巍到自家屋里坐坐,一起吃午饭。

“全村400余户1260人,虽不能全部喊得出名字,但彼此都很熟悉了。”谢巍说。

5年前,谢巍是武汉经开区一家年营业额超8000万元的物流仓储企业董事长。董事长不干,为何回乡当村支书?

那时的合贤村集体经济为零,还欠着130余万元外债,村容村貌脏乱,邻里之间还常因一些小事起争执、闹别扭。

“大伙都盼着有文化、有本事的能人回乡,带着大家谋发展、奔好日子。”村民王文清是谢巍读初中的班主任,她多次找到回乡探亲的谢巍,鼓励他回村。

2021年底,谢巍在村党员大会上被推选为合贤村党支部书记。“我是村里走出去的大学生,随着公司经营稳定,我想回村带大家干一番事业。”

合贤村党群服务中心大厅,一块写字板醒目地挂在墙上,板子上写着5月工作任务:“开展积分兑换工作”“最美庭院大比拼”“苗木基地通电、通水、通网”等,明确责任人和完成时间。“办企业时养成的工作习惯,在村里也适用。”谢巍回村后,就将办公桌从办公室搬到办事大厅,并挂起那块写字板,“将正在推进的工作大大方方亮出来,既公开透明,又时刻提醒团队紧盯项目进度。”

闲置房屋变工厂  
改造不花一分钱还赚钱

推进各项项目,样样都需要资金投入,“没钱干”怎么解决?谢巍带领村“两委”干部,一个个湾子走访摸排闲置资产。一栋闲置20年的房屋,映入了他的眼帘。合贤村在街道、区教育部门的支持下,取得了房屋的管理权。

但将房屋改造为工厂需要百万元资金投入,村集体拿不出一分钱。

谢巍想到曾经的生意伙伴,一家生产广告装饰物料的企业。谢巍给对方算了一笔账:租赁厂房一年租金60万元。来合贤村,改造房屋可能要花200万元。但如租赁20年,平摊下来一年费用仅20万元,算上交给村集体的10万元租金,一年成本也就30万元,是之前租赁成本的一半。

谢巍心里还算了一笔长远账:该企业常态用工需30人,生产旺季可达50余人,能就地解决一批本村村民就业问题。

闲置多年的粮仓、垮塌多年的农具仓库,只剩断壁残垣的老村委会……8处闲置资产,合贤村没有花一笔费用全部盘活,招引来木艺加工、特色农家乐、高端康养等12个产业项目,不仅实现上百名村民家门口务工增收,更在一年内吸引20多名年轻人回村发展。

合贤村多林地,谢巍在朋友处了解到一位果林种植大户周金岭正四处寻找合规的种植地块,于是他主动联系对方。

谢巍建议周金岭成立合作社,指导村民一起种,合作社负责统一采购、销售,“大家一起种,一起赚钱,也能降低经营成本”。

近年来,合贤村盘活闲置土地近700亩,相继开发市民农园,引进高端花卉种植。谢巍计划,待明年果树挂果后,与嵩阳大道沿线20多个景区景点联动,打造“春赏花,夏摘桃”都市农文旅融合体验。



谢巍(右三)与村民交流。

长江日报记者张衡 摄

# 经营企业一样经营村湾,4年偿还百万元欠债 我只有一个甲方,就是村里乡亲 董事长回乡当村支书: