

穿越万年文明 元宇宙体验馆成热点

武汉晚报讯(记者李琴 通讯员沈龙)10月3日,武汉地铁11号线光谷四路站出站口,不少带着孩子的游客涌向同一个目的地——“文明一万年·智能社会体验馆”(以下简称体验馆)。“这里充满了惊喜和互动,让我感受到AI的神奇。”一位现场体验者说。

体验馆由北京大学武汉人工智能研究院历时3年打造,是华中地区首个原创IP的元宇宙体验空间,自去年11月开放以来已吸引超10万人次参与。“国庆假期人头攒动,许多游客纷纷前来体验。”体验馆工作人员介绍。

作为国家智能社会治理实验综合基地重点科普项目,体验馆以“AI+VR”技术构建从渔猎社会、农业社会至元宇宙社会、高阶社会的八大文明篇章,引导观众

从“旁观者”转变为“亲历者”。

当“我们即将开始旅程”的提示声响起,佩戴好VR设备的记者跟随数字人“小武”“小北”一起,瞬间穿越时空,进入渔猎社会,并手持鱼叉,在模拟的河流中体验原始捕鱼场景。举目望去,白天,潺潺溪流映照着蹁跹蝴蝶;夜晚,流萤遍野与星空穹顶交相辉映。

据技术人员郭坦介绍,渔猎社会剧情制作精良,每个交互场景都经过无数次迭代、上千次测试调试,今年7月获联合国教科文组织“2025全球世界遗产教育创新案例奖——未来之星”奖项。

为迎接国庆中秋假期的游客,项目第二篇章农业社会已于近日上线。该篇章融合大模型与



游客佩戴VR设备感受远古时代。 通讯员供图

空间定位技术,让观众化身“未来使者”穿越宋代,亲身参与插秧耕作、科举考试、抗蝗救灾等场景。

北京大学武汉人工智能研究院副院长、项目负责人吕鹏教授

表示,“文明一万年”系列正在成为讲好中国故事、推动文化出海的重要载体,已在国内10多个城市落地,并与欧洲、中东、东南亚的多个国家达成合作意向。

“以前自己种,现在教人种”

60岁农妇在农园当“种地导师”

武汉晚报讯(记者张衡 通讯员王佩玺 黄婷)10月5日上午8时,家住汉口汉西的祝群开车来到蔡甸大集街道花博汇景区5G市民农园,农园里已有不少都市农夫正在忙碌,翻土的、除草的、施肥的……好不热闹。

“一家人回老家襄阳玩了几天。我惦记着园子里的菜,昨天先赶回来。”田地里,祝群戴着劳保手套一边熟练地采摘蔬菜,一边介绍说,这是莴笋、红薯尖、大白菜秧、豇豆,都是她自己种的。

“吃自己种的菜放心。在这里既亲近了自然,又能锻炼了身体,还认识一群好友。”祝群说。

祝群2023年退休后,在这家农园里租了一块约30平方米菜地。退休之前,她从未接触过农事。她告诉记者,种地是“刘老师”手把手教的。

祝群所说的刘老师,名叫刘翠明,今年60岁,是农园内的管理员,管理着农园里的120户“都市农夫”的菜园。

“我是大集本地人,农园所在的村是我娘家。以前,我为自己种菜,现在我教大家种菜。”刘翠明告诉记者,年纪比她长的喜欢喊她刘师傅,年轻人喊她刘阿姨,“喊我刘老师的也不少,爱听这个称呼。说明我教大家种菜,是那个事,大伙认可”。



刘翠明(左)和“都市农夫”分享丰收的喜悦。 记者张衡 摄

刘翠明看到农园里谁家田地作物长势好,脸上满是笑容。看到谁家田地菜长得稀疏,会上前指导。

这家农园还装备有5G智慧农业技术,外出旅游的市民可以“云种菜”。“一部手机就能实现在线看田、远程浇水。如果田地干了,点一下小程序里的浇水键,菜地上的管道就会自动喷水。”刘翠明说,谁家菜成熟了,没时间来摘。微信群里留个言,菜就能快递到家门口。

目前,花博汇景区内的市民

农园已有230余户家庭通过租赁方式当上了“都市农夫”。市民农园工作人员王晨介绍,近年来景区将“共享菜园”与其他项目相结合,如赏花、露营、民宿、垂钓以及演艺活动等,“双节期间,开辟了火把节游项目,农夫忙活了一天,晚上可以看楚舞、彝族舞、火裙舞等节目,丰富体验感”。

携程数据显示,武汉假期首日整体旅游订单量同比增长29%。花博汇(知音花月馆)等景区入选当地热门景区前五。

武汉赛车嘉年华 吸金超1.5亿元

外地游客贡献近半

武汉晚报讯(记者徐丹 通讯员蒋秋雨)国庆黄金周期间,武汉经开区举办的武汉体育金秋消费季赛车嘉年华掀起消费热潮。为期三天的中国汽车飘移锦标赛(武汉站)暨相关活动,累计吸引超3.5万人次参与,直接交易额突破1.5亿元,其中近半游客来自外地,为区域经济发展注入新动能。

本次嘉年华以“2赛+2季”(双国家级赛事+汽车消费季、汽车音乐季)为核心架构,实现了体育赛事与消费场景的创新联动。中国汽车飘移锦标赛(CDC)作为国家体育总局认证的A级赛事,特邀蒙古国国家飘移车队加盟,15支顶级车队、近200名职业车手同场竞技。中国好车手赛事则打破专业壁垒,让市民近距离感受赛车魅力。

活动期间,多场赛车用品订货会及中蒙(武汉)国际贸易对接洽谈会,累计交易额达1.25亿元。发放的2000张、80万元汽车及家电消费券,直接带动“车谷造”车型实现450万元现场交车额。后备厢市集、音乐节及改装展等衍生消费约100万元。

区域消费同步升温。联投丽笙等星级标准酒店累计接待超6000人次,营收约200万元,同比增长50%。活动还通过“赛事+文旅”联动,带动龙灵山生态公园等景区客流增长30%~50%。