

3天车展销售超亿元 “补上加补”引爆湖州车市

街巷热点

记者 陈 颖

“挤都挤不进去，这人也太多了吧。”“没想到这么多人来逛车展，我原本抱着随便逛逛的心态，没想到有这么多品牌，这下可得好好看看，有看中的就打算下手了。”……3月9日，为期3天的2025湖州（春季）汽车博览会在湖州奥体中心高燃收官。

3天时间，50多个汽车品牌、300多款车型，销售车辆1128辆，销售总额约1.36亿元。

消费者购买欲被点燃

“一直想换辆新能源车，听说这次车展优惠力度很大，就过来看看，结果超出我的预期，没想到到现在10万元以内的电车都具备了自动泊车、自动驾驶等功能，我马上就下单了。”车展首日，市民姚女士在比亚迪海洋网湖迪店的展位上驻足，一番了解后，当场下了单。

此次车展上，小米汽车是不折不扣的流量明星，自带流量的小米SU7吸引了众多消费者驻足欣赏。“我是小米的铁粉，这次就是冲着SU7来的，这流线型的车身太吸睛了。”市民杨先生说，小米先进的智能科技是他特别喜欢的。

能与小米SU7一较高下的是本月初刚预售的问界M8，其定位“家庭智慧旗舰SUV”，吸引了有多名成员的家庭关注，“我们是二孩家庭，对安全性和空间舒适性的要求比较高，而M8除了具备更安全、更舒适的出行体验外，在智驾方面，也搭载了华为途灵平台与华为ADS高阶智能驾驶系统，也更智慧了。”湖城白领陈先生表示，他一直在持币待购，M8的问世满足了他多方需求，目前考虑购置中。

“以往只在想象中的房车，如今在湖州车展就能亲眼目睹了，内部感觉比我的小家装修得都好。”市民小李在本次车展上参观了展出的房车后连连赞叹。

值得一提的是，本次车展上，我市本土企业房车侣行家带



2025湖州（春季）汽车博览会现场。

来了多款爆款房车，从空间布局到内部装饰，都力求为用户带来极舒适的体验。“这个品牌以房车为核心，还集合房车销售、维修、保养、升级、改装等业务，并有长兴、三亚等房车微营地，新疆和云南大理的营地也在筹备中，可以为车友提供更多元化的旅居体验。”小李表示，本土房车满足了他对自由出行、诗意旅居的所有幻想。

新能源车演绎“新潮流”

当前，电动化、智能化浪潮加速席卷汽车产业，新能源车无疑成为本届湖州车展的“主角”。

3天车展的销售数据显示，50多个汽车品牌、300多款车型，销售1128辆，其中，新能源汽车销量占比70%以上，消费者对具备智能驾驶等前沿科技的新能源汽车热情持续升温。

“比亚迪今年主打科技平权，像7万多元的海鸥都具备了自动泊车、高快领航等功能，我们在展台边还专门搭建了自动泊车演示区现场展示，来咨询的客户络绎不绝，车展3天仅试驾版海鸥就接到了20多个订单。”比亚迪海洋网湖迪店总经理蔡亭亭介绍，比亚迪这次的热度主要在于推出了天

神之眼全民智驾，全系加配不加价。另外，在库的非智驾车型给予了较大幅度的现金优惠，给了消费者更多的选择。

作为本次车展的一匹“黑马”，零跑品牌3天销售80多台。“这次车展前期宣传到位，加上我们零跑这一新势力品牌的影响力不断扩大，带来的流量比较大。另一方面，不论空间、内饰还是配置，零跑性价比高，好而不贵，才能在同级别新能源车中脱颖而出。”零跑品牌湖州地区总经理王袁睿介绍，零跑一直坚持全域自研，靠着性价比策略，零跑汽车成功地在竞争激烈的新能源汽车市场站稳了脚跟，其热卖的C系列产品以舒适的空间、安全的品质、智能化的功能深受年轻消费者的喜爱。

记者在车展上采访时发现，国产的新能源汽车无论是其智能化配置、续航表现，还是安全性能，均得到消费者的认可。不少消费者表示，以前买国产车图的是性价比，现在买国产新能源车，看中的则是科技感和未来感。

“补上加补”激发新活力

百姓得实惠，商家添利润。本次车展的火热，得益于各品牌方、

经销商、商务部门等的多方携手，积极制定多项优惠政策，如“车展特惠”“优惠大礼包”等，再有汽车消费券和“以旧换新”政策加持，为消费者搭建起了开年钜惠购车平台，将真金白银的实惠送达消费者，有效提振了消费信心，进一步释放汽车消费潜力。

“针对此次车展，我们公司对照出车型均特批了优惠价，进店即有伴手礼，现场还有砸金蛋活动，百分百中奖品牌家电，消费者还能使用汽车消费券，再加上‘以旧换新’补贴，真能省下不少。以零跑C10车型为例，原价14万多元，享受各种优惠、补贴后只需11万多元就能开回家，这可是实实在在的优惠。”王袁睿说。

车展期间，我市百万汽车消费券同步发放，当天领取当天即可使用，还能申请“以旧换新”补贴，多重利好叠加，拉动汽车消费升温明显。

据市商务局介绍，今年以来，他们多措并举推动汽车‘以旧换新’工作，截至3月10日，在汽车领域全市累计使用政策资金3926.6万元。

50家企业携928个岗位揽才

记者 朱乐佳

本报讯 2025年首场外来务工人员专场招聘会近日在长三角产教融合基地（湖州市就业大楼）启幕。50家企业携智能制造、医疗护理等十大领域928个岗位进场揽才，首日即吸引1200余人次入场求职。

在智能制造专区，湖州智新机器人公司展位前排起长队。“实操能力比学历更重要！”负责人夏伟力表示，55个技术岗位均实行“老带新”培

养模式，入职即享六重福利。浙江新雅智能包装科技则推出90天带教期，生产、销售等岗位提供全套岗位培训。

据了解，跨省求职者占比超5成。来自川、滇、黔等省份的务工者手持“浙里办”生成的岗位匹配报告精准投递。

长三角产教融合基地今年还将举办20场专场招聘会，预计全年推出各类优质岗位12万个，重点覆盖新能源汽车及关键零部件、高端装备制造、半导体及光电等新兴产业。

长岛公园郁金香赏花节启幕

见习记者 邢诗瑶

本报讯 “长岛公园·郁金香赏花节”近日已拉开帷幕。据悉，本次赏花节预计持续至4月上旬。市民无需远行，便可在家门口邂逅五彩斑斓的花海，感受春日的浪漫气息。

长岛公园占地约2200平方米的“郁金香王国”目前迎来6.5万株郁金香竞相绽放，为湖城春天增添了一抹绚丽色彩，吸引了众多市民游客前来观赏。

园内共种植了涵盖红灯笼、苏红、超级马克等10个品种的郁金香，花期层次分明。早花品种已进入盛放期，热烈绽放；中花品种含苞待放，摇曳生姿；晚花品种则刚刚抽芽，蓄势待发。漫步花田间，游客或静赏馥郁花香，或拍照打卡，定格春日美景。

“‘郁金香赏花节’已成为长岛公园每年的品牌活动，是市民踏青赏花的热门选择。”湖州万众房地产物业管理有限公司介绍。

蓝莓价格“大跳水” 预计还有一波降价

记者 倪 晶

本报讯 “蓝莓便宜了不少！”近日，在湖城南华路上的一家超市内，市民张女士看到125克装的蓝莓标价12.99元1盒，当即选购了2盒。记者走访发现，近期湖城蓝莓价格普遍下调，相比之前动辄二三十元一盒的价格，“亲民”了不少。

在湖城湖东路的一家水果店内，几盒125克装的大颗粒蓝莓被摆放在店内的“C位”。店员介绍，这批蓝莓产自云南，果径在22毫米以上，去年同期同规格产品售价超30元1盒，眼下只要15元1盒。在湖城新华路的一家连锁品牌水果店，下午1时许，售价13.8元1盒的125克装蓝莓已售罄。“近期蓝

莓价格确实有所下降，很多老顾客一次买三四盒。”店员告诉记者，蓝莓价格走低带动销量上升。相隔不远的另一家水果店则打出团购优惠，果径18毫米以上的佳沃蓝莓125克装2盒售价36元，吸引了不少年轻消费者购买。

线上平台的蓝莓价格也同样“美丽”。记者浏览多家生鲜电商平台发现，蓝莓价格低至8.99元1盒，优惠售卖的0.5公斤装蓝莓价格在70元内，吸引了不少消费者购买。

为何蓝莓价格大幅走低？据业内人士介绍，今年是蓝莓“大年”，云南等地蓝莓产量的提高导致价格走低，预计到四五月份，随着蓝莓大量上市，还将迎来一波降价。

以球会友



2025年湖州市第三届女子业余乒乓球精英赛近日举行，近百名女性乒乓球爱好者齐聚一堂，以球会友。

记者 姚玲利 摄

旅游景区等级划分出新标准



上新了！从3月1日起，GB/T 17775—2024《旅游景区质量等级划分》开始实施，旅游景区的分级有了新标准。这新版标准究竟“新”在哪里？今天，湖小标带大家一起学习。

自2003年修订以来，我国的经济形势、旅游市场需求和景区发展形态都发生了一系列重要变化，2003版标准的部分内容已不适合现实需要。例如2003版中有关“邮电服务”的内容，要求设有公用电话、能接收手提电话信号等在最新版中均已不再作要求。

针对购物服务，标准新增规定，5A级旅游景区购物场所无拉客宰客现象，应为游客提

供便利的旅游商品预订、购买及配送服务，有统一的售后服务渠道。在“旅游安全”中新增了景区承载量控制、高峰期游客流量控制等要求，例如针对5A级景区，要求应公布景区主管部门核定的承载量，建立景区承载量预报预警机制，制定高峰期游客流量控制方案，疏导、分流措施得力。

此外，新版标准新增了等级划分的前提条件，并对各等级景区的文旅融合、智慧旅游作出了规定。例如5A级景区应将文化元素充分融入景区建筑景观、游览设施、旅游产品和服务活动，文化氛围浓郁；应提供自助导览服务，具备精准导航、导览、景点讲解等功能。新版标准的实施将使我国的旅游景区等级划分更科学合理，更切合当下实际。

（记者 肖黎 整理）

怎样让孩子长高一点？

记者 张 璐

本报讯 “医生，我家孩子身高正常吗？”“怎样才能让孩子多长高一点？”春季是孩子长高的好时节，近日，吴兴区中医院（浙江中医药大学附属第三医院浙北分院）生长发育门诊不少家长带孩子来看诊咨询。

坐诊的是浙江中医药大学附属第三医院党委书记、浙江省中医药重点专科负责人、儿科专家马慧娟教授。她从事儿科临床工作30余年，她表示，对于来门诊寻求长高帮助的孩子，大多存在遗传身高不理想，脾胃功能虚弱、胃口差，入睡困难、半夜易醒、多梦，遗尿，肾气不足，身高明显落后于同性

别、同年龄孩子的平均值等问题。“虽然遗传因素是决定孩子身高的主要因素，但后天的睡眠、营养、运动等对身高的影响也不能忽视。”马慧娟告诉记者，如果把后天的各方面因素都管理好，再结合一些中医药干预手段，孩子身高“逆袭”是有可能实现的。

前段时间，小轩的妈妈就特地来跟她“报喜”：2年时间，孩子身高从155厘米长到了175厘米。

2年前，12岁的小轩骨龄已达13.5岁。进入青春后期，开始出现第二性征发育特点。小轩父母的身高分别为169厘米、159厘米，遗传身高170.5厘米，考虑到骨龄偏大1.5岁，遗传身高也一般，家人都很着急。

结合小轩的情况，马慧娟为他定制了干预方案，通过中药内服控制骨龄过快增长，同时用生长贴促进生长激素有效分泌，再辅以运动、睡眠及饮食习惯指导。如今，小轩身高已达175厘米，骨龄为14.5岁，还有继续长高的空间。

马慧娟说，春季助长高，要运用综合手段打好“组合拳”，必要时借助生长激素干预，中西医结合助力孩子长高。当然，也要提供个性化的治疗方案，一人一案，方可精准。这样既可以帮助青春发育前期的孩子长得更高，也可以帮助抵抗力差、睡不好、挑食厌食、大便不正常、生长明显迟缓的孩子改善体质。

那么，日常我们可以做些什么

不足10平方米的小店前，摆满了鲜花——

“老潘走了，大家都很想念他！”



记者 李则名

吴兴高新区大港村的一处小店门口最近摆满了鲜花，这是新老村民对店主的想念。去年夏天在此支起露天影院的那个微胖身影老潘，已永远缺席。

8年前，老潘租下不足10平方米的小店并提出改造升级时，街坊邻里都笑他：再怎么升级也变不成

城里的超市！如今，老潘突发意外走了，小店门口却比城里的超市还热闹，许多人来此缅怀他。

“老潘全名叫潘云波，1961年生，是安徽阜阳人。”从贵州来湖务工的徐茂蹲在店门口，轻轻擦拭着老潘曾经用废旧木料钉成的快递架，简单的讲述里，老潘的形象渐渐生动起来。

2017年，滨湖大道多个项目进入建设“快车道”，在湖州打工的老潘敏锐发现，这些项目工地附近的大港村是建筑工人选择租房的“优先项”。为此，他盘下了这间月租金800元的小店。

老潘深知工友的艰辛，也有着独特的运营理念：考虑到工地上没有电源，村里居住的房屋又配套简陋，开业不久，他在小店里装了一台无线路由器，免费给顾客使用。不设密码的WiFi信号很快成为小店门口的“温暖电波”，让瓦匠李顺顺和钢筋工周添再也不用担心捉襟见肘的手机流量。

“门口的一方露天桌椅上，老潘常在这里喝茶，见到熟悉的顾客，总会邀请我们喝上一杯，聊聊家常。”在工友陆明宇的眼里，老潘的小店不大，却有快递代收、雨具出借等多项服务，洋溢着浓浓的人情

味。“就连一旁的那株无花果，都特意修剪成方便大家晾晒衣服的形状。”去年除夕，小陆就在这里跟留守的4个工友一块，吃到了老潘包的荠菜饺子。

“老潘走了，大家都很想念他！”村民闵阿财是老潘的房东，他告诉记者，“老潘虽然没读过几年书，但维修家电麻溜得很。去年奥运会，喜欢看体育赛事的老潘从二手家电市场淘到一台坏了的投影仪，修好后在店门口支起露天影院，邀请街坊邻里来店里看转播，对于忙碌了一天的工友来说，这样的饭后娱乐活动很是惬意。”