

# 就在昨天，长达76年的婚纱照梦圆了

● 长沙晚报全媒体记者 周小华

“今天真是个好日子，我父母多年来的婚纱照梦终于圆了！太感谢你们了！”11月5日上午，儿子俞国林、女儿俞丽辉从长沙市摄影家协会相关负责人手中接过精心制作的父母亲的婚纱照照片，感动得连声说道。

这是一套迟到了76年的婚纱照，也是长沙市摄影家协会送给“两百岁组合”夫妻俞振藩和谭魁华的一份情重如山的礼物。

## 满满的爱意送到家

5日上午，天心区融城社区水电八局宿舍俞振藩和谭魁华家像过年一样热闹。长沙市摄影家协会秘书长余佳桂，办公室主任朱琪和协会的两位摄影师孙文静、王优，拿着精心装裱过的一张大照片和一本大红的相册，来到两位老人家中，亲手送到老人家手上。老人的儿子俞国林、女儿俞丽辉代表父母亲接过婚纱照照片和相册，并连声感谢。

这张嵌在相框中的婚纱照有36寸见方。照片中，两位老人表情十分自然。俞振藩老人穿着西装，手拿红色“喜”字；谭魁华老人则一身圣洁，她头戴白色礼帽，身穿白色婚纱，手中还捧着一把大红的玫瑰花。两位老人坐在贴满“喜”字的墙壁前，显得开心又恩爱。

除了这张主打照片，市摄影家协会还精心制作了一本大红的相册。相册中有两位老人的合影，还有老人的单照，以及全家福照片。“一共有25张照片，都是我们精心挑选的。”王优告诉记者。

两位老人打开相册，慢慢翻看。看着相册中很“飒”的自己，两位老人不时会心一笑。谭魁华老人显得很激动，她一边摸着相片一边不停地“咯就好咯！”还流下了幸福的泪水。那一刻，真是岁月静好！

“真的太感谢你们了！”儿子俞国林和儿媳崔桂琳代表年迈的父母亲给长沙市摄影家协会送上了一幅锦旗，上书“匠心拍摄圆婚照，温暖服务暖人心”。

## 花一周时间精心制作

“我们一共花了一周时间来精心制作相册等。”王优向记者透露。

天心区融城社区的俞爷爷与谭奶奶，今年年龄相加恰好满200岁。结婚76年，二位“寿星”从没有拍过一套婚纱照。长沙市摄影家协会得知此事后，10月28日上午，派出6名志愿者上门搭景拍摄。历经一周时间精心制作，今天将装裱好的精美相册送到了“两百岁组合”夫妻手中。

“我们精心选片、修图、排版、审稿、发件……”王优告诉记者，选好的照片送到婚纱照专业制作工厂进行冲洗、制作，确保达到满意的效果。

“相框是我去精心挑选的，还有相册的主打色是大红的，也是我们特地为两位老人定制的。”王优说，只要两位老人喜欢，大家的付出就值了。

这份迟来的婚纱照，不仅圆了两位世纪老人的梦，也让“执子之手，与子偕老”的誓言，在岁月流转中熠熠生辉。

■《慕了慕了，这对“两百岁组合”恩爱如初》后续



长沙市摄影家协会秘书长余佳桂给老人家送来婚纱照照片。

长沙晚报通讯员 王国光 摄

# 车厘子“打飞的”抢鲜上市

● 长沙晚报全媒体记者 范宏欢  
实习生 黄春华

随着天气转凉，长沙水果市场迎来一批特殊的“贵客”——车厘子。由于自带“漂洋过海”的热度，迅速勾起了市民的尝鲜欲。

11月5日，记者走访长沙城区多家商超和水果批发市场发现，本该在深冬时节才大量上市的车厘子，现已悄然现身部分超市货架。然而，当前市场货源稀少且价格偏高，让不少消费者对这款“网红水果”望而却步。

## 高价车厘子上市，小盒装售价超百元

5日，记者在芙蓉区精彩生活超市的精品水果区看到，色泽深红的车厘子被精心摆放在冷藏柜最显眼的位置。仔细一看价签，250克包装售价108元，折算下来每斤(500克)价格高达216元。超市导购员坦言，这些车厘子

都是最近才到货的，目前进货量很少，“主要是为了满足部分高端顾客的尝鲜需求”。

“这么一小盒就要一百多块钱，确实有点下不去手。”正在超市购物的市民刘女士在车厘子货架前驻足良久，最终还是没有购买。

盒马鲜生的车厘子价格相对较低，250克售价49.9元，约合每斤100元。即便如此，该货架前很少有顾客驻足并选购。一位店员表示，目前购买车厘子的顾客多以尝鲜为主，销量并不大。

与大型商超不同，街边的水果店则鲜有车厘子踪影。记者在芙蓉中路、五一大道等主干道沿线走访了多家水果店，发现大多店铺都未上架车厘子。

“现在的车厘子进价都要100多元一斤，我们根本不敢进货，怕亏本。”一家金果超市的老板向记者坦言，高昂的进价加上有限的销量，使得

小店经营者对车厘子持观望态度。他详细解释，一箱车厘子的进价动辄上千元，如果不能在短时间内售出，仅损耗成本就相当惊人。

## 预计年底价格回落，要物美价廉再等等

记者了解到，当前车厘子之所以贵，首要原因就是它们都是“打飞的来的”。首批上市的车厘子全部采用空运方式，从智利跨越两万公里抵达中国。

一位水果批发商给记者算了一笔账：一箱5公斤装车厘子的国际运费就超过400元，占了总售价的一半以上。这还不算全程保持0-2℃的冷链成本，每公斤冷链费用高达25元，是海运成本的三倍。而航空公司为了保鲜，甚至会用特殊设计的货舱，部分航班还会预留带温控的客舱座位来运输这些娇贵的水果。加之上市初期供应量有限，导致价格居高

不下。

采访过程中，不少消费者表示，虽然车厘子提前上市令人心动，但当前的价格确实难以承受。在超市购物的李女士说：“这个价格如不选择其他水果，等降价后再考虑购买。”

“按照往年经验，估计要等到春节前后价格才会降下来。”多位水果经销商表示，车厘子价格的回落在往年均呈现出明显的季节性特征。

据了解，每年12月到次年1月，随着海运车厘子大量到货，市场价格通常会出现明显回落。海运虽然运输时间较长，但成本大幅降低，能够有效平抑市场价格。由于2026年春节在2月17日，比往年都要晚，基本到了车厘子产季的尾声，因此，销量最大的春节前后，可能会出现供货量较少、售价上升的情况。能否实现“车厘子自由”，还有待观望。

# 医保已经报销的钱，侵权方还要赔偿吗？

长沙晚报 11月5日讯(全媒体

记者 黄能)发生了侵权行为，被侵权人用医保报销了医疗费用后，侵权人还需要赔偿吗？11月5日，湖南高院披露了一起相关案件：学生在学校打架受伤，学校被判担责，但主

张损失赔偿应扣除医保报销部分。法院审理认为，医疗保险与侵权纠纷是两种法律关系，被侵权人用医保报销了部分费用后，并不能免除侵权人的赔偿责任，对学校的辩护意见不予支持。

## 被告：损失赔偿应扣除医保报销部分

原告小明与被告小强、小军均为某中专职校学生。某日，小明用“尼泊尔”军刀追逐并挑衅小强、小军，小强、小军心生不满，便约小明对其进行殴打，小军右手持折叠刀朝小明的腹部扎了两下。后扭打的三人被学校老师劝服，老师发现小明腹部受伤，遂将小明送至医院治疗。小明因伤住院治疗19天，并导致抑郁症复发。后来，小明诉至株

州市渌口区人民法院，要求学校、小军、小强及二人法定监护人赔偿医疗费、护理费、营养费、交通费、伙食补助费、精神抚慰金等费用2.69万元。

小强、小军及其法定监护人辩称，小明系事先挑衅、追逐方，本身存在过错。学校则辩称小明医药费已经通过医保予以报销，应当扣除医保报销的部分。

## 法院：医保报销不能免除赔偿责任

法院审理认为，小明与同校生小强、小军发生矛盾后被二人刺伤，作为未满18岁的限制民事行为能力侵权人，应由其法定监护人承担侵权责任。学校负有安全教育、管理、保护义务职责，现对其学生安全管理不到位，亦存在一定过错。原告小明持“尼泊尔”军刀与二被告进行追逐和言语挑衅，对事故发生存在一定过错，也应当承担相应责任。至于原告小明医疗费用部分，被侵权人产生的医疗费用应由侵权人承担。医疗统筹报销属于社会保

险，与侵权责任不属于同一法律关系，案涉部分医疗费虽已由医保报销，但实际侵权人的侵权责任并不因受害人获得社会保险而减轻或免除，故对被告的该辩称意见不予支持。对于原告医保统筹基金支付的医疗费用，医疗保障机构可向原告主张侵权人承担侵权责任的部分予以返还。本案中，法院结合实际情况及各方过错程度，依法判决被告小强、小军承担60%的赔偿责任，学校承担30%的赔偿责任，小明自身承担10%的责任。

## 提醒：医保和侵权赔偿不能“两头拿”

法官介绍，《中华人民共和国社

会保险法》第三十条明确规定，应当由第三人负担的医疗费用不纳入基本医疗保险基金支付范围。医疗费用依法应当由第三人负担，第三人支付或者无法确定第三人的，由基本医疗保险基金先行支付。基本医疗保险基金先行支付后，有权向第三人追偿。本案中，被侵权人小明住院医疗费中由医保统筹基金支付的费用，是基于其缴纳医疗保险而享有的医疗保险收益，该部分系医疗保险政策救济，并不能因此免除侵权人的赔偿责任。因此，小明向法院提起诉讼要求侵权人赔偿医

疗费并无不妥。

那么，被侵权人可以医保和侵权赔偿“两头拿”吗？答案是不可以！根据《社会保险基金先行支付暂行办法》第十一条规定，个人已经从第三人获得赔偿后，应当主动向社会保险经办机构退回应当由第三人赔偿的部分。如果个人拒不退还，社会保险经办机构可以从以后支付的相关待遇中扣减其应当退还的数额，或者向人民法院提起诉讼。

法官提醒，被侵权人享受社会保险福利保障的同时，也要依法理性维权，切勿试图隐瞒医保报销事实或拖延退款。

责编/易勇 美编/何朝霞 校对/肖应林

# 特别报道

● 长沙晚报全媒体特派记者 谭琳静

“太湖明珠耀江南，工商名城写华章。”从苏南模式主要策源地，到全国重要经济中心和制造业基地，江苏无锡既有浓郁的商业文化，又是令人向往的宜居名城。10月29日至31日，现代快报、新京报、澎湃新闻、深圳报业集团、长沙晚报、九派新闻、新黄河、风口财经等全国20余家地方主流媒体负责人齐聚无锡，探寻无锡文产融合以及城市蓬勃发展的背后密码。

## 弦歌不辍 人文沃土滋养艺术之花

“太湖美呀太湖美，美就美在太湖水。”当媒体探访团正在无锡滨湖区一览太湖秀美时，刚好从联合国教科文组织传来官宣喜讯：10月31日，无锡入选创意城市网络，成为中国首个“世界音乐之都”。这座从阿炳《二泉映月》流淌出的音乐之城，正在世界的舞台上绽放华彩。

在无锡滨湖区渤公岛，两万平方米的“乐读慢岛”上，书店的落地窗映着太湖波光，咖啡香伴着民谣旋律。“这里曾是范蠡西施泛舟处，如今成为市民的艺术客厅。”无锡市委滨湖区宣传部相关负责人介绍，区政府出资完善岛上的基础设施后，引入具备公益心和运营实力的民营企业，打造出这个融合音乐、阅读、市集的多元空间。

这种“政府搭台、企业运营、百姓受益”的模式正在释放乘数效应。2025年以来，无锡举办各类音乐演出超百场，音乐活动带动核心景区客流增长，酒店入住率攀升，单次消费正升级为深度体验式消费——音乐不再是单纯的艺术，而是孵化新消费场景的催化剂。

不止音乐。在1300年历史的滨湖区尧歌里古村，由上世纪60年代老茶厂改造而成的绿波美术馆，世界最大的琉璃马雕塑与海外回流陶瓷相映成趣。“我们通过‘艺术欣赏+休闲社交+文化消费’闭环，让艺术可触摸、可消费。”运营负责人表示，这里已成为无锡文旅新地标，吸引白俄罗斯、土耳其、法国、泰国等国际艺术家带作品参展。

200余家地方主流媒体齐聚无锡探寻文产融合以及城市蓬勃发展的背后密码  
智绘「锡式精彩」，拥抱「诗与远方」



无锡市惠山区天上村前历史文化街区。均为无锡市委宣传部供图

## 古韵新声 千年文脉激活当代价值

“古巷深深深几许，青石板上踏歌行。”有着800年历史的礼社老街，位于无锡惠山区玉祁街道，自南宋以来便是重要的商业集散地。青石板映着斑驳光影，孙治方、薛暮桥故居静立巷弄，这座走出我国“经济学双子星”的古巷，正成为读懂无锡浓郁商业文化的一个侧影。

媒体探访团发现，老街虽然只有短短250米，却保留着2处省级文保单位、3处市级文保单位和12处历史建筑，以及诸多的古井、古树、古码头等历史遗迹。“作为无锡首个中国历史文化明村，这里的修复工程坚持‘保护优先、活化利用’，未搬迁一户原住民。”玉祁街道

负责人介绍，正是这种对历史建筑和文化脉络的保护，让这里成为兼具文化质感与生活气息的新乡村文旅地标。

60余公里外，宜兴丁蜀镇蜀山古南街的青紫窑火已燃烧600多年。作为紫砂文化发祥地，这里曾走出顾景舟、吴云根等数十位工艺名家。

2015年，当地摒弃大拆大建，采用“示范引领+自主更新”的渐进方案，70余户居民自发修缮房屋。“政府改公共设施，我们整自家门面。”如今老窑工的老院已成网红打卡点。这套模式斩获联合国教科文组织亚太遗产保护杰出项目奖，2024年带动丁蜀镇紫砂文旅收入突破15亿元。

## 科技旺火 传统产业破茧数字化

“陶成火气混，器合道心恰。”中华文明上下五千年，但宜兴制陶的历史却可以追溯到七千年前。媒体探访团在宜兴陶瓷博物馆看到，如今，这里的107件定级文物有了数字身份。去年上线的“全景数字陶博馆”吸引超50万人次云端参观，让千年窑火在数字世界重生。

“我们打造‘参观+体验+消费’闭环，开发10多款文创产品。”该馆相关负责人介绍，依托丁蜀镇陶文旅服务平台，博物馆还与周边窑址公园、大师工坊形成联动，带动宜兴陶瓷产业营收年



无锡市具身智能机器人工业数据采集与实训中心。

## 绿意生金 生态资源转化经济动能

“天子须尝阳羡茶，百草不敢先开花。”在宜兴，不仅有紫砂壶、惠山泉，还有与杭州龙井、苏州碧螺春齐名的阳羡茶。这里的茶园建在生态旅游度假区中。在九香茶园的智能化车间里，创新工艺将富硒名优茶采摘期从30天延至60天。“我们联合780户茶农构建产业化联合体，茶农每亩增收超3000元。”茶农联合体相关负责人表示，所处的太华镇茶产业总产值已突破5.1亿元。

## 智造跃升 新质生产力锻造新引擎

数字化转型正从文化领域向全产业蔓延。在无锡微研精工智能车间，机械臂精准抓取模具，AI检测系统实时分析数据。这家从传统模具厂蜕变的省级“小巨人”，在新能源汽车细分领域成为“隐形冠军”。“我们通过‘智改数转’，产品研发周期缩短35%，不良品率下降60%。”企业负责人介绍。

10月31日，天奇股份建

而同样位于度假区的龙池山自行车公园，17.6公里绿道串联“龙池山慢游十八景”，却没有一寸硬化路面破坏原有的茶园生态肌理。

“我们纳入度假区的‘体育文旅精品线’，与茶企、民宿联动，带动经济增收。”运营负责人说，免门票的公园去年带动周边农家乐增收超30%，真正实现“绿道变经济带”。这种“低碳+文旅+体旅+文旅”融合模式，为全国乡村旅游提供范本。

设的具身智能机器人实训中心面向媒体探访团开放，上百台机器人被“一对一”带着学习各类工业场景，这所“机器人学校”的“课堂”场面颇为壮观。“实训中心将加速机器人从‘功能机’向‘智能体’跨越。”企业品宣负责人表示。

截至目前，无锡省级专精特新中小企业达到2032家、创新型中小企业8210家，均列江苏省第二。

# 从“世界音乐之都”到“世界媒体艺术之都”

同饮长江水，同被联合国教科文组织赋予世界级荣耀：江苏无锡是“世界音乐之都”，湖南长沙是“世界媒体艺术之都”。当我们把目光从太湖之滨拉回到湘江之畔，会发现这两座城市气质迥异却内核相通：都是令人向往的宜居宜业的幸福城市，而且都是文化软实力与经济硬实力正在比翼齐飞的城市。

城市独特的气质、特色的文化是当地最灵动、最富吸引力的经济增量。无锡打造音乐之都，以“音乐+”撬动“听经济”的逻辑，与长沙凭借茶颜悦色、文和友、初恋茶馆等新消费品牌和“夜经济”吸引全国流量，将“网红”转化为“长红”的路径不谋而合。

历史文化遗产是城市最宝贵、最有底气的“资产”。无锡对礼社古街的重视，宜兴对蜀山古南街的保护和改造，与长沙对潮宗街、太平街等历史街区的改造和活化思路异曲同工：在保留原住民生活气息的前提下植入新业态，让历史街区不再是冰冷的标本，而是活着的、有温度的城市会客厅。

在乡村振兴、农体文旅深度融合的同题问答中，无论是宜兴阳羡茶生态旅游度假区里的自行车赛道，还是长沙浏阳河文旅产业带、望城荷花虾等特色品牌，都将生态农业与休闲旅游深度绑定，实现了“绿水青山”向“金山银山”的高效转化。无锡与长沙的实践共同表明，生态投入并非负担，而是最具潜力的增长极。

“两手拨云旋欲紧，一年向月影初长。”当宜居宜业的幸福城市和硬核的产业经济相拥，当历史文脉与现代科技对话，关于城市高质量发展的深层次实践正在进行——有形的GDP增长与无形的幸福感提升，从来不是非此即彼的选择题，而是相得益彰的协奏曲。这或许正是当下如火如荼的中国式现代化最生动、最具借鉴意义的城市注脚。