



运营三个月,客座率、通航点两项指标居全国新机场首位—— 嘉兴南湖机场的“天空引力”何在?

■记者 姜鹏飞 苗楠钰
通讯员 卢郑晨 朱 娟

又是一个特殊的历史时刻。今天起,全国民航正式执行2026年夏秋航空航班计划,嘉兴南湖机场迎来了第一个夏秋航季,同步开启换季首航。此次换季,中国国际航空公司官宣加盟,嘉兴南湖机场新增北京首都、贵阳、沈阳、南宁、兰州、长沙、乌鲁木齐七大客运航点,夏航季机场客运通航点增至17个,连通16个城市,运营14条精品客运航线,其中13条航线实现每日一班,客运航班每周总量将达208架次。数据显示,截至3月27日,嘉兴南湖机场自通航以来平均客座率达84%,旅客吞吐量突破16.4万人次,在全国新机场中排名第一;机场客运通航点增至17个,在全国新机场中排名第一。人气“暴增”背后,嘉兴南湖

机场的“天空引力”何在?

(一)

从嘉兴南湖机场飞往全国,已成为嘉兴人的新潮流。“乘坐MU6788次航班前往西安的旅客请注意,您乘坐的航班已经开始登机……”昨天上午,正值周末,嘉兴南湖机场的旅客比工作日里多了一些。听到机场广播的播报,家住嘉兴经开区城南街道的胡先生从候机区的座椅上拔下充电器,开始排队登机。当天晚上,他的大学室友要在西安雁塔区举办婚礼,他也借此机会,想在西安度个愉快周末。“以前去西安,得去上海或杭州的机场,路上先得花一两个小时,还得至少提前两个小时办登机,比从家门口坐飞机,费事多了。”这是胡先生第一次从嘉兴南湖机场乘坐航班,15分钟从家门口到航站楼,5分钟完成行

李托运和值机并抵达登机口。“省下的时间,可以做很多事。”过去3个月,和胡先生有同样感受的旅客不在少数。机场刚通航那会儿,不少人在心里犯嘀咕:嘉兴这座城市拿什么让航空公司愿意来?以货为主、客货并举,会不会到头来就是个货运站?夹在沪杭之间,真能分到一杯羹吗?时间,是最好的证明。嘉兴南湖机场用时3个月,便完成了一次完美的“自证”——据CADAS交通大数据显示,截至3月27日,嘉兴南湖机场自通航以来平均客座率达84%,旅客吞吐量突破16.4万人次,在全国新机场中排名第一。数字背后,蕴藏着一个底层逻辑。在嘉兴机场管理有限公司市场营销部经理张红看来,旺盛的市场需求是嘉兴南湖机场的“领跑秘诀”。截至去年末,嘉兴全市共有市场主体83.4万户,其中民营经

营主体80.78万户,占市场主体总量的96.9%。作为专业市场大市,嘉兴全市更是拥有116个专业市场,包括桐乡濮院羊毛衫市场、平湖中国服装城、嘉兴水果市场等9个百亿级专业市场。繁荣的贸易往来,决定着嘉兴有着规模庞大的商务出行需求。机场的建成投运,为嘉兴客商提供了更加便捷的经验。商务出行成为嘉兴南湖机场提供了稳定的客座率基础。投运之初,嘉兴南湖机场就和嘉兴市商务局、嘉兴市文旅局等单位携手,将特色商业、文旅推荐植入航站楼。加之嘉兴市民消费水平的提升,“坐飞机过周末”逐渐成为新的消费需求。对于周边城市来说,比起杭州、上海等城市的大型机场,相同距离内的嘉兴南湖机场的时间使用效率更高。机场快速路、内环快速路、524国道等便捷的交通路网,将通行等待时间大幅

缩短。如今,嘉兴南湖机场正与苏州、湖州等城市对接,未来将通过城市航站楼远程值机,用更便捷的乘机体验吸引更多客源。越来越多航司不得不面对嘉兴航运市场,由“观望”向“重仓”转变。大家终于意识到,嘉兴不是一个简单的地级市,而是一个具有“公铁水空”联运优势且处长三角核心区的战略要点。在这里布局,抢的是未来的“流量风口”。(二)中国民航系统有每年两次对航班计划进行统一调整的机制,分别称为夏秋航季和冬春航季。今年的夏秋航季从今天开启,持续至10月24日。(下转2版)

(下转2版)

经济观察

月河春日遇花朝

昨天上午,嘉兴市月河历史街区的花朝节系列活动热闹启幕,年轻人身着雅致汉服,化身灵动“花神”沿街巡游。现场,市民、游客纷纷与“花神”合影留念,并沉浸式体验簪百花、写花笺等传统民俗,赴一场浪漫的春日之约。

■摄影 记者 俞中岳



一树桃花,绽放小镇文旅“繁花”

■记者 俞艳婷
通讯员 周晓红 陆欣瑜 万佳俊

当三月的暖风拂过凤桥,万亩桃林便染上粉白嫣红。昨天,2026嘉兴南湖桃花汇暨春日文旅嘉年华在联丰村王祥里大草坪启幕。这不仅仅是一场赏花盛会——一树桃花,正化身小镇IP,撬动一座小镇的文旅“繁花”,将春日限定的“流量”转化为四季发展的持久“增量”。

桃林深处,点燃文旅游玩热

桃花,是凤桥最美的请柬。上午9时许,沿着“十里桃花”示范片一路走来,联丰村王祥里大草坪已是人头攒动。巨

型桃花气模前,游客们排队打卡留念;桃花灯迷下,人们驻足思索;十二位“花神”NPC穿梭巡游,不时被游客拉往合影。“谢谢你!”“不客气哦,能跟你聊聊太开心了!就像春日里喝了杯清甜的桃花酿。”智能机器人“灵犀”成了市集里的“小明星”。这个由凤桥企业恒智浦带来的“新朋友”,时而与游客互动问答,时而介绍桃花汇的精彩活动,引得孩子们纷纷驻足合影。科技感与桃花韵味巧妙交融,绘就了一道独特的乡村风景线。逛市集、体验非遗、露营消费……丰富多彩的现场活动,让游客们流连忘返。周六市集与互动游戏、周日露营与草坪音

乐,差异化布局精准契合了年轻群体和亲子家庭的休闲需求。从“单日打卡”到“周末微度假”,凤桥“文旅+露营+音乐”的深度融合,正加速将活动流量转化为实实在在的文旅增收动能。数据显示,凤桥景区村庄已构建起集休闲、娱乐、观光于一体的乡村文旅闭环。去年,凤桥镇“十里桃花”示范片吸引游客超60万人次,带动消费6000万元。春日的凤桥乡村游,早已不是单纯赏桃花、吃农家菜。赴一场花约,可以赏联丰村、永红村的千亩油菜花,游千年历史的梅花洲景区,逛新民村的兴善老街,玩三星村的桃气神猴森林公园……各具特色的文旅资源串

点成线,十里桃花示范片正成为长三角游客春日微度假的热门目的地。桃香满径,催生新业态热桃花是请柬,更是磁石。当游客沉醉于花海,一批新业态也循着花香在凤桥落地生根。在联丰村,“飞阅南湖·低空文旅融合示范项目”基地正在加快建设。“桃花汇丰富的文旅资源,给我们无人机综合服务提供了广阔空间,像空中撒花瓣这样的活动,就是新的应用场景。”嘉兴市趣飞智能科技有限公司总经理汪杰说。在新民村兴善老街,念花·茶空间悄然绽放。古朴石器与

锦鲤池相映成趣,茅草亭下茶香氤氲,为都市人寻一方禅意栖心地。在三星村,开园半年的“桃气神猴”森林乐园正扩建3000平方米的水上乐园,预计6月底投入运营,实现四季游乐。在大星村,八福有机生态农园从纯种植向“农+旅”转型,打造采摘基地、露营基地、萌宠乐园。村庄业态不断丰富,凤桥文旅核心名片梅花洲景区也正经历一场迭代焕新。“经过一年多建设,梅花洲一期改造已经完成,宴会中心、民宿、餐厅全新亮相。正在建设的二期天堂文化主题酒店、森系亲子酒店预计明年4月底完工。”开元文旅总经理褚泽平介绍。(下转2版)

区域品牌入选数量全省第一 我市加快构建消费名品体系

■记者 陈曦 通讯员 朱晓斌

本报讯 记者从嘉兴市经信局获悉,省经信厅于近日公布首批浙江消费名品名单,嘉兴10个企业品牌和4个区域品牌入选,区域品牌入选数量居全省第一。值得关注的是,五芳斋、海宁皮革、海宁家纺在今年2月还入围了中国消费名品。浙江消费名品方阵是我省为深化消费品工业“三品”战略而实施的一项品牌培育计划,主要面向轻工、纺织、食品、医药等领域,加快构建以企业品牌和区域品牌为主体的浙江消费名品体系。入围浙江省消费名品,是品牌内核与外延再次实现重要跃迁,上榜的品牌不仅是浙江的名片,更是中国名片的重要组成部分。金三塔在纺织产业中脱颖而出,面对消费市场的不断变化,已开启转型之路。“我们致力于打造大众消费得起的国民丝绸品牌。”浙江嘉欣丝绸股份有限公司相关负责人说。金三塔品牌产品以真丝为核心材料,涵盖真丝内衣、家居服、时装、床品、文创产品等9大类共计50余种细分品类,连续多年主导产品市场占有率居浙江省第一。金三塔还将丝绸创作了城市文化的载体,在2025年“浙派好礼”文创产品和旅游商品大赛上,其设计的“嘉兴机场真丝印花中方巾”系列成功入围。如果金三塔承载的是百年丝绸的优雅传承,那么可心柔则代表了新兴品牌在细分赛道上的锐意突破。可心柔品牌创立于2011年,是国内保湿纸领域的领军企业。依托自主研发的保湿液核心技术,可心柔打破国外专利壁垒,以卓越的产品体验赢得消费者广泛认可,成为行业内当之无愧的“保湿纸标准制定者”。自2017年至2025年,可心柔连续9年斩获全网销量冠军,以持续领先的市场地位定义行业高度。目前,可心柔构建以保湿纸为核心,覆盖棉柔巾、湿巾、湿厕纸、保湿卷纸等多品类的全场景护理生态,并在善善姚庄布局三大生产基地,年产能达9万吨,满足不断增长的市场需求。区域品牌是产业特色鲜明、地域标识明显、行业认可度较高的地方优势品牌,一般以“地名+产品”命名,此次濮院毛衫、海宁皮革、海宁家纺、海盐智能集成家居等4个品牌入选。“濮院毛衫”是濮院乃至全国叫得响的区域品牌,2015年,“濮院毛衫”以53亿元品牌估值初露锋芒;2016年,估值飙升41%至75.01亿元,强势入围全国区域品牌百强榜,潜在价值突破317.13亿元;在2025中国纺织服装品牌大会上,“濮院毛衫”区域品牌成功入围2025中国纺织服装品牌故事。如今,涵盖200余个相关商标的品牌矩阵,早已让“濮院毛衫”成为羊毛羊绒领域响当当的品质代名词。(下转2版)

(下转2版)

材料出身的团队这样玩转“供应链管理” 做创意的“翻译官”

■记者 闻心玥 通讯员 徐文慧

前不久,平湖市当湖街道嘉兴亿点供应链管理有限公司接到了一个陌生的客户电话。来电的是某茶饮品牌的饮料杯供货商,想找一款有点“不一样”的包装。介绍完大致的设计思路后,对方又补了一句:“我们想要一款消费者拿到手里能感觉到用心的包装。”公司创始人段怡飞很快领会了客户的意图:所谓“用心”的包装,既要做出差异化,又要在细节上反复打磨,方能带来最佳的用户体验。事实上亿点存在的价值亦是如此,用精益求精的态度让每一个创新的念头精准落地,让产品包装直达品牌核心价值。善连普通,日新月异嘉兴亿点供应链管理有限公司是一家有点特别的企业。说它特别,是因为它不直接生产任何一件包装产品,却深度参与无数包装产品的诞生。从一杯奶茶的杯盖,到一盒冰淇淋的容器,再到炫彩斑斓的一次性果盘,背后或许都有这家公司的影子。亿点的核心优势,来自对行业“全链条”的理解。“我们的定位是品牌的产品实现伙伴。”段怡飞毕业于四川大学高分子材料专业,2016年她和校友合伙创业,从材料改性做起,帮下游工厂解决技术难题,跑遍了全国各地的大小工厂。这段经历让她积累了深厚的“人脉库”,知道谁家设备好,谁家技术强,谁家老板有工匠精神。2022年,团队独立出来,做起了快消品包装行业的“供应链管理”,涉及的终端产品主要应用于茶饮、咖啡品牌连锁店、预制生鲜、中央厨房、制冰厂等场景。“供应链管理”这个名称曾让很多人误解。“有个行业协会会长专门打电话给我们,说不能叫供应链,人家会以为你们是干物流的。”团队成员笑着说。(下转2版)

(下转2版)

连续四年获评全省城乡风貌品质提升工作优秀市 加码城市更新,绘就幸福“嘉”园实景图

■记者 蔡舒安
通讯员 刘文丰 杨晓敏

“老街修好了,日子肯定更热闹了。”脚下是铺好的青石板,沿街是缓缓流淌的河,眼前是紧锣密鼓装修的各大店铺……昨天,行走在秀洲区新塍老街上,周边居民内心满是期待,再过一个多月,这条千年老街经过提升,就要重新开张了。越来越多老百姓发现,家门口发生着变化,风貌越来越美、配套越来越完善。记者从嘉兴城市更新工作专班获悉,浙江省城乡风貌品质提升工作优秀市、县(市、区)近日公布,嘉兴市获评全省城乡风貌品质提升工作优秀市,这是嘉兴的

城乡风貌整治提升工作连续四年获省级优秀。以城市更新为载体,嘉兴正在一体打造“好房子、好小区、好社区、好城区”,努力探索具有嘉兴特色的城市高质量发展路径。片区统筹,重塑城乡风貌颜值传统的烤炉和制作工艺没有变,崭新的招牌、打卡墙、阳台特色空间等一点一点装填着新塍老街“老王烧饼”的店面。“之前店面很小,看着比较简陋,改造之后顺眼多了。”居民袁阿姨在老街住了一辈子,就盼着“老房焕新颜,街巷变靓整”。提升城乡风貌离不开城市更新,而如今的城市更新,最难的不是“建”,而是“破”。嘉兴坚

持机制引领、规划先行、要素保障,从根源上理顺体制机制,坚持“无体检不更新”,在全国率先编制涉6个维度273项指标的全域城市体检指南,以精准的城市体检评估为基础,构建形成“1+9”全域覆盖、市县联动的城市更新专项规划体系,逐一明确各更新片区的功能定位、更新方式和建设时序。近年来,嘉兴打破单个地块零散更新的局限,探索实施跨区、跨周期平衡的片区统筹开发模式,形成以民丰冶金、城北片区等“2+6”片区为先行城市更新试点格局,城市更新从“零敲碎打”走向“系统重构”。

今年1月,位于海盐县杨家弄片区内的文城旅社正式开业,开业当天就收到了500多个订单。而此前,84号汪宅作为杨家弄的标志性建筑之一,已经启动修缮。该片区通过谋划汪宅修缮等5个重点项目和18个配套项目,将原本零散的历史文化资源串珠成链,让藏在这条名人弄背后的人文底蕴为更多人所知。不难发现,在推动城市更新时,嘉兴还特别注重历史文化保护,嘉兴通过微改造、精提升,有序开展历史文化街区、历史建筑的修缮利用,匠心打造子城考古遗址公园、南湖天地等一批具有影响力的文化地标。推动新塍、大云等13个风貌特色小镇在保

护中实现创新发展,让历史文化与现代生活深度融合,形成“千年古城”与“现代新城”交相辉映的独特城市风貌。城乡风貌整体提升已经不再是最初的“单点突破”。嘉兴率先出台全省首个市级城市更新管理办法,配套低效用地再开发、工业上楼、混合用地等创新政策工具,构建涵盖规划管理、土地政策、项目实施等关键环节的“1+N”政策框架。累计实施工业上楼项目20个,成功盘活低效用地7560亩,市属国企闲置房产823处。通过制度创新,嘉兴算大账、算长远账,而不是算“一亩三分地”的小账,让资源流向更有价值的地方。(下转2版)

(下转2版)

天气预报

今天白天多云,前半夜转阴偶有阵雨,后半夜阴有阵雨或雷雨,明天阴有阵雨或雷雨,雨量中等局部大雨,今天东南到东风3~4级,明天偏东风3~4级转西北风5~7级,沿海和杭州湾水面6~8级,今天白天最高气温24℃,明天早晨最低气温15℃。