



全龄竞技点燃运动热情 2026浙江省城市网球联赛挥拍开赛

■记者 吴冰鑫

本报讯 昨天上午,2026浙江省城市网球联赛(以下简称“浙TA”)揭幕战在嘉兴国际网球中心和中央公园网球场正式挥拍开赛。浙江省副省长胡伟,省体育局局长金志,嘉兴市委副书记、市长许小月,副市长周连昆等出席开幕式,中国网球协会有关领导应邀参加活动。来自全省的参赛队伍、裁判员、工作人员及各界网球爱好者齐聚一堂,共同见证这场网球盛会的启幕。

开幕式上,赛事收到了一份特别的祝福——远在西班牙的网球名宿、法网冠军胡安·卡洛斯·费雷罗通过视频发来贺词,为比赛增添了浓厚的国际色彩,也让现场选手备受鼓舞。

随后,全球顶级青少年网球赛事U12男单冠军、嘉兴籍小将何瑞携手来自西班牙费雷罗网球学院院长三角中心的外籍教练及北京师范大学南湖附属学校的学生,共同献上“勇‘网’直前”互动表演。活力四射的网球操与训练场景展示,赢得现场观众阵阵掌声,迅速点燃全场热情。

简短而精彩的开幕式后,嘉兴分站赛正式开赛。嘉兴国际网球中心和中央公园网球场的20片场地同时打开,男单、女单、男子双打25岁以上组、40岁以上组等组别率先展开小组比拼。

在嘉兴国际网球中心的中心场,本土小将陆嘉乐迎战来自宁波的陈星瑜。比赛伊始,陆嘉乐迅速进入状态,凭借稳定的一发成功率,正反手交替进攻,连下3局取得领先。陈星瑜不甘示弱,从第四局起逐渐找回节奏,凭借积极的上网截击和主动进攻连追2局。关键的第六局,陆嘉乐及时调整战术,连续打出精准的底线变线,最终以4:2拿下揭幕战首盘胜利。

赛后,陆嘉乐难掩激动之情:“第一次在家门口参加这么高规格的比赛,而且是代表家乡出战,既兴奋又自豪。”他告诉记者,小组赛赛程紧凑,每一分都至关重要,“必须全力以赴,打好每一场比赛。”

赛场上,来自全省各地的网球爱好者和“草根”选手同场竞技,精神饱满,活力四射。一记记精准发球、一次次精彩对拉,引得场边观众连连喝彩,现场气氛持续升温。

(下转3版)

30多年“敢破敢立”,皮衣占全国产量的90%,向打造“千亿时尚产业集群”目标奋力迈进—— 海宁皮革城何以当“潮”不让?

■记者 应丽斋 孔越 吴梦诗

葱茏五月,暖风里已经带上了几分潮意。对皮革行业而言,这本该是一年中“冷”的季节,旺季收尾,市场随之慢慢静下来。可这个春天,海宁中国皮革城却被一组数据搅动了:一季度成交额同比大增37.42%,单日客流量突破2.5万人次,创下近年新高。

冷与热、淡与旺,在这个春天意外交织。一季度的亮眼表现,或许还不足以改写行业的季节规律,却至少撕开了一个观察的切口,是什么在托着这个市场逆势上行?带着这个疑问,记者走进海宁中国皮革城,沿着皮衣从设计、生产到销售一路探寻下去,试着解开这场专业市场转型的密码。

淡季不淡,发起“春夏攻势”

走进海宁中国皮革城市场核心区A座,春装已悄悄“爬”上橱窗。米白、浅咖、雾霾蓝取代了浓墨重彩的深色;原本厚重的皮衣也“减了肥”,与真丝、轻质麻料搭档,显得轻盈起来。

原创品牌MIGAO店内,主理人艾米透露:“店里当季3个爆款,原本主攻‘30+’,没想到‘00后’也很喜欢。”今年以来,MIGAO尝试将皮料从0.6毫米降至0.2至0.3毫米,叠加防水、防风功能,让皮衣在冬季单品延伸至春季户外、通勤场景。

对于近两年来的消费趋势,琅朵女装的销售员赵红有自己的看法:“中国女性不缺衣服,缺的是情绪价值。买衣服,其实就是‘买开心’。比如现在店里的皮草款式更偏向年轻化,横排、小短款居多,让皮草更轻盈、更时尚。”

在以艾米为代表的商户们看来,春装不是“要不要做”的问题,而是必须抢占的赛道。尽管销售周期不过百天,但正是在这段时间里,商户们通过快速打样、小批量试销、订单反馈再迭代,不断试探市场边界。

销售端的热闹,离不开后台的深耕。

3月18日,2026海宁中国国际

皮革毛皮时装面料辅料展启幕。2.5万平方米展区内,六大展区错落有致,100余家供应商同台亮相。“高品质”“可持续”“轻量化”在一次次握手与问询中被反复提及——这三个词,正定义着今年秋冬的潮流底色。

而在此后举办的中国国际时装周“星光之夜”上,“大师驿站”落地,“繁星归海”设计师签约等举措密集落地。顶尖与新生代设计力量齐聚,构建起“引才、育才、用才、留才”的完整生态。

这只是海宁“走出去”的一个侧面。从亚太皮革展到中国CHIC展,海宁中国皮革城常态化组织企业亮相大型展会。一位多次随团参展的商户说得直接:“淡季跑展会是标配。你不去,对手去了,下半年你就落后了。”

同期举行的“潮来·必订”设计版权交易会上,“久号设计”主理人胡莹莹当天上午便与抖音头部女装品牌签下全品类设计合约。“现在客户要的不再是一件单品,而是一套搭配方案。”这场版权交易的“热”,折射出海宁设计从“皮革单品”走向“四季整套”的深层转向。

今天的海宁皮革产业深知,只有让淡季“忙起来”,旺季才能“旺起来”。海宁正把原本的“空窗期”做成新的机会窗口。

逆势上扬,迎来“二次生长”

“中国皮革看海宁”,这句口号见证了海宁从“无皮之地”到“皮都之王”的逆袭。

辉煌并非一蹴而就。海宁中国皮革城也曾面临三重压力,传统认知的束缚,皮衣被贴上“厚重、保暖、中年化”的标签;产品同质化,数千家企业款式大同小异,价格战愈演愈烈;线上电商的冲击,各大平台崛起,实体店陷入“看多买少”的窘境。

走过30多年的繁花与荆棘,海宁中国皮革城凭着一股“敢破敢立”的闯劲,翻越了三座大山。

消费群体的结构性变化,是引爆市场的直接导火索。“消费群体里30岁左右的年轻人占比大幅提升。”

海宁中国皮革城党委书记、董事长黄征的这句话,道出了市场稳步上扬的密码。

逐渐深入,会发现海宁中国皮革城“热”,远不止年轻人多了起来,这里还谱写着产业三重“热浪”。全品类战略打开了产品想象力的天花板。十几年前,曾有采购商调侃:“到海宁买皮衣,逛一家店就够了。”调侃背后,是缺乏核心设计的痛楚。

早在2012年,海宁便开始布局,建设省级工业设计示范基地,汇聚全球顶级设计资源。设计师代表入驻,就是跟着设计基地成长起来的:“我还在上学时就参加了‘真皮标志杯’设计大赛,毕业后来到海宁,2017年创立了自己的设计品牌。”她和团队每年推出1500个单品,累计参与近20场发布会。

当被问及灵感来源,任敏坦言:“市场是离灵感最近的地方。”海宁中国皮革城从面料供应到终端销售的全产业链闭环,让她的创作几乎没有瓶颈。

海宁皮城设计商业服务有限公司总经理吴芸婕透露,皮革城设计基地已入驻200家设计企业(中心)及设计工作室,有专职设计人员1095名,其中“中国十佳时装设计师”7人。

走在皮革城,前沿潮流触目可及:汉服国潮风的皮草小马褂,厚度仅0.2毫米的夏衣皮裙……有商家感慨:“十几年前一个款式能卖五六年,如今最多维持一个月,每天都在打版、推新。”

“商区+景区”模式打破了市场的物理边界。今年2月,海宁中国皮革城明确提出要打造体验型市场,让商区与景区深度咬合。落地到现实中,就是一条条自驾游路线,游客一边逛一边买,凭游玩记录还能同时享受景区和购物的双重优惠。

市场不再只是交易的场所,自己也成了一个目的地。

数字化让市场跨过了时空边界。22万平方米的电商基地,把线上和线下紧紧缝在一起。“潮来”时尚产业服务平台持续整合资源,AI翻译、AI网站等数字化场景正在落地。基地里已引入供应链商家600多家,主播2000多人,走播、直播成了常态,消费者可以足不出户“云逛皮革城”,季节和距离,都不再是门槛。

品质打底,设计破局、渠道铺路、场景重塑,海宁中国皮革城正以其30多年积淀的产业厚度与敢为人先的创新胆识,划出一条向上的弧线。

热潮之中,还有三道题

一季度成交额数字足够亮眼。但在热闹的表象之下,还有三个问题无法绕开。

第一问:走出“皮”的赛道,新品类拿什么立得住?

海宁皮衣占全国产量的90%,这是几十年攒下的家底,也是海宁最硬的一张名片。近年来,海宁明确提出从单一皮衣向羊绒、羽绒、羽绒服等秋冬全品类拓展,构建覆盖更广的时尚产品矩阵。对消费者而言,能在海宁一站式买到更多品类,无疑是便利的。但客观来看,羊绒、羽绒等领域已有各自成熟的产业带和深耕多年的品牌格局。

海宁进入这些赛道,面对的竞争烈度并不亚于皮衣领域。如何在新的战场上,让市场逐渐认可“海宁出品”的羽绒服、羊绒大衣同样值得专程而来,需要的不仅是产能的扩张,更是持续的产品打磨、品质验证和消费者口碑的缓慢积累。这是一场需要耐心的长跑。

(下转3版)

宁夏回族自治区政协调研组 来嘉兴考察交流

■记者 陆英杰

本报讯 5月9日至10日,宁夏回族自治区政协副主席、党组成员许宁率队来嘉兴考察交流,市政协主席陈利众、副主席薛佳平等陪同。

嘉兴市绿色能源有限公司主要从事生活垃圾焚烧发电及供热业务,承担嘉兴市本级区域垃圾无害化处置任务。调研组一行来到企业后,通过沙盘模型详细了解企业垃圾处理流程和工艺等。随后,调研组一行还走进垃圾炉控制室,当看到大屏上实时显示的烟气排放数据低于国家、欧盟标准后,调研组给予充分肯定。调研组成员表示,要认真学习借鉴嘉兴绿色发展经验,坚持生态优先、绿色发展,加强联动合作、取长补短,不断扩“绿量”、增“绿效”、提“绿质”,更好满足宁夏人民群众日益增长的美好生态环境需要。

小小红船承载千钧,播下了中国革命的火种,开启了中国共产党的跨世纪航程。调研组一行来到

南湖湖心岛,怀着无比崇敬的心情,听取关于中共一大情况和红船精神的介绍,深情凝视、驻足瞻仰红船。随后,调研组一行来到南湖革命纪念馆,认真倾听讲解,不时驻足观看,并详细询问有关情况,追忆峥嵘岁月。

调研组成员一致认为,红船精神是中国共产党建党精神的集中体现,是宝贵的精神财富,感召着一代又一代中国共产党人不忘初心、牢记使命、矢志奋斗。要大力传承和弘扬红船精神,更加紧密地团结在以习近平总书记为核心的党中央周围,高举习近平新时代中国特色社会主义思想伟大旗帜,坚定信心、埋头苦干,为奋力谱写中国式现代化宁夏篇章贡献智慧和力量。

在嘉兴期间,调研组一行还实地考察了海宁绿动海云环保能源有限公司、鸿翔环境科技股份有限公司,对嘉兴市绿色发展工作取得的成绩表示赞赏,并希望两地政协加强交流合作,充分发挥政协的独特优势,为促进高质量发展建言献策。

以一流赛事成就赛事之城

■本报评论员 汪莹

呐喊响彻云霄,激情点燃禾城。5月10日,2026浙江省城市网球联赛(浙TA)、2026年全国田径大奖赛(第2站)、“吴越杯”三大重磅赛事在嘉兴同步“开战”。当嘉兴球迷在嘉兴国际网球中心收到来自西班牙网球名宿、法网冠军胡安·卡洛斯·费雷罗的特别祝福,当嘉兴市体育中心因嘉兴籍选手顾晓飞、顾心洁、诸嘉程的精彩表现而欢呼雷动,当上海金山“义无反顾”球迷队、苏州“扎力”球迷队等纷纷奔赴嘉兴为“吴越杯”呐喊助威……以一流赛事带动消费增长、城市出圈,嘉兴正大步迈向赛事之城迈向赛事名城。

打造赛事之城首在办赛。近年来,把打造赛事之城上升为城市发

展战略,嘉兴先后承办第20届亚洲马拉松锦标赛、第15届东亚壁球锦标赛、2025年全国田径大奖赛等重大赛事。今年更是相继拿下“吴越杯”揭幕战、“浙TA”揭幕战两大省级联赛首站举办权。这些成绩背后,是嘉兴办赛的硬核能力——足球、篮球、网球均有雄厚的群众基础,700多片足球场覆盖城乡社区,嘉兴国际网球中心引来西班牙费雷罗网球学院院长三角中心落户,今年已举办群众身边的体育赛事活动1000场次以上……(下转3版)

ICBC 中国工商银行

嘉兴分行

浙江新闻名专栏 嘉兴时评

第一时间发布新闻+发表评论

导读

郏墩村如何破“墩”而出?

◀ 详见2版 ▶

作为曾经的“中国女鞋名镇”核心村落,郏墩村见证过乡镇企业的黄金时代,也经历了债务缠身、产业退潮的低谷。本期,百村行采访组走进郏墩村,解码乡村逆袭的底层逻辑与成功密钥。

让无茶之地绽放茶香

◀ 详见4版 ▶

正是这位爽朗的茶人,在嘉善这片本不产茶的土地上,牵头制定省级茶叶冲泡标准,用二十余年的坚守,把细碎的茶事,做成了规范行业、传承文化的实在事。



“吴越杯”嘉兴队主场战平

昨天下午,“吴越杯”嘉兴队主场对阵金华队的比赛在平湖市体育中心举行。面对6轮进11球的金华队,嘉兴队全场防守严密、拼抢积极,最终比分定格在0:0。5月17日,嘉兴队将在客场挑战台州队。(相关报道见3版) ■摄影 记者 赵颖硕

■记者 沈婷

这个周末,嘉兴俨然成为全省体育迷的焦点。

5月9日,在嘉兴市体育中心,2026年全国田径大奖赛(第2站)鸣枪开跑;5月10日,平湖市体育中心内,“吴越杯”浙江省城市足球联赛嘉兴队与金华队激战正酣;同一天,在嘉兴国际网球中心和中央公园网球场,浙江重磅打造的又一城市球类联赛IP——2026浙江省城市网球联赛(简称“浙TA”)首战正式挥拍开打。

三赛齐聚,禾城“燃”了。赛场外,市集摊位前排起长队,商圈大屏前加油声此起彼伏,一张张小小的票根串联起景区、酒店、餐厅……一场以体育赛事为支点的城市消费狂欢,正在快节奏地推动禾城从赛事流量向经济增量加速转化。

“观赛+”激活全域消费

作为全省群众性足球赛事,“吴越杯”致力于打造浙江本土的大众“世界杯”。5月10日嘉兴队主场对阵金华队的比赛中,场上拼抢激烈,场下更是激情澎湃。

“打开看看,今天抽到了什么?”当天下午,在平湖市体育中心,领到观赛包的球迷兴奋地拆着盲盒。助威棒、“粽冲冲”贴纸,再加上随机的嘉兴特色小食——五芳斋定胜糕、斜桥榨菜、南湖豆腐干……每份盲盒包含8种物品,将赛事氛围与地方特色完美融合。

比赛中场休息期间,现场还为球迷抽奖送出银座箱包、艾玛服装羽绒服、平湖西瓜等平湖特色产品,更让领奖球迷直呼“来得超值”。

赛场内的激情迅速传导到场外,“观赛+市集”“观赛+商圈”等多

元消费场景同步激活。在平湖市体育中心门口,华大头蟹壳黄、平湖特色糟蛋三件套、真真老老等嘉兴特色美食汇聚,平湖钟溪等主题限定文创亮相,各个摊位前人头攒动、生意火爆。据了解,此前举办的3场“浙里足够燃 一起来嘉游”文旅集市,已实现营收160万元。

为扩大赛事影响力,嘉兴在核心商圈、景区、酒吧等地设置了21个“吴越杯”第二观赛点,让无法到场的市民也能沉浸式感受赛事氛围。截至“吴越杯”第三轮,各观赛点吸引市民、游客超16万人次,拉动消费7000余万元。

而观众手中的一张球票,更成为串联全域消费的“金钥匙”。“凭这张球票,我们打算去盐官古城,还能赶上了一场民谣快闪。”从苏州吴江赶来看球的球迷小陈,打算拿着票根去趟海宁。盐官古城在本次赛事期间持续推出春日“潮”音乐季,凭赛事票根可免门票游览。

嘉兴联动全市300余家餐饮、景区、酒店,推出凭赛事票根享专属折扣活动,其中梅花洲景区免首道门票、闻川画舫游船免费乘坐,部分特色民宿还可享房价立减80元优惠;票根还可与海宁中国皮革城、濮院毛衫市场等专业市场互通互认,可享受“三件冬衣”专享折扣及联盟商户提供的各类专属礼遇。20元的球票,相当于可解锁198项专属优惠,总价值超3000元,极大激发了市民、游客的消费热情,在嘉兴,仅“吴越杯”3场比赛就售出球票6.35万张。

赛事引流效应持续凸显。以清明、“五一”假期为例,嘉兴4大古镇接待游客126.95万人次;3A级景区村庄接待游客237.18万人次,实现营收超7086万元。

(下转3版)