

# 2026年吴越杯浙江省城市足球联赛开幕

## 刘捷宣布开幕

■浙江日报记者 陆乐 沈昕雨  
本报记者 潘琳娟

本报讯 昨天,2026年吴越杯浙江省城市足球联赛在嘉兴开幕。

4月6日下午,嘉兴市体育中心内座无虚席,震耳欲聋的呐喊声席卷全场,点燃了绿茵激情。14时45分许,省委副书记、省长

刘捷宣布:2026年吴越杯浙江省城市足球联赛开幕!

“吴越杯”是由省体育局联合省直相关单位和11个设区市共同举办的重点群众体育赛事,比赛坚持“草根足球”定位,以设区市为单位组队,旨在打造浙江本土的大众“世界杯”。赛事分为积分赛和淘汰赛两个阶段。积分赛期间,11支球队将进行主

客场单循环比赛,积分赛前八名进入淘汰赛。淘汰赛采用单场决胜制,直至决出冠军。

赛事揭幕战由嘉兴队对阵衢州队。15时,随着主裁一声哨响,比赛正式开始。双方球员在绿茵场上激烈拼抢,配合默契,尽显各自风采,引起现场双方球迷的阵阵欢呼。最终嘉兴队以1:0的比分战胜衢州队。

在当天进行的其他比赛中,绍兴队2:2战平宁波队,湖州队与杭州队1:1握手言和,金华队4:0战胜舟山队,丽水队0:1不敌温州队。

省领导吴晶、胡伟,嘉兴市领导陈伟、许小月、高玲慧、陈利众、帅燮琅等出席开幕式。开幕式上举行了开场表演,机器人“冲冲”和浙江籍足球运动员王钰栋为比赛开球。

在首届“浙BA”的基础上,“吴越杯”将继续深挖“一场赛事盛会、一场文旅盛宴、一场展销集市、一场美食大餐、一个科技窗口”的内涵,力求实现“群众动起来、城市活起来、消费旺起来、产业兴起来、足球热起来”的目标,推动形成“人人爱体育、人人会体育、处处可体育、健康靠体育”的浓厚氛围。

## 春满嘉禾客如潮

清明假期前两日我市文旅市场接待游客超160万人次

■记者 陶慧琳

春和景明,万物竞发。清明假期,五湖四海的游客奔赴红船起航地嘉兴,沉浸式感受“醉江南”的春日盛景与人间烟火。假期前两日,全市累计接待游客突破160万人次:4月4日单日接待53.56万人次,同比增长11.42%;4月5日单日接待108.43万人次,同比增长23.21%。文旅市场增势强劲,热度拉满。

值得一提的是,南湖景区、海宁盐官古城一潮乐之城、桐乡桃园村等地频登央视,霸榜社交平台热搜,实现文旅市场人潮、流量、口碑的三重共振,尽显春日经济的蓬勃活力。

中心城区人气领跑 水乡古镇各展风华

要问清明假期嘉兴最炙手可热的打卡地在哪?中心城区当仁不让成为流量担当。

“我现在在嘉兴南湖的湖心岛上,在我身后,就是大家熟知的南湖红船。”昨天的央视新闻直播连线中,中央广播电视总台记者信任立足南湖,向全国观众实时展现禾城春日盛景。镜头中,湖面波光粼粼,岸畔新柳吐翠,游船往来不绝。

红船旁瞻仰打卡、烟雨楼凭栏赏春、月河古街寻味逛吃、南湖天地休闲消费,中心城区处处游人如织,假期前两日累计接待游客36.4万人次,尽显核心景区的强劲吸引力。

体育赛事与文旅消费双向赋能,更为嘉兴春日添上一抹火热亮色。

昨天,2026浙商银行浙江省城市足球联赛(吴越杯)揭幕战在嘉兴市体育中心激情开赛,主场作战的嘉兴队迎战衢州队,近3万名球迷齐聚赛场为球队助威。赛事带动效应持续释放,“吴越杯”球票专属优惠、赛场周边特色文旅集市、“第二现场”观赛点同步推出,叠加景区餐饮住宿折上折活动,持续引爆消费热潮。“吃住玩购都有实惠,体验感特别好。”来自外地的游客吴先生一家在嘉兴运河文化省级旅游度假区度过了一个美好的假期。

小桥流水映春色,嘉兴古镇游依旧是清明假期的热门选择。

天下奇观钱塘江潮,牵动着无数游客的心。假期首日一早,海宁盐官古城一潮乐之城游客服务中心便人头攒动,单日迎来超2万人次游客,景区停车场近乎满员,旗下酒店全线满房。社交平台上,“清明就去语文书里的观潮胜地”话题冲上小红书全国热点榜,话题热度突破600万人次。

凭借古朴民俗与温婉水乡风情,西塘古镇实力圈粉,两日累计接待游客10.27万人次,稳居华东古镇热门选项;乌镇古镇以深厚底蕴获取游客青睐,两日接待游客6.41万人次;濮院时尚古镇则凭借独特的时尚魅力,成为新晋文旅打卡点,两日接待游客0.81万人次。

(下转3版)

## 25家主体获评省级高效生态农场

### 嘉兴农业绿色低碳转型结硕果

■记者 张应隆 通讯员 罗金飞

本报讯 近日,浙江省农业农村厅公布了2025年度浙江省高效生态农场(生态低碳农场)认定名单,嘉兴共有25家入选,涵盖畜禽养殖、粮食种植、稻渔综合种养等多个领域。这些农业主体在节能减排、循环利用、生态保护等方面成效突出,不仅为嘉兴农业绿色低碳转型注入强劲动力,更走出了一条生态与产业共生、发展与富民同步的乡村振兴新路径。

记者在位于海宁市丁桥镇金杨村的嘉兴立华畜禽有限公司金杨现代化养殖共富基地看到,这里配备了智能化环境控制系统、精准饲喂设备和闭环粪污处理设施,能有效减少资源消耗和污染物排放。作为此次入选的畜禽养殖领域标杆,立华畜禽生动诠释了生态低碳与产业富民的深度融合。海宁市农业农村局相关负责人介绍,该基地是丁桥镇重点打造的农业标准厂房标杆项目,创新采用“上市企业+村集体经济组织+农户”的共建共享模式,年出栏肉鸡约175万羽,实现了畜禽养殖的集中化、标准化、现代化。

“集中养殖不仅便于统一管理,更能从源头做好能耗管控和粪污资源化利用,真正实现生态低碳发展。”基地相关负责人介绍,基地科学规划、分阶段推进,系统化达成了生态低碳目标。与此同时,基地通过利益联结机制,将企业发展与村集体经济壮大、农户增收紧密绑定,目前已吸纳周边6个村、82户低收入农户入股,每年可为村集体经济增加经营性收入180万元,带动农户增收近300万元。

(下转3版)

## 为「吴越杯」加油 为「醉江南」喝彩

■本报评论员 汪莹

“吴越杯”揭幕战,嘉兴队首战告捷!昨天下午,万众瞩目的2026浙商银行浙江省城市足球联赛(吴越杯)在嘉兴市体育中心点燃战火。嘉兴队1:0战胜衢州队,首次亮相使用实力与斗志书写了属于自己的高光时刻。

赛场上,近3万名球迷的掌声和欢呼声一浪高过一浪;赛场外,一张门票撬动的城市消费和品牌塑造热潮也一浪高过一浪。作为“吴越杯”揭幕战举办地,嘉兴不负全省人民的信任与重托,用一场酣畅淋漓的比赛点燃群众激情、释放吴越魄力、激发城市活力,向世界递出一张亮闪闪的“红船起航地,嘉兴醉江南”城市名片。

这场比赛点燃了“吴越杯”的第一把火。从开场哨响起的那一刻起,嘉兴队便火力全开。面对实力不俗的对手,球员们攻防转换迅捷如风,战术执行井然有序。第86分钟,以一脚精妙的任意球在禁区前撕开防线,被横梁挡出后,14号球员裴航补射破门,全场瞬间沸腾!只要终场哨没响,就永远有奇迹,这就是足球精神,更是吴越文化所蕴含的勇立潮头、坚不可摧的精神在当代绿茵场上的尽情释放。以嘉兴斩获主场开门红为起点,“吴越杯”必将越来越精彩。

这场比赛成就了“醉江南”的第一印象。“吴越杯”不仅是足球的比拼,更是城市间的互动与较量。嘉兴素有“吴根越角”之称,是浙江最能代表吴越文化的城市。办好这场揭幕战,嘉兴一改往日的低调,为城市“出圈”高调吆喝。开幕式上,海盐滚灯、平湖空竹等非遗项目轮番上场,展示最地道的吴越文化;观赛包里,五芳斋大肉粽、杭白菊茶包、膳博士猪肉、乌镇榨菜等特色美食全域集结,呈现最江南的嘉兴味道;还有堪称宝藏的纪念票根,一张20元的门票,串联起近30个景区、超50家门店和上百家老字号、工厂店等的总价值超3000元的近200项优惠……为一场球赛一座城,当赛场内外的每一个细节都成为城市形象的生动展示,“红船起航地,嘉兴醉江南”的品牌形象也更加鲜活、更加亮丽。

“吴越杯”越出彩,“醉江南”越出圈。从“浙BA”到“吴越杯”,日益红火的草根赛事,不仅是群众的“快乐源泉”,更是城市擦亮品牌、提升辨识度的大好机会。于嘉兴而言,斩获主场开门红只是开始,若想乘“吴越杯”的东风实现城市“出圈”,还需深入解答如何把足球赛事“高热度”转化为城市品牌“高曝光”这一关键命题。

(下转3版)



## 开门红

昨天下午,嘉兴队以1:0战胜衢州队,拿下“吴越杯”首场胜利! 摄影 记者 王嘉宁

## 一场球赛“踢”火一座城

■记者 周丽丽 吴晓慧

昨天,2026浙商银行浙江省城市足球联赛(吴越杯)揭幕战在嘉兴市体育中心火热打响。主场作战的嘉兴队以1:0战胜衢州队,迎来开门红。

场内近3万名球迷全程激情澎湃,呐喊助威声此起彼伏,一浪高过一浪。这场以足球为名的城市嘉年华,热度远不止绿茵场上的90分钟。从“票根经济”的巧妙设计,到城市IP“粽冲冲”的横空出世,再到“体育+”模式的深度融合——嘉兴正用一张20元的门票,撬动一场关于城市消费、呐喊助威声此起彼伏的宏大叙事,生动演绎了“一场球赛‘踢’火一座城”的经济逻辑。

从“入场券”到“福利卡”  
一张票撬动全城消费

20元的单人票、28元的双人套票、42元的三人套票——“吴

越杯”票价亲民,学生票仅10元,开售5分钟仅大麦平台便售出2000张,4月1日2万余张球票即告售罄。但在嘉兴的“账本”上,这张票远不止一张入场券。

“我们希望通过一张球票,把赛事的热度传导到商圈、景区、夜市,真正实现‘一场球赛踢火一座城’。”嘉兴市商务局相关负责人的这句话,道出了“票根经济”的核心逻辑。

翻开福利清单,覆盖面之广、优惠力度之大令人印象深刻。

景区:全市近30个景区推出专属优惠,仅南湖旅游区、西塘古镇、濮院时尚古镇、盐官潮乐之城四大热门景点免票一项,每名球迷即可节省近300元门票支出。

住宿:全市超50家酒店、民宿提供专属折扣,距离市体育中心仅500米的博雅花园酒店更是给出了门市价3.8折的诚

意优惠。

餐饮:上百家门店加入“票根联盟”——从阿强骨头王、印象江南嘉兴菜馆等市体育中心周边老店,到星河COCO City、平湖吾悦广场等商圈的餐饮组团,再到在嘉衢州餐饮门店免费赠送的鸭头等特色小吃,可谓全城覆盖。

购物:数十家工厂店、商场、老字号联袂登场。作为“三件冬衣”代表,濮院8家羊毛衫工厂店推出2折起的“骨折价”,海宁中国皮革城凭票根可换取VIP折扣。

一张球票,摇身一变成为覆盖“吃、住、游、购”的全城福利卡。据统计,我市累计推出景区、餐饮、住宿、购物、运动五大领域198项专项优惠,总价值超3000元,叠加100张演唱会、音乐节门票抽奖及滴滴出行“文旅出行福利包”、300万元专项消费券,全方位撬动消费升温。

这种“门票+”联动模式,精准地将赛事瞬时流量转化为各消费场景的增量。数据已见成效:赛场附近的姜香饭店这3天的客流量累计超600人次,阿强骨头王清明假期营业额同比增长10%。一张门票,成功将体育热度化为街头巷尾可感知、可量化的“烟火气”与“消费力”。

更值得关注的是文旅领域的深度联动。揭幕战恰逢清明小长假,嘉兴顺势推出“跟着赛事游嘉兴”活动,串联起南湖革命纪念馆、茅盾故居等场所。嘉兴运河文化省级旅游度假区不仅设置“第二现场”观赛,还配套发放100万元消费券,首期已投放20万元。开元文旅开森部落总经理莫晓桦表示,受“票根经济”与消费券双重刺激,客流量增加了近20%。

“场内观赛、场外消费”的场景串联,让一场90分钟的球赛演变为持续整日的城市嘉年

华。球迷不再是“看完就走”,而是“看完再吃、再逛、再住、再游”。消费链条拉长了,停留时间延长了,人均消费自然水涨船高。

从“企业赞助”到“全城参与”  
一场球赛激活本土生态

“吴越杯”的赛事经济账本上,有一组数字格外亮眼:3万份盲盒大礼包,总价值超过120万元,全部由嘉兴本土企业免费赞助。赛事创新推出5类“观赛盲盒”,内含五芳斋粽子等11项固定物品,随机搭配4种嘉兴特色好物,兼具实用性与趣味性;随机抽取20家小微企业微光赞助,营造全民支持氛围。

(下转3版)

经济观察