



引育辩证破局 筑牢发展根基

嘉兴打造“雨林式”企业培育生态

■记者 陈曦
通讯员 陈洁 黎晔萍

近日,浙江省首场“走进链主”暨大中小企业融通对接服务活动在桐乡举行。振石股份新材料产业园内,“链主”企业发布需求,中小企业登台路演。这一“大手牵小手”的场景,折射出嘉兴产业培育逻辑的深层变革。

嘉兴通过“有形之手”与“无形之手”的协同,构建起优质企业培育“雨林式”创新生态。目前,嘉兴拥有国家级专精特新“小巨人”企业243家、省级专精特新中小企业1723家以及22家单项冠军、12家雄鹰企业,专精特新“小巨人”企业数量列全国城市第19位、地级市第5位。

企业培育,最怕“一刀切”。嘉兴针对不同规模的企业,探索出共十种企业“培育法”,即

总部直接招引法、人才项目孵化法、创投平台孵化法、科创平台孵化法、招引项目培育法、传统产业转型法、龙头企业裂变法、新领域培育法、新经济培育法、军民融合培育法。

传统招商常陷入“重外引、轻内生”的误区,嘉兴则通过总部直接招引法与传统产业转型法形成闭环。

秀洲区引进东莞市专精特新“小巨人”企业中贝能源,靠的不是单纯拼政策,而是围绕企业从签约到投产的全周期需求构建赋能生态。秀洲区实行“一企一策”精准服务,在项目准入、土地招拍挂、建设审批等环节打破常规节奏,实现“签约即审批、拿地即开工”。秀洲区还通过对接省级研发平台、推动校企合作、助力建设智能制造基地与博士工作站等方式,巩固企业在行业中的技术领先地位,成功入选新一批重点专精特新“小巨人”企业。

嘉兴针对传统优势产业,以“数字化转型、智能化升级、绿色化改造”为路径,引导企业聚焦细分市场,通过技术改造与模式创新,增强核心竞争力。作为海盐县装备制造的一张“金名片”,恒锋工具股份有限公司就走出了一条从专精特新“小巨人”企业到单项冠军的升级之路。恒锋工具不断突破精密制造“卡脖子”技术,先后承担首台大型舰船自主燃气轮机制造、首架C919大飞机机翼组装、国防航空发动机制造等重大工程的关键刀具研制。

这印证了:“外引”解决的是产业“从0到1”的增量问题,“内育”解决的是“从1到100”的存量升级问题。

龙头企业裂变法——“大”“小”共生,“链长”带着产业链企业飞。链主企业不仅是产业链的“链长”,更是创新生态的“孵化器”。桐乡振石集团裂变出华

美新材料,政府协助对接高校资源,使其迅速成长为“小巨人”。这种“母体孵化”模式,让大企业的技术积淀成为中小企业的“创业加速器”,形成“大树底下好乘凉”而非“大树底下不长草”的生态格局。

创投平台孵化法引发了资本与技术的化学反应,以创投平台为纽带,通过“资本+服务”孵化专精特新企业。

位于平湖的华芯(嘉兴)智能装备有限公司在2021年获资本加持,助力企业加速国产替代,核心零部件国产化率从40%升至98%,打破了国际垄断。

这种“政府基金扶早扶小、产业资本赋能成长”的接力模式,本质上是让“看得见的手”为“看不见的手”探路,分担早期风险,释放市场活力。

如果说这些培育法是“招

式”,那么嘉兴构建的梯度培育体系则是“内功”。

从创新型中小企业到省级专精特新中小企业,再到国家级“小巨人”企业乃至“单项冠军”,嘉兴为企业搭建了一个清晰的成长阶梯。

在这一梯度中,嘉兴解决了企业成长中要面临的三个关键痛点——

空间保障。针对专精特新企业“想扩张却无地”的尴尬,嘉兴推行“工业上楼”模式,通过存量盘活、增量倾斜等方式,2025年出让工业用地17199亩,同比增长12.3%,总量居全省第一,全力保障优质技改项目改扩建需求。

(下转2版)

经济观察

昨天,一辆身披“吴越杯”主题涂装的公交车亮相嘉兴市区。

为助力2026浙商银行浙江省城市足球联赛(吴越杯),嘉兴市体育局联合嘉通交运集团精心打造“吴越杯”主题公交,将嘉兴地域特色与足球运动激情融入车身设计,打造出一道流动的城市体育文化风景线。

■摄影 记者 赵颖颖
通讯员 邹律

涂装公交上线
「吴越杯」主题油价暴涨传导产业圈 链上协同创新解压力
我市纺织业承压破局谋发展

■记者 吴晓慧

2026年春天,美以伊冲突引发的蝴蝶效应,影响到嘉兴纺织业产业链上。国际油价一度突破每桶110美元,单月飙升近60%。

油价暴涨迅速传导到纺织化纤领域。原料在涨,订单在跑。双重压力之下,嘉兴企业生产经营情况如何?连日来,记者走进纺织业上下游企业,看企业如何破局求变。

“练好内功、做好产品,再大的波动也能扛过去”

“忙”,是近段时间浙江嘉华特种尼龙有限公司企业市场部

经理张铭最直观的感受。

昨天上午,位于秀洲区王店镇的嘉华尼龙卷绕车间里,1000台卷绕机开足马力,将纱线卷成一个一个的丝饼,再源源不断送往加弹车间。

在纺织行业,按原料来源分为天然纤维、化学纤维和混纺纤维,而化学纤维中的合成纤维在跑。双重压力之下,嘉兴企业生产经营情况如何?连日来,记者走进纺织业上下游企业,看企业如何破局求变。

数据最能说明问题。以化纤长丝中的主要类别产品“锦纶POY”行情为例,全球纺织网数据显示,该产品报价进入3月份急速上涨,3月25日一度达到每

吨15675元,较1月初涨幅超30%。

“冲突刚打响两三天,吴江一家面料大厂的采购电话就火急火燎打过来了,直接要订300多吨锦纶,锁定未来3个月的货。”张铭想起当时的场景,仍觉紧张。

谁也没想到,春节前还平稳的原料市场,会因一场国际冲突被彻底打乱节奏。

作为链接化工行业和纺织行业的中间环节,嘉华尼龙既受上游化工企业的炼化成本影响,也受下游市场行情波动影响。

更棘手的是,由于去年化工原料价格持续走跌,企业没敢囤货。原油一涨价,只能用高价原

料赶制此前的低价订单,部分产品陷入亏损。

然而,市场总是喜忧参半。成本上涨带来“阵痛”的同时,订单却像潮水一样涌来。

原油涨价初期,下游客户纷纷扎堆备货,企业一季度接单量同比增长30%。“到了3月中下旬,接单量慢慢趋于平稳。”张铭表示,下游企业初期囤了货,短期不需要再大量补仓,加上目前原料价格处于高位,部分中小企业开始观望,等待下时机。

面对上游原料涨价和下游市场的冷热交替,换作一般企业,恐怕早已乱了阵脚,但嘉华尼龙却显得沉稳许多。

企业的底气,藏在一款款王牌产品中。

“锦纶66”,乍一看,与普通锦纶面料并无二致,但伸手一摸,手感明显更柔软。它以“更舒适、更轻量、更强韧、更鲜艳、更保形”为核心优势,在同类产品中脱颖而出。用它制作的瑜伽裤,塑形效果更好,售价能卖到普通款式的2至3倍。

技术上的“硬实力”并非一蹴而就,背后是企业每年数千万元的研发投入。“高端产品的技术优势给了我们底气,只要练好内功、做好产品,再大的波动也能扛过去。”张铭信心满满。

(下转2版)

“吴越杯”揭幕战为何花落嘉兴?

■记者 杨茜

“吴越杯”来了!今天,2026浙商银行浙江省城市足球联赛在嘉兴正式打响,这不仅是浙江草根足球迈向新征程的标志性时刻,更是浙江足球全新IP“吴越杯”的启航之始。

一场承载着地域文化与足球梦想的揭幕战,为何花落嘉兴?答案,就藏在这座城市的肌理、当下实力与未来布局之中。是文化基因、城市能量与足球情怀的多重共振,成就了这场双向奔赴的绿茵之约。

此前,省足协官方的揭幕战对阵颇具深意:主场作战的嘉兴队,迎战来自“南孔圣地”的衢州队。一个是江南文化的重要发源地,一个是儒家文化传承地,两座历史文化名城的绿茵对话,将为“吴越杯”拉开兼具底蕴与

活力的序幕。

回望历史:有文化呼应,更深藏百年不熄的星火

“吴越”二字,承载着浙江千年的历史底蕴。它不仅是一个地理名词,更代表着这片土地“勇立潮头、海纳百川、坚韧不拔”的精神内核。今年又恰逢世界杯之年,因此,我们将“吴越杯”定位为浙江人自己的“世界杯”,这是属于每一个浙江百姓的足球盛宴……”3月25日的赛事新闻发布会上,组委会负责人的解读,道出了这一IP的文化初心。

“吴越杯”的文化定位,与嘉兴的城市气质天然契合。嘉兴素有“吴根越角”之称,春秋战国时便是吴越两国交融之地,五代十国时期更是吴越国辖境。这片土地孕育的开放包容、坚韧创新的地域特质,与足球运动所倡导的

团结协作、奋勇拼搏、永不言弃的精神,一脉相承、高度契合。

“吴越杯”作为中国足球改革背景下的全新IP,以“为民办赛、全民参与”为宗旨,正是全民健身时代脉搏与地域精神传承的频频共振。当揭幕战的哨声响起,既是草根足球的盛会启幕,更是浙江足球革新之火的点燃,将照亮群众体育高质量发展的新征程。

百年足球传承,更让嘉兴与“吴越杯”结下深厚情缘。近代中国足球初兴之时,嘉兴人戴麟经、周家骥便是极具代表性的先驱者。戴麟经作为首位浙江籍国足队员、首位率国足征战世界杯预选赛的主教练,一生深耕足球普及与青训,晚年归乡仍躬耕校园,播撒足球热爱。周家骥作为20世纪30年代上海足坛风云人物,随中国代表团征战1936年

柏林奥运会,其主编的《上海足球》更是研究中国近代足球史的珍贵文献。这份跨越百年的足球火种,让嘉兴与“吴越杯”的联结更具温度与厚度。

透视当下:有办赛实力,更涌动全民参与热潮

高规格赛事的落地,是城市综合实力的必然彰显。丙午马年开年以来,嘉兴足球喜事连连:2026中国社区足球超级联赛总决赛敲定金秋落户嘉兴,2026年中乙联赛赛季前裁判人员培训班在此开班,省足协浙江首个足球训练基地落户秀洲区王江泾镇……一系列赛事与项目的落地背后,是嘉兴多年来深耕足球事业的坚实积累。

完善的硬件设施,是办赛的坚实底气。目前,嘉兴已建成各类足球场725片,其中标准十

一人制足球场140片,形成了“市内有标杆、县(市、区)有中心、乡镇(街道)有场地、村(社区)有网点”的全覆盖网络。嘉兴市体育中心体育场拥有国际标准天然草皮、先进转播系统,可容纳3万余名观众,为举办大型赛事提供有力保障;平湖、嘉善、海盐等地的体育场馆,成为市民日常踢球的首选;秀洲区王江泾镇大运河体育文化园内的长三角区域规模最大的高标准足球场,桐乡崇星村年承办赛事超600场的特色场地,更让基层足球活力充分释放。

若说硬件是底气,那么软件与经验便是嘉兴的核心竞争力。近年来,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全国田径大奖赛等重大赛事,在赛事组织、安保医疗、志愿服务等方面积累了丰富经验。

(下转3版)

“六千争先”再攀高

双轨并行赢先机 以商招商聚项目
凤桥绘就产业发展新图景

■记者 俞艳婷 通讯员 赵方方 许学文

春天的嘉兴,春风吹绿了江南田野,而在南湖凤桥镇经济发展与生态环境办公室里,工作节奏比春风还要急。招商团队刚拖着行李箱从北京、深圳、成都跑了一圈回来,桌上的行程表已经排好了苏州客商考察的对接细节。匆匆的脚步声、键盘敲击声与电话铃声,交织成一曲开春最动人的交响。

作为嘉兴南部的百亿乡镇,这份忙碌转化成了一份亮眼的成绩单:今年开年以来,凤桥新签约2个总投资超亿美元项目;1至2月产业投资额同比增长59.53%,制造业投资增长60.32%,全镇经济产值上涨14.2%。这些数字的背后,是一遍遍磨出来的对接、一次次攒起来的信任,最终变成一个落地生根的项目。

十个月跑出“租赁+拿地”双轨速度

三月的南湖遂昌飞地产业园旁,挖掘机的轰鸣声打破了田野的宁静,总投资10亿元的恒智浦(浙江)智能制造总部基地正式开工,这块50亩空地迎来了它的新主人。

站在工地上,智慧倍增集团总经理、恒智浦(浙江)智能制造总部基地项目负责人王建平感慨万千:“我们能抢下这波产业机遇,全靠凤桥人的这份急。”

当时,智慧倍增集团正从“数字世界”向“具身智能”跨越,急需扩容精密加工产能,手里握着大把订单,却没合适的生产平台。企业团队连着考察了浙江、安徽好几个地方,直到去年5月走进凤桥,王建平心里的石头才落了地,“这里的区位优势正好匹配我们的长三角布局”。可让他下定决心,还是凤桥人“比我们还急”的态度。

“企业急着生产赶订单,我们也急着让项目早落地早产出。”凤桥镇经发办负责人说,按照常规流程,从项目拿地到投产至少要两年,根本赶不上企业的产能需求。怎么办?镇里拿出了此前服务安致汽车的经验,大胆推出“租赁+拿地”两步走方案:一边带着企业看厂房、租场地,让企业尽快投产赶订单;一边同步推进土地招拍挂。

(下转2版)

一季度完成全年50%任务量
斜桥全员干招商全力推项目

■记者 杨永昌 通讯员 杨帆

“我们村在对接一家信息服务业企业,预计年营收能达上亿元。”

“有做再生资源的公司想租赁我们社区的厂房,目前还在对接当中。”

“根据土地资源现状,村里正计划打造现代化农业园区。”

日前,海宁斜桥镇一场招商工作座谈会气氛热烈,各部门、村(社区)负责人轮番报项目、晒进展。一份成绩单也同步揭晓:今年一季度,斜桥成功招引亿元以上项目3个,对照全年目标,已完成一半任务量。

“和其他兄弟乡镇比,斜桥的平台不算大。”斜桥镇经济发展办公室副主任彭家栋道出了斜桥发展的现实。

数据是最直观的印证:2025年,斜桥镇规上工业总产值116.6亿元,而有的兄弟街道已突破340亿元。差距悬殊的背后,是有限的建设用地指标难以支撑大规模工业扩张。但斜桥也有着独特优势,杭海城际穿境而过,融杭发展的门户地位突出,“全员干招商”成为其谋求突围的关键一招。

金石村党委书记舒志强对此感触颇深。今年初,他捕捉到一条关键线索:本村一位在外创业的村民有意回乡投资。他第一时间上门对接,把斜桥的招商政策和产业配套讲得明明白白,“以前对政策一知半解,现在为了对接项目,早就摸得滚瓜烂熟了”。线索提交后,专项服务专班立即跟进,全流程对接服务,最终这个贸易项目顺利落户,目前已实现营收2000万元。

村社干部从“招商门外汉”变成“项目牵线人”,得益于斜桥完善的招商机制。今年初以来,斜桥喊出“全员干招商,全力推项目,一线炼干部”的口号,构建起全链条、全覆盖的招商体系。

这套打法拼的是细致、主动、懂行。斜桥不等企业上门,而是主动把服务送到企业门口——深化“项目经理制”,为每个招商项目配备“专属管家”,从签约到投产全程代办,企业不用自己跑腿;审批流程能并联绝不串联,用地、用电、用工哪个环节卡住,专班就盯着破题;一周一调度,问题不过夜,一季度就有11个项目顺利入库。

(下转3版)

导读

十把钥匙

◀ 详见4版 ▶

口袋里装着10把老人的钥匙,朱水源每天早晨7点准时出门走访辖区里的空巢老人。从最初的一把钥匙,到后来的一串钥匙,再到牵头成立“钥匙帮”志愿服务项目,他用日复一日的善意与坚守,打开了人与人之间的信任之门。