



浙江在线 10月13日讯（记者 李洁薇 沈烨婷 孟琳 周楷华 阮帅）刚刚过去的国庆假期，海宁中国皮革城上万个停车位“一位难求”。A座、B座之间，新启幕的“海宁IN巷”滨水街区，成了游客购物之外的热门去处。水岸空间里，餐饮酒吧、潮玩文创、非遗手工依次铺开。带娃的杭州游客张嘉说：“本来只想顺路逛逛，结果从下午待到了晚上。”

专业市场上演的热闹场景，假期里不止海宁一处：杭州海外海汽车城，看车的人顺道打一场室内高尔夫；桐乡濮院，游客逛完古镇拐进市场，一手咖啡、一手羊绒衫；诸暨山下湖珍珠小镇，游客排队开蚌，争当“全民珠王”……

火热的不只是假期。前三季度，全省726家专业市场成交额1.49万亿元，同比增长8%；其中50家省级试点市场成交1.09万亿元，占全省73.3%，同比增长16.2%。

今年2月，浙江省政府办公厅印发《关于加快推动专业市场高质量发展的指导意见》，提出2026年遴选50家转型升级意愿强烈、条件成熟的专业市场先行试点，涉及家居、五金、纺织、珠宝、农产品、二手车等领域，试点按“一场一策”推进。

浙江人对专业市场不陌生。早些年，一个摊位养活一家人，一个市场带火一个镇，义乌的小商品、绍兴的布匹，都是这么走向全国的。后来网店越开越多，买货早已不必跑市场——可市场的分量并没减轻：它依然连着块状经济背后的产业和民生，托着中小商户的生计，担着内外贸的通道。

今天，专业市场正在发生哪些变化？人们逛市场看重的是什么？市场红火应如何持续……通过50家试点的实践，我们能从中得到一些启发。

从交易场到体验场

国庆假期，海宁中国皮革城的一面AI试衣镜前，顾客排起了队。站在镜前轻轻挥手，数字皮衣立即上身，抬手、拎包等细微动作都能精准跟随。皮装厚重，过去顾客试穿五六款就累了，如今同样的时间，能试的款式多出不少。

除了试衣镜，这个全球规模最大的皮革专业市场到处是新花样。A座、B座之间，新亮相的“海宁IN巷”滨水街区成了购物之外的热门去处。“以前就是来单纯买皮衣。现在不一样了，升级后的街区很年轻、很有格调，我们特地过来尝美食，放松一下。”游客王佳萱说。

新花样换来了人气，人气变成了销量。在皮革城经营皮毛店铺的陆寒月说，为贴合年轻消费者，她今年新推了轻盈短款皮衣，广受欢迎。今年1月至8月，皮革城总部客流165.59万人次，同比增长22.25%；国庆假期，市场营业额同

比增长30%以上。

皮革城的热闹不是独一份。网上买货越来越方便，市场要留住人，就得给出“买”之外的理由。这几年，专业市场里长出的新场景越来越多：加运动、加养生、加文化、加旅游，做的大多是“专业市场+”的加法。

杭州海外海汽车城，把1.6万平方米的数字化高尔夫运动综合体开进市场，配了56台专业模拟器，还有1200平方米的室内卡丁车赛道、3万平方米的城市攀岩馆；磐安浙八味特产市场，游客先让AI辨一辨体质，再喝一盅药膳、做一件中药手作，逛药材市场变成了逛养生馆；丽水青田侨贸市场，把葡萄酒文化馆、西班牙火腿主题馆开在市场里，“侨博之夜”演艺美食市集搭配7条“侨贸+乡村侨韵”特色旅游线路。前三季度，全县过夜游客达165万人次，外籍游客增长23%。

做了加法后的专业市场，改变了很多原有模样，最大的变化在于业态。

绍兴越城区的金德隆居家文化创意城，曾是市民买家居建材的热门地。电商兴起后，客流和商户有所减少。园区以环境焕新为突破口，依托中国美院设计16幢特色建筑，打造开放、新潮、生态化的艺术街区，南侧水边顺势做起了滨水草坪露营区。

环境一变，新业态有了更多空间。咖啡茶饮、潮流酒吧、瑜伽健身、文创零售陆续进园。为加速商户入驻，越城区市场监管局在园区设立一站式服务平台，商户足不出园就能办理多项业务。

园内非遗文创店铺人气十足，铂金姐姐手作店内，醒狮、仙桃、柿子等造型精致的面塑糕点琳琅满目，独特的非遗文创美食吸引游客驻足观赏、体验选购。主理人殷海英介绍，去年入驻金德隆正是看中园区优美的环境和稳定旺盛的客流。依托园区流量优势，店铺多款特色产品在节假日热销爆单，常态化开展的非遗体验课程，也为园区持续汇聚人气。

“传统市场想要留住人气，首要任务就是打破老旧刻板印象，重新吸引消费者入园。”金德隆居家文化创意城董事长丁海土说。曾经买建材，购后即走，如今游客一逛就是半天。今年1月至8月，园区交易额27亿元，同比增长9.9%。场景是表，消费是里。一项项“专业市场+”做下来，换来的是停留时间、客流和真金白银的成交。这样的新场景还在不断长出来：仅今年前三季度，全省专业市场就新增标杆场景132个。

从拼价格到拼价值

不久前，许村镇的海宁中国家纺城设计总监贺荣带着“中纺·臻锦”服装品牌，登上2027春夏米兰时装周秀场。40套国风高级定制作品，把海宁的提花工艺、许村的织锦技艺带上了国际时尚舞台。“我们要搭建平台，让海宁家纺的产品品类、层级实现全面升级。”贺荣说。

为什么要上国际秀场？消费潮流变得快，大路货越来越留不住人。藏在产业链里的提花、织锦老手艺，经过设计转化和品牌包装，成了高定作品，也有了更高的附加值。

这些年，许村镇的家纺企业纷纷转型：花剪子布业主动砍掉八成走量的普通面料业务，专攻门槛更高的永久性阻燃面料，拿下多项国内外权威资质；天龙布业研究海外的审美色系和纹样，与跨境平台合作，每月稳定输出新中式面料。从“有什么卖什么”，到“消费者要什么，市场就卖什么”，货跟着人走，市场才立得住。

货往高处走，走的是“微笑曲线”的两端：一头是研发设计，一头是品牌。这两年，抱团做区域公共品牌的市场多了起来，为的都是替商户把牌子立起来。

国庆假期，太湖龙之梦乐园欢乐世界大酒店内，“织里童装”区域品牌集合店挤满了带娃的游客。货架上，“男生女生”“洛小米”等织里本土品牌一字排开，“织里童装”原创IP“呖织兔”“哩宝”的玩偶被孩子抱在怀里，不少游客给孩子试穿后，直接买了单。

这家200平方米的门店，是织里童装从“产地标签”走向“品牌符号”的一步。织里有1.4万余家童装生产经营主体，年产童装超20亿件（套），占国内市场三分之二；可规上工业企业只有46家，占比不到4%。吴兴区童装产业发展中心主任马姚婧直言：“企业数量多，但缺乏领军型企业，叫得响的童装品牌少之又少。”

货卖到了全国，可长期贴牌生产，卖不出溢价，这是织里多年的心病。单个商户创品牌太难，织里的办法是政府和市场牵头，做区域公共品牌。今年初，《织里童装区域品牌企业评价规范》正式施行，从经营业绩、科技创新到质量管理，六大维度22项指标给企业打分，分出“金标”“蓝标”“普标”，企业通过认证后，就可以使用区域公共品牌销售童装产品。目前，已有232家企业完成认证。

弗兰尼尔（湖州）服饰有限公司是首批“金标”企业。董事长胡群雅说，这块牌子既是信心也是约束：“大家一看‘织里童装’金标企业，就有信心下单了。你肯定不愿意被降级的，必须好上更好。”一块牌子，是政府和市场为好货做的背书，替镇上成千上万的小商户说一声“我靠谱”。

打公共品牌的不止织里。8月底，“柯桥优选”把数百块面料带进上海的展会，1200余款新品带动面料销售超百亿元；海宁皮革、家纺、濮院毛衫，今年一齐入选首批浙江消费名品。货要卖得上价，先得让整个市场的牌子立起来。

越来越多专业市场的实践表明：生意的打法换了。便宜和量大，拼不过网上。拼设计、拼品质、拼牌子，货才卖得上价，市场的热度才撑得长久。

从做房东到做“小二”

浙江726家专业市场，能走出内卷和困局的，往往是那些愿意

“折腾”的市场。

近日，嵊州市新经济电商产业园二楼，嵊州市杜邦领带服饰有限公司总经理童波英忙着处理一笔新订单。“刚刚有客户下单了一批羊绒围巾，马上安排工厂赶制。”她的展示厅里，领带、围巾、丝巾、配饰摆了一墙；楼下，电商直播间的绿幕亮着，主播们正对着镜头吆喝。

这个产业园的前身，是嵊州中国领带城。那时，它是全国领带和面料的集散地，做领带生意的人，没有不知道这里的。嵊州最风光的时候，一年生产3亿多条领带，全国市场上每10条领带有9条出自这里。后来，系领带的的人少了，网店越开越多，经营户陆续搬走，市场逐渐冷清。

怎么办？领带城的解法，是改做服务商。过去提供摊位、收租金，如今帮商户把货卖出去。于是，市场里有了培训教室、直播间和AI公共服务平台，请来专业电商团队帮商户卖货。童波英空下来的时候，就去园区听课，学线上运营、学品牌推广。她的流水线，也从只做领带，做到了围巾、丝巾和创意纺织新品。

转身的路，各地有各地的走法。有的把市场做成能逛的地方，有的把货往高处做，比如平湖就给羽绒服定出了全国首个质量分级规范，绒好不好，从此有了统一的标尺。

更多市场像嵊州领带城一样，在换身份：从收租的房东，变成办服务的“店小二”。杭州的国际珠宝城备下超百万元的信誉保证金池，先行赔付，让客人敢放心买；永康的中国科技五金城设起综合服务中心，客商进一扇门，能力所有事。

还有的换半径，从“坐商”变“行商”。义乌小商品城今年在海外新布局了21个项目；嘉兴的“三件冬衣”市场，前9个月出口63.2亿元，同比增长300%以上。

路摆在面前，但并非每个市场都走得顺。《关于加快推动专业市场高质量发展的指导意见》明确：原则上不再新增传统专业市场，存量市场改造提升和转型腾退并行。

退，也可能是新的提升。以嘉兴为例，专业市场已经从79家减到59家，21家低小散市场被腾退。市场少了，成交反而多了。今年前9个月，嘉兴专业市场交易额2419.6亿元，增长15.3%。数量上做减法，能级上做加法。

什么样的市场该退？浙江省发展规划研究院区域发展研究所副所长、首席研究员秦诗立长期观察浙江专业市场，他说：退场不等于失败。产业带外迁、空置率走高、还靠收租维持的老市场，硬刷一层“数字化”也没用；该并的并，能转型做社区商业、仓储、文创的就转，真没有价值的，依法依规退。谁能留下、谁要退出，评判标准是什么？其实很简单，就看人气流量有没有提升，交易规模有没有扩大，经营主体有没有壮大，辐射半径有没有延伸，就业增收有没有实效。

客商和消费者，正在用脚给浙江726家专业市场投票。经过大浪淘沙般的岁月洗礼，浙江群众对专业市场的期待愈发凸显——办一个市场，活一片经济，富一方百姓。



浙江财政发布常态化帮扶资金管理实施细则 重点支持山区海岛县发展

日前，为规范财政常态化帮扶资金管理，提高资金使用效益，扎实推进乡村全面振兴，省财政厅等四部门印发《浙江省财政常态化帮扶资金管理实施细则》。帮扶资金主要分为开发式帮扶、少数民族发展、欠发达国有农场巩固提升3个任务方向。

具体来看，帮扶资金重点支持山区海岛县等重点地区巩固拓展脱贫攻坚成果，促进重点帮扶对象增收致富，增强内生发展动力，统筹兼顾其他市、县（市、区）补齐必要的农业农村短板相关项目。

在资金使用方面，《实施细则》给出明确方向。首先重点支持帮扶产业发展，提升产业帮扶质效，优先用于带动农村重点帮扶对象产业增收。比如推动“土特产富”全产业链开发，支持必要的产业配套基础设施建设，鼓励运用先进高效农业科学技术促进帮扶产业提档升级等。支持省级以上乡村工匠牵头带动产业发展，促进农民就业增收和技能提升。

其次支持农村重点帮扶对象就业增收。比如对农村重点帮扶对象开展生产经营和劳动技能培训；对农村重点帮扶对象家庭新成长劳动力参与“雨露计划”给予补助，继续支持开展农村重点帮扶对象政策性

补充医疗保险。规范支持农村重点帮扶对象从事公益岗位。对外省重点帮扶群体跨省就业人员，符合条件的，各地可按规定在中央帮扶资金中，每年安排一次交通补助。

此外，支持补齐必要的小型公益性基础设施建设短板。支持道路、饮水保障、排水等村（异地搬迁集中安置区、多民族聚居村、相对薄弱村、欠发达国有农场）户内外小型公益性基础设施建设，解决影响群众基本生产生活的突出困难，促进改善农村人居环境。

值得一提的是，《实施细则》强调，帮扶资金实施的产业项目应建立健全联农带农机制（对欠发达国有农场不作硬性要求）。各地要积极发挥新型农业经营主体带动作用，采取多种方式与农村重点帮扶对象建立稳定的利益联结，可适当带动其他农户，不得采用简单入股分红方式实施项目。到人到户产业项目应聚焦农业主导产业和特色产业，事先合理确定实施方式和奖励补助标准。

《实施细则》自2026年1月1日起施行，2026年已下达的省级财政衔接推进乡村振兴补助资金管理按本实施细则执行。

据潮新闻

不只是树，更是“碳库” 绍兴碳汇交易让山林变“银行”

近日，绍兴市新昌县小将林场顺利完成新一轮林业碳汇交易，成功出让20.30吨林业二氧化碳减排量。这是继2024年全市首笔碳汇交易后，小将林场再次实现“点绿成金”。此举不仅标志着小将林场碳汇交易实现常态化运行，也意味着绍兴林业碳汇交易打开全新发展局面。

两次标志性碳汇交易落地小将林场，并非偶然。作为全市规模最大的国有林场，小将林场林地连片规整，生态资源优良。多年来，林场通过科学抚育林木、优化林分结构、常态化防治病虫害，让森林长势更稳、吸碳储碳能力更强。凭借规范的营林标准、完整的监测数据、稳定的固碳效果，小将林场成为全市首个具备市场化碳汇交易条件的林地，也是绍兴碳汇发展的核心示范样板。

“通俗来说，森林就是一座天然‘绿色碳库’。”绍兴市自然资源和规划局相关负责人介绍，树木能够持续吸收空气中的二氧化碳，发挥固碳降碳的生态作用。通过森林经营、专业测算和权威认证，森林的固碳量可以转化为可交易的绿色资产。开展碳汇交易，既能倒逼森林提质增效，守护生态底色，也能为企业绿色减排、生态保护补偿提供新途径，更能盘活闲置山林资源，让护林有收益、养绿能致富，

实现生态、经济、社会效益同步提升。

近年来，绍兴依托优越的山林资源，持续抓实林业“双碳”建设，不断夯实碳汇发展基础。“十四五”时期以来，全市大力推进国土绿化和森林提质行动，累计完成造林更新6.91万亩，提升森林质量39万余亩，建成多个省级森林城镇和“一村万树”示范村。目前，全市森林覆盖率达50.25%，林木蓄积量稳步增长至2722万立方米，为碳汇发展筑牢生态基底。

在碳汇项目落地过程中，绍兴积极对接省级工作部署，稳步推进碳汇开发与创新试点。全市累计核证备案碳汇林2967亩、二氧化碳减排量5222吨。新昌小将镇、上虞下管镇成功入选省级林业碳汇先行基地，通过改造低效林地、培育优质生态林，打造生态富民的新鲜样板。

“今年是我国碳排放双控制度正式实施的第一年，林业固碳增汇的重要性愈发凸显。”绍兴市自然资源和规划局相关负责人说，林业碳汇目前仍是新兴领域，为让碳汇数据更精准、项目更规范，绍兴依托中央财办国土绿化项目，科学布设50个智能碳汇监测样地，通过智能化精细监测，精准摸清区域森林碳汇基础数据，长期动态跟踪森林碳变化，为碳汇项目规范开发筑牢数据根基。

据《绍兴日报》

“带薪发疯”背后的汗水



国庆假期之后，我从宁波山海九龙源景区了解到，假期里跟我一起在景区做“原始人NPC”的部分同事，获得了一份长期的景区NPC工作。听到这个消息时，我既为他们感到高兴，也特别敬佩他们。因为只有真正下场干过的人才知道，这活儿真没有大家想象的那么轻松。

国庆假期之初，我去宁波山海九龙源景区体验了3天“原始人NPC”，经历了一场从“带薪发疯”到“感觉身体被掏空”的奇妙体验。

一开始，我也和许多网友一样，以为在景区当NPC是一份“情绪价值拉满”的轻松差事。可当我真正换上道具服，把脸和手抹得漆黑，当上“原始人”后，我才真切体会到，好玩只是表象，在高强度的表演互动背后，在流量与狂欢之外，这是一份需要实打实付出的体力与心力的职业。

要做好这份工作，不仅得扛得住长时间待机、不断重复的体力消耗，更得持续输出情绪。哪怕你累得腰酸背痛，心里再憋屈，只要看到游客朝你走来，你都得立刻切换成“笑脸人”模式，热情地跟他们互动。这种情绪上的消耗，说实话，难度一点都不亚于我们在单位里应对各种高压工作。

既然这么累，为啥还有那么多人想去干？不夸张地说，绝大多数人起

初是被网上“带薪发疯”之类的标签吸引来的，但真正能下定决心留下来的人，必然是有所图、有所追求的。

在体验过程中，我遇到了58岁的徐娟阿姨，她家境优渥，来当NPC纯粹是因为喜欢户外、喜欢交朋友；我也遇到了00后年轻人，他们白天扮演原始人，晚上熬夜剪辑短视频，在汗水里安放成为“网红”的梦想。他们让我看到，NPC绝非简单的“情绪游戏”，它是现代人在体验经济浪潮中，寻找热爱与自身价值的真实写照。

顺应文旅产业的发展，景区NPC的爆红其实是文旅消费从“走马观花”向“沉浸式”的深刻转型。大家不再满足于看风景，而是渴望成为风景里的故事。NPC就像是连接游客与文化的桥梁，用鲜活的演绎打破了传统观光的逻辑。

如今许多景区里，各种NPC爆火。经过若干沉淀，沉浸式文旅带动新岗位，景区NPC未来或许会真正成为一个全新的职业。面对这个新职业，我们既要看到它有趣、鲜活的一面，也不妨多关注从业者的劳动权益，多制定健全的职业标准和行业规范，多呼吁完善他们的职业晋升通道与人才储备机制。

归根结底，一个行业的繁荣离不开从业者的底气。只有当NPC从业者有了清晰的奔头、获得了劳动保障，愿意沉下心来扎根深耕的人才会越来越多。当从业者的基本盘日益扎实，文旅产业的新态势与景区的新项目，才能真正从“短时网红”走向“持续长红”。

据《钱江晚报》



钱塘江现“大地之眼”圆弧潮

10月12日，钱塘江嘉兴海宁段，一线潮在流经江心沙洲时，演变为罕见的巨型圆弧潮。高空视角下，潮水与沙洲的边界线蜿蜒相接，宛如一只巨大的“大地之眼”，勾勒出独特的潮汐地貌景观。

据浙江在线

