

“游南通”赏江海风情 “创事业”享沪畔新篇



▲ 2026第二届唐周年货大集 许丛军 摄



南通市处于江海交汇处,是上海“1+8”大都市圈长江以北唯一城市,随着“八龙过江”格局加速构建,南通与上海同城化效应愈发明显。南通发挥“江海文化”与“沪通同城”优势,契合上海市民周末短途游需求。周末或假期到南通爬狼山、游濠河、看比赛、玩非遗、享美食、吃海鲜,让人体验到“上海边上的另一种生活”。



沪通两地美食交融 江海风味交相辉映

“在寺街的老胡同里,我碰到了一个卖‘草鞋底’饼的阿姨。她边搓面边跟我笑着说:‘这手艺可是祖孙三代传下来的,饼凉了吃才脆呢!’我咬了一口,芝麻的香味加上饼皮的酥脆,真比那些网红点心好吃多了。”上海黄浦区的李先生在南通游玩中感受到不一样的生活体验。周末节假日,平均每天超2万人来南通游玩,约有四成是上海游客。

南通“主题消费季”贯穿全年,围绕赛事潮玩、亲子家庭等多元主题,在长江体育公园及各大商圈轮番开展活动。夜幕降临,游客齐聚长江与濠河边赏景观美食,感受“江海有味、南通好玩”的独特魅力。

南通积极推动美食推广,“头牌菜·南通鲜”行动将本地特色菜肴推向上海市场。此前“率鲜进沪”等活动,南通的吕四海蟹等地标农产品集中亮相,吸引众多上海市民品尝购买,“通字号”产品成为上海人囤年货的热门之选。

此前在南通海门区江海文化公园举办的“沪通同城消费季”中,60余个展位集中展示红烧海门山羊肉、香沙芋艿等特产,配合“潮起江海”歌手大赛等活动,提供沉浸式消费体验。南通以文旅融合策略,将“文旅流量”转化为“消费增量”。启东市“最鲜公路”串联碧海金沙等景点,让游客在漫步中实现“边走边吃、边玩边购”。

“寻味南通”味更浓。南通沿海集团、沪蔬通农批市场与上海汽运、旅行社等深度合作,“跨省买菜”成为上海市民周末出行的热门选择。升级的“购物+微旅行”线路解决旅客去程当天午餐及住宿问题,在南通“沪蔬通农批市场”特设的“南通特色产品展销馆”,让上海市民乘兴而来,满载而归。

2026上海新春产销对接会不久前启幕,南通市农业农村局携30家本土农业主体进沪,把江海平原的地道风味搬到上海市民眼前,优质供给和沪上需求对上号,让上海市民年货里有了“通农好品”。

南通把上海当成重要目标市场,坚持“走出去”和“请进来”,未来将持续搭建产销对接平台,完善供应链体系,让“通农好品”从“亮相”走到“畅销”,从“特色”磨成“品牌”。

“上海孵化、南通转化” 实现自己“老板梦”



南通既是上海人游玩的热地,也是办企业的热土。南通积极融入长三角一体化发展,定位为“北上海”和“新苏南”,依托“八龙过江”的交通优势和六大千亿级产业集群,吸引大量企业投资。南通与上海共建了多个跨江合作园区,推行“上海孵化、南通转化”模式,使南通成为企业发展的理想之地。

三责新材创始人闫永杰就读于中国科学院上海硅酸盐研究所材料科学专业,是国内挤出成型生产无压烧结碳化硅陶瓷的专利发明人。2022年因南通地理、人才、产业优势,他将公司从上海迁至南通并设为集团总部。近年来,南通大力推进传统产业焕新、新兴产业壮大、未来产业培育三大工程,聚力发展船舶海工、新一代信息技术、新材料等六大千亿级产业集群,打造具有江海特色的现代化产业体系。

南通吸引了众多来自上海的人才创业。如:曾在上海经营小超市的苏云华,积累零售经验后转战南通带动百名老乡就业,去年超市利润超百万;梦百合创始人倪张根同济大学毕业后,反哺家乡产业,不仅将企业总部设在南通,还大力投资本地制造基地;霖鼎光学由上海交大“三剑客”张哲、任明俊、张鑫泉共同创立并落户南通如皋,成为当地首个“双飞地”孵化转化的成功案例……这些反映出一个趋势:上海为创业者提供了知识、经验和资源积累,而南通则以低成本、强政策支持 and 区位优势,成为理想的落地转化地。

“体育赛事+文旅”

上海球迷在南通过周末

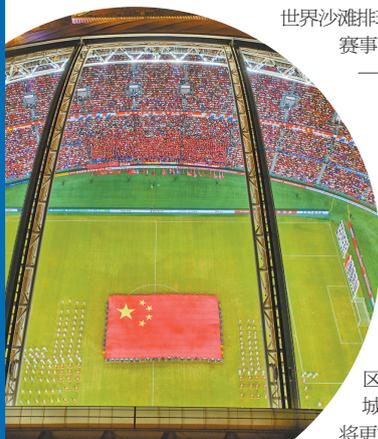


▲ “苏超”赛事期间,南通城区内众多商场、景区、户外广场利用室内外大屏进行赛事直播,开启观赛“第二现场”,方便市民、球迷“全域”观赛,享受比赛带来的快乐。

“我生在上海,长在上海,既是球迷也是旅游爱好者,听说与上海一江之隔的南通举办‘苏超’等赛事,并有多项‘观赛+旅游’的优惠,便抢了观赛券,周末搭乘高铁,短短1小时10分钟就到达南通。以前有人开玩笑说南通是‘旅游冷门地’,来了才深深感受到南通是个旅游宝地!”上海静安区的市民陈建明说。

南通通过“体育赛事+文旅”的融合模式,以体育赛事为核心,联动景区、餐饮、住宿及商业消费,形成一条完整的周末休闲产业链。针对上海市民的需求,南通近年推出涵盖春日踏青、亲子潮玩、田园慢生活、城市考古等主题的特色旅游线路。南通文旅部门还面向观赛球迷及特定城市居民推出专项优惠套餐:持比赛票根或符合条件身份证的观众,在比赛当日及前后各两天内,可享受南通40家A级旅游景区免费入园一次,以及23家饭店、民宿的8折优惠,成功将体育热情转化为持续的文旅消费动力。

南通除了“苏超”,还举办了涵盖CBA、世界围棋公开赛、世界沙滩排球职业巡回赛等高标准赛事,已构建起“国际—国家—省—市—区”五级赛事体系,年办体育赛事超千场,实现全年无淡季。政府层面也明确提出要“争办‘流量’赛事、举办‘流量’赛事、办‘留量’赛事”,即优先引进品牌价值高、自带流量、能留下消费的赛事,推动赛事进景区、进街区、进商圈,未来赛事与城市空间和产业的融合将更加深入。



通城小巷里的文化

让上海游客流连忘返

“走在南通老城的寺街、西南营,唤起了我对上海老城巷的记忆。相较于上海部分商业化过重的历史街区,南通这两条老街更显原真性,巷窄、老宅、石板路与居民日常生活交织。街区中天宁寺的晨钟暮鼓,以及‘先有寺,后有城’的城市起源叙事,让我这位熟悉江南文化的老上海人感受到深层的文化认同。”上海五角场的徐先生漫步南通城寺街时说。

近年来,南通持续推进寺街与西南营历史文化街区的修缮。2024年下半年,崇川区政府启动“点亮寺西”工程,整体街区的运营思路深受上海一线城市文创理念影响,实现“人定义空间,空间反哺人”的良性循环。创意人才跨区域流动,以本地历史人文为创作灵感,推出的产品不仅让游客“看见南通”更能“带走南通”。

修缮不仅是建筑的重生,更是文化的激活。小巷里的非遗文化吸引了上海人,游客可在寺街的作坊里亲手参与非遗之一的蓝印花布的制作。团队主导打造的“寺街七点半”文化沙龙品牌,在多种节庆期间结合非遗演出、涂鸦墙、主题展览、点茶陶艺体验等多元内容交织,让寺街、西南营形成“千年文脉与市井烟火”共生的独特氛围。漫步西南营巷,到处可见激活历史文脉的“绣花功夫”,“一环一带”串联起金沧江纪念馆等多处地标。上海人将这里视为“有温度的城市客厅”,成为长三角文化共融的生动注脚。



▲ 南通市海门区余东古镇一群热爱京剧的小朋友



▲ “奔赴江海·遇见光”蝶湖音乐盛典 姜新春 摄

上海与南通一江之隔,两地在历史、地缘、人缘等领域源远流长。“包容会通,敢为人先”的南通城市精神,与上海城市精神有着骨子里的契合。南通之所以既吸引上海民众前来旅游,又促使部分企业“上海孵化、南通转化”,主要得益于南通独特的地理位置、日益完善的交通网络、显著的成本优势以及深度融入长三角一体化的战略布局。南通建设长三角北翼中心城市就是要推动南通与上海两地文化和产业深度对接与融合发展。让更多的上海人“游南通”赏江海风情,“创事业”享沪畔新篇。