

江海之汇,南北之喉,南通这颗三水相拥孕育出的明珠,正在广袤的江海大地上熠熠生辉。生态保护工程从一而终,山清水秀、景色更佳;社会经济建设马力十足,商业配套日趋完善,文旅产业迭代更新,这一切,都为打造“南通好玩”这张城市名片奠定了坚实基础。玩在南通,乐享生活,这不仅仅是一句口号,更是彰显城市形象和价值的文明高地,是群众获得感、幸福感的真实写照。

以水为媒,南通好游



11月12日,南通新地标“江豚湾”应运而生。作为通城首个以江豚为主题的打卡点,“江豚湾”既标志着我市长江生态保护工作进入新阶段,又为打造“南通好玩”品牌开启新篇章。大江大海是人类文明的摇篮,南通也不外如是。历经四次海陆变迁,传承千年垦牧文明,这座滨江临海的门户城市与水相生相息。以水为媒,南通好游的画卷就此徐徐展开。

曾被习近平总书记点赞“沧桑巨变”“流连忘返”的五山地区滨江片区,现已是家喻户晓的“城市客厅”。狼山、军山、剑山、黄泥山、马鞍山五山林立、葱茏叠翠,长江江面宽阔,烟波浩渺,山水相融、岸绿景美,令人如痴如醉。而在通城境内,朝夕相处的千年古护城河——濠河润物无声,流经的老街旧巷风貌如初,颇具规模的环境博物馆群更添历史人文底蕴,夜幕降临华灯初上,河岸斑斓的光影又讲起另一个摩登故事。

江之尾,海之端,碧海蓝天也是南通引人入胜的“城市封面”之一。在如东县小洋口旅游度假区,沿着海岸线漫步穿行,南黄海风情一览无余;被称为“万里长江入海口”的启东圆陀角,属长江、黄海、东海三界交汇,呈现黄褐、青紫、蔚蓝三种颜

色同时出现的奇景;今年夏天,因酷似电影场景走红的通州湾灯塔,每到晨昏,海岸线游人如织,构成了南通一道靓丽的风景线。

城市依水而生,因水而兴。南通是历史上著名的淮南盐产区,旧时用于运盐的河道也逐渐形成了如今的运河水系,孕育并见证了“中国近代第一城”的独特文化。从傍河而立的大生码头与大生纱厂起,清末状元张謇开启了他实业救国、兴办教育和社会公益事业的一生,被习近平总书记称赞为“中国民营企业家的先贤和楷模”。中国近代工业遗存第一镇唐闸、中国人创办的第一座公共博物馆南通博物苑、海门常乐镇张謇故里,都是学习先贤爱国企业家精神的必去之所。

氤氲在江风海韵中的通城大地,富有历史人文的深厚底蕴,也不失朝气蓬勃的时尚活力。通州洲际梦幻岛,让人一览大型江岛植物园的丰富多彩;在南通森林野生动物园、奇妙农场,提供与动物近距离接触的奇妙体验;启东启唐城沉浸乐园,打造大体量线下实景真人互动乐园;还有咖啡节、啤酒嘉年华……这些,都为千禧一代、Z世代年轻人带来“南通好玩”的“N+1”种可能。

四大商圈,南通好逛



金秋十月,位于苏锡通园区的南通中心枫叶小镇奥特莱斯项目正式开工奠基。项目力争2024年国庆节前开业,入驻品牌不少于300家,旨在构建一处以社交导向为主,集文化、艺术、休闲、娱乐、商业于一体的空间,一个苏中地区、长三角乃至全国范围内的特色商业网红打卡点。与此同时,项目也是南通中心休闲旅游商圈的重要组成部分,未来将结合长江生态文化旅游园、南通名品馆等载体,共同打造了解南通品牌、体验南通特色、采购南通产品的休闲购物胜地和可以体验、可以打卡、可以消费的名品潮流生活地。

根据我市2022年发布《关于建设“四大商圈、两大集群”的实施方案》,南通力争三年内打造一批传承城市文化、彰显城市特色、提升城市品质的

特色商圈、精品酒店和精致餐饮,以繁荣南通商业经济、提升群众消费体验。

除南通中心休闲旅游商圈,我市还将按计划改造提升南大街传统商圈,主要围绕主力商家外立面改造、业态品质提档升级、丁古角步行街改造提升、完善公共基础设施四个方面展开;打造商务区一紫琅湖活力商圈,发展体育文娱新消费、招引一线时尚潮流品牌,加快板块建设等;繁荣市北区域性服务商圈,重点任务为招引高端商业载体、实施市外会员倍增计划等。两大集群主要指建设环濠河、五山精品酒店和精致餐饮集群,在充分利用濠河片区历史文化资源、依托五山地区山水资源的基础上,建设一批主题鲜明、特色突出、类型多样的精品酒店精致餐饮集群,打造长三角都市圈高端商旅目的地。

南|通|好

玩

『南通好玩』,城市活力名片

文商旅融合带来『流量+留量』,今年以来,南通文商旅市场高效互融,表现抢眼,乘风而起——



除此之外,《关于建设“四大商圈、两大集群”的实施方案》还明确提出,大力发展“首店经济”。“首店经济”突出一个“首”字,依靠品牌的稀缺度和新奇度,给消费者带去全新的消费体验,在满足人们个性化消费需求的同时,也能在创新和引领商业模式方面发挥独特作用。如今,城市级首店的开拓及落

位,已经成为不少商超的招商重头戏。近两年,南通各商圈的首店可谓层出不穷,覆盖食品饮料、美妆个护、户外运动、高端手表、主题乐园等多个行业,品类多元、增势迅猛,备受市民关注。未来,在市场需求驱动和政策方案加持下,伴随城市高质量发展进程,我市的首店经济还会有更大的发展空间。

文商旅融合带来“流量+留量”



“南通好玩”是南通正在打造的城市活力新名片。2023年,南通文商旅市场高效互融,表现抢眼,乘风而起。

“再见,南通!再会,朋友!”今年6月11日晚9时30分,随着知名音乐人许嵩献上的最后一曲《有何不可》,历时两天的南通紫琅音乐节到了曲终人散时,现场的两万多名乐迷却意犹未尽。随后的时间里,在微信、抖音、小红书上,关于紫琅音乐节的话题在延续和展开。16组国内乐坛人气歌手,近5万名追江赶海来此赴约的观众,两天来邂逅紫琅湖畔、相聚绿草坪上,共享一场音乐与潮流的盛宴。作为南通首场大型户外音乐节,经历高温“考验”和暴雨洗礼,让来自全国各地的乐迷,畅享音乐的激情,更感受到这座城市的暖意。

今年8月4日至13日,第二届南通啤酒嘉年华在紫琅公园湖山广场举行,10天累计入场超16万人次。10天的全城嗨“啤”,市民游客“火力全开”,共同打造出了南通夏夜消费“新地标”。此次啤酒嘉年华以“1+N”形式进行全市联动,1场市级活动和N场县(市、区)特色活动同时开展,以啤酒为媒,融合音乐、美食、文创等众多时尚IP,吸引了众多年轻朋

友赴会游玩,按下了南通消费活力的加速键。

今年“十一”假日喜逢中秋,南通全市旅游活动丰富多彩,旅游人气指数旺盛,全市共接待游客622.96万人次,实现旅游总收入61.53亿元,较2022年同期分别增长102.2%、116.3%。其中,全市纳入监测的A级旅游景区、乡村旅游重点村、重点文博艺术场馆累计接待游客334.59万人次,消费总额29.79亿元,较2022年同期分别增长115.5%、121.9%。携程平台数据显示,南通异地游客占比达50.2%,全市景区门票订单量较2019年增长115%,增幅位列全省第三,旅游人次及消费金额均位列全省第六。耕茶古镇等景区受到央视《朝闻天下》等媒体关注。

前不久,短视频账号为“琪哥的曼生活”所发布的南通系列视频,在通城朋友圈屡屡刷屏。这对旅居镇江的80后北京夫妻在8天的时间里,漫步于南通的大街小巷、景区景点,沉浸式感受南通的休闲时光,用自己的视角记录这里的好吃好玩之处和旅游体验。琪哥说:“南通文旅有更多的精彩,留着下次再来寻找。”

本报记者 沈佳颖

