

海門城區

江蘇海門：承百年實業薪火 逐時代發展春潮

央視一套黃金檔電視劇《江海潮生》今夏熱播，讓百年前從江海大地走出的張謇，再次進入全國觀眾視野。

9月10日，2026「攜手港澳媒體 講好江蘇故事」港澳媒體江蘇行活動走進張謇故里南通海門。從謫公湖畔的足球小鎮，到長江岸邊的高端船舶海工基地；從產品銷往全球130多個國家和地區的疊石橋家紡市場，到張謇故里延續百餘年的頤生酒廠，港澳媒體循着產業與人文兩條脈絡，探尋這座江海之城的發展變遷。一路採訪，也像是一次跨越百年的對話。張謇當年實業救國、教育興邦，在海門留下工廠、港口、水利和教育等諸多實踐；百餘年後，高端船舶海工、現代家紡、生命健康

等產業加快集聚，足球、電競、影視文旅等新業態不斷生長。傳統實業基因與新的產業形態，在這裏形成了跨越百年的呼應。

2025年，海門實現地區生產總值1785.1億元（人民幣，下同），同比增長5.4%；目前已初步形成以先進金屬材料、高技術船舶海工、智能裝備、生命健康、高端紡織五大優勢產業為核心，新一代信息技術、新能源兩大成長型產業為支撐的「5+2+X」現代化產業體系。站在「十五五」開局之年，海門又迎來新的發展坐標。隨着跨江融合不斷深入、重大交通工程加快建設，這座枕江襟海、緊鄰上海的城市，正進一步融入長三角發展格局。

一座足球小鎮 踢出城市「青春名片」

綠茵場旁，南通海門珂締緣足球俱樂部新基地已經成為這裏醒目的城市新地標。基地位於海門經濟技術開發區謫公湖片區，於2025年12月正式啟用，佔地7萬餘平方米、總建築面積6.45萬平方米，建有可容納8000名觀眾、符合中乙聯賽標準的專業足球場，並配套標準草坪球場、宿舍、康復室、足球文化展示館等設施。

但海門發展足球，並不僅僅是建一座球場。成立於2011年的珂締緣足球俱樂部，從一開始便選擇堅持免費青訓。從校園選拔到社會試訓，俱樂部逐步建立起U8至U19梯隊，再向預備隊、一線隊延伸的完整人才培養體系，目前青訓球員近300人。俱

樂部成立15年來，已累計向各年齡段國少、國青等國家隊輸送球員超過190人次。

這張「城市名片」，在2025年的「蘇超」賽場上被更多人看見。以珂締緣青訓梯隊為重要班底組建的南通隊中，39名隊員有35人來自珂締緣。球隊在常規賽中以10勝2平的不敗戰績高居積分榜首。海門多年深耕青訓的積累由此從幕後走向台前。

球場之外，足球也正在改變這座小鎮。海門足球小鎮通過賽事、訓練和各類體育活動聚攏人氣，並進一步向旅遊、商業和社區生活延伸。周邊店鋪陸續開業，車流、人流明顯增加。與之相鄰的謫公湖片區，南通Hero久競電競中心、珂締緣足球俱樂部新基



採訪團一行在海門採訪



海門足球青訓

地、謫公湖影視基地、雲棲星境等項目相繼落地，電競、足球、影視、文旅等業態正在形成新的消費場景。

今年上半年，海門累計接待遊客469.22萬人次，實現旅遊總收入40.85億元，同比分別增長12.51%和11.28%。從「蘇超」帶來的足球熱，到《江海潮生》帶動的張謇文化熱，一場比賽、一部電視劇帶來的「流量」，正在尋找轉化為城市消費和文化影響力的新路徑。



頤生酒42口百年窖池

從張謇當年拓青龍港、興實業、通江海，到今天海門建造遠洋船舶、家紡產品走向全球，江與海始終塑造着這座城市。

如今，新的交通格局又在重新定義海門。

海門枕江襟海、緊鄰上海，目前已形成以家紡等傳統產業為基礎，新材料、船舶海工、生命健康等主導產業為支撐，新一代信息技術、新能源等新興產業為引領的特色產業格局。面向「十五五」，當地把跨江融合放在更加突出的位置，以長江口產業創新綠色發展協同區建設為牽引，全面融入上海、深度對接蘇南。

未來五年既是海門重大戰略疊加賦能的五年，也是交通格局深刻重塑、發展動能加快轉換的五年。隨着海太長江隧道、北沿江高鐵等重大工程推進，跨越長江的物理距離進一步縮短，海門將更加主動承接上海、蘇南的科創、人才和產業資源，把產業創新協同作為重中之重，把營商環境作為支撐，把生活共融共享作為價值追求。

百年前，張謇從這片江海大地出發，以工廠、學校、港口和水利工程探索實業興邦之路；百年後，足球小鎮、高端海工、世界級家紡產業集群和生命健康等新產業在同一片土地上生長。

從《江海潮生》裏的近代實業圖景，到「十五五」開局之年的跨江融合，變的是產業形態和城市空間，不變的是面向江海、以實業立身的發展脈絡。隨着上海、蘇南半小時通勤圈逐步成為現實，海門正把「跨江融合」刻進新的發展基因，在長江入海口加快打造具有區域影響力的先進製造業高地，拓展一座江海之城連接長三角、走向全球的新空間。

交通重塑 提升區域發展能級

500億元訂單在手 高端船舶製造向「深藍」挺進

文體旅融合不斷激發城市活力，製造業則持續向高端化、智能化邁進。長江岸邊，巨大的船塢與智能車間，勾勒出海門高端製造加速升級的產業圖景。

位於海門經濟技術開發區的招商船舶海門基地，是招商局工業集團核心高端製造基地之一，重點布局高端海工裝備、特種船舶、豪華郵輪、LNG運輸船等產品。從鋼材下料、分段製造、塗裝總組，到船塢搭載、碼頭舾裝、出海試航，一艘大型船舶在這裏完成從「鋼板」到「大船」的全過程。

走進11萬平方米的激光智能切割車間，只聞機器低鳴，少見人影奔忙。鋼板運輸、下料切割、分段組立

等工序按照程序自動運轉。全球最大的24×36米激光拼板生產線，只需一名工人在控制室值守，即可掌控自動物流、鋼板定位、銑邊、激光復合焊等流程。

今年6月，基地入選世界經濟論壇「全球燈塔網絡」，成為全球造船行業的「燈塔工廠」之一。面對綠色船舶需求增加、船型日趨複雜等變化，基地系統部署AI驅動計劃排產、數字孿生總組建造、準時化物流等數智化解決方案，探索以數字化提高複雜、非標準化造船生產的效率和質量。

目前，基地已累計交付18艘汽車運輸船（PCTC），在手訂單還有30多艘；在手訂單金額約500億元，其中

約90%來自海外市場。除汽車運輸船外，基地還布局FPSO、鑽井平台、海上風電安裝平台、深海鋪網船等高端裝備，不斷向深海、遠海延伸。

創新賦能產業並非孤例。過去五年，海門累計招引科創項目617個，其中已轉化為高新技術企業91家、規上企業113家，高新技術企業總數實現翻番。生命健康、智能裝備、新材料等產業也在加快形成新的增長點。

面向「十五五」，海門提出把項目作為發展新質生產力的重要抓手，突出企業創新主體地位，做強龍頭、做長鏈條、做優生態，培育具有較高辨識度和競爭力的特色產業集群。

一床被子賣全球 AI賦能傳統產業加速「出海」

向西北走進三星鎮，從一塊面料、一套床品，到AI生成花型、數字化排產，再到跨境電商平台接單、海外倉發貨，一條傳統家紡產業鏈正在被數字技術重新串聯起來。



海門城區

中國疊石橋國際家

在張謇故里常樂鎮，這份實業傳統至今仍有跡可循。

一勺琥珀色的茵陳酒從酒提中緩緩流下，醇厚酒香隨之散開。走進頤生文博園，斑駁的磚牆、成排的老窖池與傳統釀酒器具，將人帶回百餘年前的江海大地。這裏既保留着頤生酒傳統釀造技藝，也是張謇留下的重要實業遺存。

頤生酒廠現存的42口百年以上老窖池始建於1901年，至今仍持續用於釀造。1906年，頤生酒參加意大利米蘭萬國博覽會並獲獎；2011年，「頤生」被認定為「中華老字號」，同年其傳統釀造技藝被列入江蘇省非物質文化遺產保護名錄。

百餘年過去，如何既守住傳統，又讓一個老字號繼續適應新的消費市場，也成為頤生今天面對的重要課題。「我們在堅守傳統的同時也做創新。」南通頤生酒業有限公司總經理張泉匯表示，對一個百年品牌而言，比短期規模更重要的是找到自己的

紡城背後，是一個年生產能力超過2000億元的世界級家紡產業集群。這裏平均每分鐘可生產約1350套套件、670條被子和340隻枕頭，每天發出的快遞包裹超過240萬件。2025年，疊石橋家紡市場線上線下成交額突破1550億元，全國市場佔有率超過50%，產品銷往全球130多個國家和地區。

數字化正在改變這個傳統產業。AI已進入花型設計、視頻製作、生產管理等具體環節；數字化系統幫助企業柔性排單，並打通生產、倉儲、結算等環節。依託市場採購貿易方式試點和南通跨

百年頤生 在傳承中尋找新市場

「根和魂」，讓品牌能夠持續傳承下去。企業也由此提出「百年頤生，千載傳承」的理念。

在堅守傳統之外，頤生也開始嘗試以更年輕的方式進入新的消費場景。近年來，企業圍繞露酒品類，在產品形象、容量和飲用方式上進行創新，希望更加貼近年輕消費者以及女性消費者

的需求。例如推出小瓶裝產品，並嘗試自調酒等飲用方式，讓傳統酒類產品增加更多「悅己」、社交和體驗屬性。張泉匯表示，希望未來通過新的合作渠道，讓這個誕生於江海之濱的百年品牌被更多消費者認識。



招商局重工（江蘇）有限公司