

# 大数据来啦！ 无锡人最爱去哪儿 吃吃逛逛？

近日，由无锡市大数据管理局编制的《无锡商圈大数据分析报告》新鲜出炉。2023年，各大商圈热度如何？哪个年龄段的市民最爱吃吃逛逛？地下商业和“夜经济”表现如何？记者进行了一番走访调查。

(还月亮 资料图)

## 主要商圈日均客流量超56万人次

今天，你逛街了吗？报告显示，2023年1-11月，全市主要商圈日均客流量为56.1万人次，累计客流量18729.9万人次。各大商圈各具特色的消费活动，激发了市民和游客的购物意愿与热情。在诸多商圈中，市中心的黄金地理位置优势明显，中山路商圈稳坐全市商圈头把交椅。凭借丰富的历史文化底蕴，清名桥商圈紧随其后，锡山荟聚商圈排名第三。在刚刚过去的元旦假期，家住无锡东站的徐森一家带着宝宝在荟聚商场度过了愉快的一天。“我们住在锡东的同

事平时约饭、买东西一般都会在荟聚，特别是有宝宝的同事很喜欢这里，这里的母婴室设备齐全，比较方便。”徐森表示，和同事一起逛街时往往各有各的需求，交通是否方便、喜欢的品牌多不多、基础设施是否完备这些因素都要考虑到。这时，品类齐全、交通方便的大型商场往往是逛街首选。

数据显示，2023年1-11月，全市主要商圈客流总体稳定，并呈波动增长，月均客流量达1702.7万人次，10月为客流高峰期。客流增长促进消费需求，根据无锡市统计局发布的

数据显示，2023年1-11月，无锡市社会消费品零售总额3241.10亿元，同比增长7.2%。“平时还可以，一到节假日，市中心的商场吃饭排队人可多啦！特别是一些网红店，去晚了都要排一两个小时呢！”市民何桢是个爱追时髦的“95后”女孩，周末闲暇时打卡网红店拍照是她的习惯。她表示，近年来，锡城新开的奶茶店、火锅店层出不穷，“什么网红奶茶、网红火锅，几乎隔几个月就会有外地品牌入驻无锡，以前我在上海才能吃到的餐饮店，现在不少都来无锡了。”

## “夜无锡”吸引四成客流

“晚上的无锡越来越漂亮！”华灯初上，无锡的街头巷尾人声鼎沸，烟火气息浓郁。光影大秀、外摆市集、体育赛事、文化演艺、啤酒音乐节……夜幕之下，全市各地在“夜食”与“夜购”的基础上，将“夜展、夜秀、夜娱、夜体”等多场景串联，用多元化、一站式的丰富体验吸引更多大众乐享其中。报告显示，2023年1-11月，全市主要商圈日均夜间客流量24.3万人次，占全天客

流比重达43.3%。得益于全市重磅打造的具有独特IP价值的夜间文旅消费项目——“今夜‘梁’宵”品牌活动，清名桥商圈成为无锡市民游客的夜生活顶流打卡地，夜客流量及夜间客流占全天客流比重均位列各商圈之首。

“万象城的湖边晚上有市集，还有人弹吉他唱歌，我天气好的时候都会和朋友去那里散步。”市民郑欣雨家住万象城

附近，夏天时在湖边的集市走走，晚风袭来，十分惬意。而市中心的小娄巷、阳春巷附近，一到晚上更是热闹非凡，熙熙攘攘的人群涌向烧烤店、火锅店和小吃街，用美食治愈一天的辛劳。无人机表演、夜市市集……持续新奇多变的消费场景，契合了年轻消费者的文旅休闲新需求，数据显示，80后、90后等年轻人成为“夜经济”主力军，占比分别为32.8%和21.9%。

## 顾客平均驻留时长2.3小时

恒隆广场、苏宁广场、大东方百货……商业综合体作为商圈的重要组成部分，是商圈经济的核心引擎。全市多个商业综合体通过融合多元业态提升购物体验、打造消费新场景，吸引客流、刺激消费。采访中，在问及“逛街时，你选择商业综合体的原因有哪些”这个问题时，“近期有没有优惠活动”“有没

有新品牌入驻”“有没有抽奖等娱乐活动”等因素是市民们提及最多的。

“现在商业综合体越开越多，吃喝玩乐的功能基本都有，选择上还是要看它的布置或者活动是不是吸引我。”市民葛蟠表示，除了距离因素，商场的布置和活动是他最看重的，“现在买东西网购也很

方便，线下逛街主要是追求体验感和氛围感。”层出不穷的消费活动、琳琅满目的商品、丰富多彩的休闲娱乐和各类学习培训，促使消费者多次到访、长时逗留，为商场增添人气、为拉动消费带来更多可能。数据显示，2023年1-11月，顾客平均每次光顾商业综合体驻留时长达2.3小时。

## 地下商业持续增长

地面商业欣欣向荣，地下商业同样方兴未艾。报告显示，随着地铁商业街、商业综合体地下空间的不断开发、地下商业消费业态和消费品类日益丰富，无锡地下商业持续增长。作为全市最重要的商业中心和交通枢纽，三阳广场周边商户云集，2023年1-11月，三阳广场地铁站通道商业区日均客流量达3.7万人次，月客流量呈波动增长。地铁通道商业区内知名饮品、特色美食、精致饰品、潮玩娱乐

汇集，满足了更多年轻人的消费需求和喜好。

“我们现在的逛街顺序是先到地铁口集合，大家买杯奶茶，从负一楼开始逛起。”周六下午，拿着一杯果茶和闺蜜们一起逛街的张岚告诉记者，除了地铁通道，各大商场的负一楼往往集中着奶茶、小吃店铺和一些饰品店，是她们逛街时选择的“首站”。数据显示，与地上商业客流相比，三阳广场地铁站通道商业区的顾客更趋年轻化、女性消费群体更多。

工作日期间，地铁通道商业区成为过往顾客的“餐桌”，两餐时间段形成客流小高峰。而在周末及节假日期间通往商场的地铁通道商业区成为市民“就近消费”“顺道消费”的场所。在休息日出行最集中的午后，顾客在出入地铁站、逛商场前来杯奶茶、带些小吃甜品，开启“逛吃”模式。风格各异的茶饮、小吃品牌为地下商业带来了客流，也吸引着更多品类的入驻，地下商业价值日渐提升。(晚报记者 毛岑岑/文 高萌/制图)

