# 铁路无锡站国庆黄金周运输方案出台

## 预计发送旅客107.6万人次

**本报讯（晚报记者 陈钰洁）**昨日，记者从中国铁路上海局集团有限公司无锡站获悉，2025年铁路国庆黄金周运输方案已出台。此次假期运输期限自9月29日至10月10日，共计12天。铁路无锡站预计发送旅客107.6万人次，较2024年同期增长约6.8%。预计10月4日迎来客流高峰，当天预计发送旅客11.5万人次。

“今年国庆中秋假期合并，旅游流、探亲流、学生流等出行需求进一步释放。”铁路无锡站工作人员说，国庆黄金周跨区域中长途距离出行需求明显增加，呈现出运输启动早、持续时间长、出行范围广、整体客流高的特点。从预售情况来看，无锡旅客的客流方向主要集中在青岛、北京、合肥、西安、郑州、日照、厦门、上海等。

为尽力满足旅客出行需求，铁路无锡站在实行高峰运行图的基础上，增开上海、徐州、阜阳、淮北、连云港、西安等方向旅客列车24对。此外，车站还将实时关注客流情况，适时通过增开临客、开行夜间高铁、普速列车加挂车辆、动车组重联等方式扩充运能，最大限度地满足旅客出行需求。

国庆黄金周运输期间，车站“太湖明珠”“霞客情”雷锋服务站、蒋琳怡劳模工作室，将在站台、候车室、进出站口等客流密集处增设“客服引导”，为旅客提供问询解答、方位指引、重点帮扶、便民医疗等服务。同时，针对特殊群体也将提供特别的照护，如老年旅客重点接送、爱心候车、“银龄卡”、专人引导等适老及重点旅客服务。

值得一提的是，10月1日起，全国铁路旅客运输领域将全面使用电子发票，不再提供纸质报销凭证，继续提供“行程信息提示单”打印服务，同时，增加线下电子发票申请渠道和购票（代办）人开具服务。

铁路无锡站工作人员提醒，全国铁路旅客运输领域全面使用电子发票后，旅客本人在行程结束或者退票、改签业务办理之日起的180日内，可通过铁路12306平台或车站售票窗口、自动售票机申请开具电子发票。

## 黄金消费季业态焕新

# 运动品牌成商场“流量密码”

国庆黄金周前夕，无锡消费市场迎来新一轮业态焕新。连日来，记者走访市中心多家大型商场发现，一股以运动户外品牌为主导的调整浪潮正悄然席卷核心商圈。从大东方百货、恒隆广场到三阳百盛，以往被国际名品、美妆、黄金珠宝占据的“黄金铺位”，正纷纷让位给各类运动品牌。这不仅是商场品牌组合的物理变化，更是消费风向转变的生动注脚，运动品牌已成为无锡大型商场吸引客流、应对市场变化的“流量密码”。

### 从“配角”到“门面担当”

在无锡最繁华的中山路商圈，传统的百货格局正在被重塑。曾几何时，商场一楼是衡量其商业档次与吸金能力的标尺，璀璨的黄金珠宝、精致的国际美妆是这里当之无愧的主角。然而，不少商场呈现了新气象：在大东方百货一楼，瑞士高端户外品牌猛犸象以及法国户外品牌乐飞叶的无锡首店与相邻的美妆店形成一种奇妙的“混搭”；重新业态调整的三阳百盛，也在一楼黄金位置引入了运动品牌斐乐，与黄金珠宝和国际美妆为邻。

这种“变阵”并非个例。在恒隆广场，正在构建运动消费品牌的矩阵。从博柏利到威尔逊、可隆体育、迪桑特等专业或高端运动户外品牌，恒隆今年引入数个一线运动品牌，打造从大众运动到专业细分领域的完整消费生态。2023年底亮相的在滨湖万象汇集结的超300家品牌中，零售服饰与潮流运动构成了绝对主力。漫步于一楼零售区，萨洛蒙、MLB、阿迪达斯等运动品牌密集排布，几乎占据了半壁江山。

“对商场而言，楼层越低，商业价值越高。一楼历来是商场的‘门面’，过去主要由黄金珠宝和国际美妆占据，运动品牌通常被安排在三楼及以上。”中山路商圈一位招商负责人向记者透露，疫情后，公众对健康生活方式的重视度空前提升，运动品牌的热度持续攀升。商场愿意将最优质的位置资源倾斜给它们，正是看中了其强大的引流能力，以及对注重生活品质的年轻家庭客群的强大吸引力。

### 运动品牌何以成为商场“硬通货”？

面对电商的持续冲击与消费者习惯的改变，线下商场正通过持续优化业态增加消费黏性。为何运动品牌能在此轮变革中脱颖而出，成为商场争抢的“香饽饽”？

“运动品牌具备强大的聚客与体验优势。与线上购物相比，线下商场的核心竞争力在于体验。”清扬茂业总经理刘佳鑫说，运动鞋服尤其是专业装备，非常依赖线下试穿、触摸质感、感受科技。消费者走进店内，不仅能产生实实在在的销售额，还能为商场注入活力和动感，极大地改善整体购物体验。“一个充满运动元素的商场，传递出健康、积极的信号，对吸引年轻人和家庭客群尤为重要。”

这一趋势也得到了市场数据的印证。据建银国际证券分析，跑步与户外装备等品类在2025年表现强劲，“小球运动”的兴起更带动了萨洛蒙、迪桑特等专业品牌的快速增长。这些增长背后，不仅是消费热情的释放，更是消费者对专业性、功能性产品的持续追求。而这类产品恰恰最依赖线下场景——从脚型测量、步态分析到专业导购推荐，线下门店提供的增值服务显著提升了转化率与客户忠诚度。

全民健康意识觉醒带来的消费新需求，让无锡商场集体“向运动看齐”，刘佳鑫介绍，运动消费拥有稳定的客群基础与高复购率，也让运动品牌与商场之间形成了一种互利共生的良性循环。“品牌方借助商场核心商圈的高质量客流，极大地提升了自身的曝光度与品牌形象，尤其是对于开设首店或旗舰店的品牌而言，其广告效应远超单一的销售意义。”

**（陈婧怡/文、摄）**

## 国庆假期出游住宿调查：

# 酒店房源足价格涨

**本报讯** 近日，有网友发帖称，江西景德镇某酒店国庆假期的客房价格飙升，同款房型从9月的90元/晚涨至约1000元/晚，涨幅超1000%。国庆假期住宿价格是否普遍“水涨船高”？从无锡整体情况来看，各类住宿价格均有不同程度上涨，且涨价幅度在10月2日至10月4日达到顶峰。

记者通过某旅行App搜索发现，无锡地区不同类型住宿业态的价格差异明显，经济型酒店、高端酒店、民宿呈现不同的价格波动特征。

无锡经济酒店国庆假期的价格整体上涨。汉庭酒店南禅寺地铁站店，国庆假期最高房价达534元/晚，而平日为180元/晚。目前，无锡经济酒店整体房源储备充足，靠近火车站、南长街等核心景区的门店仍有空房可预订。

从调价幅度来看，多数高端酒店涨幅控制在30%～40%区间：无锡苏宁银河酒店标准大床房平日均价约534元/晚，国庆假期均价升至730元/晚，涨幅36.7%；无锡清名桥英迪格酒店的精品房，价格从平日1099元/晚上调至1481元/晚，涨幅34.7%。高端酒店的核心房型（如观景房、套房）因兼具住宿与体验属性，预订热度较高；但基础房型仍有充足房源，未出现“一房难求”的紧张局面。

无锡民宿市场在国庆假期呈现鲜明的“两极分化”特征。热门景区周边民宿价格大幅飙升，非热门区域民宿则保持相对合理定价。拈花湾附近某经济型民宿的基础房型，平日价格为210元/晚，国庆假期直接涨至740元/晚。

业内人士表示，节假日期间酒店运营成本上升，对价格进行适当调整无可厚非；由于假期出游人数暴增，游客对出游成本上涨也存在一定心理预期。

近日，无锡市市场监督管理局发布《国庆中秋节日市场价格行为的提醒告诫书》。告诫书明确提出，宾馆酒店不得在预订客房订单生效的情况下，无正当理由拒绝履行或不完全履行价格承诺。

**（寿晨）**