

2019 年南京夜间经济 发展报告

美团研究院

2019 年 11 月 1 日

2019年3季度，美团研究院和南京市商务局依托美团平台大数据对南京等16个样本城市（包括北京、上海、广州、深圳、成都、西安、长沙、哈尔滨、贵阳、杭州、济南、兰州、南京、天津、武汉、重庆）的夜间经济发展情况进行了研究。分析结果显示，南京夜间线上消费总额近年来呈现明显的上升趋势，秦淮、江宁、鼓楼三个区的夜间消费最为活跃；南京人均夜间消费额处在16个样本城市的中游水平，尚有较大的提升空间；南京的夜间消费集中在18:00至22:00之间，22:00之后的消费潜力亟待挖掘；南京异地用户的占比为51.4%，略低于杭州、长沙、贵阳、广州等城市，高于北京、上海、深圳等一线城市。建议打造彰显南京特色的“夜之金陵”特色标签，进一步发展壮大夜间经济。

本报告数据来自美团平台全量数据，夜间时段为晚18:00至早6:00。“夜间消费额”是指美团平台上夜间时段内交易额。“夜间消费占比”是指美团平台上夜间消费额在全天消费额中的占比。

一、南京与北京、上海、广州、成都、长沙等城市夜间经济发展状况的比较

（一）南京夜间消费总额在16个样本城市中处于中游水平，夜间消费占比有待提升

在16个样本城市中，南京2018年的夜间线上服务消费

额位列第 9 位。以北京为基准(100)进行比较,北京、上海、深圳、广州为第一梯队,夜间消费总额的标准化数值分别为 100、92.8、71.4 和 61.5,此外,成都的夜间消费额(54.8)也较高,之后是杭州(41.3)、重庆(40.3)。武汉、南京、西安三个城市的夜间消费额比较接近,分别为 33.6、31.0、28.1。

从夜间消费额在全天消费额中的占比来看,南京的占比为 38.8%,位居 16 个样本城市的第 12 位,相比夜间消费总额的位次低 3 位。成都和贵阳夜间消费额在全天消费额中的占比是 45.0%,深圳是 44.6%,重庆是 44.2%,长沙是 43.4%,广州是 42.8%,武汉是 42.1%,都明显高于南京的占比。这说明南京市民和外地游客的夜间消费释放不充分,南京的夜间消费尚有较大的提升空间。

在堂食方面,2018 年,南京堂食的夜间消费额占全天消费额的比重是 50.0%,在 16 个样本城市中处在中游水平。在外卖方面,南京的夜间消费额占比是 33.7%,在 16 个城市中位列第 10 位。相比之下,贵阳、重庆、深圳、成都、长沙等城市外卖的夜间消费额占全天消费额的比重都达到了 40%。

在旅游方面,南京拥有夫子庙、“桨声灯影里的秦淮河”等享誉海内外的夜间旅游景点,带动了当地的夜间消费。夫子庙游船 2018 年客流量超过 200 万人次,营收 1.2

亿元，以夫子庙为旅游核心区的秦淮区，2018年的游客量达到5500多万人次，旅游总收入近600亿元。美团平台数据分析结果显示，2018年，南京旅游夜间消费额在全天消费额中的比重是31.8%，在16个城市中处于中等偏上水平。深圳、上海、广州的这一比重都达到了39%左右。

在文化娱乐方面，南京文化娱乐（具体包括电影演出、休闲娱乐、美发美甲等，其中KTV和酒吧属于休闲娱乐类，因为KTV和酒吧具备典型的夜间消费属性，所以单独进行分析）的夜间消费占比为40.6%，在16个城市中仅高于北京（39.2%）、天津（38.9%）、哈尔滨（37.0%）。武汉（50.5%）、重庆（50.0%）、杭州（50.0%）文化娱乐夜间消费额占全天消费额的比重都达到或超过了50%。由此可见，南京夜间文化娱乐消费的发展潜力较大。

KTV和酒吧是典型的夜间消费活跃行业，在南京这两个品类的夜间消费呈现出差异化的发展特征。以北京市2018年KTV的夜间消费额为基准（100），南京是31，仅高于济南（21）和兰州（7），而广州则高达287，成都是228，上海是133，武汉是87，杭州是44。相比之下，南京的夜间酒吧消费比较旺盛。以北京市2018年酒吧的夜间消费额为基准（100），南京是77，仅次于成都（129）、上海（116）、北京（100）、广州（81），排在第5位。

（二）南京在夏季和冬季出现夜间消费高峰，在春节

假期所在月份呈现明显的夜间消费波谷

数据分析结果显示，16个样本城市在夏季（7月和8月）和冬季（12月和1月）都会出现夜间消费高峰（见表1）。从夏季来看，南京2017年7月和8月夜间消费月均值比2017年1-12月的月均值高9.1%，2018年7月和8月夜间消费的月均值比2018年1-12月的月均值高11.2%。从冬季来看，南京2017年12月和2018年1月夜间消费月均值比2017年6月-2018年5月的月均值高12.8%，2018年12月和2019年1月夜间消费月均值比2018年6月-2019年5月的月均值高7.3%（2018年春节是2月16日，2019年春节是2月5日，部分居民过年返乡导致2018年12月和2019年1月南京夜间消费额的涨幅变小）。

表1 16个样本城市夏季（7月和8月）和冬季（12月和1月）

夜间消费额的增幅

城市	2017年7月和8月	2017年12月和2018年1月	2018年7月和8月	2018年12月和2019年1月
北京市	16.6%	12.0%	18.5%	8.4%
上海市	17.8%	8.9%	17.0%	6.8%
广州市	15.4%	7.5%	18.0%	4.3%
深圳市	21.0%	9.6%	21.1%	3.8%
天津市	11.1%	13.4%	12.2%	4.3%
重庆市	14.5%	7.6%	15.8%	4.8%
成都市	14.1%	10.1%	15.6%	5.7%
南京市	9.1%	12.8%	11.2%	7.3%
杭州市	17.5%	13.3%	15.6%	4.9%
武汉市	6.2%	10.2%	10.3%	6.3%
济南市	15.3%	8.2%	13.8%	3.3%
西安市	14.6%	6.0%	16.6%	5.6%

长沙市	12.1%	12.2%	15.7%	5.1%
兰州市	19.5%	13.1%	18.7%	8.6%
哈尔滨市	9.3%	22.9%	9.4%	14.2%
贵阳市	18.7%	8.9%	20.5%	3.4%

数据来源：美团研究院

春节假期，受部分居民返乡过年和生活服务供给下降等因素影响，南京等城市在春节假期所在月份呈现明显的夜间消费波谷（由于2017年春节假期横跨1月和2月，所以这一现象并不明显）（见图1）。

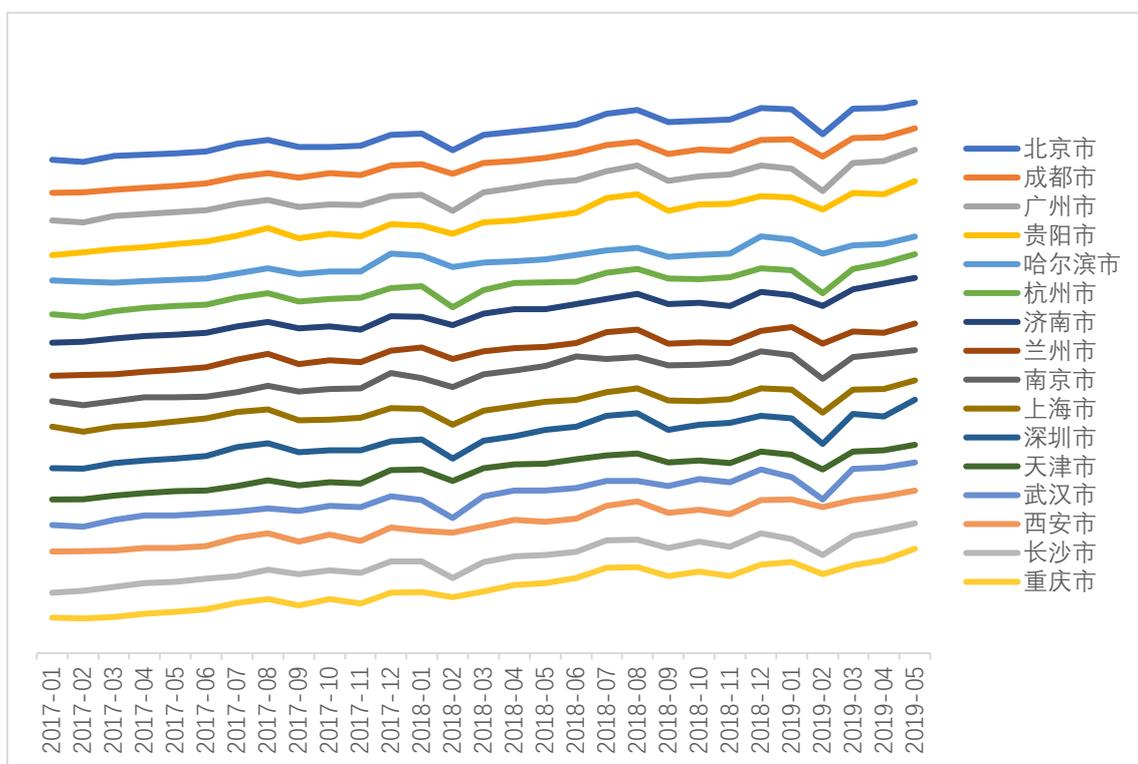


图1 各城市夜间消费趋势对比

数据来源：美团研究院

数据说明：各城市的夜间消费额上下位置不代表消费额的多少，仅对比趋势变化特征。

（三）南京的夜间消费集中在 18:00 至 22:00 之间，22:00 之后的消费潜力亟待挖掘

2018年，南京的夜间消费集中在18:00至22:00之间，这一时间段的消费额占夜间消费额的比重高达76%。相比之下，广州、深圳、长沙的比重都在70%左右，贵阳的比重是71.3%，重庆的比重是71.4%，武汉的比重是71.8%，说明广州、深圳、长沙、贵阳、重庆、武汉等城市在22:00之后实现了更多的消费。南京22:00至0点这一时间段的消费额占夜间消费额的比重为15.4%，0点至6:00的消费额占夜间消费额的比重为8.6%，在16个城市中均处于中等偏下水平。上述分析说明，南京22:00之后的消费占夜间消费额的比重偏低，深夜消费潜力有待于进一步释放。

（四）南京人均夜间消费额在16个样本城市中位居第10位，异地用户的占比超过50%

从2018年夜间消费的用户数来看，北京最多，兰州最少，这与城市的人口规模和过夜旅游者人数直接相关。以北京2018年的夜间消费用户数为基准（100）进行比较，南京是43，在16个样本城市中位居第10位。以北京2018年的人均夜间消费水平为基准（100）进行比较，南京是73，在16个样本城市中位居第9位。由此看来，南京的夜间消费还有很大的挖掘潜力。

在16个样本城市中，南京的异地用户占比（夜间消费中异地用户数占总用户数的比重）为51.4%，与西安、济南相当，略低于杭州、长沙、贵阳、广州等城市，高于北京、上

海、深圳等一线城市。

从各城市夜间消费用户的年龄分布看，20-29 年龄段和 30-39 年龄段的用户是夜间消费的主力军，占夜间消费用户的 90%以上。南京 20-29 年龄段消费用户所占比重达到 56.8%，与济南、武汉、成都接近，高于北京（47.4%）、上海（48.8%）、杭州（55.4%）、深圳（55.9%）等城市。而 30-39 年龄段的消费用户占比（33.3%）则偏低（见图 2）。

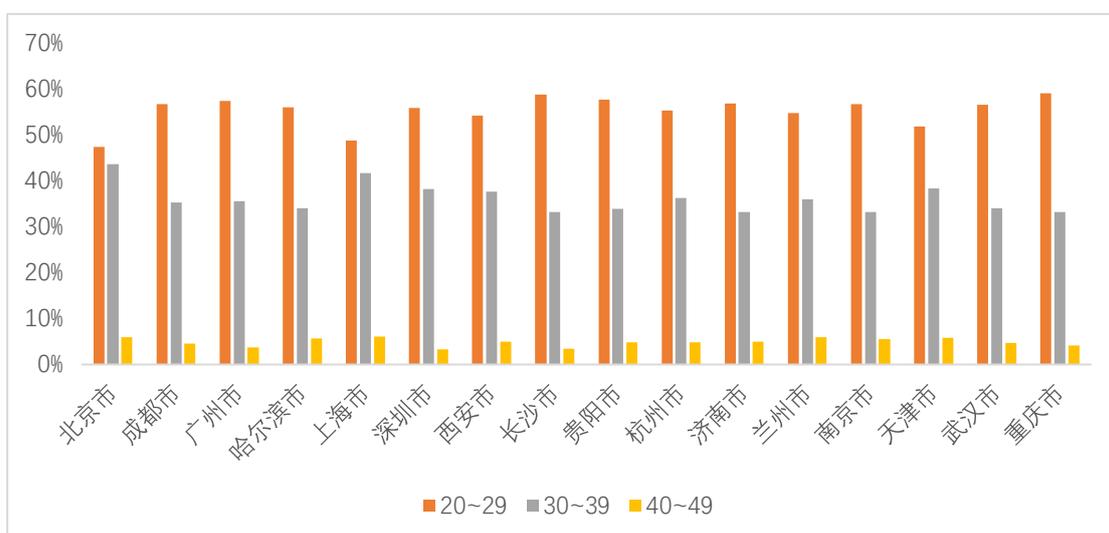


图 2 各城市 20-50 岁夜间消费用户占比

数据来源：美团研究院

（五）91.7%的南京商户在夜间营业，44.3%的南京商户营业到 22:00 以后

数据分析结果显示，91.7%的南京商户在夜间营业，略高于南京之外的 15 个城市的平均水平（91.5%）；44.3%的南京商户营业到 22:00 以后，高于南京之外的 15 个城市的平均水平（43.7%），但明显低于深圳（55.4%）、广州（51.3%）、

长沙（47.0%）等城市的水平；23.5%的南京商户营业到 24 点以后（见图 3），低于南京之外的 15 个城市的平均水平（23.8%）。充分鼓励和刺激商户夜间营业特别是 22:00 以后营业，可以促进南京夜间经济的进一步发展。

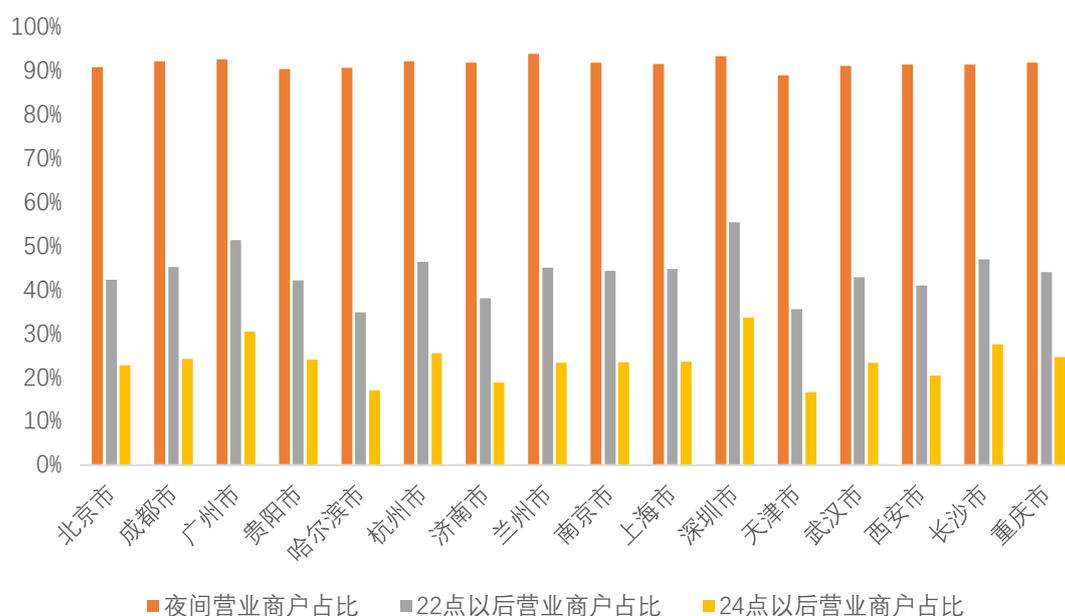


图 3 16 个城市夜间营业商户数占比

数据来源：美团研究院

数据说明：夜间营业商户是指 18 点以后在平台上至少有 5 单交易的商户，剔除了不到 5 单交易的商户。营业到 22:00 以后的夜间营业商户是指 22:00 以后在平台上至少有 5 单交易的商户，剔除了不到 5 单交易的商户。

二、南京夜间经济的主要发展特征

从美团平台大数据分析结果看，南京夜间经济呈现出下述发展特征：

（一）南京夜间线上服务消费额呈现明显的上升趋势

近年来，南京夜间线上消费总额（是经数据处理转化成的相对值，不是消费总额原值）持续攀升，2018 年同比增长

近 60%，2019 年前五个月同比增幅也达到 25.4%。从月度数据来看，2017 年 1 月以来，南京夜间线上消费总额呈现明显的上升趋势，各月份线上消费总额的数据波动幅度较大，其中季节性下探主要集中在每年暑期结束及春节期间（见图 4）。

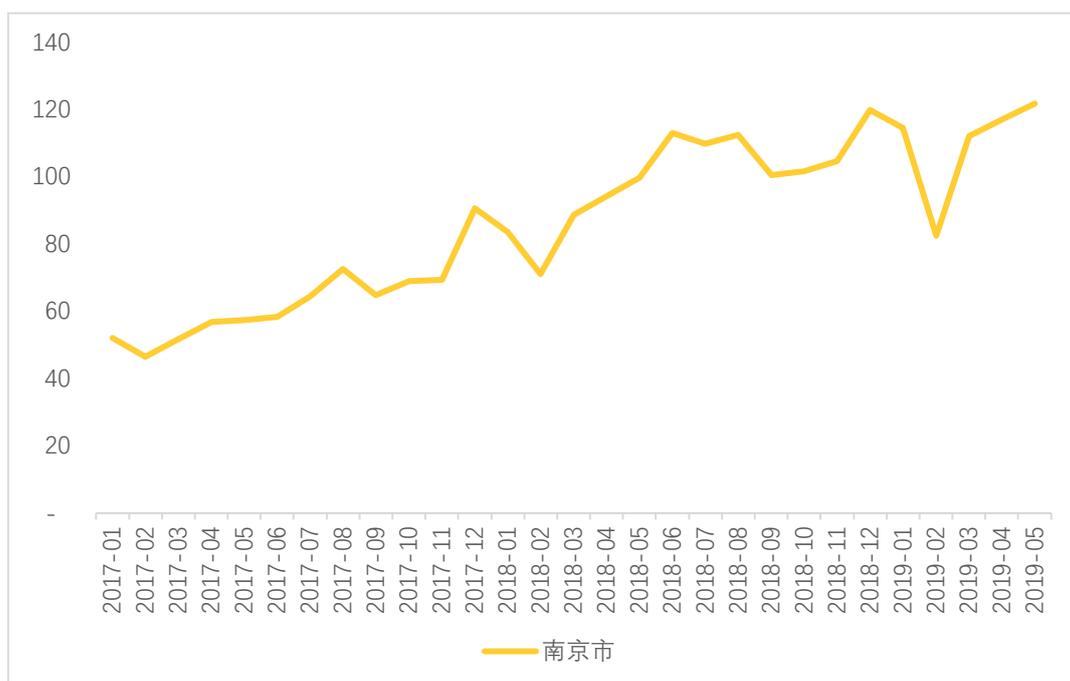


图 4 2017 年 1 月以来南京夜间线上服务消费走势

数据来源：美团研究院

数据说明：图中的数据是根据南京消费总额原值转化成的相对值。

（二）秦淮、江宁、鼓楼三个区的夜间线上消费最为活跃

2018 年，南京夜间线上服务消费主要分布在秦淮区（占 20.6%）、江宁区（占 18.2%）、鼓楼区（占 15.8%），这三个区合计占到南京市夜间线上服务消费总额的 54.6%。玄武区排在第四位，占比是 9.8%。栖霞区、建邺区并列第五位，

占比都是 8.7%（见图 5）。各区在促进夜经济发展方面也形成了一定的品牌，如秦淮区的门东街区整体策划“金陵之夜”品牌，鼓励商户营业时间延长至 22:00，并推出城墙 3D 灯光秀，每周五、周六、周日晚间播放主题影片，带动了夜间旅游发展。牛首山文化旅游区开展“无忧夏夜，冥想牛首”等夜间活动，南京海底世界、六朝博物馆等先后开展夜宿体验、博物馆奇妙夜等活动，吸引了大量南京市民的参与。

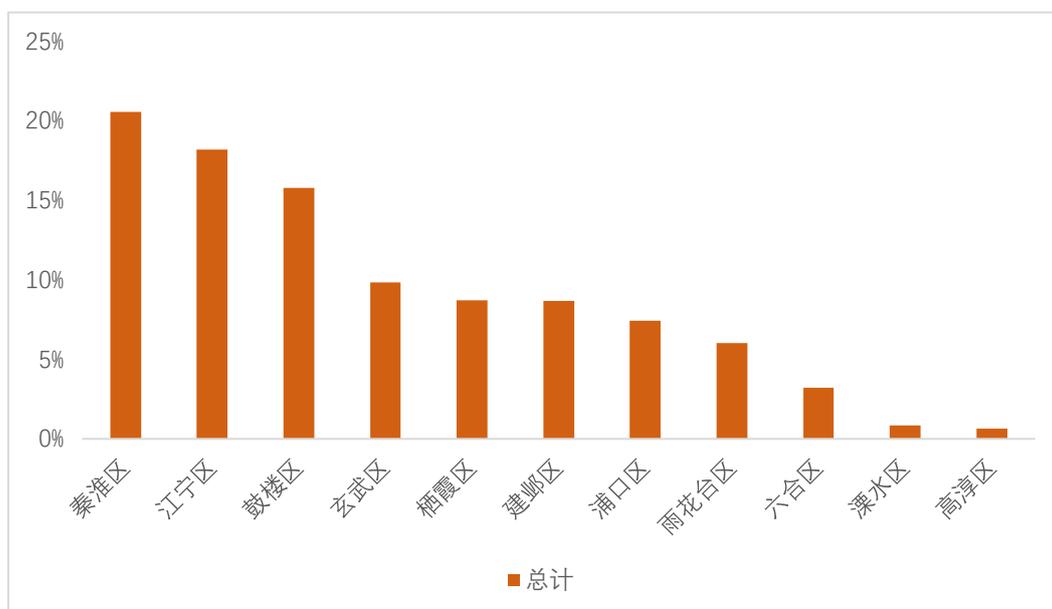


图 5 南京市辖区夜间线上消费额的占比

数据来源：美团研究院

分品类来看，秦淮、江宁、鼓楼三区也是南京餐饮堂食、外卖、文化娱乐和住宿四个品类夜间线上消费的主要集中区，三区合计占比均超过对应品类夜间线上消费总额的 50%。三个区在发展夜间经济的过程中也形成了不同的特色，秦淮区

在餐饮堂食和住宿方面占比最高，江宁区外卖夜间消费额最大，而鼓楼区的文化娱乐产业则更具竞争力（见图 6）。此外，从餐饮夜间线上消费整体水平来看（包括堂食和外卖），江宁、秦淮、鼓楼、栖霞、建邺、玄武六区排名比较靠前，这与各区均有一些发展较好的特色餐饮集聚区，如南湖一带、王府大街、新民路、长白街、三牌楼大街、红庙等有一定的关系。

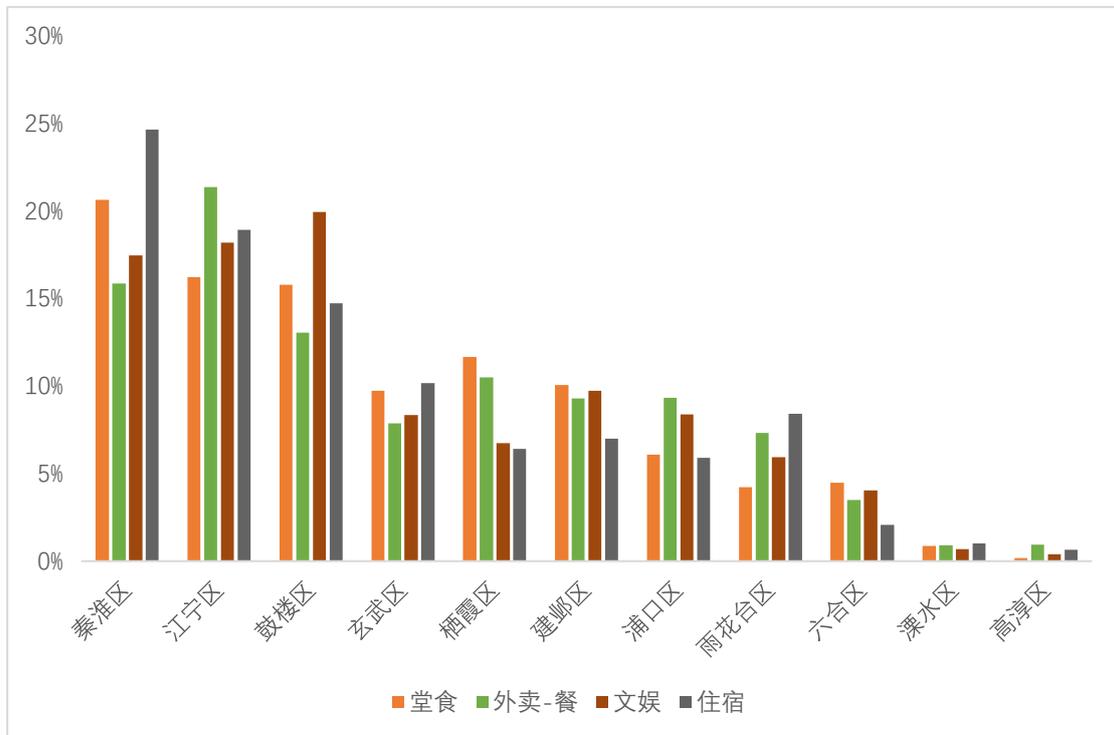


图 6 南京市各辖区不同品类夜间消费额的占比（一）

数据来源：美团研究院

相比之下，KTV 和酒吧这两种具有典型夜间消费属性的品类在南京市各辖区的分布则与前述品类略有不同。江宁区 and 秦淮区的 KTV 夜间消费依然在全市各区中排名前列，玄武区则超过鼓楼区，进入南京市 KTV 夜间消费的三甲。与北京

酒吧夜间消费高度集中在三里屯/工体相似，南京的酒吧夜间消费也高度集中在南京 1912 所在的玄武区，此外秦淮区的酒吧夜间消费额也较大。

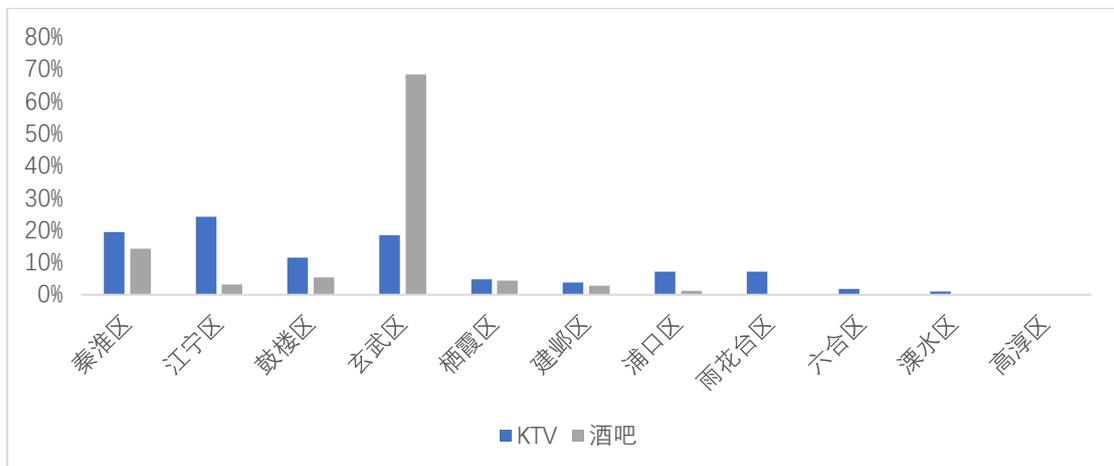


图 7 南京各市辖区不同品类夜间消费额的占比（二）

数据来源：美团研究院

（三）秦淮区、建邺区、玄武区夜间餐饮消费供给质量较高

用高分餐饮商户占比（4分及以上的餐饮商户数量/餐饮商户总量*100%，5分是满分）来衡量南京各市辖区夜间餐饮消费的供给质量，其中秦淮、建邺、玄武三区的供给质量较高，四星及以上商户占比均超过了20%；鼓楼区紧随其后，四星及以上商户占比接近20%；栖霞、江宁、雨花台、浦口各区四星及以上商户占比也超过了10%（见图8）。

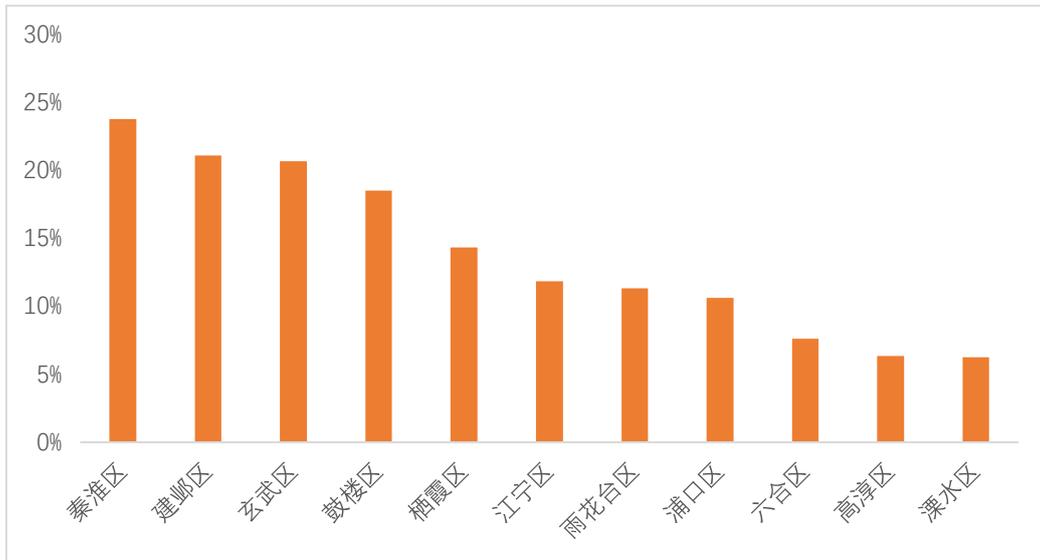


图8 用户评分为4分及以上餐饮商户的比例

数据来源：美团研究院

数据说明：数据来自美团平台用户评分。

三、发展壮大南京夜间经济的政策建议

夜间经济是一个城市的名片，代表着一个城市的品位和形象，是城市经济开放度和活跃度的晴雨表。发展夜间经济可以促进消费，带动文化、旅游、住宿、餐饮等多个行业的发展，满足人民群众日益增长的服务消费需求，具有重要意义。2017年11月，南京市政府办公厅发布《关于加快推进夜间经济发展的实施意见》，有力推动了南京夜间经济发展，取得了良好成效。2019年9月，南京市政府办公厅再次发布《打造“夜之金陵”品牌的实施方案》和《进一步促进商业品牌首店、连锁便利店发展的若干措施》两份文件，强调了夜间经济在释放消费潜力、促进消费升级和南京建设国际消费中心城市过程中的重要作用，今后将采取措施培育商旅文

体融合的夜间经济发展氛围，提升夜间消费品质。发展夜间经济是南京市以改革创新增加消费领域有效供给、完善城市功能、促进社会就业的重要举措，建议南京市重视下述方面的工作，进一步发展壮大夜间经济：

（一）积极推动特色文化与旅游、科技的融合，增加夜间经济供给并提高供给质量

南京多项夜间经济指标在 16 个样本城市中处在中游水平，究其原因主要是南京夜间经济的供给偏弱、特色不够鲜明。促进南京夜间消费的核心是增加夜间经济供给并提高供给质量，打造彰显南京特色的“夜之金陵”特色标签。

一是积极推动文化与旅游融合、文化与科技融合。南京作为首批国家级历史文化名城和全国重点风景旅游城市，文化底蕴深厚，旅游资源丰富，这为南京发展夜间经济提供了重要支撑。今后可通过注入科技、文化、艺术等元素，从“重形式”转向“重内容”、“重体验”，实现文化与旅游融合、文化与科技融合，引导和支持国内外企业在南京策划开展具有国际范中国味儿、主题鲜明、高品质的夜间文化休闲、演艺体验活动，通过多种渠道增加南京夜间文化旅游项目供给并不断提高供给质量。围绕“夜之金陵”，在“购、食、宿、游、娱、读、健”各方面形成多元的夜间消费市场，推出特色餐饮、文创产品、密室、电竞体验馆以及其他体验项目，鼓励 24 小时书店、特色书吧等业态发展，营造更多夜间消费

场景，塑造浸入式文化体验空间，兼顾传统文化、高档文化和新兴文化，为本地居民、国内游客和国际游客提供良好的消费环境，满足大家的个性化夜间消费需求。

二是要尊重历史和现状进行存量优化和增量培育，规划和打造新街口、夫子庙、老门东、南京 1912、百家湖 1912、江北弘扬广场等南京夜间经济特色商圈、特色街区，增加主题性、参与性、表演性业态，深入发掘秦淮小吃、民国大餐、淮扬风味、地方菜肴等南京特色饮食系列，推动商圈数字化改造和商业智慧化进程，丰富南京夜间经济业态，培育一批特色鲜明、布局合理、功能完善、业态多元、管理规范的南京地标性夜间经济集聚区和夜间消费打卡地。

三是借鉴伦敦自然博物馆 life in the dark 特展、杭州印象西湖实景演出、大型歌舞《宋城千古情》、西安“大唐不夜城”、重庆两江夜游、西双版纳“澜沧江湄公河之夜”等夜间旅游体验项目的发展经验，鼓励和支持南京旅游景点开放夜间旅游线路并开发夜间旅游体验项目，鼓励和支持博物馆、科技馆、展览馆、美术馆、音乐厅延长营业时间并组织开展特展或主题活动，发展夜间旅游。同时，围绕“一山（紫金山）一江（长江）一城（明城墙）一湖（玄武湖）一河（秦淮河）”等特色资源，在做好历史文化资源保护的前提下，打造以多媒体声光电为特色的夜间演出项目，策划演艺秀、夜间游船等旅游项目，提升南京夜间休闲业态的层次

和水平，打造夜游南京品牌，让南京的夜间更加丰富多彩。

四是引导夜间体育消费新风尚。支持体育运动项目经营单位延长营业时间，创建南京体育旅游休闲基地，发展年轻人喜欢的电子竞技运动，推出更多的 24 小时健身馆，在具备条件的公园增设体育健身设施和运动场地，满足南京市民特别是年轻人的体育消费需求，不断丰富体育健身和体育竞赛表演市场，将南京建设成为“世界体育名城”。

（二）吸引更多的过夜游客，提升其在南京的夜间消费转化率

南京作为国内知名的旅游城市和区域中心城市，吸引着大量的外地游客，可采取有针对性的措施，进一步扩大过夜游客在南京的夜间消费：

一是举办音乐节、美食节、小吃节、啤酒节、演唱会、体育赛事等丰富多彩的活动，推出具有浓郁金陵文化特色的系列品牌文化活动，发展精品酒店和特色民宿，培育商旅文体融合的夜间经济发展氛围，吸引更多外地游客留宿南京，享受南京之夜。

二是加大对南京夜间旅游产品的宣传和推广力度，可借助美团、大众点评等生活服务电子商务平台进一步加大旅游宣传推广的力度，在美团、大众点评的 APP 上，植入南京“夜之金陵”活动的推广页面，并在南京的城市板块上设立专题页面，帮助南京进行活动推介和引流。此外，可设计精华线

路套票，让不熟悉南京的外地游客能方便地体验南京的文化娱乐项目和南京的景点、住宿、美食，并向入住南京当地酒店的外地游客发放文化演出、商圈餐饮的促销券、折扣券等。2019年前三季度，大众点评短视频信息瀑布流有效提升了消费者的消费热情，建议南京市有关部门可整合相关消费场景，鼓励南京本地消费者在大众点评平台上对南京夜间经济消费场景进行短视频宣传，增强南京夜间旅游对国内外游客的吸引力。

三是加强组织领导、标准建设、政策保障和效果评估，进一步改善南京旅游市场环境和消费环境，不断提升南京夜间经济的品质，吸引更多的过夜游客。

（三）采取有针对性的措施，促进 22:00 之后的夜间消费

南京 22:00 之后实现的消费额占夜间消费额的比重有待提升。建议采取有针对性的措施，促进 22:00 之后的夜间消费。

一是完善南京的基础设施与公共服务，增加 22:00 之后的夜间公共交通服务，优化公交夜宵线路，逢周末和节假日可延长公交、地铁的运营时间并加密车次，开通更多的夜班线路，在重点地区设置晚间巴士，加强公交、地铁运输保障，提高夜间商圈的通达性，方便南京市民和外地游客的夜间通勤和疏散，减少人们夜间出行的后顾之忧。与此同时，要引

导出租车企业和网约车平台加强服务保障，提高服务质量，维护夜间出行安全；引导企事业单位、商务楼宇的内部停车场在夜间向社会公众开放。

二是充分调动餐饮商户的积极性，延长营业时间。新建、改建、扩建相结合，在政府提供补贴的同时充分运用市场化手段，深入开展南京深夜食堂特色餐饮街区创建工作，打造有人气、可持续发展、风格鲜明和特色突出的深夜食堂餐饮街区。

三是打造集美食、休闲娱乐、购物于一体的南京综合型夜购消费街区，增强夜市的丰富性、多样性和便捷性。引导电影院开放通宵场，将国内外优秀影片在通宵场上映，满足影迷观影需求。

（四）围绕重点人群，激发夜间消费活力

一是顺应 30 岁以下年轻人的消费潮流，培育和发展教育培训、文化娱乐、创客等夜间经济业态，打造新型夜间消费文化。充分挖掘南京市的文化底蕴，加入沉浸式表演和互动式娱乐的体验类元素，融入南京当地生活和文化体验场景，着力打造吸引年轻一代的夜间旅游产品。可在微信、微博、抖音、快手等社交媒体平台做个性化展示，讲好南京夜间经济故事，吸引国内外游客特别是年轻人到南京体验特色美食、文化、旅游和娱乐项目，进一步挖掘和释放南京的夜间消费潜力。

二是针对 30 岁以上人群，通过降低文化消费门槛、推出文体类消费套餐，发展商业品牌化、连锁化经营等方式，扩大夜间消费。南京 20-29 岁年龄段线上服务消费用户占比相对较高，而 30 岁以上年龄段消费用户所占比重相对较低，特别是 40-49 岁人群的占比仅为 5.5%，今后要积极推动商业品牌化、连锁化经营，支持发展 24 小时便利店，开展以文化、旅游、购物、餐饮等为主题的夏季、周末或节日精品夜市活动，丰富夜间消费内容，着力满足不同文化层次、不同活动需求群体的夜间消费需求。

（五）发挥生活服务电子商务平台的作用，支持发展夜间到家服务经济

通过美团、大众点评等生活服务电子商务平台获取夜间消费信息、进行消费和在线评价是夜间消费的重要形式。目前，餐饮外卖、“闪购”（通过线上下单线下即时配送上门的网络购物模式）等“互联网+生活服务”已经成为南京广大市民特别是年轻人夜间消费的新选择，这不仅可以满足市民夜间消费需求，而且可以大幅降低扰民噪音和路面拥堵，扩大传统夜间经济的服务范围，把方便快捷的夜间服务直接送到消费者家中。建议南京市政府充分发挥美团、大众点评等生活服务电子商务平台的作用，支持餐饮外卖和“闪购”等新模式发展，利用美团平台必吃、必逛、必住、必玩榜的线上曝光，提高商户夜间经营能力和营业收入，激发线上夜间

消费活力，发展夜间经济到家服务，形成线上线下夜间经济融合互动、双向繁荣的局面。

（六）加强夜间经济配套保障，优化夜间营商环境

一是加大对城市精细化管理的程度，提升城市夜间管理水平。在“夜间区长”的统筹协调下，进一步完善南京各区的交通、安保、食品安全、消防等配套管理措施并强化服务功能，保障夜间经济的开展。建立节假日人员疏散方案和路线设计，加强警力配置，进一步提升城市夜间管理水平。畅通24小时旅游咨询投诉热线处理机制，共同营建南京安全、放心的夜间旅游消费环境。

二是大力推进南京夜间消费商圈和公共空间净化、亮化、绿化、美化工程改造提升，完善夜间标识指引、街景打造、休闲设施、装饰照明、环卫设施、公共Wi-Fi及5G通讯等配套设施建设。

三是加大对夜间经济发展的政策和资金支持力度，对商圈和商业设施改造提升、开展促消费活动等繁荣夜间经济的相关措施给予资金支持。鼓励南京市各级政府结合实际，支持一批促进夜间经济发展的重点项目。

四是编制南京夜间消费指南，发布南京夜游地图，线上线下联动对南京夜间经济进行宣传和推广，向消费者提供形式多样、内容丰富的夜间经济项目和活动信息，便利夜间消费，提升“夜之金陵”品牌的知名度和美誉度。