

串珠成链的票根经济

“凭票根享受奶茶第二杯半价”“一张票根可以换多家博物馆门票”“这个假期有的玩儿了”——如今，票根不再只是消费凭证，还是串联起不同场景的通行证，让单一消费行为不断产生乘数效应。

票根经济为何能迅速兴起？它如何改变消费习惯？未来又该如何释放更大能量？

从“用完即弃”到“流量入口”

游客王女士向记者展示了她手机里的票根照片：“去年夏天看完展览，还能用这张票在南京路上的餐厅享受八折优惠，连停车费都减免了。”

提到票根经济，不少人对 2024 年上海博物馆“金字塔之巅”特展记忆犹新。彼时，新世界集团、黄浦区先后推出联动活动，观众可凭展览票根享购物、餐饮等优惠。据官方数据，这场展览带动城市综合消费比例高达 1:30，创下百亿级消费规模。

2025 年以来，票根经济迎来爆发式发展。

4 月 18 日至 5 月 5 日，凭借一张北京国际电影节的票根能解锁 30 多个商圈、1100 多个商户的优惠，活动期间累计吸引客流 7666 万人次，带动消费 251.7 亿元。

2025 年 3 月起，河南省洛阳市推出持有抵洛高铁票半价游 11 大景区的活动，激活了当地淡季旅游市场。

“五一”假期，北京华熙 LIVE·五棵松围绕演唱会前后的消费时段打造“5 小时生活圈”留住观众，巧用票根经济为 20 多家酒店提供折扣并带来可观流量，有效带动了周边地区的商业消费。

“票根经济就像一根‘链条’，把原本分散的文旅、交通、商业场景串联起来，把一次消费变成了一串消费链。”苏州大学社会学院旅游管理系教授周永博表示。

中国旅游研究院院长江旅游研究基地首席专家罗兹柏指出，票根之所以能成为流量入口，关键在于它同时具备两个特性：既是高人气活动的入场券，又是区域消费的通行证。演唱会门票能吸引数万观众，而交通票则决定了游客的流向，两者结合形成了强



4 月 19 日，观众在第十五届北京国际电影节的特别展览上参观。

大的消费引导力。

一张票“串”起消费链

近年来，在提振消费的大背景下，各地探索文旅消费创新路径的脚步从未停歇。从早期发放消费券，到如今以票根经济为代表的模式创新，拉动消费的手段正经历深刻变革。

不少受访人士表示，传统的消费券、数字人民币红包等方式虽然具备技术优势，但这些传统手段受限于使用场景和用户习惯，往往“二次消费”不足、互动性弱。

那么，票根经济凭什么能成为撬动消费增长的新支点？

从消费者角度来看，票根经济显著提升了消费意愿与体验价值。

“本来网红奶茶店、老字号餐厅这些‘打卡’就在计划内，现在因为票根还能享受额外优惠，相当于花一份钱收获多份快乐。”从内蒙古专程来北京观看演唱会的李同学这样描述自己的消费体验。这种享受“额外福利”的心理效应，让消费者更愿意尝试不同领域的消费场景，从而扩大消费半径。

对于商家而言，票根经济同样蕴含着商机。不少商家也开始主动创新，精准捕捉用户后续需求。

社交媒体上，不少餐饮商家发布“限时福利”，不仅提供简单的折扣优

惠，还推出了“免费寄存行李”“专属接驳车服务”等增值服务。

一位参与票根经济联动的火锅店负责人表示：“票根联动之后，我们不仅客流增长了 30%，更重要的是通过福利优惠建立了与消费者的深度连接，这对品牌的长远发展至关重要。”

在周永博看来，票根更多的是一种“兴趣标签”，能精准吸引目标人群，比广撒网式的营销推广更能使消费“串珠成链”。

罗兹柏进一步分析，票根经济的核心竞争力在于：一方面紧扣年轻群体“感性体验优先”的消费特征，通过系统化优惠体系形成吸引力；另一方面借助大数据技术，将票根升级为文化情感载体与消费链路枢纽，实现“吃住行游购娱”场景的有机串联。这种模式既拓展了消费维度、延长了游客停留时间，又因具备标准化复制能力，成为激活区域文旅经济的重要抓手。

票根经济如何健康发展

票根经济掀起热潮的同时，业内也探索如何实现可持续发展。

受访专家指出，目前多数票根活动仍以价格优惠为主，这种模式虽然见效快，但容易让消费者产生“优惠疲劳”。而且有些活动存在虚假宣传的情况，这会对票根经济模式的可持续

发展造成损害。

“当前票根经济存在滥用风险。”罗兹柏表示，应理性认知票根经济的边界与基础逻辑，避免将票根经济“万能化”，才是推动其健康发展的关键。

周永博表示，票根经济面临的最大挑战在于其长期效应。很多地方搞票根活动主要靠政府补贴，商家觉得赚不到钱就不积极。而纸质票容易被伪造，电子票跨平台兑换又比较麻烦，还有些商家玩套路，容易让消费者反感。

对此他表示，有必要进一步优化票根的文创设计，使之成为某种纪念品；技术上，则要积极运用区块链等防伪技术；优惠不能只盯着折扣，可以绑定更多其他权益，从而把消费链拉长，消费者才不会审美疲劳。

更重要的是，票根经济必须立足本地特色。每个城市都有独特的文化底蕴和产业优势，只有善用这些资源，才能构建真正有竞争力的票根经济模式。

周永博建议，大城市和小城市在“玩法”上要因地制宜。他举例称，像上海、北京，流量大、活动多，适合“高科技联动”，比如 F1 门票绑定深夜食堂折扣，电影节票根全城 600 家店通用，拼的是规模和科技感；洛阳、西安这类文旅城市，要把景点 IP 用透，比如火车票半价游龙门石窟，演唱会观众直接变景区游客，主打“来都来了，多逛几个地方”；小城市往往资源有限，更适合联动特色精准服务，比如给老年人推“银发票根套餐”，低成本把本地商家串起来，“接地气”才是王道。

业内人士普遍认为，未来票根经济将走向“科技+情感”融合的新阶段。周永博举例称，区块链保证票根不被山寨，看演唱会时扫票根能解锁 AR 特效，AI 还能根据你的票根记录推荐周边商品。优惠也不只是打折，可像北京把票根做成收藏品，或者像深圳用音乐节票根换瑜伽课，让消费“自主成链”。

“说到底，票根经济不能光图短期热闹，要把游客变成‘回头客’，把单次消费变成长期生态，让消费自然延伸。”周永博表示。

据新华网财经观察



5 月 4 日，游客在 798 艺术区内游览。



5 月 1 日晚，人们在江苏常州太湖湾音乐节上欢呼。



6 月 2 日晚，演员在河北省唐山市丰南区河头老街景区为游客演出。