

各地多措并举激活“小票根”里的“大消费”

本报记者 刘萌

新春佳节临近,全国多地纷纷解锁票根联动玩法,将交通、演出、赛事、景区等各类票根转化为消费福利凭证,串联起“吃住行游购娱”全链条,实现“一次消费,多重福利”的体验,让群众在新春出行游玩期间享受多重实惠,为消费市场注入强劲活力。

各地新春票根联动玩法丰富多样,颇具地域特色。比如,在贵州,票根优惠活动于2月3日正式启动,省外到黔旅客(非贵州户籍旅客),凭在“一码游贵州”平台购买了指定景区、体育赛事、重大展会、演艺活动(如演唱会、音乐节)的电子票务凭证能申领最高500元的“票根消费券”,在贵州消费

时可享受八折立减优惠。

在上海,2026年豫园灯会推出“一票通玩+票根权益”模式,一张门票不仅可通行六大灯区,还能关联BFC免费停车、黄金购物券、餐饮优惠、定制福牌等权益,实现“票根秒变消费券”。

在福建省厦门市,春节期间持指定的演唱会、赛事、展会等门票及来厦机票、船票、火车票等交通票证的消费者,可享受130项以上“票根经济”优惠措施。

中国商业经济学会副会长宋向清在接受《证券日报》记者采访时表示,新春是消费市场的重要窗口期,各地发力票根联动,核心是借助交通、演出、赛事、景区等消费精准导流,打破商旅文体等行业壁垒,将单一消费行为

转化为“吃住行游购娱”的链式消费,让消费“流量”转化为发展“留量”。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇对《证券日报》记者表示,票根联动本质上是一种“低成本、高黏性”的消费撬动机制。春节期间人流、客流高度集中,把交通票、演出票、赛事票、景区票等“既有出行行为”转化为可继续使用的消费凭证,能够把一次性出行延伸为多场景、多轮次的消费行为,可有效拉长消费链条、提升客单价和停留时间。

“从地方治理视角看,这种做法不依赖大规模财政补贴,而是通过规则设计撬动商家参与、平台协同和多场景整合,既能激活服务消费,又能带动文旅、商贸、

餐饮、住宿等行业形成联动,是当前促消费、扩内需性价比很高的‘轻政策工具’。”洪勇称。

在受访专家看来,未来,票根联动仍有广阔的创新空间。“建议从技术、区域、机制三个维度持续完善,让‘小票根’撬动‘大消费’。”宋向清表示,在技术层面,强化数字赋能,在保障用户隐私的前提下,实现个性化优惠推荐,同时优化票根防伪与跨平台核验流程,实现电子票根自动核销,福利一键领取,提升用户体验;在区域协同层面,推动跨区域票根互认通用,在城市群、文旅圈试点成立票根经济联盟,统一跨省结算与税务标准,破解“异地兑换难”问题,扩大消费半径;在机制层面,完善长效运营机制,可由政府

牵头推动政银企三方联动,整合财政补贴、金融优惠、商家福利形成权益叠加,同时建立票根使用率、二次转化率等考核指标,以税抵扣等政策替代单纯财政补贴。

洪勇认为,整体看,票根经济的空间不在“多打折”,而在“多连接”。下一步,可从“优惠联动”向“体系化运营”升级:一是从单城联动走向跨城、跨区域协同;二是从静态折扣走向动态权益,根据消费次数、停留天数、组合消费情况,解锁不同层级福利,提升复购率;三是进一步嵌入夜经济、演艺经济、赛事经济等高附加值场景,把“来一次”变成“多消费几次”,让票根经济成为拉动内需的长效引擎。

“苏超”破圈解锁消费增长新密码

本报记者 韩昱

“苏超”(江苏省城市足球联赛)2025年破圈成为顶流,近日首次被写入江苏省政府工作报告,再次引发各界关注。

在2025年工作回顾方面,江苏省政府工作报告提出,“跟着苏超游江苏”等品牌活动彰显引领效应,接待游客人次、游客总花费分别增长10.4%、10.2%;在2026年重点工作方面,明确提出要实施服务消费提质惠民行动,以“苏超”促进文旅体商融合发展,激发“文化”

“旅游+”“体育+”等消费活力。

“‘苏超’首次被写入江苏省政府工作报告,释放出多重积极信号。”苏商银行特约研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示,这表明体育赛事已成为地方促消费、稳增长的重要抓手。以“跟着苏超游江苏”等活动为示范,赛事票根转化为文旅流量入口,继而发挥票根经济的杠杆效应,激活全域消费。同时,这也彰显了地方政府对全民健身与本土体育IP培育的重视。

陕西巨丰投资资讯有限责任

公司高级投资顾问朱华雷告诉《证券日报》记者,“苏超”首次被写入江苏省政府工作报告,标志着其已成为撬动服务消费与产业协同发展的重要引擎。这对带动当地经济发展,提升消费潜力具有积极意义。

“苏超”的示范引领作用效果显著。例如,今年5月份将开赛的东北地区城市足球联赛“东北超”,聚焦区域协同,由辽宁、吉林、黑龙江、内蒙古四省区体育局联合主办,8支城市代表队将逐鹿赛场。再如,上海今年也将推出

“沪超”,赛事计划于春节后启动选拔与组队工作,与以地级市为单位组队不同,“沪超”以街镇为参赛主体,让足球运动更加“触手可及”,变为“家门口的日常”体育项目。

朱华雷认为,各地体育赛事以场景融合、政策联动、IP变现的组合形式,构建出一条“赛事—流量—消费”闭环链条,将有力带动当地餐饮、住宿、文旅、零售、文创等多领域消费,通过一场球带火一座城”等方式促进区域经济增长。

“各地通过体育赛事带动消费,需以赛事为核心构建全域消

费生态。”付一夫认为,地方可进一步打造“赛事+文旅”深度融合场景,结合地方旅游特色与赛事档期设计联动产品,将赛事客流转化为文旅消费流。同时,激活本地即时消费,联动商圈、酒店、餐饮、影院等推出赛事专属优惠,打造赛场外“第二现场”,带动赛事周边、文创产品等衍生消费。此外,还可撬动跨城消费市场,开通球迷专列、观赛直通车,推出跨城观赛住宿套餐,吸引周边城市人群参与,拉动交通、住宿等异地消费。

春节前夕上市旅游企业“花式揽客”

本报记者 李乔宇

今年春节假期长达9天,被称为“史上最长春节假期”,多家上市旅游企业推出各类“花式揽客”举措。

景区方面,中青旅控股股份有限公司(以下简称“中青旅”)旗下古北水镇推出针对生肖属马游客的门票优惠,并以“传统+潮流”双轨演艺与沉浸式互动打造长城脚下特色新春文旅IP。春节期间,古北水镇将上演非遗大戏、打铁花等民俗活动,同步推出无人机灯光秀、机器狗舞狮等潮流演艺,推动游客体验从“观演式”向“沉浸式”升级,助力古北水镇成为京郊年味浓郁、体验多元的春节文旅目的地。

“目前来看,‘花式揽客’成果

显著。”中青旅首席品牌官徐晓磊告诉《证券日报》记者,从历史经验来看,中青旅旗下古北水镇以及乌镇景区的特色活动均能吸引大量游客关注。从今年春节的预订情况来看,古北水镇、乌镇景区的年夜饭预订量以及酒店预订量均优于往年。

另外,记者从香港中旅国际有限公司获悉,2月15日至3月3日,该公司联合旗下八大特色景区推出生肖及姓氏专属优惠,生肖属马或姓氏为“马”的游客可享门票五折优惠,生肖与姓氏均为“马”的游客可免票入园。

旅行社方面,众信旅游集团股份有限公司(以下简称“众信旅游”)聚焦春节旅游市场,将春节元素同时融入国内游以及出境游产品。“产品丰富度较去年同期增长50%。”众信旅游媒介公关经理李梦然告诉《证券日报》记者,在国

内游方面,众信旅游将民族服饰旅拍、制陶、藏香制作等非遗体验融入行程;在出境游方面,将定制年夜饭、团圆饺子、派发压岁红包、观看舞狮表演等项目融入行程。

酒店方面,北京首旅酒店(集团)股份有限公司旗下品牌结合区位特点,除酒店产品外,还推出鸟巢演出赠票、景点赠票、当地特色餐饮等增值服务,部分酒店还同步举办观看春晚、财神送福、包福饺等新春主题活动。华住集团有限公司旗下部分酒店品牌则面向住客推出非遗窗花礼袋、新年橘子礼盒等定制化新春礼遇。

众信旅游数据显示,当前,长线出境游产品预订人数较去年同期增长60%;国内游产品预订人数较去年同期增长300%。另据飞猪数据,春节假期的高星酒店预订量同比大增近70%;含有文艺演出、民俗非遗、特色

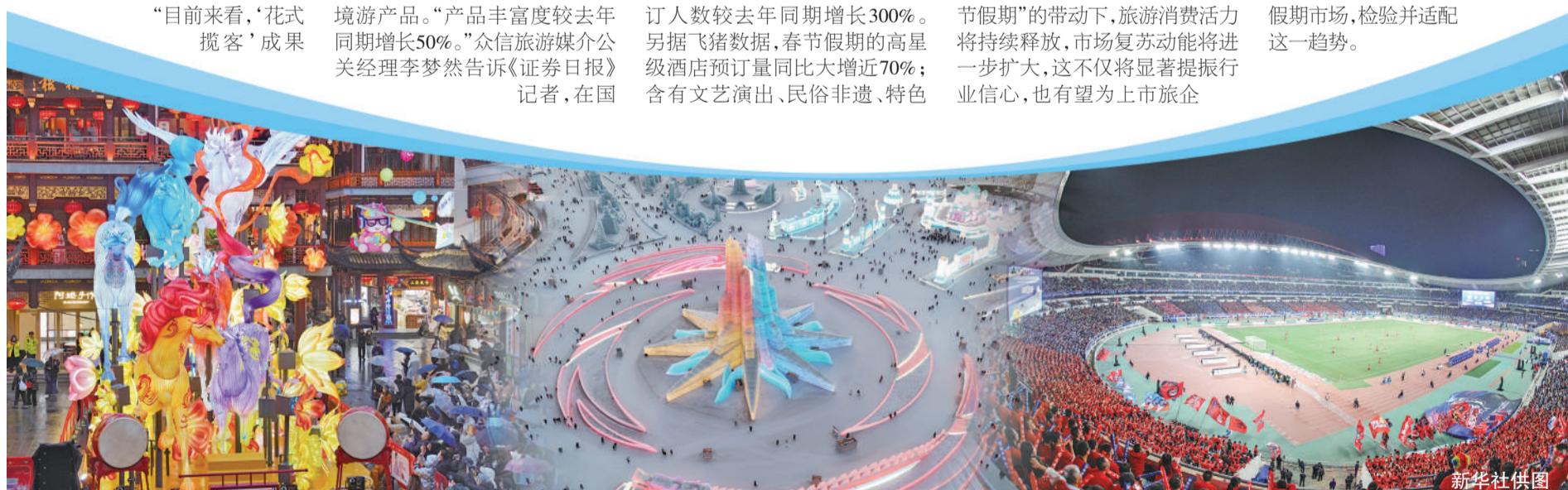
餐饮的综合性体验格外受游客青睐;住、玩一体的主题乐园酒店预订量同比增长94%。另外,行程中带有民俗观演、非遗手作等体验的旅游服务预订量也同比增长超四成。

在徐晓磊看来,上市旅企推出的各类“花式揽客”举措,表面上是吸引客流的营销创新,实则折射出行业发展逻辑正从传统的资源驱动型,加速向以消费者为核心的需求驱动型转型。在此背景下,旅游从业者不再单纯依赖景区、酒店等固有资源,而是主动围绕游客需求升级服务供给,通过提供情绪价值、打造个性化体验、丰富场景化内容等方式,提升产品吸引力与市场竞争力。

徐晓磊预计,在“史上最长春节假期”的带动下,旅游消费活力将持续释放,市场复苏动能将进一步扩大,这不仅将显著提振行业信心,也有望为上市旅企

全年业绩增长奠定坚实基础。中国社会科学院财经战略研究院教授魏翔向《证券日报》记者表示,旅游企业在“花式揽客”的同时,也要挖掘当地比较优势、联动优势产业,构建可持续的旅游发展规划。

魏翔表示,对上市旅企而言,此次超长春节假期既是机遇,也是检验转型升级的关键窗口。一方面,景区、旅行社、酒店等需适应游客多日停留、休闲度假的需求变化,优化产品供给与服务能力,提升综合收入;另一方面,企业需正视旅游行业消费模式转变,目前来看,游客消费模式正从突击式、集中式大额消费,转向更理性、多频次、小额化的细分领域投入,企业应借助假期市场,检验并适配这一趋势。



上市公司回应热点应讲清情况、说足风险

田鹏

2月4日晚间,上交所对一家A股上市公司及该公司时任董事会秘书采取监管警示措施,因其在披露“商业航天”“脑机接口”两大热门概念相关信息时,存在信息披露不准确、内容披露不完整、风险提示不充分等问题。

今年以来,A股市场热门概念波动节奏明显加快,商业航天、AI应用、人形机器人等赛道轮番站上风口。在此背景下,上市公司“蹭热度”的行为逐渐增多。据不完全统计,今年以来截至2月5日,监管部门已对8家上市公司相关行为采取监管举措。

笔者认为,上市公司在回应市场热点和投资者关切时,需恪守“真实、准确、完整”的信息披露底线,把业务关联的模糊地带说透、把发展中的风险点讲足。这既是监管层对上市公司信息披露的明确要求,也是上市公司坚守合规经营、维护市场公平秩序的应有之义。

事实上,监管层对市场热点相关信息披露的规范要求早已明确。2025年7月份正式施行的《上市公司信息披露管理办法》第十六条专门强化风险揭示要求,明确上市公司应当充分披露可能对公司核心竞争力、经营活动和未来发展产生重大不利影响的风险因素,以

便于投资者合理决策。交易所也明确要求,针对商业航天、脑机接口等市场高度关注的热点概念,因其信息对股价和投资者决策影响较大,上市公司发布相关信息时必须更审慎、更客观,杜绝模糊化表述、夸大式关联、缺失性提示。

从监管逻辑来看,并非禁止上市公司提及热点,而是禁止其利用信息披露不对称进行“选择性披露”,从而将热点概念转化为股价炒作的工具。这也与2026年证监会系统工作会议中提出的“强化交易监管和信息披露监管,进一步维护交易公平性,严肃查处过度炒作乃至操纵市场等违法违规行为”导向一致。

因此,上市公司在发布与市场热点相关的公告时,一方面要把模糊地带说透,即精准披露自身与热点概念的关联程度,杜绝用“拟布局”“探索中”等模糊表述误导投资者,让投资者清晰知晓公司与热点的真实关联度。同时,主动披露自身业务与热点概念的差异、技术瓶颈、产业链地位等关键信息,避免投资者产生认知偏差,真正做到信息披露真实与透明。

另一方面,要把风险点讲足。热点赛道往往伴随着高热度、高波动,也潜藏着高风险,上市公司作为信息披露第一责任人,必须全面、充分揭示相关风险,不能选择

性回避或轻描淡写,让投资者充分了解投资背后的不确定性,理性作出投资决策。

作为产业参与者以及信息披露第一责任人,上市公司要充分意识到,热点信息披露没有灰色地带,唯有把业务关联的模糊地带说透,把发展中的风险点讲足,让每一次热点回应都有数据支持、有风险提示、有制度依据,才能在产业趋势与资本市场之间搭建起信息对称的桥梁,最终实现产业发展与资本价值的良性互动。

马上点评

商务部:

让中国大市场成为全球大机遇

本报讯(记者刘萌)2月5日,商务部举行例行新闻发布会。商务部新闻发言人何亚东表示,2026年以来,多国领导人率团访问中国,进一步加深了理解互信,开辟了双边经贸合作的广阔空间,增强了跨国公司投资中国、深耕中国的信心。2025年,韩国对华制造业投资增长14.1%,加拿大对华高技术产业投资同比增长11.7%,芬兰对华制造业投资同比增长21.7%,英国对华投资同比增长15.9%。近期,加中贸易理事会、中国欧盟商会、中国英国商会、中国美国商会等调查报告显示,多数跨国公司仍将中国列为主要投资目的地,持续加大投资力度。

何亚东表示,“十五五”期间,中国将稳步迈向高质量发展,持续扩大高水平对外开放,并坚定维护多边贸易体制,加强与各国发展平等互利经贸关系,将为外资企业在华长期发展提供良好预期。

“下一步,我们将深化外商投资促进体制机制改革,持续扩大制度型开放,优化营商环境,加快塑造吸引外资新优势,让中国大市场成为全球大机遇,让外资企业愿意来、留得住、发展好,成为中国式现代化的重要参与者。”何亚东说。

此外,何亚东介绍了2月4日举行的“共享大市场·出口中国”2026年首场活动有关情况。他表示,举办“出口中国”系列活动,是中方积极扩大自主开放、推动全球开放合作的主动作为。

据了解,2026年,商务部将组织超百场形式多样的进口促进活动。在工作中,将强化“出口中国”与“购在中国”的联动,搭建更多进口商品促消费场景,让优质进口产品和服务“进得来”“卖得好”。

对于下一步扩大进口的举措,何亚东表示,将推动“政策+活动”双轮驱动,更好释放中国市场潜力。一是扩大开放。通过商签共同发展伙伴关系协定,加快落实对53个非洲建交国实施100%税目零关税举措。推动商签或升级自贸协定,有序扩大市场准入。二是政策赋能。研究出台专项政策,进一步提升进口贸易便利化水平,优化进口商品来源和区域结构,促进进口与投资、消费的良性互动。三是创新活动。继续办好进博会,打响“出口中国”品牌,以更大力度、更实举措扩打大进口。

何亚东表示,中国开放的大门只会越开越大。希望世界各国与中国相向而行,同向发力,共同为世界经济注入更多的确定性。

国家市场监督管理总局:

2025年全国新设经营主体2574.5万户

本报记者 寇丽佳

2月5日,国务院新闻办公室举行新闻发布会,介绍市场监管服务经济高质量发展情况。国家市场监督管理总局(以下简称“市场监管总局”)副局长、国家标准化管理委员会主任邓志勇表示,2025年,全国市场监管系统坚持“讲政治、强监管、促发展、保安全”,着力提升市场综合监管能力,有力维护和促进形成强大国内市场,支撑经济增长和推动高质量发展取得明显成效。

具体表现有以下几点:一是经营主体发展质量不断提升,二是消费者权益保护更加有力,三是公平竞争市场环境持续优化,四是质量基础设施建设更加适配产业需求,五是平台经济生态治理取得重要进展,六是市场监管领域安全形势总体稳定。

邓志勇披露了多组数据:2025年,全国新设经营主体2574.5万户,在营活跃企业数量同比增长9.8%,占全部企业的比重提高了4.7个百分点;市场监管系统共接收投诉举报2646万件,为消费者挽回经济损失43.5亿元,全年共召回消费品823.6万件,统一销毁侵权假冒伪劣商品3683吨;查办各类反不正当竞争案件1.46万件;共突破产业链关键技术瓶颈21项,填补产业急需质量技术空白71项;国家药品抽检合格率保持在99%以上。

邓志勇表示,下一步,市场监管总局将认真贯彻党中央、国务院决策部署,纵深推进全国统一大市场建设,大力激发各类经营主体活力,加快提高质量技术基础能力,有效防范化解重点领域安全风险,努力推动经济实现质的有效提升和量的合理增长,为实现“十五五”良好开局贡献市场监管力量。

2025年2月份,市场监管总局、商务部等五部门联合发布《优化消费环境三年行动方案(2025—2027年)》,提出“深入开展优化消费环境三年行动”。邓志勇透露,2025年启动了优化消费环境三年行动,目前已取得了阶段性成效。

例如,在破解消费痛点方面,市场监管总局部署开展守护消费“铁拳”行动,重点查处群众反映强烈的儿童玩具质量安全、非法改装电动自行车、电商领域商标侵权、霸王条款、幽灵外卖等违法行为,大力查处羽绒服以次充好、制售伪劣燃器具、开展加油站计量作弊集中执法行动,查处相关案件7.2万起。

市场监管总局网络交易监督管理司司长朱剑桥介绍,平台经济作为社会经济的重要组成部分,近年来在快速发展的同时,也面临着诸多挑战。2025年,市场监管部门坚决贯彻落实党中央、国务院决策部署,坚持监管规范和促进发展并重,突出问题导向,治标与治本相结合,平台经济生态治理取得了重要进展。

具体来看,一是重点整治平台规则和收费突出问题,二是重拳打击直播电商乱象,三是着力规范外卖平台非理性。

市场监管总局标准技术管理司司长刘洪生表示,2025年,市场监管总局深入实施《国家标准化发展纲要》,有力落实“两新”行动的任务部署,加快建设支撑高质量发展的标准体系,取得积极成效:一是加速升级生产端标准,二是迭代更新消费端标准,三是扩大供给强制性标准,四是加快补齐回收利用标准。

刘洪生进一步表示,中央经济工作会议对2026年优化实施“两新”政策作出新的部署,市场监管总局将聚焦优化提升传统产业,促进服务业优质高效发展,大力提振消费等重点发力,布局开展一批新的专项行动:一是推动传统产业标准更新,二是推进消费品标准升级,三是加强服务标准建设,四是加大强制性标准研制力度。