



票根经济兴起

一票联动多业态 激活文旅新消费

贵州日报天眼新闻记者 曹雯

“凭演唱会门票，可以享受兴义多家精选酒店民宿优惠，这是好政策。”1月3日，游客冯漫在看完“遇见美好·黔西南巅峰演唱会”后住进了自己向往的蘑菇野奢酒店。据了解，“遇见美好·黔西南巅峰演唱会”与兴义多家精选酒店民宿进行了票根联动，除了房价打折，部分酒店还提供了免费送餐、免费早餐等服务，并把活动延迟至1月6日。

作为一种新经济模式，票根经济在过去一年中呈现爆发之势。在中国国家语言资源监测与研究中心发布的“2025年度十大新词语”中，票根经济与苏超、杭州六小龙、育儿补贴等一起入选。对此，中国国家语言资源监测与研究中心的注解是，票根经济的兴起不仅让电影票、演出票等传统票根焕发新生，电子票务凭证也融入AR技术、区块链等高科技元素，进一步激活了链式消费潜力。

在贵州，票根联动是2026年贵州省重点促消费内容之一。省商务厅党组成员、副厅长朱霖毅表示，开展票根联动促销活动，是创新推动消费与文旅、体育、会展等产业的深度融合与相互赋能。据悉，2026年全年，省外游客凭全省合作的A级旅游景区门票、文化演艺（演唱会、音乐节等）门票、大型节庆赛事活动入场券（参赛资格证明）、重大展会入场券4类“主票根”，即可在省内参与活动的重点商圈、特色餐饮、加油站点等多类场景享受消费优惠。

在全国范围内的政策引导下，各市州也因地制宜纷纷出台相关优惠政策。贵阳市先在元旦期间推出高铁票、飞机票票根与景区门票的联动优惠，继而围绕冬季旅游联动

该市11家温泉景区与热门街区近百家商户，将温泉票根的优惠覆盖非遗文创、特色美食、咖啡精酿等多元消费场景，有效期持续至2026年3月。

1月12日晚，贵阳越界影城内人头攒动。据贵阳越界影城区域经理冯志鹏介绍，自贵阳温泉季启动以来，越界影城联动四季贵州山地温泉、桃源河朵芳阁温泉、乌当万象温泉、恐龙小镇推出票根互兑，凭电影票可享景区全网最优价，凭景区票则可购买低至5折的电影票。“工作人员检查一下联动景区的票根就可以现场兑换，很方便的。”冯志鹏说，当日凭景区票根观影的观众已有384人。

此外，兴义市高铁开通后，黔西南州拓展票根经济让高铁票根成为游客畅玩的“钥匙”。游客持高铁票可享游景区免票、住酒店优惠，其中，299元“康旅通惠卡”可实现两人“吃住行游购娱”全场景覆盖。铜仁市推出“梵净山+铜仁市内部

分景区景点”以及“梵净山+‘梵超’”的票根联动，将上山运动、下山泡汤的冬季山地康养旅居方式推送给游客。六盘水市把滑雪场门票票根与美食消费嫁接，“多滑多赠”“滑雪美食两不误”让不少游客流连。黔南州罗甸县还联动贵阳市发布景区“票根互换”优惠政策，游客凭贵阳市青岩古镇、红飘带、天河潭等13家景区和罗甸县大小井、红水河、玉湖3家景区的票根，相互享受门票或旅游项目的5-8折优惠。

贵阳市文化和旅游局党委委员、副局长邱俊松表示，以往不管是演出、景区，还是酒店、本地商户，各业态多是独立运营，游客消费场景相对割裂，业态间的流量很难有效互通。“所以我们用票根做纽带，打通不同业态的消费关联。接下来我们会持续优化票根机制，逐步扩大参与业态的覆盖范围，让票根成为贵阳文旅业态间互通、游客消费体验升级的日常纽带。”



冬游贵州，游客在阳光下滑雪。
(资料图片)



1月16日，
兴义南站，暖阳
穿透云层洒在站前
广场，来自新疆阿勒
泰的艾麦提江一家刚走出
高铁车厢，便被这份温暖包裹。“这是我们贵州之行的第二站，没想到兴义这么暖和，阳光很舒服。”

一家三口沿着指引牌，登上前往万峰林景区的旅游专线。约30分钟后，车辆抵达万峰林景区。票房大厅内，艾麦提江拿出一家人的身份证件，准备在售票窗口购买门票，身旁的工作人员主动上前提醒：“先生，您好！请问您是乘坐高铁抵达兴义的吗？出示电子高铁票根，就能享受门票8折优惠。”

“还有优惠！”这个政策很贴心！艾麦提江连忙

点开12306软件，翻出订单里的电子票根。核对信息、

录入系统、打印票据，整套流程快速顺畅，片刻后，一

家三口便拿着优惠门票顺利入园。坐上景区观光车，

艾麦提江望着远处峰林间的淡淡花海，忍不住感慨，

“不仅省了钱，门票还能连续使用5天，太实惠了。这

里的风景和新疆很不一样，我们专门来看今年头茬油菜花。”

艾麦提江一家享受到的优惠，得益于黔西南州“一票到站、凭票皆惠”的文旅政策。为承接盘州高铁开通带来的交通红利，黔西南州推出旅游福利，2025年11月30日起至12月31日，乘坐高铁抵达兴义南站的游客，持本人车票可在7天内免门票游览该州40余家国家A级旅游景区，涵盖万峰林、马岭河峡谷、贞丰双乳峰、晴隆二十四道拐等核心景点；2026年1月1日后，持高铁票7日内游玩可享5至8折优惠。

同时，兴义市超50家品质酒店及精品民宿同步联动，除节假日和旺季外，游客凭高铁票可享房费折扣，部分商家还提供接送站、伴手礼赠送等增值服务，实现“一票畅行，全程无忧”。

政策红利持续释放，为黔西南州文旅市场注入强劲动力。数据显示，自政策实施以来，该州收费景区累计免票53505人次，其中万峰林景区以31200人次的免票量位居首位，马岭河峡谷紧随其后，免票人次达19355人次，峰林布依、双乳峰、晴隆二十四道拐等景区也收获了稳定的客流增长。

“高铁票根优惠政策不仅带动了客流，更拓宽了客源范围。”万峰林景区总经理马玉灿在接受采访时说，2025年11月28日至2026年1月7日期间，该政策吸引来大量游客，客源地已从传统的贵州、云南、广西等，扩展至四川、湖南、重庆等省份。

为进一步提升游客体验，景区打造了以集装箱为载体的沉浸式商业综合体“峰潮集”，汇聚了80余家多元业态品牌，涵盖特色美食、非遗文创、沉浸演艺等。马玉灿透露，春节期间，景区将围绕油菜花资源推出系列主题活动。

文化中国行
多彩贵州文化新风采

27 黑土地 视线

贵州财经大学旅游经济与
管理研究院院长杨春宇

把“一次消费” 变成“一程体验”

贵州日报天眼新闻记者 曹雯

去年以来，票根经济在贵州文旅消费中兴起。看完演出的观众凭票根能享旅游景区、酒店的折扣，逛完景区的游客持票根可换餐饮、文创商户的体验优惠，票根联动让“一次消费”自然延伸出多场景体验。

票根经济的核心逻辑是什么？票根经济推动文旅消费的关键机制有哪些？票根联动的场景组合应该遵循什么原则？带着这些问题，记者采访了贵州财经大学旅游经济与管理研究院院长杨春宇。

记者：去年以来票根经济成为热词。请您从消费经济学或文旅产业链的角度谈一谈，票根经济的核心逻辑是什么？它与传统“门票打折”“活动促销”相比，真正的增量价值体现在哪里？

杨春宇：我更愿意把票根经济看作一种把一次交易组织成一段旅程的方式。票根不再只是“入场凭证”，而是一个可核销、可流转、可延展的“消费接口”。传统促销往往停留在价格层面——便宜一点、当场成交；票根经济则把演艺、赛事、景区、展会等高注意力入口，制度化地连接到住宿、餐饮、商圈、交通补给、文创体验等后续环节，让消费从“点”变成“线”，再由“线”织成“网”。

从产业链视角看，它的增量主要体现在“两头一中间”。前端是引流效率提升，一张“主票根”把分散的城市供给聚拢到同一条消费通道；中间是停留与转化，比如1月3日“遇见美好·黔西南巅峰演唱会”门票联动酒店民宿，除了房价优惠，还叠加送餐、早餐，并延长到1月6日，本质是用“可兑现的服务+可延长的时间窗”把“看完就走”改写为“住一晚、再消费”；后端是乘数效应，更长停留、更顺核销，把票房或门票收入外溢到吃住行游购娱票根经济，部分城市测算可达“1元演唱会票房拉动近6元相关消费”的量级。

对贵州而言，票根经济的意义还在于把政策目标具体化、路径化。真正的增量，最终会体现为客流更可规划、停留更可延长、消费更可外溢、数据更可沉淀，进而让城市从“接待游客”迈向“经营体验”。

记者：票根作为消费凭证，被认为能把“单一消费”变成“链式消费”。在您看来，票根经济推动文旅消费的关键机制有哪些？哪一种机制对贵州更关键？

杨春宇：票根经济把“凭证”变成“路径”，其关键不在优惠本身，而在于一套可被反复触发的转化机制。我们可以用“四步链条”来解释：第一步是入口聚流——演艺、赛事、景区、节事、展会等天然自带注意力，票根把流量沉淀为可二次触达的对象；第二步是时间延展——把有效期做成“留得住”的窗口，1月3日“遇见美好·黔西南巅峰演唱会”票根联动酒店并延至1月6日，就是用制度把消费从一夜拉长为多日；第三步是场景串联——

从住宿到餐饮、街区、温泉、滑雪、美食、文创，形成“到达一停留一体验一再消费”的连续触点，贵阳温泉票根覆盖近百家商户、越界影城与温泉景区“票根互兑”，本质都是让游客在城市内部顺势流动；第四步是口碑与复购——核销越顺，越容易把一次体验变成二次选择与社交传播。

对贵州而言，最关键的机制是“延长停留×跨场景串联”。贵州的资源优势是“多而散、强体验”，如果游客只完成“到此一游”，增量有限；一旦通过票根把演艺、节事、展会、温泉、商圈、特色餐饮、山地运动等串成行程，就能把客流从“点状打卡”升级为“线性停留”。而全国多地对演唱会等高能级入口的测算也显示，其外溢带动效应可达到较高倍数，这正是链式消费机制最直观的体现。

记者：贵州目前提出以A级旅游景区门票、文化演艺门票、赛事活动入场券、重大展会入场券等作为“主票根”，联动商圈餐饮、住宿、加油等多场景。在您看来，票根联动的场景组合应该遵循什么原则？哪些联动最容易形成闭环、最能真正拉动文旅消费？

杨春宇：票根联动的场景设计，不能只做“优惠清单”，而要做“行程结构”。换句话说，要先回答游客3个问题：我从哪里来、要去哪里、愿意多停留在哪里。贵州提出以景区、演艺、赛事、展会等天然自带注意力，票根经济“依托大流量端口、向多业态裂变”的基本规律。具体到组合原则，我建议用“4字诀”：近、刚、密、顺。

近：权益要贴着游客动线布点，抵达后的1小时、入住前后、夜间消费时段，核销点越近，转化越高。

刚：先把住宿、餐饮、交通补给等高频刚需做成“第一落点”，再向温泉、文创、夜游等体验型消费延伸。

密：不是场景越多越好，而是“落点密度”要足够，让游客随走随兑、处处可用。贵阳温泉季把票根权益覆盖到热门街区近百家商户，并延续到2026年3月，就是用密度和时长把转化做实。

顺：核销必须顺——规则短、门槛低、一码通兑，避免“看得见、用不上”。

至于最容易形成闭环的联动，往往是“高热度入口”对接“高频刚需”，再叠加“夜间与次日消费”：例如演唱会、赛事票根先联动酒店民宿与夜宵街区，再把权益延伸到温泉、文创、影院等；“遇见美好·黔西南巅峰演唱会”票根联动酒店民宿并把优惠期延至2026年1月6日，就是用“延时叠加刚需落点”把闭环跑通。

贵阳

演唱会票根
嫁接
文创圈
粉快

贵州日报
天眼新闻
记者
黄若佩

铜仁

「名山+温泉」
票根串起冬游链

贵州日报
天眼新闻
记者
明雪

黔西南
高铁票根跑通景区引客留

贵州日报
天眼新闻
记者
明雪



贵阳市云岩区民生路人头攒动。(资料图片)



冬季梵净山白雪皑皑。(资料图片)