

票根何以成为消费“新钥匙”

龚文静

【现象】看完电影，票根先别着急扔，它还可能是美食折扣券、出行优惠卡、景点入场券……第二十七届上海国际电影节期间，影迷手中的电影票根，串起分散的餐饮、交通、商业场景，成为一把开启城市消费的“新钥匙”。在不少地方，“票根经济”新模式正以润物无声之势，激发城市消费活力，塑造文旅新格局。

【点评】

什么是“票根经济”？简单来说，即以各类实体或电子活动票据为凭证，在后续消费场景中获得优惠，从而延伸和激发文化、社交、消费等更多价值的一种经济模式。这一模式创新的作用不可小视。去年上海博物馆的“金字塔之巅：古埃及文明大展”，带动周边消费超百亿元，就是充分利用票根的成功案例。

今年以来，“票根经济”呈爆发之势，一张小票根带动消费长链条。在江苏无锡市，游客凭球赛门票可享受住宿、餐饮等优惠；在山东青岛市，一块马拉松选手的号码布，成了游览城市的“万能门票”；在河南洛阳市，持高铁票可半价畅游龙门石窟等景区……这些扩内需、促消费的主动作为，展现了小票根之于激活全域旅游市场的巨

大潜力。

票根为啥能成为城市消费的“流量入口”？一名游客的比喻很形象：“票根就像隐藏关卡，让人忍不住探索更多可能。”

“票根经济”的魅力，在于充分调动各方积极性，既激发消费的内生动力，也有效释放市场活力，形成双赢、多赢局面。对消费者来说，票根不仅是省钱的“优惠券”，更是深度解锁城市魅力、体验当地文化的“导览图”，实惠之外还能获得满满的“情绪价值”。对商家而言，一定的折扣意味着短期内单客利润被摊薄，但显著上升的复购率与购买量，能带来长期收益，提升口碑和用户黏性。

红火的消费场景之外，我们也不应忽视“票根经济”面临的现实挑战。比如，过度依赖折扣易增收不增利，纸质票根易被伪造，部分电子票根跨平台兑换流程繁琐，一些商家虚假宣传损耗消费者信任，等等。

对此，文旅部门和相关经营主体不妨在优化合作机制、协调各方利益，完善票根设计、赋予更丰富文化审美价值，突出地域特色、创造更具吸引力的消费体验等方面下更大力气。变“头回客”为“回头客”，将单次消费延

展为多次消费，把一时热闹转化成长久红利，既考验“绣花功”，也少不了“十个指头弹钢琴”的统筹兼顾、通盘设计。

“票根经济”的发展实践，也为落实好《提振消费专项行动方案》中“深化线上线下、商旅文体健多业态消费融合，创新多元化消费场景”等要求提供了具有参考意义的解题思路。

激活原本沉睡的资源，背后是一种创新思维。创意赋能，像票根这样看似不起眼、功能单一的“副产品”，也能绽放别样光彩。突破传统“你卖你的、我卖我的”消费模式，打通上下游消费链条，从“卖单品”转向“卖生态”，则体现了一种系统思维。精准回应游客情感交流及社交分享的深层需求，紧紧围绕用户体验设计文旅产品和线路……鲜明的用户思维，也是“票根经济”成功的关键。

从“票根经济”“谷子经济”，到“潮玩经济”“首发经济”，消费领域层出不穷、不断涌现的新业态、新模式，是市场澎湃活力的直观体现，不断印证着这样的道理：中国的超大市场规模市场里，贴合实际的创新哪怕再微小，也拥有激荡“水花”、引领潮流的大能量。

来源：人民日报

博物馆“取消预约限制”，管理也要及时跟上

戴先任

据国家文物局网站消息，近日，国家文物局办公室发布关于做好2025年暑期博物馆开放服务工作的通知，指出各地博物馆要实事求是开展参观预约工作，能够确保安全并具备错峰、分流条件的场馆，原则上可以取消预约限制；对确需预约的场馆，应发布预约规则、参观须知等，并精简预约内容，简化预约流程，同时保留人工窗口、电话预约等服务渠道。

即将到来的暑假，“亲子游”“研学热”将进一步带动“博物馆热”。为更好解决暑期热门博物馆“一票难求”、预约难等问题，此番通知要求各级文物行政部门加强指导，科学评估场馆承载能力，结合实际实施预约参观机制，禁止搞“一刀切”，是值得点赞

的积极灵活应对。

不过，取消预约机制仅是办法之一，还需其他举措形成“组合拳”。近来一些博物馆尝试适当延时开放、推出“夜游”服务、取消“闭馆日”等措施，就让博物馆资源得到了更充分利用，更好地满足游客进馆参观的需求。

同时，也不能忽视推出“组合拳”可能带来的问题。比如，博物馆取消预约机制、延时开放，可能会增加人力资源、能源与维护等运营成本，还可能增加安全风险，尤其是一些中小博物馆，本就存在人手紧张、财力有限等问题，延时开放后可能会“捉襟见肘”，从而导致服务水平下降，影响观众体验。

因此，博物馆取消预约限制、延

时开放，相关管理也要及时跟上，防范由此衍生出新问题。在把大门越开越大之外，如何提升服务质量、提升游客体验等，也须提上日程，包括合理拓展盈利渠道，增强运营能力等。眼下，一些博物馆已探索通过云展览、云直播及流动展览等方式，打造沉浸式文旅新场景。未来，博物馆需因地制宜，根据自身条件开展创新项目、选择开放时间，利用好自身资源优势，而非简单复制粘贴别家经验。

唤醒、盘活文博资源，不辜负游客的出游热情，相信办法总比困难多，期待更多亮眼举措涌现，更好满足公众的公共文化消费需求，实现游客与博物馆的双赢。

来源：工人日报

交旅融合 前景广阔

陈力方

盛夏时节，山西太原再掀演唱会热潮，“歌迷专列”更被人们津津乐道，交旅融合“融”出了新场景、新气象、新活力。

不久前在太原举办的演唱会，吸引近9万名观众踏歌而来。为方便跨城观演和旅行的歌迷们返程，太原铁路部门加开8趟夜间动车组列车作为“歌迷专列”。这种应需而生的具有定制特点的交通运输模式，拓展了文旅消费新空间。

交通是文旅产业发展的“生命

线”。交通运输部门、企业针对不同群体出行场景，提供定制化服务，让交通跟着市场需求“起舞”，为文旅产业高质量发展提供了强有力的支撑。

今年1至5月，全国铁路已开行特色旅游列车600余列，同比增长超20%。将“路程”变为“旅程”，正成为交旅融合的新潮流。充满氛围感的“歌迷专列”“球迷专列”，处处体现助老敬老细节的“银发旅游列车”，展示地方非遗技艺的主题列车，都深受市场青睐，为交旅深度融合书写了生动样本。

如果说，交旅融合的初级阶段是交通支撑旅游，为旅游“开道”。那么，随着融合加深，交通就是旅游、旅游反哺交通，二者之间的相互促进与相互赋能，能够达到“1+1>2”的集聚效果。

交旅融合，前景广阔。开辟更多交旅融合新路径，更好激发文旅活力，提升出游体验，必能让一次次出行，成为人们奔赴美好生活的坦途。

（摘编自《山西日报》，原题为《从“歌迷专列”看交旅融合新气象》）

来源：人民日报

随着暑期到来，高校“门难进”的话题，再一次引发关注。一些高校的大门似乎“欲开又止”，校园开放进度与公众期待存在不小差距：网上预约不是名额太少，就是程序繁琐卡顿；进校流程复杂，常常“过五关斩六将”；有的学校，还要托关系，甚至找“黄牛”才能进……

对于很多人来说，高校里有心向往之的青春回忆；对于很多家长来说，高校更是为孩子种下理想和希望的精神高地。高校敞开大门，符合公众的合理期待，不应当漠视。

我国高校的性质决定了高校应当向社会敞开大门。我国高校几乎都是公立大学，由国家 and 地方财政提供办学经费，除了培养人才，多方面服务社会和公众也是高校理所当然的职责。《中华人民共和国公共文化服务保障法》第三十二条规定，国家鼓励和支持机关、学校、企事业单位的文化体育设施向公众开放。

作为教学科研机构，高校不能自居“象牙塔”。大门紧闭的学校，从物理上将学校与社会分隔，在这样的氛围中学习生活，本身就是在暗示师生们：校内与校外“不一样”！大学的教育，要有更多开放和包容，一味将学生当作“校园里的花朵”，一味将安全和秩序等同于“关门”才是最高效的选项，反而不利于人的成长成才。

曾经，高校大门普遍敞开。如今，部分高校管理者仍在打开大门上“扭扭捏捏”，或是设置“无形的墙”，说到底还是在享受封闭式管理带来的便利，是一种“懒政”惯性的现实表现。必须承认，向社会开门的程度与方式，是一所学校治理能力的生动展示。无需预约，刷身份证或简单登记即可入校参观；通过分流分时段，游客可以在不影响学生的前提下有序进校参观……看似简单的操作背后，都体现了学校的精细化管理水平和服务能力。

当然，也有不少在校师生对校园开放表达过担忧，例如担心干扰教学科研秩序、增加交通及治安风险等。这些担忧不无道理，也再一次提醒：开放并不是毫无章法、无条件地“开门迎客”，应当通过科学合理地规划开放区域与开放时间、安排人员进行游客管理、建立健全参观制度等方式，平衡好各方诉求。

大学打开大门仅是开始，门开多大、如何开好更为关键。高校要努力把门开得更稳固、更久远，这既是回应社会公众的期待，更是拥抱自身更为开放的未来。



网络图片

高校敞开大门，不能『欲开又止』

新华每日电讯评论员 邱菀