

广西旅游地票根经济驱动文旅消费升级： 作用机理与靶向路径

温桂珍

广西职业师范学院，广西 南宁 530007

DOI:10.61369/IED.2026030015

摘 要： 当前，依托文体演艺、交通赛事等多元消费场景培育壮大票根经济，成为广西激活文旅市场潜能、推动文旅消费扩容升级的重要路径。广西旅游地票根经济凭借场景延伸、业态联动、品牌赋能、服务提质等效能，推动文旅产业业态升级、消费扩容、市场拓展、品牌提效、服务优化，构建起全域联动、业态丰富、体验多元、运营规范、潜力十足的文旅产业发展新格局。充分释放旅游地票根经济驱动文旅消费扩容升级的效能，广西需要采取强化顶层规划引领，打造特色票根文旅品牌，创新运营模式，完善全域文旅配套体系，深化跨域业态协作等强有力的策略。

关 键 词： 票根经济；文旅消费；消费升级；文商体旅融合

The Economic Drive of Tourist Attraction Ticket Stubs in Guangxi Promotes the Upgrading of Cultural And Tourism Consumption: Mechanism of Action And Targeted Pathways

Wen Guizhen

GuangXi Vocational Normal University, Nanning, Guangxi 530007

Abstract： Currently, cultivating and expanding the ticket stub economy by relying on diverse consumption scenarios such as cultural and sports performances and transportation events has become an important approach for Guangxi to activate the potential of its cultural and tourism market and promote the expansion and upgrading of cultural and tourism consumption. Leveraging the effectiveness of scenario extension, industry linkage, brand empowerment, and service quality improvement, Guangxi's ticket stub economy in tourism destinations drives the upgrading of cultural and tourism industry formats, expands consumption, extends market reach, enhances brand efficiency, and optimizes services, thereby establishing a new development paradigm for the cultural and tourism industry characterized by comprehensive regional linkage, diverse industry formats, multifaceted experiences, standardized operations, and significant potential. To fully unleash the potential of the ticket stub economy in driving the expansion and upgrading of cultural and tourism consumption, Guangxi needs to adopt robust strategies, including strengthening top-level planning and guidance, creating distinctive ticket stub-based cultural and tourism brands, innovating operational models, improving the comprehensive cultural and tourism support system across the region, and deepening cross-regional industry collaboration.

Keywords： ticket stub economy; cultural and tourism consumption; consumption upgrading; integration of culture, commerce, sports, and tourism

一、问题的提出

文旅消费是拉动区域内需、赋能现代服务业发展的核心引擎，也是推动地方产业转型、传承民族文化、缩小城乡差距、促进共同富裕的重要载体。随着数字经济与实体经济加速融合，传统单一化、碎片化的消费模式逐步向链条化、体验化转型，以票务凭证为组带的“票根经济”呈爆发式增长态势，成为国内各大

城市激活文旅消费潜能的新型经济形态。所谓票根经济，是指消费者凭借交通出行、文旅活动等场景的票务凭证，在后续的消费场景中获得折扣、积分兑换等权益，形成消费链延伸，从而刺激更多消费行为产生的一种经济模式^[1]，其核心功能在于将传统单一的票根，转变为贯穿体商文旅多领域的“消费通行证”与“场景连接器”，让单一消费行为不断产生乘数效应^[2]。

近年来，广西立足沿边、沿海、沿江独特区位优势与壮、

作者简介：温桂珍（1982-），广西贵港人，硕士研究生，副教授，主要研究方向为旅游经济。

瑶、京等多民族文化资源，持续推动文旅、体育、商贸、交通等产业深度融合，演艺经济、赛事经济蓬勃发展。2025 年全区演出经济直接拉动餐饮、住宿、旅游等关联消费 71.75 亿^[9]，为票根经济撬动文旅消费市场注入强劲动能。“三月三”民俗活动、南宁音乐季、广西“县超”足球联赛、大型巡回演唱会等系列活动轮番举办，各地相继推出票根联动优惠政策，上线“桂票通”等数字化服务平台，逐步形成“以票引流、以游促商、以商兴城”的发展态势。2026 年，广西将支持票根经济发展纳入政府工作规划，把培育票根经济作为“十五五”时期推动新型消费、赋能文旅产业高质量发展的重点任务。

与此同时，广西票根经济在发展过程中仍面临诸多现实短板：部分区域业态联动程度不足，票根权益覆盖面窄；文化内涵挖掘不深，产品同质化现象突出；数字化运营水平偏低，服务配套有待完善；区域协同机制不健全，跨市域、跨业态合作力度薄弱等。在“十五五”规划强调“深入实施提振消费专项行动”的背景下，厘清票根经济驱动文旅消费升级的内在逻辑，探索符合广西地域特色、民族特色、边境特色的票根经济发展路径，对推动广西文旅深度融合、壮大文旅消费市场、助力经济高质量发展具有重要的理论价值与现实意义。基于此，本文结合广西文旅产业发展实际，分析票根经济发展概况，探讨广西票根经济驱动文旅消费升级的作用机理，提出票根经济驱动文旅消费升级的靶向发展路径，为广西文旅产业促进扩容富民提供理论指导与实践参考。

二、广西旅游地票根经济发展概况

（一）流量场景丰富，票根经济载体多元

近年来，广西文旅消费市场持续扩容，为票根经济发展提供了充足流量入口。演艺领域，南宁作为全区演艺核心城市，常态化举办大型巡回演唱会、音乐节、民族歌舞演出，“老友南宁音乐季”等品牌活动影响力不断提升。2025 年广西共举办 5000 人以上大型营业性演出达 69 场，吸引观演人次突破 180 万，实现票房收入 10.25 亿元^[10]。体育领域，广西“县超”足球联赛风靡全区，钦州、柳州、玉林等多地赛场人气高涨，单场赛事即可带动周边餐饮、住宿、零售等消费数百万元。民俗活动领域，“三月三”作为广西标志性民族节庆，持续推出山歌会、民俗展演、体育竞技等系列活动，活动周期长、参与人数多，成为培育票根经济的重要场景。此外，入桂机票、城际车票、景区门票等交通与文旅票务，进一步丰富了广西票根经济的载体类型，构建起“演艺+赛事+民俗+交通+景区”多位一体的流量矩阵。

（二）政策持续发力，全域联动格局初步形成

2025 年以来，广西高度重视票根经济培育，深入探索票根经济模式，相继出台扶持政策，推动票根经济从自发探索转向全域统筹发展。2026 年广西政府工作报告明确提出“大力支持赛事、演艺等票根经济发展”。在政策引导下，全区各地纷纷推出票根联动优惠举措：“三月三”期间，全区统筹发放数万份餐饮、住宿消费券，消费者凭演艺、赛事、交通票根即可领取使用，实现“票根当钱花”；南宁依托大型演唱会推出“跟着演出游广西”精品旅游线路，推动观演客流向旅游客流转；钦州、柳州、贺州等地市结合“县超”赛事，推行“一票畅游”模式，凭赛事票根享

受景区减免、商户折扣等福利，打造“观赛+旅游+购物”消费闭环。同时，广西上线“一键游广西·桂票通”小程序，整合优惠商家、文旅资源、票务信息，为票根经济数字化运营奠定基础。

（三）融合效应凸显，消费拉动作用强劲

广西旅游地票根经济发展打破了单一业态的消费边界，有效延长游客停留时间、提升人均消费，实现“流量”向“留量”转化。从消费数据来看，大型演艺活动的消费撬动效应尤为显著。周杰伦 2025“嘉年华”世界巡回演唱会南宁站吸引 17 万人次观演，外地观众占比达 85%，3 天内带动综合消费超 10 亿元。汪苏泷 2025 巡回演唱会“十万伏特 2.0”南宁站，打造的“乐市”市集单场销售额超 17 万元，间接带动周边餐饮、住宿消费增长超 30%^[11]。县域场景中，“县超”赛事票根联动周边 300 余家商户，结合地方农产品、非遗文创开展展销活动，有效激活县域消费市场，助力乡村特色产品外销。票根经济已成为广西盘活文旅资源、扩大文旅消费规模、提升文旅产业效益的新引擎。

三、广西旅游地票根经济驱动文旅消费升级的作用机理

（一）场景延伸机理：拓展消费场景，丰富消费体验内涵

传统文旅消费模式下，游客购票入园、观演、乘车后，票务功能随即终止，客流呈现“来了就走、单次消费”的特征，游客停留时间短、二次消费意愿弱。广西票根经济通过优惠权益引导瞬时流量实现消费空间延伸与时间延长，改变游客“看完就走、逛完即离”的短时消费模式，将消费场景延伸至交通出行、城市商圈、特色夜市、乡村田园、边境口岸等多个领域，实现“一张票根玩转全城”。在城市区域，结合演艺赛事票根，联动城市地标、网红商圈、特色美食街打造沉浸式消费场景；在县域及乡村地区，依托体育赛事、民俗活动票根，串联乡村景区、非遗工坊、农产品市集，打造“观赛+赏景+品美食+购特产”的乡村消费场景；在边境地区，结合入桂交通票根、景区票根，联动边关景区、跨境商贸市场，打造边关风情沉浸式消费场景。多元融合的消费场景，满足了当代游客个性化、沉浸式、多元化的消费需求，全面提升文旅消费体验，增强文旅市场的吸引力与竞争力。

（二）业态融合机理：打破行业壁垒，优化文旅消费结构

广西文旅产业长期存在业态分割问题，景区、演艺、餐饮、住宿、购物、康养、研学等业态各自独立，场景之间缺乏有效衔接，“吃住行游购娱”联动不足，难以形成协同消费合力。票根经济以票务凭证为通用纽带，打破业态壁垒与主体边界，推动单一文旅场景向“文旅+”复合场景延伸，持续优化文旅消费结构。在产业融合过程中，票根经济延伸出多层次、多样化的消费业态：依托演艺、赛事流量，带动民宿酒店、特色餐饮、夜间经济发展；结合民族文化、边关文化，开发非遗文创、民族手工艺品、特色伴手礼等消费产品；联动乡村资源，推出田园休闲、民俗体验、农特产品采摘等乡村文旅业态。同时，票根经济推动消费类型从基础的门票消费、观光消费，向体验消费、休闲消费、康养消费、文创消费等高附加值消费转型，降低低端同质化消费占比，提升中高端文旅消费比重，推动广西文旅消费结构向多元化、高端化、品质化方向升级。

（三）品牌赋能机理：塑造文旅 IP，提升区域消费影响力

票根经济是传播城市形象、打造文旅品牌的重要载体，能够以流量为媒介，持续放大大西文旅品牌影响力，赋能文旅消费长效发展。首先，大型演艺、顶级赛事、特色民俗活动本身就是优质文旅 IP，结合票根联动优惠举措，能够让广西民族文化、边关风情、山水风光借助海量客流实现跨区域传播，提升“壮美广西”“壮美边关”等区域文旅品牌的知名度与美誉度。其次，各地依托票根经济打造特色子品牌，如南宁“老友南宁音乐季”、各地“县超”体育 IP、“三月三”民俗 IP 等，形成“全域大品牌+地方特色小品牌”的品牌矩阵，丰富广西文旅品牌内涵。最后，优质的票根消费体验会形成口碑效应，游客通过社交媒体分享打卡，进一步扩大品牌传播范围，吸引更多潜在游客入桂消费，形成“品牌引流—消费体验—口碑传播—增量客流”的良性循环，持续提升广西文旅市场的辐射力与影响力，推动文旅消费从“阶段性热度”转向“长效化增长”。

（四）服务提质机理：倒逼服务升级，优化文旅消费环境

广西票根经济发展对文旅公共服务、配套设施、行业管理提出了更高要求，进而倒逼全区文旅服务体系不断完善，持续优化消费环境。为保障票根各项权益顺利落地，各地需要统筹协调景区、商户、交通、文旅等多个主体，完善票务核验、权益兑换、咨询引导等配套服务，推动跨行业服务协同。同时，面向海量外来游客，各地不断优化交通接驳、住宿保障、应急管理、智慧导览等基础服务，升级景区停车场、游客服务中心、夜间照明等基础设施。数字化层面，“桂票通”等线上平台的运营，推动票务管理、优惠查询、路线规划、消费核销等服务向数字化、智能化转型，提升游客消费便捷度。此外，客流的增多也促使市场监管部门加强餐饮、住宿、购物等领域的监管力度，规范市场秩序，杜绝哄抬物价、虚假宣传等问题。全方位的服务升级与环境优化，能够提升游客消费满意度与归属感，增强游客复游、复购意愿，为文旅消费持续升级提供保障。

四、广西旅游地票根经济驱动文旅消费升级面临的现实困境

（一）顶层规划与监管保障体系不完善

尽管广西已将票根经济发展纳入促消费总体方案，但仍缺乏专项系统性发展规划。各地市自行零散开展票根优惠活动，项目同质化严重、布局散乱，没有明确的产业发展定位、阶段目标和重点落地任务，无法形成规模化产业布局。此外，行业监管标准体系混乱。各地市票务核销规则、票根权益兑换标准、优惠落地门槛不统一，跨商户、跨景区票根权益标准参差不齐。同时文旅市场监管部门未搭建专项纠纷处置通道，票根营销乱象频发，部分经营主体虚假宣传票根专属权益、随意缩减优惠使用场景、核销阶段违约拒绝福利，游客票根消费投诉多发，消费纠纷处理流程繁琐、处置效率偏低。

（二）文旅特色品牌体系尚未成型

目前广西绝大多数景区、赛事、演艺类票根仅承担入门凭证基础功能，产品设计同质化严重，单纯标注票务信息，未深度融合壮族、瑶族、京族等独有少数民族民俗文化、红色边关文化、广西“三月三”特色民俗 IP。市面上特色主题纪念票根、非遗

联名票根产品供给极少，票根仅具备通行功能，无收藏价值、文化传播属性，无法依托票根载体传播广西本土特色文旅文化。此外，票根衍生文化消费产品开发滞后。非遗文创、民族服饰、边关特色农产品、红色研学文创等本土特色商品和票根权益活动脱钩；“票根+非遗体验、票根+红色研学、票根+民俗展演”沉浸式体验项目供给稀缺。票根撬动文旅二次体验消费能力弱，整体文旅消费文化附加值偏低。

（三）运营模式固化单一，消费乘数效应释放能力薄弱

现阶段广西票根权益活动大多局限于单一景区门票优惠，业态边界封闭，未深度联动夜间经济、乡村文旅、康养度假、边境跨境商贸、城市商圈等热门文旅业态。城市板块缺少票根联动夜市、商圈综合体的夜间消费集群；县域乡村没有标准化票根田园文旅体验线路；沿边口岸无法实现票务凭证与跨境购物、边关景区联动，多数票根仅能实现单次景区消费，无法形成全链条、多场景连续消费链条。餐饮、住宿、商超、民宿等线下小微商户行业参与度低；文旅行业协会、第三方运营平台权责边界模糊；商户大多被动参与官方票根活动，缺少自主定制差异化票根优惠权益的渠道，市场运营主体活力不足，流量资源分散。

（四）数字平台建设滞后，全域文旅线下配套服务存在短板

广西尚未建成全域归集的“桂票通”一类省级票根综合管理平台，全区景区、文体赛事、交通客运、演艺场所票务系统相互独立，数据端口互不互通，票务数据、客流数据、游客消费数据碎片化。文旅主管部门无法实现全域票根统一管控；平台缺少用户消费大数据画像、客流分析、精准智能推送功能，传统粗放式营销模式效率低下。大型文体赛事、重点演艺场馆周边交通接驳、临时停车、应急医疗、导向标识等基础设施配套不足；县域乡村文旅点位、边境景区票根智能核验终端设备布局数量不足，游客权益兑换流程繁琐、通行效率低。桂西山区、中越边境口岸区域多语种导览、智慧讲解设备覆盖不足，基层和边境文旅场景服务短板明显。

五、广西旅游地票根经济驱动文旅消费升级的靶向突破路径

（一）强化顶层规划引领，健全长效政策保障体系

一是编制专项发展规划。自治区文旅、体育、商务、交通等多部门联合编制《广西票根经济高质量发展专项规划》，明确全区票根经济的发展定位、总体目标、空间布局、重点任务，区分城市核心区、县城乡村区、边境口岸区三大板块，实行差异化发展路径，推动票根经济从短期活动转向常态化、产业化发展。二是完善政策扶持机制。设立票根经济发展专项扶持资金，对参与票根联动的文旅企业、小微商户、演艺机构给予财政补贴、税收减免、场地支持；优化土地、用工、审批等保障政策，鼓励社会资本参与票根经济项目运营。三是规范行业监管制度。统一全区票根权益标准、票务核验流程与消费核销规则，建立消费纠纷快速处理机制，加强市场监管，严厉打击虚假优惠、权益违约等行为，维护良好市场秩序。

（二）深挖地域文化内涵，打造广西特色票根文旅品牌

一是推动文化与票根深度融合。将壮族、瑶族、京族等少数民族文化、边关文化、红色文化、“三月三”民俗文化融入票根设

计、权益产品、配套活动之中，推出民族风电子票根、边关主题纪念票根、非遗联名票根等特色产品，赋予票根文化属性与收藏价值。二是培育系列特色品牌。依托演艺、赛事、民俗三大核心场景，打造“演艺票根游广西”“赛事票根逛壮乡”“民俗票根品非遗”三大品牌体系，结合各地资源优势，打造南宁演艺票根、钦州赛事票根、崇左边关票根、河池民俗票根等地方子品牌，构建全域特色品牌矩阵。三是开发文化类消费产品。依托票根流量，重点推广非遗文创、民族服饰、边关特产、红色文创等特色商品，打造“票根+非遗体验”“票根+民俗展演”“票根+红色研学”等特色体验项目，提升文旅消费的文化附加值。

（三）创新多元运营模式，持续放大消费乘数效应

一是深化“票根+”业态融合模式。拓展“票根+景区”“票根+乡村旅游”“票根+夜间经济”“票根+康养”等融合业态，延伸消费链条。在城市打造演艺赛事+商圈夜市的夜间消费集群；在乡村推出赛事票根+田园采摘+民宿体验的乡村文旅线路；在边境地区推行交通票根+边关景区+跨境购物的跨境消费产品，推动单次消费向全链条消费转型。二是构建多元主体协同运营模式。构建“政府统筹+平台运营+企业主导+商户参与+游客互动”的运营体系，充分调动演艺公司、景区、商超、民宿、行业协会的积极性，鼓励商户自主推出差异化票根权益，丰富优惠内容。三是探索数字化创新模式。全面推广电子票根、动态二维码票根，开发票根线上打卡、社交分享、积分兑换、盲盒抽奖等互动玩法，挖掘票根社交价值；推出票根联名文创、限定周边，延伸票根产业链，最大化释放消费乘数效应。

（四）升级数字服务平台，完善全域文旅配套体系

一是迭代升级“桂票通”综合服务平台。整合全区演艺、赛事、交通、景区票务资源，打造集票务查询、电子票根归集、权益核销、路线规划、大数据分析、精准营销于一体的智慧服务平台，实现“一平台管全域票根”。依托大数据分析客流分布、消费偏好，精准推送文旅产品与优惠信息，提升营销效率。二是完善线下配套服务设施。针对大型演艺、赛事场地，优化周边交通接驳、临时停车场、导向标识、应急医疗等设施；在景区、商圈、乡村点位增设票根核验终端，提升权益兑换便捷度；加强边境地区、县域乡村的多语种服务、智慧导览建设，补齐基层服务短板。三是推进智慧票务全覆盖。逐步淘汰纸质票根，全面普及电子发票、电子票根，实现票务全流程数字化管理，提升运营效率与游客体验。

（五）深化全域区域联动，构建协同发展新格局

一是推进区内全域协同。打破市域壁垒，推行全区通用的“一票畅游”制度，实现演艺、赛事、交通、景区票根在全区范围内权益互认、通用共享。强化南宁作为核心流量枢纽的辐射作用，推动首府演艺、赛事流量向桂北、桂东、桂西及边境地区分流，打造多条跨市域“票根+文旅”精品线路，实现客流互通、资源共享。二是加强跨区域跨界合作。依托广西区位优势，深化与周边省份的票根联动合作，共建跨省票根文旅线路；立足沿边优势，探索中越跨境票根联动模式，联合越南边境城市推出跨境票根优惠，打造跨境文旅消费新场景。三是发挥行业协会作用。组建广西票根经济产业联盟，统筹协调文旅、体育、商贸、餐饮等行业资源，推动商户抱团发展、资源整合、联合营销，形成全域协同、上下联动、多方共赢的发展格局。

六、结语

广西票根经济的兴起，是区域文旅消费提质升级、地方政策精准赋能与数字文旅技术迭代融合共振催生的创新实践，其本质是依托交通、演艺、赛事、景区等多元票根凭证串联全域文旅商贸供需的区域联动发展模式。各类电子与实体票根作为入桂游客、本地群众文旅消费的价值纽带与流量入口，能够通过客流聚合、业态织补与价值增值三重内在机理，打通文旅、餐饮、住宿、零售、体育、交通之间割裂的消费场景，推动全区文旅供需高效匹配，形成“一次购票、多次衍生、全域联动”的良性消费循环。在广西促消费、强文旅系列政策持续引导与数字化平台体系支撑下，票根经济正逐步从单一城市试点优惠活动，加速迈向票根数字资产化、各市区域权益协同互通的全新发展阶段。以“桂票通”为核心载体的票根核验、权益兑换体系，不仅重塑了游客在桂消费流程、丰富大众文旅消费体验的内涵层次，更有效激活广西山水、民族、赛事特色文旅资源的经济价值，持续释放文旅融合增长红利，为全区城乡经济增长、民族文化传播与服务业高质量发展激发持久新动能。未来，在政策的引导和保障下，广西票根经济发展需持续完善票根全品类数字化归集机制，打通跨市域、跨业态核销壁垒，丰富票根衍生权益供给，同步健全政企协同监管、商户激励、游客权益保障配套制度，持续放大票根经济对文旅消费升级的驱动效能。

参考文献

- [1] 周永博.“票根经济”：文旅消费联动的新引擎[J].国家治理, 2026(2): 74-80.
- [2] 蒋依依.票根经济: 激活城市消费的新引擎[J].北京观察, 2025(12): 51.
- [3] 南宁日报.广西2025年演出市场强势领跑 南宁承办大型演出数占全区42%[EB/OL].(2025-12-23) <https://www.nanning.gov.cn/ywzx/nnyw/2025nzwtd/t6509447.html>
- [4] 广西壮族自治区人民政府门户网站.2026年广西壮族自治区政府工作报告[EB/OL].(2026-02-08) http://www.gxzf.gov.cn/zt/sz/zfgzbg_251636/.
- [5] 广西壮族自治区文化和旅游厅网站.票根为媒 文旅共振! 广西2025年演出市场强势领跑, 71.75亿关联消费激活经济新引擎[EB/OL].(2025-12-23) <http://wlt.gxzf.gov.cn/zwdt/gzdt/t27029441.shtml>.