

数字文旅专业系列教材 · 教学课件

贵州文旅新玩法：票根经济——以一码游贵州为例

第 11 章 票根经济的成效评估与挑战应对

授课对象：安顺学院旅游管理学院 · 旅游管理专业本科生

主讲：祝刚

本章导览

- 11.1 贵州票根经济的消费拉动效应
- 11.2 游客满意度与体验评估
- 11.3 商户参与度与经营效益评估
- 11.4 面临的主要挑战
- 11.5 挑战应对策略

- 评估贵州票根经济的消费拉动效应
- 了解游客满意度和商户经营效益的评估方法与结果
- 识别票根经济面临的主要挑战
- 掌握挑战应对的策略和方法

- 案例：数据的背后
- 2026 年一季度，贵州省社会消费品零售总额同比增长 4.0% ，高出全国 1.6 个百分点。这个数字背后，票根经济贡献了多少？如何量化票根经济的成效？又有哪些挑战需要面对？
- 这些问题不仅关乎贵州票根经济的未来发展，也为其他地区提供了参考。

01

11.1 贵州票根经济的消费拉动效应

11.1.1 宏观层面的消费拉动

- 2026 年一季度，贵州省社会消费品零售总额同比增长 4.0% ，高出全国 1.6 个百分点； 1 至 5 月，全省限额以上消费品零售额同比增长 8.6% ，大幅跑赢全国 [1] 。

11.1.1 宏观层面的消费拉动

- 票根经济作为促消费的重要创新手段，对消费增长起到了积极推动作用。

11.1.2 微观层面的消费拉动

- 在微观层面，票根经济通过以下机制拉动消费：

11.1.2 微观层面的消费拉动

- 消费增量效应：票根优惠引导游客进行原本不会发生的消费（如因酒店折扣决定多住一晚）

11.1.2 微观层面的消费拉动

- 消费替代效应：票根优惠使游客从低附加值消费转向高附加值消费（如从快餐转向特色餐饮）

11.1.2 微观层面的消费拉动

- 消费延展效应：票根联动引导游客从单一消费场景延伸至多场景消费

11.1.3 乘数效应估算

- 根据旅游经济学中的乘数效应理论，结合贵州票根经济的实际数据，可以初步估算票根经济的消费乘数：

11.1.3 乘数效应估算

- 演唱会场景：门票消费 1 元→延伸消费 3-5 元（乘数 3-5 倍）

11.1.3 乘数效应估算

- 景区场景：门票消费 1 元→延伸消费 2-3 元（乘数 2-3 倍）

11.1.3 乘数效应估算

- 交通场景：交通消费 1 元→延伸消费 1.5-2 元（乘数 1.5-2 倍）

02

11.2 游客满意度与体验评估

11.2.1 评估方法

- 游客满意度评估采用 "5 维评估法 "：

11.2.2 评估结果

- "票多多"智能体上线后，游客满意度在各维度上均有提升，其中"使用便利性"提升最为显著——AI智能体的"一键查询、一键兑换"功能大幅降低了使用门槛。

03

11.3 商户参与度与经营效益评估

11.3.1 参与度评估

- 截至 2026 年，一码游贵州平台入驻商户 62615 家，其中参与票根联动的商户比例持续提升。商户参与度呈现 " 头部效应 "—— 知名酒店、特色餐饮的参与率高于普通商户。

11.3.2 经营效益评估

- 参与票根联动的商户普遍反映：

11.3.2 经营效益评估

- 客流量增长：票根引流效果明显，活动期间客流量增长 30%-100%

11.3.2 经营效益评估

- 客单价变化：虽然提供了折扣，但由于客流量大幅增长，总收入显著提升

11.3.2 经营效益评估

- 品牌曝光：通过平台推荐获得免费的品牌曝光，长期价值显著

11.3.2 经营效益评估

- 用户留存：部分票根用户成为回头客，形成了长期客户关系

04

11.4 面临的主要挑战

11.4.1 平台依赖性较高

- 一码游贵州平台基于微信小程序构建，应用场景和数据应用存在一定局限，对单一生态的依赖可能制约长远发展 [2]。如果微信平台政策调整或技术变更，可能对票根经济运营产生重大影响。

11.4.2 商户参与深度不足

- 部分商户将票根优惠视为短期营销手段而非长期经营策略，参与积极性和优惠力度存在波动。活动期间积极参与、活动结束后退出的 " 潮汐现象 " 值得关注。

11.4.3 数据孤岛问题

- 票根经济涉及文旅、交通、商务等多个部门的数据，跨部门数据共享和协同机制仍需完善。目前，部分交通数据和商业数据尚未与一码游贵州平台打通，限制了票根经济的跨业态联动深度。

11.4.4 权益核验风险

- 纸质票根存在伪造、转借等风险。虽然 " 票多多 " 智能体通过 OCR+ 数据库核验部分解决了这一问题，但全面数字化核验仍需时间推广。特别是对于第三方票务平台出具的票根，核验难度更大。

05

11.5 挑战应对策略

11.5.1 平台依赖性应对

- 多渠道布局：在微信小程序之外，开发 APP、H5、支付宝小程序等多渠道入口

11.5.1 平台依赖性应对

- 开放 API：向第三方平台开放票根经济 API，构建 "一码游贵州 + 多渠道" 的生态

11.5.1 平台依赖性应对

- 数据自主权：加强自有数据中台建设，降低对平台方的数据依赖

11.5.2 商户参与深度应对

- 分层激励机制：根据商户参与深度（银牌 / 金牌 / 钻石商户）提供差异化激励

11.5.2 商户参与深度应对

- 长期权益设计：为长期参与的商户提供专属流量扶持和数据分析服务

11.5.2 商户参与深度应对

- 培训赋能：定期开展票根经济运营培训，提升商户的数字化经营能力

11.5.3 数据孤岛应对

- 跨部门协调机制：建立文旅、交通、商务等部门的数据共享协调机制

11.5.3 数据孤岛应对

- 数据标准统一：制定跨部门的数据标准规范，打通数据接口

11.5.3 数据孤岛应对

- 隐私计算：采用联邦学习等隐私计算技术，在保护数据隐私的前提下实现数据协同

11.5.4 权益核验风险应对

- 全数字化票根：推动所有票根的全面数字化，减少纸质票根的使用

11.5.4 权益核验风险应对

- API 直连核验：与主要票务平台建立 API 直连，实现票根信息的实时核验

11.5.4 权益核验风险应对

- 区块链存证：探索区块链技术用于票根防伪存证

- 本章评估了贵州票根经济的成效并分析了面临的挑战。
- 在成效方面，票根经济在宏观层面拉动了消费增长（一季度社零增长 4.0% ，高出全国 1.6 个百分点），在微观层面产生了消费增量、替代和延展三种效应，消费乘数可达 2-5 倍。
- 游客满意度在 " 票多多 " 上线后显著提升，商户经营效益普遍改善。
- 在挑战方面，平台依赖性、商户参与深度、数据孤岛和权益核验风险是四大主要挑战，需要通过多渠道布局、分层激励、跨部门协同和全数字化核验等策略应对。

- 如何量化票根经济的消费乘数？需要哪些数据？
- 游客满意度 "5 维评估法 " 中，哪个维度对整体满意度的影响最大？为什么？
- 商户参与深度的 " 潮汐现象 " 如何根治？设计一个具体的激励方案。
- 数据孤岛问题对票根经济的 CODE 模型中哪个维度影响最大？
- 如果你是贵州省文旅厅的决策者，会优先解决哪个挑战？为什么？

- 关于消费乘数的精确计算，需要说明方法论。本文采用的乘数计算方法为：以特定场景（如演唱会）的门票平均消费为直接消费基准，统计持票根游客在活动前后 48 小时内平台上
- 成效评估需要建立常态化的 " 健康监测 " 机制，而非一次性的评估报告。建议建立月度运营仪表盘，实时跟踪关键指标：票根发放量、核销率、延伸消费额、用户满意度、商户活跃度
- 【知识卡片】票根经济的 " 成长烦恼 "
- 四大挑战本质上是票根经济从 " 初创期 " 迈向 " 成长期 " 的 " 成长烦恼 "。平台依赖需要多渠道战略解决，商户深度需要制度化激励解决，数据孤岛需要跨部门协同解决，核验风险需
- 成效评估中的 " 净效应 " 问题值得关注。票根经济带来的消费增量中，有多少是 " 净新增消费 "，有多少是 " 替代消费 "？准确区分需要对照组实验设计——比较持票根游客和未持票
- 在挑战应对的优先级排序方面，建议按 " 紧急性乘重要性 " 矩阵排序。数据孤岛属于 " 紧急且重要 "—— 直接限制联动深度。商户参与深度属于 " 重要但不紧急 "—— 短期可通过 AI

谢谢聆听 · 下章再见

安顺学院旅游管理学院 · 数字文旅专业系列教材