



主管主办: 新华报业传媒集团



江苏经济网



江苏经济报官方微信

一张票根何以“链”动全城

今年国庆假期，苏州姑娘陈涵携家人到无锡滨湖区拈花湾景区游玩。凭景区票根，她以七五折住进当地酒店，又在商业街区咖啡馆喝到六折咖啡，晚上吃火锅再享折扣。“一张票根，没想到解锁了这么多优惠。”她说。

从“入场券”到“优惠券”，小小票根正在经历价值裂变。在上海，“票根码”实现观演观赛与餐饮零售动态联动；在江苏，一张票根可在全省13个设区市享文旅体商优惠；在北京，电影节票根撬动上百亿元消费……

曾被视为消费行为终点的票务凭证，如何能从散场流量变为消费增量？通过跨业态、跨城市、跨周期运营，“一票链百业”如何重塑城市消费生态？

一票在手，全城惠享

在传统文旅消费下，演出、球赛、展览的观众往往集中而来，又集中散去。“票根经济”的逻辑，则是把单次入场行为延展开——凭同一张票，在景区、酒店、餐饮、商圈、交通等场景继续兑现权益，让“过路客”变成“过夜客”，“观演客”成为“全城消费者”。

在南京看完演唱会，过一周去苏州逛园林、去扬州尝早茶，手里的票根优惠依然可用。近期，江苏多部门联合印发文件，围绕“票根在手·江苏惠游”进一步打破地域与行业壁垒。大型演出、音乐节、“苏超”等活动票根，均可作为凭证在全省13个设区市享优惠权益，且权益期可为演出赛事当日及前后15天，首期入库优质商户超5000家。

放眼全国，各地探索百花齐放。山东实施“山东文旅1号工程”，推动高铁票、旅游列车票与沿线景区、酒店、商超深度绑定，“齐鲁1号”旅游列车单日带动二次消费超500万元；

江苏专利密集型产品总数全国居首

本报讯 近日，记者在第四届专利密集型产品展览主题推广活动中获悉，目前江苏获国家专利密集型产品认定648件次，认定数量居全国首位。

近年来，江苏省知识产权局积极培育推广专利密集型产品。为进一步推动专利密集型产品从“认定”走入“市场”，江苏省对内推动其进入政府采购、重大工程、首台（套）保险补偿等政策范围；对外推动相关企业同步布局海外专利，让“江苏造”在全球竞争中站稳脚跟。同时，将专利密集型产品纳入质押融资、保险重点支持范围。2025年，60家拥有认定产品的企业获专利质押融资20.5亿元，无锡、苏州落地全国首批专利密集型产品责任险。

江苏省知识产权局副局长张传博在活动中透露，目前，江苏省在“国家专利密集型产品备案认定试点平台”累计备案企业7912家、专利产品1.6万余件、关联专利13.7万余件。为推动更多备案产品获得认定，江苏省知识产权局从精准画像、导航攻坚、全链保护、以点带链等四个方面持续发力，遴选潜力产品与优质企业开展定向培育，下一步还将持续扩大培育覆盖范围，力争2027年底实现全省高新技术企业、专精特新企业专利产品备案全覆盖。（蔡姝雯）

扬州造船业向“新”向“绿”加速转型

本报讯（记者 周凯航 通讯员 杨庆林 王伟峰）10月13日，在扬州江都港区码头，伴随着一阵嘹亮的汽笛声，崭新的“隆福”轮开启首航，奔赴海外。该船的顺利出口，标志着今年扬州口岸新船出口量达到100艘，不仅超去年全年出口总量，更是首次年度达到百艘，刷新扬州口岸新船出口历史纪录，彰显了扬州船舶制造与口岸对外开放的强劲活力。

“这是我们今年交付的第8艘船，目前公司的订单处于饱和状态，已经排到了2030年。”中船澄西扬州船舶有限公司生产运行部副部长常青苗说。据了解，此次出口的“隆福”轮是62000吨多用途重吊船，总长199.90米、型宽32.26米，型深19.3米，续航里程可达18000海里。该船具备货舱与甲板双模式装载优势，能够适应散货、集装箱、风电设备以及大型模块等多种类型货物的转运需求。更亮眼的是，该船所配备的智能能效系统，能够统筹船舶能耗管控，保障船舶全程经济低碳航行。

“百艘”跨越的背后，是扬州造船业向“新”向“绿”的加速转型。近年来，全球造船市场持续上行，绿色转型与智能升级成为行业主线，扬州依托长江岸线优势与扎实制造业根基，抢抓国际船舶海工装备产业“黄金窗口”，锚定“高端化、智能化、绿色化”转型方向，聚焦超大型节能环保型、甲醇双燃料集装箱船、LNG双燃料船等节能环保型，同步布局大型散货船、多用途重吊船等多元化产品，在高技术船舶领域持续突破。

新造船出口时效性强、交接流程复杂，对口岸通关效率是巨大的考验。为保障船舶按期交付，扬州出入境边防检查站主动将服务链条延伸至码头一线，为新造船交付相关手续申办、船体检查等环节提供“一船一策”通关勤务方案，实现船舶“即提即走”，切实帮助企业压缩运营成本、提升交付效率，增强了扬州造船业的海外市场竞争力。



10月12日，航拍江苏省人民医院（江苏省妇幼保健院）新院区，院区项目已全面竣工，开诊筹备工作正有序开展。目前将于今年12月正式投用。作为现代化三甲综合医院，院区总建筑面积26.85万平方米，规划床位1300张，设计日均门急诊量8000人次。 赵亚玲 摄（视觉江苏网供图）

上海“静安GO”联动本地书展，将10元门票升级为覆盖200余家商户的权益凭证；湖北推出“湖北有礼”平台，将票根范畴拓展至火车票、购物发票等日常消费凭证，上线不到一年就带动消费5300多万元，经济撬动比达1:4.8。

记者走访发现，不同场景的“票根经济”也呈现差异化特征。比如，大型演唱会、顶级赛事会制造短时间流量洪峰，年轻客群跨城比例高，酒店住宿、夜间聚餐、特色周边需求旺盛；热门体育赛事客群自带结伴和家庭属性，易形成周期性客流，促进景区消费、文化IP运营等；电影票根则胜在高频，餐饮折扣、停车减免等本地小额优惠更受欢迎。

赛事、演出等票根的撬动效应尤为突出。数据显示，2025年“苏超”每1元门票收入，可带动7.3元周边关联消费；今年北京国际电影节期间，以票根为纽带，联动50余个商圈推出定向优惠活动，活动期间累计吸引客流5090万人次，带动消费157.1亿元。

从“入场凭证”到“消费引擎”

一张小小的票根，为何能撬动如此可观的消费增量？

“这些票根正成为跨场景消费的起点和‘连接器’。”苏州大学社会学院教授周永博指出，文旅消费链条长、覆盖面广，但传统模式下各环节缺乏有效联动，消费体验趋于碎片化。以票根为纽带，将原本相对孤立的消费场景串联起来，有助于形成有机连续体。

票根的角色转变，恰逢政策东风。今年文化和旅游部印发的《旅游强国建设“十五五”规划》明确提出“推动赛事票根联动景区参观、餐饮消费、商业购物等”。国内多地也相继出台专项政策，将

“票根经济”纳入文旅消费提振行动计划。

多位业内人士认为，“票根经济”本质上属于体验经济的延伸，核心逻辑在于将一次文化或娱乐消费的体验延续至其他消费场景，通过赋予票根额外消费权益，增强消费者的地方认同感和消费意愿。从心理学视角看，这击中了消费者的“损失厌恶”心理——面对专属优惠，人们往往不愿浪费，从而产生二次消费动机。

市场需求的变化同样关键。南京市社会科学院副研究员王聪表示，演唱会、音乐节等活动中的票根，已超越基础交易凭证属性，成为承载情绪价值、社交资本与身份认同的符号载体，形成“一次触发、多重响应、持续扩散”的链式反应。

据中国演出行业协会统计，大型演出对文旅、餐饮、住宿、零售等其他消费的平均带动系数为1:6.85。对商家而言，票根引流也能实现资源共享，大幅降低营销成本。

在无锡湖滨商业街经营连锁火锅店的张涛，今年明显感受到票根带来的变化。“以前晚上9点半以后客人就不多了。现在演出散场后，很多年轻人拿着票根来涮火锅。”他说，平台能自动抵扣，商户核销方便，“让利一点，引流一批，算下来挺划算的。”

让小票根持续释放大能量

成效显著的同时，也有一些地方的实践步入短效增长误区。有消费者对记者说，一些活动以价格优惠为主，停留在“门票+折扣”的浅层引流阶段，部分票根优惠活动存在核销流程复杂等问题。还有不少老年市民表示，不清楚去哪儿查优惠、领福利。

对于不少人关心的“优惠怎么领”问题，江苏推出“苏心游”省级文旅平台为总入口，深度对接



10月12日，淮宿高铁跨京杭大运河特大桥钢桁梁拱桥合龙。据悉，该桥为淮宿高铁全线控制性工程，主跨300米一孔跨越京杭大运河，全长461.1米。淮宿高铁正线全长约399公里，设计时速350公里，建成后 will 便利沂蒙山、苏北革命老区群众出行，促进苏北鲁南区域协同发展。 魏琦原 摄（视觉江苏网供图）

盐城口岸跑出秋季储气保供“加速度”

本报讯（记者 张青峰 通讯员 陈晨）金秋保供季，能源运输忙。10月10日，新加坡籍“阿尔玛哈比耶”轮高效完成5.5万吨LNG卸气作业，驶离中国海油盐城“绿能港”码头。当前，该码头多艘能源保供船舶陆续抵港，接卸工作全天候无缝衔接，全力跑出秋季储气保供“加速度”。

今年以来，全球天然气市场波动加剧，外部气源承压明显，国内LNG进口总体呈趋稳回落态势。同时，随着秋冬用气窗口期开启，民生供暖与

工业生产用气需求叠加攀升，华东地区能源保供任务艰巨繁重。作为长三角重要能源保供枢纽，中国海油盐城“绿能港”拥有250万立方米大型储气库容，承担着华东地区主力气源储备与调峰保供的核心职能，是区域能源保供的重要节点。

“我们紧盯能源保供任务，坚持勤务前置、精准管控、柔性服务，最大限度提升通关效率，平均为每艘LNG船舶压减通关时间近3小时。9月份以来，口岸LNG接卸量达85.67万立方米，同比增长

携程、大麦、同程、飞猪、大众点评、高德地图等平台，搭建统一活动专区。线下方面，赛场场馆、重点景区、核心商圈、星级酒店等点位都将统一投放“票根在手·江苏惠游”标识和优惠指引，方便市民就近查询使用。

小票根如何持续释放大能量？专家表示，关键要立机制、产品、规范、技术等协同发力。

“可推动建立利益共享、风险共担的长效合作机制，明确景区、酒店、餐饮等参与主体的收益分配比例，通过客源导流、消费分成、联合营销等方式激发市场积极性。”王聪等专家建议，可鼓励成立区域性联盟，整合活动方、票务平台、商业载体、金融机构等，推动相邻城市、景区之间资源共享、权益互通。

中山大学旅游学院教授陈钢华表示，可加快数字化平台建设，打通不同平台、不同品类票根的核销标准，降低商户参与的技术成本；同时以精准化供给适应圈层化需求，结合城市特色打造差异化主题产品，针对不同客群设计分层权益体系，统筹规划活动档期。

产品创新是抓手。在周永博看来，要超越单一折扣模式，深度挖掘票根在提升消费体验、增强文化传播等方面的复合价值。如敦煌莫高窟的票根上印有不同洞窟的精美壁画，每张印的洞窟壁画是随机的，游客扫码可“听”文物故事，集齐不同图案还可兑换限量版文创产品。多地景区、演出机构还推出定制化票根、纪念票根，搭配收纳册、相框等文创产品，形成“票根+文创”消费模式，满足年轻人的收藏与社交需求。

此外，专家建议，在消费者权益保障方面，打造多部门协同会商机制，落实事前合规核查、事中动态监管、事后复盘优化的“票根”全流程管理，严厉查处价格欺诈、虚假宣传等行为。 何磊静

虎踞财评

别让一颗“采青”的果子毁了一片庄园

○晓立

长假前回了一趟老家，在宁波火车站附近的水果店里，买了一串泛着光泽、长相还算端正的阳光玫瑰，只要6.8元一斤，以前价高难攀，只是偶尔尝过这个“水果贵族”。回到南京，到超市、菜场、水果店里一转，发现零星有标价6.8元、5.8元的，大多数只要3.8元一斤。国庆期间，到南通如皋去了几天，看到不少路边水果摊上，都醒目地立着标价牌，“阳光玫瑰，10元4斤”。真是没有最低，只有更低，阳光玫瑰到底怎么了？

想想十年前，这个从日本引进的葡萄品种，在云南、湖南等地试栽成功后，都是摆放在一线城市高端超市最显眼的位置，“288元一斤”“328元一斤”的标价签引来的是顾客的阵阵惊叹声。大家都说它是“葡萄中的爱马仕”，买它的人多半不是自己吃，送礼够有面子。像我这样自认为还是“中产”的人也只是等到它降到“38元一斤”的后半年，买了一些送去给85岁高龄的祖母。谁能想到不过十年光景，阳光已不再有玫瑰香，当年的“大网红”蹲在了路边摊贩的三轮车上。

查看了一些资料，也请教了几个做水果生意的老板，不禁让人心生寒意。2022年秋天，阳光玫瑰的批发价还能稳定在每斤10元出头，到2023年掉到了不到8元，2024年已是4元左右，进入2025年收获季，一些产区的地头收购价甚至跌进了“1到2元”的区间，2026年丝毫不见有回升迹象。

从几百元到几十元再到几元，价格的一路下跌，并不需要去探究什么高深的原因。任何商品都是一个道理，货少的时候，它卖的是稀缺，货多的时候，它就得接受市场最基本的供求规律。一种水果能卖到上百元一斤，果农谁能不动心？公开的农业信息显示，2015年全国阳光玫瑰种植面积还不到15万亩，到2025年已经冲破了150万亩，直逼200万亩，十年翻了十几倍。供应从稀缺到过剩，价格回归本是市场规律，不必大惊小怪。

可是，令人揪心的是，面对市场价格的惨烈调整，不少果农不是积极想办法“减量提质增收”，反倒是绞尽脑汁为了抢市场压成本。早上市赚快钱，不惜放弃品质，没等果子完全成熟就“提前采青”，看起来还是同样的绿色大颗粒，吃起来却是甜腻无香气，把“好吃的阳光玫瑰”种成了“难吃的甜葡萄”。拼产量、拼时间、拼成本，行业陷入高度“内卷”，也正是这种“采青”的果子把一批真正好果的价位也越拉越低。以前的阳光玫瑰是高品质葡萄的代名词，现在当市场上同时充斥着果肉脆、香气足、甜味干净的优质果和“提前采青”的平庸果时，带给消费者的只能是“开盲盒”，它们都叫阳光玫瑰，吃起来却可能像是两种水果。

同一个品类的东西，市场上鱼龙混杂，让人难辨好坏，最终导致的是消费者对整个品类失去耐心，失去信心，价格越走越低自然也就不足为奇。最近引发舆论广泛关注的“造成”新能源车的安全问题，其实也是同样的道理，有些车企为了抢占市场份额，拼命追求上市速度，过度压缩研发周期，削减实车验证流程，在降本竞价的同时也埋下了安全隐患。阳光玫瑰正在为过去十年“重产量、轻品质”的粗放发展付出代价，产量可以调控，价格跌了还可以涨回来，而重建消费信任可非一朝一夕之事，它给每一个正在高速扩张、靠名气吃红利的新消费品类提供了触手可及的镜鉴——别让一颗“采青”的果子毁了一片庄园。

南京落地公积金全国异地贷款政策

本报讯 近日，中国建设银行南京分行成功为异地缴存住房公积金的外来人才周涛办理全市首单公积金全国异地贷款业务，标志着南京公积金异地贷款政策正式实现全国覆盖。

周涛此前长期在北京工作，住房公积金的缴纳都在北京完成。建行南京分行结合客户公积金缴存资质、人才安居需求，量身定制低压力融资方案，使其成功获批公积金贷款40万元，办结首单公积金全国异地贷款，破解了外地缴存、本地置业的市民安居融资难题。

最新公布的《国务院关于修改〈住房公积金管理条例〉的决定》提出，提升住房公积金管理服务效能，实现住房公积金缴存记录等全国范围内互认互认，推动住房公积金转移接续、异地贷款等业务便捷高效办理。南京住房公积金管理中心发布《关于进一步扩大住房公积金异地贷款范围的通知》，明确自今年9月起，将住房公积金异地贷款范围扩展至全国。（王伟健）

价，从而给投资者传递信心，同时也能为员工持股或股权激励提供合法资金来源。

今年以来，在监管政策的持续鼓励下，A股市场股份回购行为活跃，力度显著增强。近日多家南京上市公司接连发布股份回购相关公告，正是鲜活的印证。

10月1日，南京威尔药业集团股份有限公司发布公告称，公司拟通过集中竞价交易方式回购公司股份，预计回购金额5000万元至1亿元。对于本次回购的初衷，威尔药业表示，是基于对公司未来持续稳定发展的信心及内在价值的认可，进一步增强投资者信心，推动公司股价与内在价值相匹配，同时完善公司长效激励机制，充分激发管理团队及核心骨干积极性。

更多的南京上市公司在今年早些时间就已经公布了股份回购计划，近期陆续披露回购进展。记者梳理发现，截至今年9月30日，国电南瑞科技股份有限公司以集中竞价交易方式实施回购公司股份98.75万股，已累计支付资金超1.3亿元（不含交易费用）。根据此前的公告，国电南瑞本次预计回购的总金额为5亿元至10亿元。

专注于体外诊断试剂与仪器研发、生产和销售民营高新技术企业基蛋生物科技股份有限公司，早些时候披露的股份回购总额金额为5000万元至1亿元。截至今年9月30日，公司已累计回购股份71.57万股，已支付约575.44万元（不含交易费用）。

江苏久吾高科技股份有限公司是一家专注于无机陶瓷膜及成套设备的上市公司。截至今年9月30日，公司以集中竞价交易方式实施回购公司股份98.75万股，成交总金额约2199.39万元（不含交易费用），完成本次回购资金上限4000万元的超50%。 曹丽珍

中标合作捷报频传 市场开拓加速突破

近段时间，南京上市公司在资本市场动作频频，密集披露中标、合作、扩产、回购等公告，“晒”出企业发展新突破。

从环保水务到智能电网，从新能源材料到医疗健康，一笔笔订单、一个项目、一次次回购，无一不向市场传递出资本市场“南京板块”的发展活力和动力。

上市公司披露项目中标，既是履行法定信息披露义务，更是向市场传递企业经营确定性和积极预期。这是公司实力的“广告牌”，也是投资者判断其未来业绩的重要窗口。

在过去的半个月时间里，南京万德斯环保科技有限公司陆续披露3个中标信息：运营地点在甘肃省庆阳市的华能长江江环保公司热污水环保公司服务项目深度处理系统委托运维服务项目，运营期3年，中标金额约1.14亿元；山东省菏泽市的鲁西矿业郭屯煤矿、李楼煤业高温盐水处理系统委托运营服务项目，运营期3年，中标金额约1.5亿元；陕西省榆林市的神东煤炭大柳塔煤矿“活鸡兔井”矿井水提标治理二期项目EPC（设计—采购—施工总承包），工期699天。项目中标总金额约1.4亿元，作为两家中标企业之一，涉及万德斯的合同金额约9300万元。

无独有偶，江苏金智科技股份有限公司也在9月16日这一天，一次性披露企业及其全资子公司江苏东大金智信息系统有限公司的5个中标项目，合作方包括国家电网有限公司及其下属子公司、中国

扩产提质纵深推进 创新布局蓄势赋能

事实上，国庆假期刚过，龙蟠科技便捷报频传。就在其披露子公司重大合作的同一天，作为集团立足南京、面向全球的重要战略布局，龙蟠科技集团全球总部及新能源新材料人工智能智慧创新中心开工典礼在南京举行。

据了解，新项目将推动人工智能与新能源新材料深度融合，打造集总部运营、技术研发、产业创新于一体的现代化产业高地，为龙蟠科技冲刺全球新能源源材料第一梯队提供坚实支撑。

“从2020年四川锂源启动15万吨磷酸铁锂工厂建设，到如今磷酸铁锂规划产能突破百万吨，龙蟠科技实现了6年10倍的跨越式增长。”集团董事长石俊峰透露，未来10年，龙蟠科技将迈入“B2B+B2C”双

轮驱动的全新发展时代，开启一体化发展和多元产业协同新征程，全力打造自有全球智慧创新中心，推动全业务智能化升级。

扩产提质的还有南京药石科技股份有限公司。日前，药石科技发布公告称，为进一步完善公司在医药CDMO（医药合同研发生产机构）领域产业布局，依托南京研发总部及开发团队的能力基础，形成研发、开发生产转化之间的近距离协同优势，公司拟与南京江北新材料科技园有限公司签署投资合作协议，计划投资约20亿元推进南京CDMO创新基地项目实施。

国庆假期前夕，南京健友生化制药股份有限公司也发布公告，接连报喜：公司全资子公司Emerge-Bioscience Pte. Ltd. 收到美国食品药品监督管理局签发的阿达木单抗注射液（40毫克/0.4毫升，80毫克/0.8毫升）批件；公司旗下子公司香港健友实业有限公司收到美国食品药品监督管理局签发的维生素B1注射液200毫克/2毫升（100毫克/毫升）的ANDA（简化新药申请）批准通知。

可以预见，上述两件新品药物的获批，将进一步提升健友股份产品的国际影响力，丰富企业国际市场产品线，进而提高企业的国际市场竞争力。

回购加码传递信心 价值认可持续增强

上市公司使用自有资金等方式从二级市场买回自身发行的股票，即股份回购。业内普遍认为，上市公司进行股份回购，能进一步优化资本结构、稳定股