R财经眼

金融加力，助燃暑期经济

提振消费，金融责无旁贷。面对暑期消费热，金融业正以创新之力激活市场潜能。银行紧扣需求、优化服务，支付机构让利惠民、拓展场景，旅游保险升级保障、守护旅程，财经教育则着眼于普及金融科普知识。这些举措精准务实、贴近民心，彰显了金融服务的温度与深度。如何将这些成功经验制度化、常态化，让金融活水更有效地浇灌消费沃土，值得我们深入思考。 ——编 者

发力供需两端，暑期消费热起来

本报记者 赵展慧

这个暑期，“苏超”火爆出圈。“进球大战太精彩！”7月20日，刚刚看完第七轮“苏超”扬州队与南京队的比赛，南京市民张先生意犹未尽，“为了庆祝南京队的胜利，吃个烧烤夜宵去。”

张先生的这趟扬州之旅源于一张幸运门票。不久前，张先生通过江苏银行APP摇号，抽中在扬州举办的第七轮江苏省城市足球联赛门票，随后又在该银行“跟着苏超去狂欢”专区抽中扬州金陵大饭店房费代金券和加油优惠券。

“门票有了，住宿和出行都有优惠，还等什么呢？”比赛当天，张先生自驾前往扬州。一趟行程算下来，张先生共花费700多元，累计节省315元。这次出行的良好体验，让张先生萌发了继续跟着“苏超”玩转江苏各地市的想法。

“票根经济”风生水起，“跟着演出、赛事去旅行”风靡各地，暑期的新消费热潮里，各地挖掘特色亮点，金融服务再添把力，更好地连接消费者与丰富多彩的消费活动。

银行APP发起假期消费权益抽奖、推出信用卡预订出行服务可享折扣的优惠活动，对接“苏新消费”“水韵江苏”等政府消费节活动……江苏金融监管局引导金融机构在暑期推出一系列“金融+”的特色服务，在线下餐饮零售、文体会展、交通出行等领域加大支持力度，让“政府补贴+金融让利+商家优惠”多重优惠同向发力，激活暑期消费。

各地金融机构积极助推暑期消费，不仅从需求端入手，让消费者享受便利和优惠，还从供给端入手，支持文旅项目升级、商户提升服务质效。

“暑期游客激增，如果不改造升级，没法承接旅行高峰。”重庆冠达世纪游轮有限公司有关负责人王伟介绍，公司主营业务为游轮旅游，今年准备改建游轮并增加班次。

民生银行重庆分行工作人员在走访中了解到企业的资金需求后积极对接，为企业授信1.5亿元，并在暑期旺季到来之际为企业完成了贷款资金4500万元出账、供应链产品签约等。“在金融支持下，我们赶在7月前完成了改造升级，预计整个暑期游客流量将提升5万人次、拉动消费提升10%。”王伟说。

对企业的资金支持也有力地传导给了消费者。改造资金有了着落，日常周转流动资金也没了后顾之忧，冠达游轮进一步推出“两大免一小”的优惠活动，丰富学生暑期生活。

“消费领域小微经营主体在暑期融资需求更旺盛，是我们的重点支持对象。”重庆金融监管局有关负责人介绍，通过“千企万户大走访”活动，金融活水精准滴灌至餐饮住宿、批发零售、文旅体育等领域。

“村咖”飘香、村戏连台……今年夏天，还有越来越多游客，来到乡村避暑旅行。金融机构找准乡村振兴和暑期消费的结合点，拓宽金融服务场景，支持休闲农业、庭院经济等乡村新产业新业态发展。

在浙江，金融机构为返乡创业青年配套专属贷款优惠，助力农创客发展乡村旅游、电商直播等新业态；在云南，“民宿贷”“客栈贷”加大力度支持当地民宿集群文化体验和度假康养……金融促进农文旅融合，不断拓展着消费的新空间。

丰富保险产品，旅游出行添保障

本报记者 屈信明

7月中旬，趁着孩子放暑假，河南郑州市民侯亮一家人去欧洲旅行。出行前，他通过互联网保险平台，购买了包含人身、财物保障以及救援服务的境外旅行险。

“前些年，我在境外旅游时意外划伤腿部，虽然只是简单处理伤口，却也花了不少钱。所幸当时我投保过包含意外伤害医疗费用保险责任的旅行险，保险公司赔付了医疗费用。”侯亮说，这次经历让他的保险意识大为提升，此后出门旅行，他都会根据行程安排购买合适的保险产品。

“选购旅行险时，在人身保障方面，我比较看重医疗费用补偿。受伤或是肠胃感染、流感发烧，都能按合同约定获赔医疗费。特别是去一些医疗费用水平较高的国家旅行时，这项保障十分重要。”侯亮说，这趟欧洲行，他计划参加跳伞等活动，所以特意选购了包含高风险运动意外医疗费用补偿、伤残保险金的旅行险产品。

近年来，文旅市场不断升温，带动旅游相关的保险产品供给日益丰富。平安产险北京分公司产品经理李博文介绍，旅行险往往提供综合性、一站式保障，在消费者遇到财物失窃、交通事故、意外伤害等情况时，可按合同约定进行赔偿。消费者在投保时，应认真阅读合同条款，特别是责任免除相关内容。消费者也可根据行程安排，有针对性地选购水上运动意外险、驾乘意外险、航班延误险等产品。

目前，很多旅行险产品都在加快拓展应急救援、风险提示等功能。以某大型保险公司不久前推出的一款境内旅游保险产品为例，该产品在“事后赔”的基础上，重点强化“防”“救”“用”功能。

“我们与40多支救援队、78家直升机相关企业开展合作，建立急速救援机制。在高山、雪地、水域等环境中，客户遇到险情时，保险公司将联合专业野外搜救队伍及直升机救援服务资源等，快速提供现场救援服务。此外，该保险还可提供门诊绿色通道、异地就医陪诊和医疗费用垫付等服务保障。”该公司相关负责人说。

中国社科院保险与经济发展研究中心副主任王向楠表示，消费者在旅行途中，如果遭遇相关风险，可在有需要时尽快联系保险公司，询问其是否能提供紧急救援或医疗服务。如果在境外遭遇盗抢，应向当地警方报案，获得警方出具的报失单等材料，注明损失物品品牌、型号等细节，以便后续申请保险理赔。

也有消费者关心，在参加旅行团时，如果旅行社声称已经购买了保险，自己还是否需要选购旅行险、意外险。业内人士建议，消费者应了解清楚旅行社具体投保的是哪些保险。如果仅有旅行社责任保险，可根据自身需要再投保其他产品。

四川成都的大学生罗欣说起自己的经历：“我去年报名参加了一个旅行团，原以为旅行社投过保险，自己就不用再买意外险。后来，我在旅行途中受伤，问起保险理赔，才知道旅行社投保的是旅行社责任险，主要是因旅行社过失造成人身伤害时进行赔偿。如果游客在途中自由活动时受伤，可能就得不到赔偿。”

“今年出去玩，不管是自由行还是随团，我都会认真挑一份合适的保险。”罗欣说。

升级消费体验，提升支付便利度

本报记者 吴秋余

“这一趟下来，光是付款环节就直接省下一两百，网络平台搞的暑期优惠相当给力，”总结起刚刚结束的江浙沪五日游花费，中国银行信用卡用户程女士兴奋地展示起自己的手机账单：500多块钱的机票减了66块钱，200多块钱的酒店减了20块钱，30块钱的门票减了5块钱……

趁着孩子假期，程女士开启了心仪已久的旅行，享受着与家人一起出行的乐趣，而支付的便利与实惠，给她带来另一份惊喜。

为更好释放暑期经济潜力，今年6月起，美团联合多家金融机构，精准聚焦各类暑期消费场景，推出满立减、积分抵现、主题消费日等多类型优惠活动，把国家促消费的政策措施转化为用户“看得见、摸得着”的福利活动，助燃暑期消费激情。

不仅是旅行，眼下，消费者在餐饮、文化、购物等方面的消费都能享受到支付便利和实惠。比如，美团支付推出餐饮团购支付满减、积分抵现等活动，把金融服务与地方美食体验融合，提升暑期消费趣味性和获得感，还联合建设银行打造数字人民币观影专场，凡已开通建行数币钱包的用户均可在美团领取10元电影数币支付券包。

实打实的优惠举措，直接提升了用户的消费意愿。美团支付相关负责人告诉记者，活动开展以来，美团平台信用卡交易金额和笔数增长明显，尤其是进入7月以来，酒店、门票、特色美食等多个暑期重点消费场景信用卡交易笔数都增长10%—15%。

在数字金融发达的浙江，中国人民银行浙江省分行深入实施支付便利化工程和“数字支付之省”建设，指导支付宝全面推广“碰一下”支付方式，累计投入专项促消费资金超4400万元，惠及超2400万本地消费者。

暑期是跨境游的高峰期，相关支付机构加大支付服务互联互通力度，让国内外游客都能享受到便捷的支付服务。

7月5日，在深圳宝安国际机场境外来宾支付中心，几名刚抵达中国的西班牙旅客正围在微信支付服务窗口前咨询问题。

“机场部分咖啡机仅支持绑定在线支付，建议您使用手机终端下载使用微信支付会更便捷。”工作人员余依林现场演示了微信支付的注册流程。仅4步线上操作，就可以使用微信支付在中国享受便捷服务，无需复杂换汇流程。

余依林随后带着西班牙旅客到中国移动柜台，用微信支付完成手机卡充值业务。“太方便了！在西班牙，我们习惯用现金或信用卡，没想到在中国，一部手机就能搞定所有消费。”一名西班牙旅客尝试后惊喜地说。

为迎接暑期来华的外国游客，微信支付在深圳宝安国际机场等入境游客集中的站点，提供外籍人员一站式综合服务。数据显示，今年6、7两个月，外籍人士通过微信支付绑定国际银行卡在中国境内进行支付的笔数和金额，是去年同期的近3倍。

此外，针对国内游客在境外经常遇到的打车支付烦恼，微信今年有针对性地加强了与境外相关企业合作。目前，Uber优步打车、日本Go打车、欧洲FlixBus巴士、Eurail Pass铁路通票、意大利Italo高铁以及法国塞纳河游船等的预订及支付系统，正陆续上线微信小程序，进一步方便中国游客境外出游，实现“出境如同在国内”的便捷支付体验。

普及金融知识，树立正确财富观

葛孟超 孙文婕

“我们在日常生活里都会拿着钱去买东西，也会收到找零回来的钱，收到钱的时候怎么判断是不是假币？”7月22日，北京银行城市副中心分行开展了一次金融基础知识教育活动，担任讲师的分行零售银行部客户经理刘飞，用通俗活泼的语言，为30多个孩子普及金融知识。

“我们开展活动的初心，就是帮助小朋友们了解如何更合理地使用金钱，建立起初步的金融知识认知框架，树立正确的财富价值观。”活动设计团队成员、北京银行城市副中心分行零售银行部产品经理刘一辰说。

这次活动中，刘飞由浅入深，讲解了货币的起源、职能和人民币防伪知识。“财富是什么？”活动尾声，刘飞抛出了这个有些深刻的问题。与此前回答“用贝壳买东西会存在哪些弊端”等问题时的踊跃热闹不同，小朋友们开始安静地思考。刘飞解释说：“财富不仅仅指金钱，包含物质财富和精神财富，我们要树立正确的财富观。”

刘飞曾多次为儿童金融活动授课，据她观察，孩子们对金融知识有一定程度的认知，在备课时，她会结合孩子们的认知水平制定课程内容，“孩子们的好奇心和求知欲特别能感染人，把金融知识用他们能理解的方式讲明白让我很有成就感。”

“金融知识教育需要向趣味化、场景化、生活化转变。我们不断丰富活动内容和形式，更加注重和家长之间的联动，希望能形成家校社协同增强孩子金融素养的良好氛围。”刘飞说。

在北京银行这场儿童金融活动结束的两天后，一场儿童金融知识普及活动在交通银行青岛中山路支行举办。据介绍，交通银行青岛分行近年来已开展此类活动80多场。

“之前以为银行就是存钱取钱的地方，没想到还藏着‘黑科技’。”一进入支行大厅，参与活动的青岛宁安路小学2023级6班的张升泽同学就被支行的智能机器人“姣宝宝”吸引。当工作人员邀请学生们与机器人互动时，大家争先恐后地提问题。

暑期是向青少年普及金融知识的重要窗口期，各地金融机构推出了内容丰富、形式多样的各类活动。从内容上看，讲解的金融知识更加贴近金融发展实际。例如，工商银行北京分行营业部长椿街支行在7月初面向中学生举办的一场“金融职业体验课”上，开设了数字人民币主题课程，介绍了数字人民币的发行机制、技术特征和应用场景。从形式上看，活动更加迎合青少年需求，包括开展现场探访、实地体验、情景演练、模拟投资、动画宣讲等。比如，中信证券（山东）在微信公众号上线了有声书栏目，还开发了动画片、漫画等产品，丰富金融知识教育形式。

“正确的理财观念和良好的金融素养，对个体做出理性的金融决策以及金融市场稳定发展有着重要影响。”招联首席研究员董希淼说，银行等金融机构拥有丰富的金融资源和专业的金融人才，要承担起向儿童普及金融知识的责任，从货币、反诈、信用、理财、金融科技等多个角度切入，让孩子们在轻松愉快的氛围中学习金融知识，从小树立正确的金钱观念，助力提升全社会金融素养水平。

R财经观

更好激发“票根经济”潜力

石海龙

在北京，凭借一张北京国际电影节的票根能解锁30多个商圈、1100多个商户的优惠；在河南，洛阳推出持有抵洛火车票半价游景区的活动……今年以来，扩内需、促消费政策组合拳持续发力显效，消费市场新业态、新模式、新热点竞相涌现。电影票、火车票、演唱会门票、景区门票，这些曾被视为消费旅程“终点站”的票据凭证，在消费升级与数字化浪潮的双重推动下，正成为撬动更多经济价值的“新起点”。

所谓“票根经济”，是指消费者凭借各类演出、赛事、展览、旅游等场景的票务凭证，在后续消费场景中转化为优惠凭证，从“单一购买”跃迁至“链式体验”的“一票多用”，构建起消费延伸的经济模式。在这种模式中，票根成为特殊“代币”，消费者凭借其获得折扣、积分，降低支付成本。我国票务市场规模庞大，“票根经济”通过跨界联动，将原本孤立的产品或服务串联起来，把一次消费变成了一串消费链，带动的消费规模十分可观。

“票根经济”构筑了“流量—留量—增量”的可持续转化路径，为消费市场发展注入了澎湃动能。然而，当前“票根经济”发展中面临着业态融合、数据安全等方面的挑战，庞大的票根转化为有效消费的潜力还未充分释放。银行具备庞大的用户基础、成熟的支付结算体系、丰富的消费场景和强大的数据分析实力，天然具备促进文商旅体多元业态融合发展的基因，理应积极投身到“票根经济”的发展中，以金融力量激发更广泛的消费潜力。

深耕票务支付，激发“首次购票”热情。“票根经济”发展的基础在于“首次购票”，只有拥有良好的“首次”消费体验，消费者才会更多考虑进行后续消费。票务支付是银行支付结算服务中的重要一环，银行与许多景区、商户在票务支付方面深度合作，具有较强的资源整合能力。今年以来，工商银行聚焦文旅、文娱、出行等场景，联合出行服务平台和主题乐园等，为信用卡用户提供专属购票折扣、满减优惠、提前入园礼遇等权益。金融机构要多措并举，以良好的“首次购票”消费体验，提升消费者参与后续消费的意愿。

整合购票信息，提升“多次消费”便利。“票根经济”的关键不是“票根”，而是联动。现有纸质票根易遭遇伪造问题，部分场景的票根兑换流程繁琐，票根电子化是提升客户体验的关键。推广电子票根需要打通多平台接口，银行可以与其他部门和机构合作，在用户授权前提下，对接票务平台数据、整合消费者购票信息，在银行APP内设立专属板块，归集电子票务凭证。搭建电子票务系统，不仅为消费者参与多次消费优惠验证提供便利，银行更能基于票务数据为消费者智能推荐专属消费权益、发放优惠补贴。

构建用户图谱，打造“循环消费”闭环。信用卡天然沉淀海量真实消费数据，为精准洞察用户偏好、构建多维画像奠定坚实基础。目前部分票根联动消费仅停留在简单折扣上，缺乏基于消费者需求的深度定制。通过数字化技术，银行可将票务消费数据与金融体系内的餐饮、住宿、购物、交通等数据智能关联分析，为消费者提供精准化、个性化、差异化的消费解决方案，形成长效消费激励机制，打造消费生态闭环。

金融深度赋能“票根经济”，关键在于深耕消费激励、打通数据壁垒、延伸场景链条、升级服务体验，将分散的票根资源有效整合起来，促进“吃、住、行、游、购、娱”多元消费业态融合发展。这不仅是金融服务实体经济、助推消费升级的创新实践，更是惠民生、暖民心的有力举措。确保“票根经济”持续发展，除了消费激励以外，更不能忽视消费链条“串起来”之后的服务质量和权益保障。期待“票根经济”提质升级，成为推动国内消费市场发展壮大的强劲引擎。

（作者为中国工商银行银行卡业务部副总经理）

图①：北京银行城市副中心分行零售银行部客户经理刘飞在向学生们讲授货币的演变历程。 **孙文婕**摄

图②：暑期，微信支付通过外卡手续费减免、机场口岸综合服务台等服务举措，助力游客提升支付体验。图为位于广交会场馆附近酒店的服务台。 **李 哲**摄

图③：近年来，国家金融监督管理总局黄山监管分局指导保险机构加大景区保险保障力度，助力景区做好风险隐患排查，更好保障游客安全游玩。图为近日游客在黄山风景区看日出。 **张 丽**摄

本版责编 王 观
版式设计 沈亦伶