

五十城开展有奖发票试点工作 这个春节，多地掀起“消费者主动索票热”

■中国城市报记者 郑新钰

“扫码开发票，抽红包！”春节期间，不少城市的商圈、餐饮门店及消费场所，随处可见这样醒目的宣传海报；多地消费者主动参与，纷纷晒出自己中奖的发票。

这一热闹场景的背后，正是有奖发票试点政策在多地落地推广的生动体现。

2025年12月31日，财政部、商务部、税务总局联合印发《关于开展有奖发票试点工作的通知》，拟选取50个城市开展试点工作，对消费者购买商品和服务取得的发票组织抽奖，覆盖零售、餐饮、住宿、文化艺术、娱乐、旅游、体育、居民服务业等多个领域，试点实施时间为6个月。

中央财经大学中国财政发展协同创新中心主任、教授姚东旻在接受中国城市报记者采访时表示，在当前扩大内需的战略全局下，有奖发票试点并非简单的抽奖活动，其核心逻辑是用“小激励”撬动“大内需”，通过精巧的制度设计，兼顾刺激消费与优化市场治理的双重目标。

“过去懒得要，现在抢着开”

“本来抱着试试看的心态，没想到真能中！”2月21日，农历正月初五，甘肃兰州市民杨女士在兰州中心购物中心消费500元购买护肤品后，在导购提醒下通过“小兰有礼”微信小程序上传电子发票参与抽奖。随着转盘转动，屏幕当即弹出12.8元现金红包，可直接提现至银行卡。

这笔意外的小惊喜，瞬间点燃了杨女士的消费热情：“虽然金额不大，但‘消费就有盼头’的感觉很新鲜。”她当即又在楼下购买了一杯奶茶，“相当于多了一份新春福利。”中奖截图发到朋友圈后，很快引来一众朋友互动：“我昨天吃饭也中了26.66元！”“怎么参与？等下逛街我也试试！”

“现在付款后第一反应就是问能不能开票，像拆盲盒一样期待中奖。就算没中，也养成了主动索票的习惯。”杨女士告诉中国城市报记者，她已经把“索票抽奖”变成春节消费的新仪式，还在家庭群里手把手教亲人们参与活动。

兰州中心某化妆品专柜负责人向中国城市报记者介绍，以前消费者付款后，除非需要报销，很少有人主动索要

发票，索票率长期不足5%。有奖发票活动启动后，这一数据直接飙升至40%以上。

中国城市报记者了解到，兰州通过“小兰有礼”小程序搭建数字化服务平台，实现“支付即开票、开票即抽奖”，商户无需额外投入技术改造，仅需完成简单注册备案即可接入。

“有奖发票通过激发消费者主动索要发票的意愿，倒逼商家依法经营、规范开票，实现了需求侧提振与供给侧环境优化的双向发力，为内需持续增长筑牢公平基础。”姚东旻认为，有奖发票将传统单一的税务征管工具转化为需求侧调控工具，这种“控税+促消费”的双向赋能，比直接价格补贴更具市场化导向，效果也更持久。“通过发票这一连接点，有效破解了违规经营的监管难题。”

川财证券首席经济学家陈雳在接受中国城市报记者采访时补充道，与传统消费券、惠民补贴相比，有奖发票的创新在于突破定向补贴局限，普惠覆盖日常消费全场景、参与门槛更低；变被动补贴为主动参与，以“消费一开票一抽奖”闭环激发市场内生动力；同时融合促消费与税收治理功能，实现政策效能多元释放。

一城一策 织就全国消费激活网

中国城市报记者观察发现，各试点城市结合自身特色推出多样玩法，让有奖发票成为激活新春消费的“通用流量密码”。

浙江省杭州市依托支付宝平台开展有奖发票试点，采用“即时开奖+周度摇奖”模式，单张发票最高可中800元现金。

四川省成都市将武侯祠、杜甫草堂等景区消费纳入覆盖范围，消费者在文博场所消费开票即可参与抽奖，推动政策红利与文旅消费深度融合。

海南省海口市紧抓春节旅游黄金期，立足自贸港封关运作筹备节点，将有奖发票向旅游消费场景倾斜，重点覆盖海鲜餐饮、离岛免税等领域。

在广东省，广州、深圳、东莞、江门四城春节期间吸引104.1万人次参与，录入发票1012.3万张，发票金额达25.2亿元，覆盖商户6.4万家。

财政部、商务部、税务总局有关负责人解读政策时表示，此次有奖发票工作由试点城市组织开展，各城市可根据当地经济发展情况、人口规模、消费水平确定具体实施方案，因地制宜配套促消费活动，积极探索更加行之有效的实施路径。

“这种中央定原则、地方出细则的模式，既保障全国政策方向一致性与市场统一性，又充分尊重区域发展差异、鼓励地方探索有效路径。”姚东旻认为，有奖发票能提升城市治理数字化效能。“统一大市场建设依赖数据的顺畅流动与共享。在数字化治理语境下，发票能够转化为感知经济脉动、提升治理效能的关键数据源。政府基于数据分析能够精准把握市场趋势、识别发展堵点，为科学决策提供支撑。这种依托真实交易数据的高效治理模式，既是建设现

代流通网络、实现资源高效配置的必然要求，也是推动统一大市场迈向数字融合的重要路径。”他具体解释道。

小发票撬动大循环 长效机制待完善

小小一张发票，背后是扩内需、促消费的宏观布局。

2025年以来，随着一系列扩内需、促消费政策措施落地见效，消费市场总体保持平稳发展态势，消费新亮点新热点不断涌现。

数据显示，2025年1—11月，社会消费品零售总额45.6万亿元，同比增长4.0%，增速较去年全年加快0.5个百分点；服务零售额同比增长5.4%，继续保持平稳较快增长。2025年前三季度，最终消费支出对GDP增长的贡献率达53.5%，消费已成为拉动经济增长的第一动力。

在此背景下，财政部、商务部、税务总局联合投入100亿元奖补资金，其中春节假期9天集中投放超10亿元，以有奖发票为抓手，激活消费市场“一池春水”。

“有奖发票政策的逻辑并非局限于短期的消费激励，而是通过激活微观经济末梢、夯实公平竞争基石、赋能数字化治理转型以及探索央地协同机制，系统性地回应了畅通国内大循环的核心命题。”姚东旻说。

值得注意的是，尽管试点成效显著，但推广过程中仍存在一些亟待解决的问题。

“当前，有奖发票兑奖方式呈现多元化特点，不同城市依托云闪付、支付宝、微信、京

东、抖音等平台形成差异化操作路径。”姚东旻表示，尽管各地兑奖便捷性不断提升，但兑奖时限、核验周期、到账路径、上传限额等规则尚未统一，仍存在流程不规范、体验不一致等问题。

姚东旻认为，未来有必要从制度层面进一步规范有奖发票的资金兑付机制，统一全国核验标准、发放流程与到账时效，明确奖金从奖池到消费者账户的全链路管理规则，在提升便捷性的同时，更好保障消费者合法权益，增强政策执行透明度与公信力。

陈雳建议，若试点扩围，可从四方面优化：一是建立中央与地方分级财政配套机制，实行差异化奖金额度管控，丰富奖励形式；二是统筹搭建全国标准化管理平台，实现数据全国互通，拓展数字化应用场景；三是强化技术监管，健全全流程动态监控体系，建立常态化政策效果评估机制；四是推动与其他促消费政策协同发力，以索票习惯培育完善税收征管体系，实现短期消费拉动与长期市场治理有机统一。

陈雳表示，超大城市、特大城市可聚焦多元消费场景，优化奖金梯度，联动商圈开展配套活动，深化数据应用建立消费监测体系；区域中心、中等城市以民生消费场景为核心，降低参与门槛，将地方特色消费纳入试点，撬动特色产业发展；中小城市及县域简化试点流程，依托本地平台搭建参与渠道，覆盖基础消费场景，采用普惠抽奖模式培育索票习惯，同步做好商户规范开票指导。



春节档电影 带动“电影+”文化消费大市场

国家电影局2月24日发布数据，2026年春节档电影票房为57.52亿元，观影人次为1.20亿。数据显示，今年春节档总场次超435万，刷新中国影史春节档总场次纪录。长假期间“电影+美食”“电影+旅游”等多元业态蓬勃发展，带动电影院小空间外的文化消费大市场。图为2月23日，上海，位于西岸商圈的CMG融媒体影城，外墙“双屏幕”播放国产贺岁电影宣传片，吸引来往徐汇滨江夜市享受春节假期的市民、游客。

人民图片