

给传统消费加点“戏”

宁波有奖发票里的“小惊喜与大热情”

连日来,在宁波街头巷尾,一场围绕发票的“大戏”正在悄然改变市民的消费习惯,也为这座城市的“烟火气”增添了别样注脚。

有奖发票,这个看似普通的小举措,如今正成为宁波消费市场里的一抹新亮色,成为串联政府、商家与消费者的紧密纽带,让传统消费焕发新的活力。



在宁波京东 MALL,工作人员向消费者介绍有奖发票活动。

1 一张小发票成了宁波人的消费“气氛担当”

“以前吃完饭都不记得开发票,现在好了,一桌人抢着开!”3月13日午间,在宁波东部新城一家本帮菜馆,正在和朋友聚餐的林女士告诉记者,现在他们朋友圈多了个“新规矩”:谁结账,谁负责开票抽奖,中了奖就在群里发个小红包。“钱不多,但多了一份参与感和小期待,聚餐气氛更热闹了。”

家住鄞州的王先生先后在京东MALL(鄞州店)购置了空调、洗衣机、电冰箱等产品,累计消费超1.2万元,结账时他主动索要开具普通发票。在现场销售人员指引下,王先生在云闪付平台逐一上传有效发票信息参与抽奖,并累计抽中600元红包,“买一件家电就开一张发票,张张都有中奖机会,累计下来还能抽中更大的红包,还可以抵扣部分家电的开支。”

上述类似的幸运案例不在少数。宁波市商务局有关数据显示,自宁波有奖发票活动开展以来,截至3月11日,参与人数已超过492.5万人次,目前已发放奖金超5950万元,累计中奖率约75%,高居全国前列。

与此同时,宁波的发票企业数量也呈现明显上升趋势。截至3月11日,参与有奖发票活动的商户数已超3.5万家。值得一提的是,2025年,宁波市面向消费者开票企业仅1.2万家。

有奖发票的魅力,不仅仅在于物质奖励,更在于它所带来的参与感和趣味性。这种体验,让传统消费变得不再枯燥,而是充满了期待和乐趣。

家住海曙区的市民李女士告诉记者,她春节前在杉井奥特莱斯给全家人买了过年新衣,消费后开具的发票中了500元的奖金,这让她惊喜不已。“以前过年花钱是纯输出,现在花完钱还能有个回血的小盼头,这种设计很贴心,现在我都会主动要求开发票。”

对精打细算的年轻人来说,有奖发票则成了新的“薅羊毛”圣地。在小红书等社交平台和本地生活群里,“宁波发票抽奖超详细攻略”等成了热门话题。不仅有人分享“薅羊毛”心得,还有人晒出多次发票中奖的“战果”。

据了解,自2月6日起,作为全国首批50个试点城市之一,宁波率先启动“有奖发票”活动。“有奖发票”是对个人消费者购买商品和服务取得的发票组织抽奖,具体涉及零售、餐饮、住宿、文化艺术、娱乐、旅游、体育、居民服务业等领域。3月13日至17日,宁波有奖发票活动还玩出“新花样”,除了常规抽奖,还将新增“宁波马拉松有奖发票特色活动”,即开即奖,较主活动中奖率更高、起档金额更大。

2 “烟火气”里的新活力:商家与市场的双重受益

一张小小的发票,带来的改变是多元的,不仅让消费者得到实惠,也为商家带来实实在在的好处。

这种变化,宁波商家感受最明显。“以前十桌客人,主动要发票的可能就两三桌,现在几乎桌桌都会问,部分顾客甚至在结账时相互交流中奖经历,进一步活跃了现场氛围。对我们来说,虽然开票工作量大了,但客单价和人气也实实在在提升了。”天一广场涌煲记有关负责人表示。

天一广场多个餐饮品牌均表示,活动开启以来,主动索要发票的顾客明显增多,销售业绩较去年同期增长,“有奖发票”成为消费新场景。

从市场层面来看,有奖发票活动的开展,一开春就迅速激活宁波消费市场,像是一剂“强心针”,为传统消费市场注入了新的活力。

春节期间恰逢全市“有奖发票”活动全面启动,天一和义商圈客流同比提升17%。同时,作为2026宁波马拉松的重要起点,天一·和义商圈深度参与“一马当先 奔赴好运”甬马专属“有奖发票”活动,积极发动商圈内近100家商户报名参与,助力赛事氛围升温,激活消费新活力。

在宁波阪急百货,有奖发票活动开展以来,日均销售额突破2000万元,同比增长超15%。由于恰逢春节消费旺季,预计客流量将增长10%以上,同时顾客消费意愿也明显增强。

宁波万象城也深受促消费政策裨益,今年春节期间整体客流同比增长126%,销售额同比增长118%。其中,潮流运动品类增长明显,服装同比增长139%。



在万象城,消费者购物开发票。

3 改变的不止是钱包:有奖发票背后的治理智慧

一张小小的发票,改变的不止是钱包。对消费者而言,有奖发票除了直接的经济奖励,更在潜移默化中强化了主动索要消费凭证、维护自身权益的意识。对商家而言,有效促进服务更加规范、透明。主动、顺畅地为消费者提供发票,正在成为优质服务的“标配”之一。

随着活动持续升温,许多市民也有了更多期待——有人希望中奖面能更广些,让更多人尝到甜头;有人建议把一些日常小额消费,如早餐摊、菜市场等也逐步纳入,让惠民面更宽;还有人希望流程能更简化,对老年人更友好。

宁波市相关部门表示,活动将持续优化,可能在重要消费节点动态调整中奖概率,让利消费者,进一步点燃消费热情。这个用“小切口”撬动“大消费”、用“小奖励”培养“好习惯”的探索,正在宁波结出越来越多的果实。

当开发票从一件“麻烦事”变成一件“有趣事”,当每次消费都多了一份小小的期待,城市的消费活力与生活的“烟火气”,便在这张小小的电子凭证流转间悄然生长。有奖发票活动是宁波在传统消费领域的一次有益尝试,它用“小惊喜”撬动了“大热情”,为传统消费市场注入了新的活力。

记者 史妮超
通讯员 商舞 戴进 文/摄

浙江稠州商业银行宁波分行 “随件达”巧借快递网 金融知识润无声

为了让严肃的金融知识变得亲切可感,将风险防范意识悄然融入市民的日常生活,稠州银行宁波分行在2026年“3·15”金融消费者权益保护教育宣传活动期间推出“金融知识随件达”创新举措。该行巧妙借力快递网络强大的渗透力与高频的触达率,将一张张浓缩着实用知识的“金融便利贴”粘贴于快递信封外,随件寄出。让金融知识搭上快递的“顺风车”,从快递员、驿站到收件人的每一站传递中,实现风险提示“送到家”,让普惠金融的微风润物无声。

这些随件附送的“金融知识便利贴”,虽只有方寸大小,却内容精炼、直击要点。一句句朗朗上口的警示语,精准剖析

了当前高发的各类金融风险:“‘征信修复’?小心落入诈骗与违法的双重陷阱!”“‘保本高收益’?这往往是骗子设下的诱饵,切勿上当!”通过直观、醒目的形式,有效提升了公众的风险识别能力。

此次“金融知识随件达”活动,是稠州银行宁波分行积极履行社会责任,践行“金融为民”理念的生动体现。下一步,该行将继续秉承“以客户为中心”的服务理念,不断创新金融教育方式,提升金融服务质效,通过持续优化“线上+线下”教育宣传网络,深化与社区、企业、机构的合作,共建金融教育生态圈,为构建和谐金融环境、助力美好生活贡献更大力量。

王硕



消费者中奖页面。