

你中奖了吗？ 开发票有奖“成绩单”来了

消费后主动开发票，如今已成为越来越多市民的市场习惯。

近期，宁波市统计局面向全市857名公众组织开展的“发票有奖”活动满意度网络调查显示，活动总体满意度达83.2分。超九成受访者知晓本次活动，六成以上有过参与经历，八成以上认为活动对拉动消费和规范开票产生积极作用。

与此同时，公众也围绕中奖激励、参与门槛、操作流程等方面提出了更细致的优化建议。这些来自一线的真实声音，为活动后续迭代升级提供了清晰的民意指向。



1 知晓率超九成，餐饮零售成“开票主力”

调查显示，“发票有奖”活动在市民中拥有颇高知名度，93.6%的受访者表示知晓该活动，其中65.1%“完全知晓，熟悉参与规则和兑奖流程”。在信息获取渠道方面，“云闪付、甬派客户端官方推送”（49.5%）、“微信公众号/视频号、抖音、小红书等新媒体宣传”（47.4%）以及“亲友、同事推荐”（44.6%）构成三大主要传播路径。

参与度方面，66.9%的受访者参与了活动，其中50.1%多次参与（3次及以上）。参与活动的发票主要集中于餐饮消费（69.5%）、零售购物（65.1%）两大场景，旅游文体、居民服务、住宿等领域亦有稳步渗透。

中奖体验方面，参与过活动的受访者有过中奖经历，其中多次中奖者占比55.3%。参与过活

动的受访者中，55.3%多次中奖，27.4%中过1次-2次，17.3%从未中奖。其中，多次参与活动的受访者中，多次中奖的比例达73.2%，中过1次-2次的占22.1%，仅4.7%从未中奖。

从累计中奖金额来看，中奖者中超过五成（55.7%）累计金额在50元以上，31.2%超过200元，15.4%超过500元，10.1%超过800元。

2 拉消费、促开票“双向发力”，八成以上市民感受积极

在拉动消费方面，81.3%的受访者肯定了活动的积极作用——41.3%表示“效果明显，更愿意在本地消费”，40.0%表示“有一定效果，会优先选择参与活动商户消费”。这意味着，活动不仅增强了本地消费黏性，也在一定程度上引导了消费流向的选择偏好。

参与活动的发票主要来自饭店、小吃、奶茶等餐饮消费（69.5%）和商超、门店等零食购物（65.1%）两大消费场景，此外还包括旅游、文体娱乐服务（19.0%）、

居民生活服务（18.9%）及住宿服务（17.6%）等。

在规范开票方面，成效同样可感可见。87.5%的受访者反映主动索要发票意识有所提升，其中51.8%表示“显著提升，多数消费都会索要发票”；91.5%的受访者认为活动对促使商家规范开票“作用很大”（34.4%）或“有一定监督作用”（57.1%）。“发票有奖”在激发消费者维权意识和倒逼商家合规经营之间形成了良好的双向促进机制。

从综合满意度来看，受访者对平台运行流畅度（85.2分）、活动参与规则清晰度（85.1分）、操作便捷性（84.9分）评价较高，而对奖金档位设置（81.5分）、兑奖时效与到账速度（81.0分）满意度相对较低。

值得注意的是，多次参与活动的“深度用户”总体满意度达85.2分，超出全市平均2.0分，对规则清晰度、操作便捷性和平台流畅度的评分均在88分以上。

值得注意的是，多次参与活动的“深度用户”总体满意度达85.2分，超出全市平均2.0分，对规则清晰度、操作便捷性和平台流畅度的评分均在88分以上。

记者 王婧 通讯员 陶玲玲

动辄每斤超100元 本地河虾缘何这么金贵？

“本地河虾价格这么高，动不动超百元一斤，小小一盘要五六十元，真有点吃不起了！”最近，不少买菜的“马大嫂”们感叹河虾价格之高。

记者走访宁波水产品批发市场和一些城区菜市场了解到，近期，本地河虾价格呈梯度上涨之势，个头偏大的精品河虾，此前价格在70元/斤-80元/斤，目前市场报价已攀升至110元/斤-120元/斤；中等规格河虾行情同样走高，此前50多元/斤，如今零售价普遍达到70元/斤-80元/斤。

在市区一些生鲜超市，个头较大的本地河虾卖到139元/斤左右。本地河虾与其他养殖虾品种之间形成明显价格差——同样是时令水产，南美白对虾售价只需每斤20元至30元，而品质较好的本地河虾售价超100元/斤，且货源并不多。

河虾为何这么贵？

“主要还是前段时间持续高温，河塘里的货少了。”宁波水产品批发市场工作人员告诉记者，近期持续高温，对河虾供应产生较明显影响。塘口货源减少后，进入市场的河虾数量随之下降，价格自然水涨船高。

这一变化在此前的市场监测中已有体现。6月底，宁波民生商品价格监测显示，受夏季高温影响，河虾生长放缓、运输损耗增加，带动水产品价格有所上涨。最新一期监测显示，8月4日至10日，宁波农贸市场水产品价格整体仍有所上涨。

而养殖成本居高不下也是原因之一。据河虾养殖户陈师傅介绍，本地河虾价格虽高，养殖收益却不一定高。同样的塘口，如果养殖南美白对虾、罗氏沼虾等品种，亩产可达500公斤，产量稳定，收益也相对可控。而本地河虾对养殖环境和技术要求更高。

“养殖密度一高，病害就容易发生。”一亩塘本地河虾的养殖密度通常控制在50公斤到100公斤，实际产量就更低了。

价格上涨也影响了经营户的进货意愿。“价格太高，拿回来也不太好卖。”有菜场经营户表示，以往一些小贩会定期到批发市场采购河虾。如今，因为进货成本上升、终端销售压力增大，部分经营户减少甚至暂停拿货。

有商户表示，短期内虾塘出虾量难以快速回升，河虾高价行情或将持续一段时间。

记者 周晖 实习生 孙嘉蔚 通讯员 周宣羽

关于中国人寿保险股份有限公司宁波市鄞州区支公司钟公庙镇营销服务部更名的公告

经国家金融监督管理总局宁波监管局批准，中国人寿保险股份有限公司宁波市鄞州区支公司钟公庙镇营销服务部名称变更为：中国人寿保险股份有限公司宁波市鄞州区支公司钟公庙营销服务部，现予以公告。

机构名称：中国人寿保险股份有限公司宁波市鄞州区支公司钟公庙营销服务部

机构编码：000005330212003

机构住所：宁波市鄞州区钟公庙街道钟公庙路104号

经营区域：鄞州区

成立日期：2003年6月30日

颁发许可证日期：2026年7月20日

许可证流水号：0151227

机构负责人：毛宇迪

联系电话：88462508

客户服务电话：95519

邮政编码：315000

业务范围：人寿保险、健康保险、意外伤害保险等各类人身保险业务；各类人身保险服务、咨询和代理业务；总公司等上级机构在保险监管机构批准的业务范围内授权开展的其他业务。

3 公众三大期盼：提中奖率、降门槛、优流程

在奖项激励方面，公众期待有所提升。在未参与活动的受访者中，26.4%因中奖概率偏低而积极性受挫，该因素在各类不参与原因中位列第二；奖金档位设置满意度81.5分亦居各细项倒数第二。49.2%的受访者希望提高中奖概率、丰富中奖档位层次、适当提升单笔奖金上限，以增强活动的即时激励效果。

在参与门槛方面，消费金额达不到参与门槛（17.3%）是部分市民未能参与的原因之一，33.0%的受访者建议适当降低参与门槛。同时，30.9%期待接入微信、支付宝等常用支付平台，28.8%呼吁扩大行业覆盖范围，让更多消费场景纳入活动体系。

在宣传与操作流程方面，不熟悉参与规则和发票要求

（58.5%）是未能参与的首要原因，21.8%反映操作流程繁琐；兑奖时效与到账速度（81.0分）居满意度末位。为此，27.8%的受访者建议简化线上操作、优化系统识别核验功能，24.9%呼吁加大宣传力度普及参与规则，21.6%期待优化奖金发放时效并完善到账提醒功能，让兑奖体验更加顺畅舒心。