vinetur

Shanghái lanza una nueva ronda de bonos para reactivar el consumo en restaurantes de Jing’an

Los cupones ofrecen descuentos de entre 10% y 12% según el gasto en locales adheridos

jueves 26 de noviembre de 2026



El Gobierno del distrito de Jing’an, en Shanghái, ha activado este jueves, 26 de noviembre, la novena ronda de su programa de bonos para restauración Jingxiang Meiwei, con el objetivo de estimular el consumo en los establecimientos adheridos. Los cupones se distribuyen por plataformas digitales y estarán vigentes hasta el próximo 2 de diciembre.

La nueva tanda mantiene un sistema de descuentos escalonado en función del importe de la compra. Las operaciones de al menos 100 yuanes tendrán una rebaja de 10 yuanes, lo que equivale al 10% sobre ese umbral. En consumos de 200 yuanes, el descuento será de 20 yuanes, también un 10%.

El tramo superior mejora esa proporción. A partir de 300 yuanes, el bono asciende a 36 yuanes, un 12% sobre el gasto mínimo exigido. En compras de 500 yuanes, la deducción llegará a 60 yuanes, también un 12%. En términos prácticos, una cuenta de 300 yuanes quedará en 264 yuanes tras aplicar el bono, mientras que una de 500 yuanes pasará a 440 yuanes.

El programa establece además una limitación de uso por persona. Cada consumidor podrá utilizar un solo bono en esta ronda, de modo que la ayuda no podrá acumularse en varias operaciones dentro del mismo periodo. Esa condición reduce el uso repetido y distribuye la campaña entre un número mayor de clientes potenciales.

Jing’an es uno de los distritos administrativos de Shanghái y el plan forma parte de una intervención directa del gobierno local sobre la demanda de restauración. La mecánica es simple: el cliente paga menos en caja y el descuento se concentra en una ventana de tiempo corta, lo que suele empujar decisiones de consumo inmediatas en comidas y cenas ya previstas o aplazadas.

La información difundida por el Gobierno de Jing’an no incluye por ahora el presupuesto de esta novena ronda, ni una estimación de las ventas inducidas, ni una comparación cuantificada con las fases anteriores. Con los datos disponibles, sí puede medirse el incentivo por operación y comprobar que el programa premia algo más las cuentas medias y altas, con un 12% de descuento desde los 300 yuanes frente al 10% de los dos primeros tramos.

La iniciativa se aplica en China, dentro del mercado local de Shanghái, y se dirige a los negocios participantes del distrito. Para los restaurantes adheridos, el efecto inmediato es una rebaja visible para el cliente durante una semana. Para los consumidores, el atractivo está en una reducción directa del gasto, con importes fijos de 10, 20, 36 o 60 yuanes según el nivel de compra alcanzado.