



国外怎么整治“黄牛”？

当下的演出市场可以说是热火朝天。前不久，“周杰伦演唱会前黄牛集体退票”的话题冲上热搜。一时间，“‘黄牛’黄了”“支持演唱会强实名制”等评论在网络刷屏。针对营业性演出和赛事活动、热门景区景点“黄牛”倒票等突出问题，公安部“夏季行动”期间深入开展打击整治“黄牛”倒票专项工作，各地共排查网络倒票线索 1.9 万条，抓获违法犯罪嫌疑人 900 余人，查获各类门票 1.2 万张。在欧美成熟的演出市场，黄牛倒票问题同样引起了广泛关注。国外是如何对待黄牛的呢？他们采取了哪些措施来打击黄牛？

美国：国税局出新规整治“黄牛”

美国是一个拥有丰富多彩文化活动和庞大消费市场的国家，在音乐、体育、演出等领域，“黄牛”也是一个普遍存在的问题。美国对待“黄牛”的做法主要有以下几点：其一，通过立法来规范二手票务市场。美国各州对于“黄牛”行为有不同的法律规定，有些州将其视为轻罪或者违规行为，并处以罚金或者监禁。在联邦层面，美国国会于 2016 年通过了《禁止机器人抢单法案》，该法案禁止使用机器人或者软件来批量购买门票，并将此行为定为刑事犯罪。此外，美国还有一些专门针对二手票务市场的法律或者条例，例如《真实在线票务法案》《明星法案》等。

其二，通过技术手段来防止“黄牛”抢单。美国一些活动主办方或者售票平台采用了一些技术手段来阻止或者限制“黄牛”抢单，例如使用验证码、实名制、限购制、动态定价、电子票等，这些技术手段可以提高

“黄牛”的成本和风险，也可以增加对消费者的信息透明度和保护。

其三，通过市场来调节供需。美国一些活动主办方或者售票平台也认识到了二手票务市场的存在和作用，他们不是完全禁止或者打击“黄牛”，而是尝试与之合作或者竞争，例如通过官方渠道或者合作平台提供二手票务服务，或者通过调整价格或者增加场次来满足消费者的需求。这些市场手段可以利用市场机制来平衡供需，也可以促进演出市场的活跃和发展。

此外，美国国税局正在瞄准今年红火的演出市场，无论是演唱会还是足球比赛，“黄牛”或者普通观众都将迎来更严格的门票转卖报税规则。新实施的一项法律规定，电子商务平台用户的收入纳税申报门槛将变为销售额 600 美元（1 美元约合人民币 7.31 元，下同），一旦用户在电商平台上的门票转卖收入超过这一数字，用户就有义务填写 1099-K（报税用文件）表格，无论

其是否赚取利润。新规定指出，只有当卖家赚到差价时才需缴纳额外税款。新规定中，转卖门票所得将被视为短期收益，很可能按照普通联邦所得税税率征收，税率在 10%—37% 之间。

去年秋天，斯威夫特的巡演预售期间，数千名用户在购买门票时迎来了平台 Ticketmaster 崩溃。随后登录的用户们发现，门票要么以极高的价格出现在转售网站上，要么消失不见。此事一度引发美国政府的干预，但公司后来归咎于灾难性的计算模型。

这一规定可能会让 2023 年购买和转让门票的各类观众感到焦躁，尤其是在今年，泰勒·斯威夫特的演唱会一度被视为带动美国消费的奇迹，梅西的转会则让国际迈阿密队比赛的门票从每张 30 美元涨到 255 美元，甚至有场关键比赛的门票最高被炒到每张 11700 美元。此前，转售门票也受到美国国税局的监督，但纳税门槛在 20000 美元以上且交易次数超过 200 笔。

日本：演出现场公开“无效座位”

日本是一个拥有浓厚演出文化和庞大粉丝群体的国家，在音乐、动漫、偶像等领域，“黄牛”也是一个严重的问题。日本对待“黄牛”的做法主要有以下几点：

其一，通过立法来禁止黄牛票转卖。日本于 2018 年通过了《禁止黄牛票转卖法》，该法案明确禁止以营利为目的转卖门票，并规定最高可处以 100 万日元（约合人民币 6.2 万元）的罚款或者一年以下的监禁。该法案还要求主办方在门票上标明“不得转卖”的字样，并采取一些措施来防止转卖，例如实名制、电子票等。

日本在 2019 年 6 月开始实施《入场券不正当转卖禁止法》法案，禁止包括为获利而以高于原价的金额专

卖门票和以非法转卖为目的的转让，违法者最高可判处罚款 100 万日元及监禁一年。也就是从法律上对倒卖票行为进行严惩，并且因为立法，在演出场所外也有了警察执法抓黄牛。

其二，通过管理来规范二手票务市场。日本对于二手票务市场有一些特殊的管理规定，例如《古物营业法》，该法规定任何从事二手物品交易的人或者机构都必须取得许可，并遵守一些信息披露和记录保存的义务。此外，日本还有一些专门针对二手票务市场的管理机构或者组织，例如日本演出协会、日本音乐产业联合会等。

其三，日本的一些演出主办方也有自己抵制“黄牛”的方式。其会通过相关技术在购票后检测到哪些票为非常规

购票，在演出场外公示“入场无效”列表，详细列出哪个座位为无效票，并在场内对应位置贴上封条，如果用户购买了这些位置的票，最终也无法进场看演出。

除此之外，日本一些主办方或者售票平台还借助于文化和道德的力量来抵制“黄牛”炒作，例如在门票上印上某位创始人的遗训、在剧场前厅张贴反对“黄牛”的标语等。这些文化手段可以提高消费者的道德意识和责任感，也可以压缩“黄牛”的市场空间。

从日本人应对“黄牛”的方式来看，虽然没能为消费者提供更优的购票体验，但堵住了“黄牛”的出路，前有立法后有“入场无效”，购买了无效票的用户或许也能提供抓出“黄牛”的线索，从而逐渐让想要从事“黄牛”职业的人越来越少。

英国：打击“黄牛”不手软

伦敦演艺市场非常发达，每天上演的歌剧、舞蹈、音乐会、话剧、演唱会等演出超过 200 场。事实上，丰富的演艺市场，也正培育起一个猖狂的网络“黄牛”票务利润高地。

按照英国法律，转手买卖各类演出门票并不犯法；但近几年网络二手高价票务市场迅速发展，开始严重损害到消费者利益。二级市场夸张的票价正让消费者们的热情持续下降。2/3 的受访者表示，在以票面价格的数倍购买了某一场演出的门票后，他们未来将减少去其他演唱会的次数。

二手票务市场的出现，最早是为了给已经订票但未发前来的观众提供一个方便退票的服务，近几年则成为一些商贩牟取暴利的平台。二手票务网的票源主要来自通过特殊软件进行扫荡式购买、雇佣人员进行购买、从一些希望通过差价获利的个人手中转买获取。由于“黄牛吃票”导致演出场馆原票价严重紧缺，一些求票心切的观众不得不咬牙购取高价票，有时搜索引擎的广告误导，也会造成一些观众在二手票务网站买了高价票而浑然不知。

2020 年 2 月，两名英国男子被警察逮捕。调查发现，从 2010 年 5 月到 2017 年 12 月，两人一共花了 1700 多万英镑（1 英镑约合人民币 8.88 元，下同）买进原价票，而转卖门票的总额高达 2600 多万英镑，一共赚了 900 万英镑。这起打击“黄牛”的案件非常典型，英国国家贸易标准局负

责区域调查和电子犯罪的负责人表示：“这个判决结果具有里程碑式的意义，它明确地说明，耍小聪明购买大量门票并以高价转卖是不可接受的、非法的以及欺诈性的行为。粉丝们购买体育比赛、音乐会和其他热门表演的门票时经常发现，官方门票在几分钟内就售罄了，然后这些票就以高得离谱的价格重新出现在二级市场网站上，这会对消费者在财务上造成重大影响。我希望这个开创性的案例能推动二级票务市场出现长期改善。”

网络二手市场已经开始侵蚀到英国的音乐产业。为了打击网络“黄牛”，英国政府公布了强化版的《消费者权益法》，并面向所有票务分销商和二手票平台提出两点指导方案。在这一点中，英国政府要求二手票务网站必须列明某张票所包含的“任何”限制条件，包括禁止转售要求。比如，如果主办方要求购票者在入场前出示身份证、信用卡和确认邮件的话，那后者必须要按要求出示这些证明。第二点改变，则是二手票务网站现在必须得为每张门票打上序列号。新法案将帮助活动组织方更好地识别和阻止门票流向二级市场，同时还允许消费者直接从主办方处了解门票的销售情况。违法的卖家或者平台也将面临高达 5000 英镑的重罚。

“黄牛”贩票的情况在文化演出市场发达的纽约、米兰、悉尼等城市和地区也正被引起广泛关注。但是在自由市场原则下，要彻底解决“黄牛泛滥”问题还有待时日。

（来源：第一财经、新华网等）



本版均为资料照片