

花钱看演唱会却被柱子遮挡

9名歌迷诉主办方要求“退一赔三” 法院判决:采取“阶梯式退票”

追星却遇柱子“添堵”
要求退一赔三

去年5月20日、21日,梁静茹世界巡回演唱会首场在上海开演。售票阶段,倪某等9名歌迷通过大麦网等销售平台购买了相关场次演唱会的门票,票价分别为699元、999元、1299元等,主办方为上海某演艺公司。

然而,倪某等人入场后却发现,舞台四角有4根柱子,导致自己位置的视线受到不同程度地遮挡,全程面对偶像都是“只闻其声不见其人”,严重影响

到演唱会的观看体验。
“在演唱会开始之前,现场布置完全是由被告方去完成的,我们根本无从知晓演唱会现场有柱子、有遮挡。如果在知道的情况之下,我们完全可以选择同等价位

的其他位置,或者选择其他城市、其他场次。”消费者表示。
事后,遭遇柱子“添堵”的倪某等人找到主办方,就座位被遮挡问题进行协商,但双方始终无法达成一致。为了维护自身权益,倪某等人诉至法院。

原告认为:“被告未提前告知其销售的座位存在视线被遮挡的严重瑕疵,对消费者存在欺诈行为,侵犯消费者选择权和知情权。”

据此,原告提出,被告应向原告承担赔偿损失的违约责任,向原告返还门票款项,并进行惩罚性赔偿,承担“退一赔三”的责任。

消费者未中途退场
合同已履行完毕

“不同意原告的全部诉讼请求!”庭审中,被告辩称,原先的舞台设计并无承重柱,演出前制作方为了提升演出效果,增加了影音设备,导致承重超出场馆吊顶安全标准,这才临时增加舞台角柱作为承重,属于常规舞台设计,是基于安全的考虑,且售票时现场搭建还没有完成,不存在故意欺瞒观众。

被告认为,原告证据不能证明其视线被遮挡,即使被遮挡,也尚未达到导致合同目的不能实现的程度。现场演出是声、光、色、舞台、表演、氛围等相结合的整体,其中氛围感尤为重要,不能因为观众视线中有一根柱子就认定被告违约。

“我们也从未在任何宣传资料中明确过舞台没有柱子或者无任何视角遮挡,演出现场的设施设备不可避免会对某些位置的观众视野造成不同程度的遮挡。”庭审中,主办方提出,本案原告既没有在现场提出异议,也没有中途退场,案涉合同已经履行完毕,原告再要求退款没有合同基础和法律依据,也不符合公平及诚信原则。”主办方认为,其不存在欺诈的故意和欺诈行为,如果一定要说有责任,最多也只是过失。

□ 记者 季张颖

“我买的是1299元的二层看台,进场的时候就觉得在我视野当中有一根大柱子,感觉有点蒙。”

“演出从来没有明确过舞台是没有柱子的,也不能确保观众的任何视角都不会受到遮挡。”“这不能作为评判主办方是否违约的标准……”

花钱买票看演唱会,到了现场却发现舞台被柱子遮挡,全程面对偶像“只闻其声不见其人”。9名消费者将演唱会主办方诉至法院,要求全额退款并“退一赔三”。

昨天上午,闵行区人民法院对该案作出一审判决:判令被告以阶梯式退票比例按单张票价420元、650元、910元的标准退还原告票款。

法院

存在过失但未构成欺诈
应承担违约责任

针对本案争议焦点,闵行法院结合双方当事人诉辩意见及在案证据,经审理后认为,主办方售卖柱子票的行为尚未构成欺诈。

本案中,从客观情况看,被告并未在任何宣传资料中作出观看无遮挡的承诺,没有故意告知虚假情况;原告购票时,座位尚未排定,现场舞台也未搭建完成,被告无法在售票时就知晓原告的座位被遮挡,原告也不可能因受被告误导而购票。

舞台搭建完成后,被告确实已经可以预见到有部分观众会受到承重柱的遮挡,但上海站为巡演的第一站,被告显然对受遮挡的程度以及观众可能的反应严重估计不足。现场虽有调换座位的预案,但安排的工作人员严重不足,无法满足实际需求,被告存在疏忽大意的过失更符合客观实际。

因此,现有证据不足以达到排除合理怀疑的证明标准,难以认定被告构成欺诈。

但同时,被告的行为属于瑕疵履行,构成违约。原告的观看视线受到承重柱的明显遮挡,已超出一般心理预期。被告虽称原告可以通过大屏幕观看表演,但大屏幕设置在舞台正面,而原告座位在舞台对角线上,观看效果欠佳。被告既没有提前主动告知原告其座位视线被遮挡,给予原告充分的知情权和选择权;也没能制定充分的预案,现场主动为原告调换座位,消除不利影响。

据此,法院认为,被告在合同履行过程中提供的服务存在明显瑕疵,构成违约,应承担违约责任。

判决主办方减价退赔
采取“阶梯式退票”

“由于观众对于演唱会的体验是多方面的,不仅在于看,还在于听、感受、互动等。因此,虽然原告在观看体验方面不能尽如人意,但不足以认定被告构成根本违约,加之原告并未提前退场,故而消费者要求主办方全额退款的请求,法院难以支持。”法院认为,鉴于演唱会已经结束,被告无法继续履行或者采取补救措施,原告可要求减少价款,即要求被告退还部分票款。

关于退款比例,法院认为,应当根据被告的瑕疵履行对观众造成的影响大小确定。具体可以结合不同票价所承载的消费者对于演唱会的期待值大小、承重柱对具体观众的遮挡程度等因素综合判定。根据一般消费者的心理,购买内场票的观众对于近距离接触并与偶像互动等的期待值更高,因而对履行瑕疵的容忍义务也就更低。因此,在退款比例上,也应结合票价,采用阶梯式的退票比例。最终,法院根据本案原告的实际

情况,判令被告按单张票价420元、650元、910元的标准退还原告。

慎用惩罚性赔偿
这一“双刃剑”

“文娱市场的火爆,让票务问题显性化,但这是一桩好事,问题的暴露恰恰有助于行业未来的规范化和健康发展。”在华东政法大学法律学院教授姚

明斌看来,此次判决结果符合预期。
“在处理服务合同纠纷时,判断的标准需要回到一般消费者群体的合同目的。”姚明斌表示,在这起案件中,消费者去演唱会现场接受演艺服务,看到偶像是其中一个目的,音乐和氛围的感受、为自己增加一次“在场”的经历和记忆,同样也是追求

的合同目的。那么,仅有一部分目的受到影响,并不意味着整个合同的目的无法实现,就不太适合解除整个合同关系,更适合依据未实现的部分减少价款并扣除。

本案中,消费者提出“退一赔三”,最终法院并未支持。“从规范目的上看,惩罚性赔偿适用的对象应该是基于主观恶意违背诚信的经营行为。结合本案来看,上海是首场演唱会,且舞台柱子是应安保审批的要求而增设,主办方在售票前尚无从知晓部分座位有柱子阻挡,虽不能否认企业在提供服务上存在瑕疵,但这与主观上明知并以同样价位去售卖的恶意还是有所不同的。”姚明斌说。

放到整个营商环境的大背景下,姚明斌认为:“误用、滥用惩罚性赔偿,会导致经营者对责任风险缺乏确定的预期,可能对企业来说不堪重负,不利于城市营商环境的构建,最终企业也可能

会通过提高价格来转嫁其服务的成本。”姚明斌认为,明晰了这一点,也有利于消费者在主张权利时有所预期。
“我们希望通过这起案件,也引起消费者、相关部门、主办方、票务方对文娱演出行业乱象的重视。”该案公益代理律师、上海申浩律师事务所律师张

玉霞表示,消费者要提升维权意识,主办方、票务方能积极作为,为消费者提供更优质服务,相关部门应重视加强监督惩处力度,规范文娱市场。

该案的宣判,也再次将演出市场行业乱象问题推入公众视野。其中,备受诟病的退票难问题首当其冲。在“七天无理由退货”的消费时代,演出行业退票为什么这么难?背后有何成因,又该如何破解?繁荣的文化演出市场,如何打好强监管的补丁?

上海法治报将推出系列报道,持续关注演出行业退票难问题。敬请期待!