

推动文娱票务市场营商环境法治化系列报道之二

退票缺乏统一标准,“行规”亟待明确



□ 记者 胡蝶飞 季张颖 见习记者 王葳然

昨天,本报推出“推动文娱票务市场营商环境法治化”系列报道。上一篇报道聚焦演出市场退票难这一投诉热点,引发社会关注与讨论。

在这一消费投诉热点背后,演出行业票务乱象有哪些?退票难的成因何在?从消费者和经营者两方的角度,各自又有何现实困境?

记者通过采访调查发现,目前,文娱票务市场虽然实行阶梯退票政策,但是各票务平台标准却不统一,且退票手续费过高,相应抬高了退票门槛。而究其根源,退票难问题的成因在于行业规则的缺失,亟待建立明确可预期的规则,实现“有规可依”。

退票规则“一刀切” 特殊原因退票难

“观看演出本来就是为了热爱和情怀买单,对于我们大多数消费者来说,好不容易抢到票,没有特殊情况是不会退票的。”一直观看演唱会的消费者徐女士告诉记者,强实名制推行后,打击“黄牛”效果显著,使得消费者买到心仪演出票的机会更多了。但与此同时,退票不便却成为“痛点”。

记者调查了解到,很多演唱会购票后马上就关闭退票通道,即使在演出前很多天提出申请、并不影响二次销售的情况下,也无法退票;有些同意退票的,手续费也过高,让一些确实无法到场的消费者不得不承担损失。

“现在各平台、主办方的规则不一,不同的演出,甚至同一个明星演唱会的不同城市都有不同的退换货规则。尤其是二次预售,基本都是‘一刀切’地不允许退换货,明明距离演出正式开始仍有一段时间,这感觉很不合理。”徐女士表示,希望可以有更合理的阶梯制退换货方式。

市民蒋女士亦有同样的感

受。蒋女士告诉记者,她是五月天演唱会的忠实消费者,因为每次都很热门,为了保证能够成功购票,她往往选择在开票时立即下单。

“如果真的遇到突发状况,已经过了平台规定的退票时间,也无法转让,就只能自认倒霉。”蒋女士认为,“一刀切”的做法伤害了真正因为特殊原因而无法到场的消费者。

对此,票务平台和主办方也表达了自己的难处。

“演出具有很强的不确定性,具有时效性、稀缺性的特点,且前期投入巨大,因此根据演出的内容、形式和销售周期的不同,会有不同的退票政策。”一位演出行业业内人士向记者坦言,退票费按照时间来收取,是为了对冲演出不确定性带来的风险;主办方执行苛刻的退票政策,则是在有意规避恶性竞争。

“目前演唱会的退票规则,如退票时间、退票费都是由演出主办方来制定,退票规则也不尽相同,甚至同一个明星在不同城市演唱会的退票规则也会不同,票务平台只能跟随主办方的退票规则。”一主流票务平台相关负责人告诉记者。

“航空、铁路等行业与演出行业一样均具有时效性、稀缺性的特性,但相较而言,从利益平衡和风险共担的角度考量,这些行业设置了更为合理的阶梯式退票规则。”对此,曾参与支持消费者起诉的检察官认为,强实名制背景,不应成为票务机构将自身风险不合理地转嫁到消费者身上的借口。

“演唱会等演出票价格较高,但退票的主动权却掌握在经营方,也就是相关的票务平台、分销的票务公司手中,消费者往往很‘被动’。”有业内人士向记者坦言。

记者调查发现,目前,现有演出行业普遍存在退票手续费高、退票政策不统一的问题。甚至同一个歌手的演唱会,不同地区退票政策也不相同。

以林俊杰演唱会为例,5月25日苏州场演唱会,退票手续费按照时间段分为4个

梯次;同样是林俊杰演唱会,6月22日哈尔滨场次,退票标准按时间分3个梯次。无条件退票、扣除门票价格30%的手续费和不支持退票。

2023年9月12日施行的《文化和旅游部 公安部关于进一步加强大型营业性演出活动规范管理促进演出市场健康有序发展的通知》(以下简称《通知》)规定:演出举办单位应当建立大型演出活动退票机制,设定合理的梯次退票收费标准,保障购票人的正当退票权利;演出举办单位应当履行告知义务,告知消费者购票、入场和退票规则。

“但目前一些平台的退票手续费为票价的30%至50%,其实已经超过《合同法》规定的30%违约金上限。”上海市政协委员、市消

保委公益律师张玉霞告诉记者,虽然《民法典》已经取消该上限规定,但根据《民法典》第585条:约定的违约金过分高于造成的损失,人民法院或者仲裁机构可以根据当事人的请求予以适当减少。

“这意味着,消费者认为手续费过高,可以依法维权要求适当减少,但从实际损失的角度来看,退票致无法再售出会造成损失,退票重售会增加一定运营成本,导致平台利益受损。”张玉霞说。

针对《通知》中“设定合理的梯次退票收费标准”,有业内人士指出:“究竟多少算合理没有一个明确的说法。”并且,目前对演唱会等出票退票的监管,也尚无明确的主管部门。

“具体的退票机制应如何建立,退票阶梯应怎样划分,都尚未统一清晰,一定程度上缺乏实际落地的可执行性。”某票务平台负责人表示。

阶梯退票政策手续费高,标准不一

演唱会外正在排队的观众

记者 徐嘉摄



行业规则缺失,亟待“有规可依”

记者获得的数据显示,2023年全年,上海市消保委共收到超过1万件演唱会相关的消费投诉。为何演唱会相关消费投诉会出现井喷式增长?在上海市消费者权益保护委员会副秘书长唐健盛看来,核心原因在于两个新变化。

“近年来,随着情绪价值类消费成为消费行业新趋势,演唱会消费也产生了新变化,由原来的相对小众转变成为更加大众化的消费领域。”唐健盛坦言,“看演唱会的人越来越多,演出市场也越来越繁荣。”

“第二个变化在于强实名

制的落地。”唐健盛告诉记者,2013年起,为避免“黄牛”倒票等违法违规问题,演唱会推行实名购票和实名入场。强实名制有效打击了“黄牛”,但也带来“退票难”的新问题:对于消费者而言,演唱会的票无法再自行转让或转赠,只能集中在平台退票这一“出口”。

在唐健盛看来,实名制是制约“黄牛”的有效做法,但实名制下的退票规则应该不同于原有的交易规则。

“原来消费者退票是有市场竞争机制的,平台上退票如果收取的手续费过高,消费者可以选择自行转售或转赠,是

有选择权的。”唐健盛说,强实名制推行之后,原来的消费惯例和市场规则都不能套用了,面临行业规则缺失的问题。“规则缺失,各种各样的市场乱象就出来了,亟待新规则的建立。”

唐健盛认为,演唱会消费领域争议多,原因就在于实名制条件下的退票规则缺失,消费者与经营者找不到利益平衡点。

互联网社交和舆论场的高度关注,造成经营者在个案妥协上越来越谨慎,因此,针对具体场景和问题的规则就非常重要了。“消保委的支持诉讼是推动规则形成的非常有用的方法。”唐健盛说。

