

□记者 章炜

近年来，多地的演出市场十分红火，不少歌手的演唱会门票几乎是开票后立即售罄。为买到票，不少歌迷将目光投向了第三方代买，没想到踩坑不断。李先生在淘宝网一家票务网店“代买”薛之谦演唱会门票，下单时确保有“第一排三张连坐”，演唱会开唱的前两天，店家却告知只有第八排的位置，失望的李先生最终取消了看演唱会的行程，双方就退款与赔偿问题等协商不成。为依法维权，李先生提起诉讼，要求店家退一赔三。上海市闵行区人民法院立案后，近日进行公开开庭审理。

“他们并非没有第一排的票，只是涨价了”

陈小姐在淘宝网开设了一家“中国票务网在线”网店。2023 年 10 月 15 日，消费者李先生通过该网店向陈小姐购买 2023 年薛之谦演唱会常州站门票（开唱时间为 2023 年 10 月 21 日）三张，选择的座位为内场第一排，时间为 19:00，价格为每张 7500 元，总价为 22500 元。

“保证能拿到票吗？”“保证有的。”“第一排也有三张连票吧？”“有的。”下单前，陈小姐通过淘宝旺旺告知李先生“第一排有三张连坐”“演唱会开始前三天出票”“保证有票”“三人能连坐”“尽量安排中间位置”“保证能拿到票”等细节信息。李先生反复确认以上信息，陈小姐均坚定承诺。得到肯定回复后，求票心切的李先生便发送了三位购票人的姓名、身份证号，并支付了票款 22500 元。

2023 年 10 月 18 日，演唱会开始前三天，李先生通过淘宝旺旺向陈小姐询问是否已经按照约定将门票快递寄出。陈小姐说，会在 2023 年 10 月 19 日中午发货。然而，到了承诺发货的当天晚上，李先生再次向陈小姐询问发货情况，陈小姐却告知，没有第一排的票，只有第八排，且没有三连座。此时距演唱会开始只有不足两天时间。

李先生表示，为了能够准时看演唱会，他订购了三张到常州的高铁票，并且预订了演唱会附近的酒店，做了充分的准备。眼看演唱会买不到第一排座位，而高铁票临期退票会产生大额手续费，因此李先生不得不把先前预订的演唱会附近的酒店退掉，临时安排了常州其他旅行项目。一行三人原定专程去常州看演唱会的行程，变成了去常州旅游。

“事实上，10 月 19 日当天，我点开付款链接，发现网店并非真的没

诉讼实录

找人代买演唱会票
第一排变第八排
要求“退一赔三”

法院：退还票款
并补偿8000元

有第一排的票，而是第一排的票面单价已经涨价到了 11500 元。是店家不愿按照我原先下单的 7500 元的价格给我发货。”李先生说。

“店主并没有按照约定在演唱会开始前三日发出全内场第一排、三人连坐的票，导致合同目的无法实现，店主的行为已经构成严重违约。”李先生认为，依据《消费者权益保护法》第五十五条之规定，网店故意告知他虚假情况，作出引人误解的宣传或者故意隐瞒真实情况，诱使他作出错误意思表示的行为。因此他要求网店承担三倍赔偿金额。

网店提供门票代购服务，曾承诺“假一罚三”

对于李先生的诉求，网店方面表示，同意全额退还门票费 22500 元，但是不同意三倍赔偿。网店辩称，首先，店主陈小姐不属于《消费者权益保护法》上的经营者；其次，网店是

代替李先生购买演唱会门票，按照当时的情况，网店是可以抢到票的。但是随着看演唱会人数增多等情况，网店无法预见该情况，在第一排没有连坐的情况下，网店曾和李先生沟通换排，为其选第五排，李先生同意，但是因为票价的原因双方未达成一致。网店从主观上没有欺骗李先生。因此，网店不存在欺诈行为，以及李先生所述的虚假承诺、做虚假宣传的情况。

网店方面还辩称，网店没有按照约定交付给李先生门票，只是合同履行存在瑕疵，不是向李先生提供假的门票，网店完全可以提供真实的门票。所以，李先生要求的三倍赔偿不符合法律规定，请求驳回诉求。

法院查明，“中国票务网在线”淘宝网为陈小姐实名认证的店铺。该店铺“买家须知”中载明：“服务承诺：本店承诺‘假一罚三’，请放心购买，演出票均支持看完演唱确认收货。诉讼中，陈小姐表示，同意在退还 22500 元票款的基础上，另补偿李先生 8000 元。

法院：未能按约提供门票，退还票款并补偿 8000 元

法院认为，依法成立的合同对合同双方均具有约束力。本案中，陈小姐在收取李先生票款后，未能按约提供相关演唱会的门票，显属不当，现李先生要求退还票款 22500 元，于法有据，陈小姐亦表示同意，法院予以确认。

关于李先生要求陈小姐按照票价的三倍承担赔偿责任，依据主要是陈小姐存在欺诈，且陈小姐的淘宝店铺

曾作出“假一罚三”的承诺。对此，法院认为，第一，“欺诈”是指一方当事人故意告知对方虚假情况，或者故意隐瞒真实情况，诱使对方当事人作出错误的意思表示的行为。陈小姐虽未能按约向李先生提供演唱会门票，但不能就此认定陈小姐在出售门票时存在欺诈的故意且实施了欺诈行为，故李先生主张陈小姐存在欺诈，于法无据，法院难以支持。第二，陈小姐虽在其淘宝

网店页面中承诺“假一罚三”，但其并未提供虚假的门票给李先生，李先生据此要求陈小姐承担赔偿责任，缺乏事实和法律依据，法院不予支持。

诉讼中，陈小姐自愿另行补偿李先生 8000 元，于法不悖，法院予以确认。法院判决，陈小姐于判决生效之日起十日内退还李先生门票费用 22500 元并支付补偿款 8000 元，驳回李先生其他诉讼请求。

消息树

日前，多位消费者投诉称，家中未成年人在使用喜马拉雅 APP、喜马拉雅儿童 APP 的过程中接触到涉及色情、低俗等疑似违规内容，对其身心健康产生了不良影响。近年来，我国“声音经济”产业快速发展的同时，也出现了一些市场乱象。记者了解到，以喜马拉雅为例，相关问题除了涉及平台不良导向内容外，还存在会员权益争议、课程培训虚假宣传等问题，遭到大量消费者诟病。

记者了解到，当下视频、音频等平台都将未成年人保护作为重点发力方向。但多位消费者表示，家中未成年人在喜马拉雅儿童 APP 上接触到了涉及家庭伦理、暴力、道德观等方面的不良内容。

一位消费者表示，在儿童睡前故事《豆小米上学记》二年级篇第 88 集中，“豆小米闯红灯致使老人被车撞”的情节描述严重影响未成年人的行为塑造；另有消费者表示，在超百万播放量的《同桌好朋友》第 79 集中，出现了“妈妈要是死了，东西是不是都是我的了”“妈妈不要死，你还没告诉我手机密码”等台词，疑似进行不良导向；还有消费者投诉称，在面向 6-9 岁儿童的《可笑三兄弟》专辑中，“嘴巴要缝针”“脑袋被夹真快乐”“厕所里的恶战”等章节存在涉及家庭伦理、打架及令人“生理不适”的相关内容。

而之前，更有消费者在小红书、黑猫投诉等平台称，孩子曾在喜马拉雅儿童及少儿频道，遇到关于“罂粟花”“母亲出轨”等不良内容。

专家指出，未成年人保护如今已经成为各行业关注的重点，不容一点死角，这也是家长的底线，“未成年人心智尚不成熟，极易被不良内容所影响。平台不能因为设置了所谓的青少年模式，便忽略对主平台内色情、低俗内容的监管，清朗网络环境应从一点一滴做起。”

然而，消费者无奈地告诉记者，喜马拉雅的内容监管存在很大漏洞，“大多数举报就像石沉大海。有的内容即便现在下架了，隔两天换个名字、改一点内容，照样又能光明正大大重新上架。”

（来源：消费日报）

喜马拉雅儿童APP涉违规擦边内容
『妈妈不要死，你还没告诉我手机密码』等台词疑似有不良导向