

演唱会门票不退不换,是否合理?



演出票不退不换没有道理

■ 老鹰

疫情实施“乙类乙管”后,国内演出市场恢复了活力。在正常情况下,消费者抢到一张热门演出票不容易,不会主动去退票或者换票。但遇到某些特殊情况,如果演出票不能退掉或换掉就会带来浪费,对消费者而言是种损失。所以,消费者呼吁完善演出门票的退改制度。

而售票平台和主办方不支持演出票退换的原因有二:一方面,退换票增加了二次销售成本,如果来不及二次销售,或者二次难以售出,就有经济损失。加之主办方演出前垫资较多,就不愿承担二次销售成本和风险;另一方面,以防“黄牛”为借口,即退换票会助长“黄牛”倒票。

不可否认的是,某些“黄牛”通过倒卖演出票获取暴利,临近演出时间如果没有售完,就希望售票方或主办方能退掉门票以减少损失。于是,售票方将防“黄牛”作为演出票不退不换的重要理由。不过,这种理由说服力不足,从法律、市场等角度分析都不能成立。

根据民法典、消费者权益保护法、售票方等“不支持退换票”的做法,是一种免除或者减轻自身责任、加重消费者责任、限制消费者权利的格式条款或者“霸王条款”,消费者有权依法要求退换票。而售票方、主办方为“不支持退换票”给出的理由,也缺乏充分的法律依据。

从市场角度看,同处于文化市场的电影院,很多已经支持消费者退票。这就体现出一种市场意识。好的电影和影院服务,是不担心消费者退票的;相反,支持退换票更能赢得消费者的认可。

应该说,演出市场有关方面既可以做防“黄牛”,也可以做到支持退换票让相关消费者满意。从这个角度来说,防“黄牛”不是演出票不退不换的真正理由,而控制售票成本并多卖票,才是一些演出单位不支持退换票的真正原因。

对此,中消协建议,票务平台或主办方可借鉴航空、铁路等行业的成熟做法,制定阶梯式退改规则,依据退票、改签时间不同,实行阶梯化费率,基于公平原则合理制定退换票规则并向消费者公示。如果采用该建议,既能减少售票方、主办方因为退换票带来的损失,也有利于消费者。

笔者以为,在多个行业支持退换票的背景下,演出市场也应积极借鉴其他行业好的经验和做法。在电影行业,行业协会对电影票“退改签”发挥了积极推动作用。在演出行业,也需要行业协会“推一把”。另外,演艺明星也可以让自己的演唱会支持门票“退改签”,这既能彰显自信,也能赢得社会好感,实为一个一举双得的“广告”。

新闻背景:

当下演出市场火热,不仅让抢票变得不易,退票更是难上加难。近日,多位知名歌手的演唱会门票销售都采取了“强实名制”的方式。所谓“强实名制”,即消费者除了在网络购票时需提供个人信息外,入场时还要经过人脸识别、实名认证核验等多道步骤,才能看演唱会。同时,部分“强实名制”门票不支持退票,也不能转赠及转售。不少消费者讲述自己被退票折磨得心力交瘁的经历,质疑“不支持退票”的规则是否合理,呼吁完善演出门票的退改制度。

打击倒票黄牛“强实名”也需软措施

■ 孔德祺

这几天,微博上频频出现的退票公告让人有点蒙,这不都是一票难求的演唱会吗,怎么都在说退票?为了防止“黄牛”倒票,多场演唱会的主办方均明确,“实行实名制购票实名制入场,不得转赠转售”,而限时退票,是为了给那些“不熟悉购票、观演规则的观众”一定的“后悔权”。

近年来,大型演唱会开始普遍使用电子票,转赠成了“黄牛”们赚钱的法宝,加剧了“一票难求”的现象。上述背景下,近期不少演唱会打出“强实名制(人、证、脸三合一的验票方式)+不可转赠+不可退票”组合拳,在该模式下,观众购买电子票时必须提供真实姓名、身份证号码和人脸识别,以确保只有购票者本人才能进入演唱会现场。此外,票也不能转赠或转售,并且一旦购买完成,即不能退票。

不可否认,“强实名”政策有其积极的一面,一是有效减少了“黄牛”倒票的情况,让更多真正的歌迷有机会购买到门票;二是能够保障演唱会的安全,避免不法分子进入现场,从而保护观众的人身安全。

然而,这种“强实名”政策也引起了部分观众的不满和担忧。一方面,观众的权益可能会受到影响,尤其是那些因为各种原因无法前往演唱会的观众,给其购票转票增添了难度。另一方面,也并不能完全堵住“黄牛”的漏洞。一些“黄牛”团伙可能会利用虚假身份信息购买票,然后通过伪造的人脸识别或其他手段进入演唱会现场。这种情况下,观众的权益依然难以得到保障。

因此,主办方在制定对策时,应充分重视观众的意见和建议,避免过度强制。正如一些网友建议的,可以适当放宽“强实名”政策,允许观众在一定的范围内转售和赠送票。同时,可考虑提供更加灵活的退换票政策。尤其是在一些特殊情况下,例如观众临时有事不能前往演唱会的情况下,适当放宽退换票政策,让观众有一定的“后悔权”。这样可以保护观众的权益,让他们在必要的情况下有机会退换单票,减少经济上的损失。

当前演出市场仍处于复苏阶段,大多数演唱会都面临门票“秒空”的情况。推行“强实名”政策有助于挤压“黄牛”的操作空间,保障演出市场的健康发展,也是广大观众的心声。但在执行政策时,需要平衡观众权益和市场复苏的关系,采取更多的柔性措施,有效保障消费者权益,避免对观众造成不必要的困扰和损失。

观点碰撞

QUANDIANPENGZHUANG

电子治超不能重弹“以罚代管”老调

■ 林琳

5月13日,“中国‘三农’发布”(中国农业电影电视中心官方微博)发布了一则记者暗访电子治超问题的报道。视频显示,近年来,河南安阳的一些货车司机不时收到有关超限运输的罚单,有的司机两年内收到58张罚单,罚款金额总计27.5万元。这些罚单都源自“不停车称重检测”——在主干路上埋设地磅,货车经过时会被自动称重,如果因超载导致车身超重,就会被视为超限运输。这种方式也被称为电子治超。

如果货车确实存在超限拉货的情况,被有关部门依法处罚,实属正常。但不太正常的是,从记者暗访和调查来看,对有些罚单,货车司机是认的,但也有不少罚单,让他们感觉莫名其妙。第一,他们经过地磅时,并未看到路边相关屏幕上提示其车辆“涉嫌超限”;第二,有的罚单通知甚至时隔一年才收到;第三,司机拉货出场时,对超限车辆,当地执法部门并不要求卸货,而是继续“来去自由”,后续处罚单、交罚款即可。

治理货车超载超限的目的很明确,保证交通运输安全,保证驾乘人员及其他道路参与者的生命财产安全,维护道路、桥梁等公共设施的使用寿命和性能等。但从上述暗访中不难看出,当地执法部门对货车是否超限、对超限后可能带来的隐患和威胁,并不太关心,说白了,在他们看来,安全不重要,罚款才重要。这显然不是道路执法的正确姿势,背离了治超的初衷。

过去一段时间,一些地方的道路交通执法部门曾在以罚代管、靠罚款创收等情况,但随着依法行政的推进、社会治理能力和水平的提升,类似的做法逐渐“偃旗息鼓”。罚款只是手段,纠偏、整治才是目的,要严格规范公正文明执法,逐渐成为基层执法的共识和要求。

具体到治理超限超载,《交通运输部公安部关于治理车辆超限超载联合执法常态化制度化工作的实施意见(试行)》中明确,联合执法要严格执行“十不准”纪律,其中第七条就是“不准对违法超限超载车辆只罚款不卸货”。由此不难看出,上述地方的执法行为本身存在不规范问题。而且,超期送达处罚通知往往会造成当事人在不知情的情况下反复违法违规,进而被罚了又罚。这些都指向了“以罚代管”的老调重弹。

货车司机挣的是辛苦钱,他们以车为家、与路为伴。吃口热饭、洗个热水澡、睡个安稳觉,对一些司机来说可能算是奢望。但公众越来越意

打击“黄牛”和支持退票可以“两全”

■ 罗筱晓

今年以来,国内线下演出市场回暖。然而,与久违的“现场氛围感”一起到来的,还有一件让部分消费者烦恼的小事:退票难。

随着演出时间临近,有的已购票观众因各种原因无法观演,此时尴尬的情况就出现了——由于没有任何“后悔”或“回旋”机制,这些观众的门票和钞票都可能白白浪费。

受益于技术进步和机制健全,“电子票+实名制”的组合已大大压缩了“黄牛党”操纵门票市场的空间。若再打上禁止转赠和不得退票两个“补丁”,票贩子再想轻松倒卖门票更是难上加难。

不过,从实际效果来看,这种“买定离手”式售票机制也是一把双刃剑:“黄牛”的日子确实不好过了,但那些填错信息、重复购票、工作或考试与演出时间发生冲突的消费者也惨了。

就在最近,在一些消费者的努力下,先后有几位歌手的演唱会开通了退票通道,并且都是在指定时间内无条件退票退款。

在网络上,绝大部分网友对于“强实名制”表达了支持态度,由此不难看出“天下人苦‘黄牛’久矣”;但也有不少网友对严苛的门票机制的合法性提出了质疑,“火车票、机票买了都能退,演出门票为什么不能退?”“花钱买了票,怎么还不想让谁去看就让谁去看?”

堵死退票和转赠渠道,整治了“黄牛”,但消费者往往因此承担了更多风险;允许自由退票或赠票,又会给演出方增加成本和不确定性。两者之间应该如何平衡?及时优化相关制度,让各方权益、责任分明且公平,无疑是切实有效的做法。比如,有消费者提出“指定时间内无条件退票”方案是否能进一步完善?能否将退回的门票再以合适的方式卖给有需求的消费者,以满足各方的利益诉求?

曾经,春运时买火车票是挡在很多人回家路上的一大障碍,各大车站外的“黄牛”也是数不胜数。时至今日,在“强实名制”、候补、阶段性退改签等机制的助力下,火车票票贩子已少之又少。这对整治演唱会门票“黄牛”是否有借鉴意义?

长久的利益是要以优质的产品和服务为基础的。从技术层面看,打击“黄牛”和让消费者有更多选择并非不能兼顾,问题的关键恐怕在于,主办方是否愿意花更多的耐心、更多的精力和成本,来促成一个更合理机制的形成。

不能简单粗暴地解决问题,而要多一些权衡、多一些细致和周到,多一些设身处地,如此,办法才能比困难多。某种角度上说,门票也是一道门槛,能否处理好“退票”问题,或将在一定程度上影响重新火热起来的演艺市场接下来究竟能火多久。其中的得失利弊值得有关方面好好思考研究。



《新思想引领新征程》许剑辉 著 中共中央党校出版社

党的二十大是在我国迈上全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的关键时刻召开的一次十分重要的大会,在党和国家的历史上具有重大而深远的意义。本书以党的二十大精神为依据,对党的二十大精神进行了全面深入的解读。

本书内容涵盖“过去五年的工作和新时代十年的伟大变革”“开辟马克思主义中国化时代化新境界”“新时代新征程中国共产党的使命任务”“加快构建新发展格局,着力推动高质量发展”等15个方面,由相关专家学者就其所研究领域进行深度阐释,内容全面、资料翔实、观点精湛、视角客观、视野宏阔,对问题的分析透彻、全面。本书能够为读者提供更全面、更深入的深度解读,以便读者更系统、更准确地理解党的二十大精神,进而把习近平新时代中国特色社会主义思想转化为坚定理想、锤炼党性和指导实践、推动工作的强大力量。阅读本书,有助于广大党员、干部、群众深入学习贯彻党的二十大精神,读懂党的方针、政策。



《民事诉讼证据运用与实务技巧》王新平 著 法律出版社

本书分十四个专题,围绕全新民事诉讼证据规则的关键问题展开,保留了口语化的表述形式,以“讲”的写作体例,深入浅出地讲透深奥的民事诉讼证据规则,指明民事诉讼实务工作中的技巧。

本书目标着眼司法实践,侧重实务应用是本书的特色。本书并不仅仅针对民事诉讼证据,对于刑事诉讼证据和行政诉讼证据的运用也有涉及,是一本适合律师、法官、仲裁员等法律人阅读的办案参考用书,也适合对证据法有兴趣的法学专业学生以及大众读者阅读。



《作品实质性相似侵权判定》初萌 著 知识产权出版社

本书从事实与法律、局部与整体、相似与差异、行为与结果、大众与专家、共性与个性六个维度剖析既有争议,展现实质性相似问题的全貌。以此为基础,本书进一步提出体系化的版权侵权判定思路,明晰了实质性相似判定服务于作品侵权属性的判定,并提出“排除独立创作可能性—市场替代—均衡分析”三步走的实质性相似分析思路。

作品实质性相似侵权判定是版权领域的重要问题。在实践中,作品实质性相似判定通常以“方法”的面貌示人。面对作品实质性相似侵权判定实践中的“方法”之惑,本书作者提出应当跳出“方法”看“方法”,将作品实质性相似侵权判定置于版权法的理论体系和制度体系之中进行考察,探求作品实质性相似侵权判定的内在规律,力争透彻回答“是什么”“为什么”“怎么办”这些根本性问题。

用法治擦亮老年人幸福生活的底色

【话题】今年以来,一款自称获得民政部政策支持、享有高日收益的“时间银行”App吸引了不少老年人参与投资,引起了相关部门的预警。前不久,民政部发布声明明确有关“时间银行”政策文件系伪造,银保监会也发布风险提示称相关投资活动涉嫌违法犯罪。

【点评】目前,我国多部法律规定了老年人权益保护的内容,特别是作为专门法律的老年人权益保障法发挥了巨大作用,有关老龄事业的政策法规体系也在不断完善。在此次银保监会发布预警后,仍然可以搜到多家名为“时间银行”的小程序和App,可见,用“银行”取名的乱象必须予以重视,应进一步加以明确和厘清,消除命名的模糊地带,弥补监管漏洞。

老龄化带来了巨大的消费市场空间,这更需要各相关部门通力合作、综合监管,用法治擦亮老年人幸福生活的底色,进一步提升老年人的获得感、幸福感、安全感。(伍欣)

以法治手段遏制互联网广告乱象

【话题】近日,国家市场监督管理总局制定并实施《互联网广告管理办法》,对互联网广告的制作、发布、传播等行为提出了全新且更为严格的要求。

【点评】当今互联网广告无处不在,呈现出多样化、多元化、隐蔽化特征,广告形式、经营模式、投放方式层出不穷,传统经济背景下形成的监管思路与监管方式亟须作出调整。对此,办法改变了以往对互联网广告的列举式规定,以概括性、原则性的规定对互联网广告进行了界定,凡是在我国境内利用网站、网页、互联网应用程序,以文字、图片、音频、视频等形式推销商品或服务的行为,都可认定为互联网广告。这一界定从规范层面扩大了互联网广告的范畴,为互联网广告的监管留足了空间。同时,办法明确规定,互联网广告应当确保内容真实、遵守法律规定,表现形式健康、符合社会主义核心价值观等。

期待通过此次立法的实施,进一步规范互联网广告相关经营主体的行为,营造市场主体公平竞争、保护消费者合法权益的良好环境,从而为数字经济规范健康发展保驾护航。(李慈强)

W 微评 EIPING