

完善规则堵上演艺市场倒票漏洞

□ 晏文龙

2023年过半，演唱会依旧火热，一票难求仍是当前演艺市场的主基调。

以北京为例，根据大麦网信息，除一些纪念音乐会外，目前已开票的薛之谦、许巍、于文文等明星演唱会全部显示售罄。此外，据媒体报道，7月10日晚开票的林俊杰广州演唱会，猫眼平台热度突破300万，大麦想看指数超过100万。

与以往热门歌手演唱会门票开票即售罄的情况类似，林俊杰广州演唱会也是这种情况。在微博上，大批网友分享自己卡在支付页面，而刷新之后已无余票的信息。同时，也有一些网友在微博加价出票。最令人感到戏剧化的是，当歌迷刚在朋友圈吐槽门票“秒空”，立刻就有“黄牛”发圈表示，林俊杰演唱会尚有余票，欢迎预定。

这不禁让人疑惑：票，都去哪儿了？

关于演唱会门票售卖比例，目前传播最多的一个版本是，原文化部曾下发过一则通知，要求演出门票公开销售比例不得低于公安部门核准观众数量的70%。按照该通知的精神，七成门票必须面向市场，剩下三成门票则不作要求。若以体育赛事办赛的经验看，去向不明的门票既流向了赞助商，合作平台及企业，也流向了办赛审批过程中的相关各方。

而“黄牛票”究竟从哪儿来的，堪称未解之谜。有人说，是主办方、售票平台与“黄牛”勾结；有人说，是“黄牛”通过专业技术手段大量抢票；也有人说，是那不对外的三成门票在“黄牛”手里……总之，谁也不清楚“黄牛”的票从何而来，但他们就是可以用图文并茂的方式宣称自己有票。

演唱会门票成了糊涂账，对于绝大多

数抢不到票的人来说，除了在社交媒体吐槽、收票，似乎再无他法。这也导致演唱会购票形成了两个市场——一个公开售票的票务市场，一个以高出票面价格数百元、甚至数倍的“黄牛”市场。与新冠疫情前相比，今年的演艺市场有一个特点：大量的非职业“黄牛”加入其中，很多人抢票，并非为了自己看，而是想在抢到票后加价卖给“真爱粉”，这便又加剧了演唱会门票的供需紧张。

一些演出组织机构为了防止“黄牛”炒票，也想出了办法。比如，加场，通过提高供给量的方式缓解供需矛盾。再比如，要求“强实名”，购票观众进场时需要核验身份证及进行人脸识别。林俊杰广州演唱会更是想出了答题购票的方式，只有答对了与歌手相关的题目，才能获得购票资格。这种方式自然是为了筛选出真粉丝，但也引来一些争议。不过，答题购票的模

式只在“JJ20”这一专门更新林俊杰资讯的小众App中推行，其他主流购票平台的规则并未改变。除了极少数的几个明星，其他人很少会拥有自己的专属App。

在目前可供选择的几种方案中，强实名最受推崇，因为它至少能够在形式和实质上做到公平，堵上“黄牛”先搞票再倒票的漏洞。按理说，如果有听众临时有事无法到场，主办方开启退票通道收取一定比例的手续费也符合市场规则。问题在于，今年好几波明星演唱会有关“退票”的标签登上了微博热搜，这类舆情会给强实名的推广造成压力。

究竟是“黄牛”倒票，把票“砸”手里了刻意引发舆情，还是歌迷“临时有事”的情况真的比较常见？从市场反应看，强实名之所以为一些“黄牛”吐槽，为很多歌迷推崇，说明它是市场的自然选择，在一定程度上实现了相对公平。下一步，或许是尽量完善

规则，保障普通听众的权益。比如说，参照飞机退票规则，科学设置门票的退票扣除比例；试行门票改签、候补规则，很多明星演唱会不是只在一地举办，也不是只举办一天，若能允许临时改签，也不失为一种保障消费者权益的手段。

演唱会一票难求的背后，不能忽视大量歌迷被假“黄牛”诈骗财物的案例。虽然媒体报道公安机关打击抓获假“黄牛”的案件已经很多，但还有一些案件面临立案难的问题。若打击不更加有力，则是对诈骗的纵容。

一张门票，是很多歌迷的心愿，也是许多“黄牛”的商机。一个健康的市场生态，是把资源配置到最需要它的人手中，而配置过程多了一道中间商赚差价的阻碍，任由观演成本被极大拔高，最终伤害的一定是整个市场的活力以及消费者对市场的信心。

低价团购“大餐”能让消费者受益吗

□ 欧阳晨雨

近期，各网络平台上涌现出低价团购“大餐”热，这些“大餐”都有一个共同点——价格便宜，甚至出现了“100元7斤小龙虾”“1元吃甜品”“99元吃8个菜”之类的低价套餐。可问题也随之而来，消费者对于低价团购品质缩水、存在隐性消费门槛等投诉质疑频出；不少餐饮从业者则抱怨夸张的低价团购带来了恶性竞争。（《工人日报》7月11日）

低价团购本身没有问题，薄利多销也是一些商家获得消费者青睐、赢得市场空间的常用手段。问题在于，对如今的一些低价团购“大餐”现象，恐怕还不能等闲视之。根据价格法，“经营者不得以排挤竞争对手为目的，以低于成本的价格销售商品”，只有“销售生鲜商品”“经营过期商品或者其他积压商品”“季节性降价”等若干情形方能例外。从有关报道看，低价团购“大餐”价格极其夸张，以往低价套餐常见5折、6折，现在低至3折、两折乃至1折。当低价团购之风愈演愈烈，商家为了排挤竞争对手，纷纷用这一招数来抢客，市场竞争秩序也会被严重扰乱，如此乱象，绝非社会和消费者之福。

在低价团购“大餐”的风潮之中，有的商家固然会咬牙支撑，即便赔了老本也要“卷”，有的则会暗中降低商品服务的质量。翻看媒体报道，有的消费者便反映，一些团购的“爆款”餐厅上菜慢、份量少、质量差，服务严重缩水，如此做法与公平交易的市场法则相距甚远，也突破了法律的底线。

不仅如此，在反不正当竞争法中，明确“经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者”。在消费者权益保护法中，也有类似的要求。再看那些名不副实的低价团购“大餐”，有的消费者“冲着图片上的店面环境去的，去了之后发现完全不是图片上的店，而是另外一家店”，如此种种“挂羊头卖狗肉”之举，打着合法经营的旗号，实则蒙骗拐骗，肆意侵害消费者权益，哪里还有一点对法律的敬畏之心。

低价团购“大餐”，并不是法外之地。不能把违反市场法则，触碰法律红线的不法经营之道，视为寻常的市场竞争手段。市场监督管理部门应当介入，对虚假宣传、不正当竞争和价格违法行为开展调查，依法严肃查处，有力保障消费者合法权益。广大消费者也应擦亮眼睛，避免跳进不法商家布设的陷阱。

高温之下 导游和游客都需要“清凉”

□ 王军荣

7月2日，北京一名地接导游在颐和园带团游览时因中暑送医，经抢救无效而离世。北京市旅游行业协会发声，呼吁游客和从业人员关注自己的身体状况。《北京日报》记者跟踪采访了几名北京的导游，记录下他们在高温中奔忙的身影：有导游一个上午喝10瓶水，有年轻导游两个月没休息，累哭了……

天气热，旅游更热，当高温撞上旅游热，悲剧猝不及防上演。在高温天气下，导游为了给游客带来更好的体验，往往忍耐着酷暑和极度的疲乏，照顾着游客的安全、体验和情绪。无疑，导游也需要关注和保护。

给高温下的导游送上“清凉”，旅行社大有可为。导游是旅游行业的核心人才，现在不少导游在带团之余，还要三更半夜守着电脑、手机抢门票。旅行社不仅要保障导游的防暑降温用品，还要更加合理地设计旅游线路，

避开高温时段和拥挤时段。让导游不再热哭，游客也不用受罪。

一些室内开放的博物馆、美术馆，要在提高接待能力上下功夫。比如，执行分时段入场制度，在参观路线和时长上做一些引导，还可以延长开放时间、探索实施夜间开放，尽量让游客分散开来。在景区的一些关键路段，增加一些风扇等通风设施，促进空气流通。

游客在旅游过程中，体谅导游，理解配合导游工作，做到文明旅游，这是对导游的最大支持。当然，导游也要懂得保护自己，及时补充水分，提前做好防暑药物，一旦遇到身体不适，要及时就医及时服药。珍惜自己的健康，才能更好地为游客服务。

在新冠疫情期间，一些导游转行，而当下旅游业特别兴旺，导致导游总量严重不足。有媒体报道，目前依然坚持在一线的导游大多已是70后、80后，导游后继无人的现象已经非常突出。对导游的关爱，需要全社会的共同努力，让高温下的导游带着“清凉”为游客提供服务，也让游客获得更舒适的旅游体验。

大学生兼职 别信“躺着就能赚大钱”

□ 杨朝清

暑假来了，不少大学生想着趁着假期外出勤工俭学。近日，央视新闻整理了一份大学生兼职“避坑”指南，列举了帮助诈骗分子取现、买卖电话卡和银行卡等5类暑期兼职“陷阱”。

大学生利用假期做兼职不仅充盈了“钱袋子”，也有助于丰盈精神世界。大学生兼职不仅是一种经济现象，也具有文化意义和社会意义，有助于促进大学生的社会化，加深大学生对现实世界的体认，从而重新发现和认识自己。

人的不确定性因素不断增加的风险社会，大学生兼职也需要抵制诱惑、约束欲望，从而有效地“避坑”。社会还不够充分的大学生，很容易被看上去很美好的“馅饼”所诱惑，从而掉进欲望的“陷阱”里难以自拔。

兼职大学生固然有将知识、技能转化为劳动报酬的利益诉求，却不能钻进“钱眼”里。只有在失范行为与非失范行为之间建构泾渭分明的界限，保持清醒头脑，少一些经济冲动，多一些对法律规则的敬畏，兼职大学生才能避免掉进五花八门的“坑”里。



“拦路码”

如今，扫码缴停车费十分常见，不过，便捷的缴费二维码也可能成为“拦路码”。记者发现，有的停车场需要同意隐私政策和用户协议并输入手机号和验证码登录，才能进入停车缴费页面，而需要提供的隐私数据包括个人健康数据、使用的语言等。（《中国消费者报》7月12日）

漫画：徐简

淄博烧烤降温以后如何保持文旅热度

□ 范星盛

近期，有关淄博烧烤降温的讨论见诸各媒体。《经济日报》在报道中指出：“一是客流量下降，二是一些烧烤店开始转让门面，三是网络搜索热度大不如前”，认为淄博烧烤“降温”了，也可以说是回归“常态”了。

今年春季以来，互联网对淄博旅游的火热发挥了重要助推作用，一个个打卡视频、探店直播将各地的游客吸引到淄博，也吸引了很多商户加盟淄博。“网红经济”的加持向来来去匆匆，关注度的高低起伏实属常事。淄博的文旅名片已在全国擦亮，植根地方文化特色、蕴藏着差异化的文旅资源，是淄博旅游长红常新的可为之路。

文化是一座城市的灵魂，城市旅游的推广当深耕城市历史文化，泉州、景德镇等地近年的旅游业勃兴就是其中范例。从这个层面上看，淄博在历史上确是当之无愧的都市重镇。齐都临淄的辉煌文化为淄博留下了丰富的物质文化遗产，已开放的齐故城遗址、后李春秋车

马坑遗址等都兼具学术意义和观赏价值。赵家徐姚遗址名列2022年全国十大考古发现，南马坊大墓和车马坑规模宏大、内涵丰富，展现了淄博从旧石器时代到历史时期延绵不断的文化脉络。用科技手段创新考古遗址展示方式，利用好车马遗迹、青铜器等特色文物符号，打造沉浸体验“齐文化”的文旅旅游品牌，以得天独厚的考古资源赋能城市旅游升级，是淄博文旅升级的独特路径。

民俗民风是淄博引人关注的重要内容。烧烤、菜市场旅游的火热，火的并不仅仅是美食本身，更是城市的生活味和烟火气，是人们对于闲适、温暖、舒物生活方式的向往。淄博民众的热情好客、淳朴厚道唤起了众多游客对儿时邻里关怀的难忘回忆。网红店的热度会有变动，但淄博的民俗风情会持续暖心、感人，它是淄博文化的软实力，同时是淄博文旅的硬口碑。在文化旅游的各个环节加强对民俗民风的发掘、宣传，关注对体现地方特色的非物质文化遗产遗产的活化利用，将为淄博旅游的可持续发展注入不竭动力。淄博近期对书画文化的推广和对书画市集的扶持，就是

值得点赞的创意尝试。

城市文旅的推广既当有“高峰”，亦当重“高原”。以传统经典旅游景点带动、激活区域其他文旅资源，将有效纾解大景区的超载人流，为城市区域内更多特色观光点带来生机，也为旅行者提供更多元、丰富的旅游体验。近期风靡的“城市漫步”风潮，引领年轻人从集中跟团打卡热门景区，转向走街串巷沉浸式体验城市风情，见证了城市文旅新风向的萌生。详细梳理地方文化旅游资源，以“文物游径”等方式将文化景点串珠成链，是激活区域旅游体系的崭新思路。

像淄博这样历史文化底蕴深厚的城市，可尝试打造有特色的文化遗产旅游线路。今年5月，多部门联合印发了《关于开展中国文物主题游径建设工作的通知》，鼓励各地挖掘凝练游径主题，强化文化赋能，塑造地域文化品牌，打造本土文化标识。这对于淄博这类下辖区县较多、文旅景点相对分散的旅游城市具有重要的借鉴意义。

文旅经营既要顺势而为，更应重绣花功夫，把烧烤美食的“高温”化为区域旅游的“长热”。

鼓励高中暑期开放设施不是给补课开口子

□ 王学进

7月11日，浙江省教育厅发布通知，严禁暑假期间中小学校违规组织学生补课。通知明确，对暑假期间违规补课行为坚持“零容忍”，发现一起、制止一起、查处一起。

值得注意的是，通知还提到鼓励开放学校教育教学设施。各普通高中在保障师生安全的基础上，可以适当开放学校图书馆、教室、实验室等场所让有需要的学生暑期回校自习，但不得收取任何费用；学校可以安排部分老师志愿答疑，但不得以此名义进行集中授课、变相补课。

严禁暑假违规补课的禁令年年发，这至少表明暑假补课现象依然存在，可谓屡禁不止，但从另一个侧面显示，暑假补课的社会需求确实很大。年轻人的上通水道还不多元，依然拥挤在“华山

一条道”上，唯有考上大学甚至是名牌大学，才能实现人生理想或者完成人生逆袭。这点表现在高中教学上更加突出，因为3年高中教学的最终指向仍是高考成绩。

对此，浙江省教育厅有清醒的认识，这从上述的全新提法中可见一斑。我的理解是，考虑到学生和家长的请求，鼓励学校开放教育教学设施，为学生的自习提供方便，出发点很好。如果学校愿意响应号召，开放学校教育教学设施，相信学生和家一定会欢迎：不要缴费，坐在空教室里自习还能得到老师的志愿答疑，何乐而不为？

不久前，浙江省教育厅等部门还下发读书行动方案，明确各地各校要鼓励大中小学生学习周末、假期等时光读有意义的课外“杂书”“闲书”。在教育部门鼓励开放的学校教育教学设施中，图书馆被放在最前面的位置。这其实也彰显了一种态度：学校暑期开放不

是用来补课的，而是为学生提供良好的阅读和自学环境，利用暑假时间提升综合素质。

当然，作为一项倡导，教育部门并未对学校暑期开放提出硬性要求，这项建议是否真正落地实施，不得不同学校的执行意愿。咱且从上述提法中提取几个关键词来分析一下：需要，安排，安全。

先说需要。学生肯定需要了，而且需求还很大，不少学生家庭并没有充沛的学习资源和良好的环境，而且家长暑假还要工作，把孩子放在学校自习更加放心。问题是，如果众多学生选择来校自习，学校不仅要开放教室、图书馆、实验室，可能还得考虑开放食堂和寝室（午餐和午休总要安排吧）。这个管理难度并不小。

再说安排。通知说，安排部分教师志愿答疑，如果学生提出的问题带有普遍性，教师很有可能面向全体学生答疑解惑，说着说着，就变成“授课”了。因