

## 热点事件：向“柱子票”坚决说不

### 一、热点概述

去年以来，随着演出市场不断回暖，不少演唱会门票一开票就“秒空”，火爆程度可见一斑。相比一些价格更亲民的音乐节等活动，演唱会的高票价本应带来更好的视听体验，但不时有观众吐槽自己花了上千元买到的却是“柱子票”，看歌手变成了“看柱子”。一些人多方投诉、维权艰难，甚至最终只能一纸诉状告上法庭。

通常来说，所谓“柱子票”，主要是指消费者在不知情的情况下买到的视野被遮挡、存在盲区的座位。在演出中，这类座位被现场的舞台、支柱等大型设备器械所遮挡，观众往往“只能闻其声、不能见其人”。

### 二、答题素材

#### 1. 事实（举例）论证：

(1) 围绕“柱子票”引发争议的事件频频见诸媒体报道。比如，去年5月，有观众投诉自己上千元票价的座位，视线几乎全被立柱遮挡；去年7月，又有观众发帖，称其座位在舞台屏幕延伸线上，自己完全看不到台上表演。

(2) 事实上，演出会的主办方并非对类似的遮挡现象无计可施。有网友透露，今年3月在香港举办的郑欣宜演唱会，主办方特意把舞台柱子四片视线受阻区域的座位单独封闭，不对外出售。今年8月，周杰伦2023嘉年华世界巡回演唱会呼和浩特站的主办方，则将因音控台遮挡区域视线不良的座位，以600元、500元、300元三档的特价折扣销售，并同时声明特价票购买后不退不换。由此看来，“柱子票”不是没有更好的销售方式，只是某些演唱会的主办方为了做大门票收入不愿意罢了。

#### 2. 道理论证：

一言以蔽之，演唱会的“柱子票”与正常门票不加区分地对外销售，问题显而易见，这样一来，门票的“盲盒”开启前，消费者要祈祷自己成功避雷。若运气不佳被“柱子票”砸中，其中的不公不言自明。这个时候，若每一个消费者都觉得“多一事不如少一事”，不去跟主办方较真，不去争取自己的正当权益，那主办方就会越发有恃无恐，在侵害消费者权益的路上狂飙下去。

#### 3. 开头/结尾：

(1) 演唱会本是一场歌迷和偶像的双向奔赴，却因为几根柱子“横插一脚”，破坏了这场“浪漫相约”，着实让人叹惋。正如有歌迷感慨：“相比‘黄牛票’的明枪易躲，‘柱子票’的暗箭难防更令人心累。”……

(2) 越是在充满乐观与积极信号的市场环境下，越要维护好行业秩序。向“柱子票”说不，让市场多一分公平，让消费者多一分安心，文艺演出市场才能走得更长远……

### 三、出题方向

#### (一) 你怎么看?

1. 去年以来,随着演出市场不断回暖,不少演唱会门票一开票就“秒空”,但不时有观众吐槽自己花了上千元买到的却是“柱子票”,看歌手变成了“看柱子”。一些人多方投诉、维权艰难,甚至最终只能一纸诉状告上法庭。对此,你怎么看?

◎**审题判断——你怎么看?(热点现象类)——答题结构【点题/破题-危害-原因分析-过渡-对策-总结结尾】**

#### ◎**解题思路**

##### **第一步——点题/破题:**

演唱会本是一场歌迷和偶像的双向奔赴,却因为几根柱子“横插一脚”,破坏了这场“浪漫相约”,着实让人叹惋……

##### **第二步——危害:**

其一,观感直线下降。对于歌迷而言,不远千里奔赴一场演唱会,目的就在于获得身临其境的沉浸感、体验感,以及见到偶像的“圆梦时刻”。高价买入演唱会门票,看歌手变成了“看柱子”,一坐就是两三个小时,无异于“花钱买罪受”,观感直线下降……

其二,风险系数飙升。硕大的柱子立于前,本身就存在一定风险。此前曾发生过演唱会因舞台倒塌造成人员伤亡的事故。再者,由于视线被遮挡,不少观众冲动之下可能采取攀爬护栏、站上椅子、堵在过道等方式来“弥补”观看体验,这在无形中增加了安全风险……

其三,消费维权困难。从现有案例来看,“柱子票”维权难度颇高。一方面,目前尚缺少相关法律法规和监管机制,有些主办方声称舞台不由他们搭建,直接“甩锅”;另一方面,消费者不仅要投入大量时间、精力,还要和多方纠缠责任权属问题,维权路上“有苦难言”……

##### **第三步——原因分析:**

首先,票务信息不透明。此类演唱会的购票规则通常是“盲选”座位,不支持在线选座,购票者只能通过不同档位的票价,大致判断对应的座位范围。加之从开票到舞台搭建之间往往存在时间差,对于现场情况的变化,消费者很多时候不知情,容易踩中“雷区”……

其次,“黄牛”从中作梗。热门演出的门票总是供不应求,为了提高销售利润,“黄牛”们通过各种渠道“搅浑水”,用非常规手段低价购入“柱子票”,再利用信息差倒卖赚取高额差价。一些消费者从“黄牛”那里买了票,到现场发现“踩雷”却为时已晚。而且,非官方渠道交易不受“协议”保护,最终只能自认倒霉……

再次,主办方逐利使然。有专业人士表示,一般处于立柱辐射角15度至30度之间的区域,视线就会受阻,理论上这些座位都不适宜售卖。然而部分主办方急于“回血”,不愿多投入搭建无立柱舞台,也不愿放弃“柱子票”的收入,于是就利用消费者维权的相对“弱势”而变本加厉,损害消费者权益……

##### **第四步——过渡:**

其实应当看到,演唱会的火爆得益于观众的热情,但喜爱绝不能成为放肆的理由……

##### **第五步——对策:**

第一、消弭票务“信息差”。主办方在售票时应提供详细的场馆座位图，明确标注柱子的位置，让观众在购票前了解每个座位的视线情况，从而做出明智的选择……

第二、破解销售“不合理”。有缺陷的位置，却卖正常位置的价格，这明显是不合理的。其实，解决“柱子票”问题，关键就在于是否能将保护消费者权益和提升消费体验放在第一位……

第三、解决售后“维权难”。在演出市场呈井喷式的态势下，相应的定价规则、风险处置、行业规范没能及时跟上，导致“柱子票”等侵害消费者权益的现象滋生蔓延，进而发展成行业的“灰色地带”……

#### **第六步——总结结尾：**

越是在充满乐观与积极信号的市场环境下，越要维护好行业秩序。向“柱子票”说不，让市场多一分公平，让消费者多一分安心，文艺演出市场才能走得更长远……