

演出退票，不该这么难

本报记者 王晶玥 倪嘉慧

近年来，随着演出市场持续升温，演出退票难、手续费高等问题频频引发关注。

去年8月，中国消费者协会发布的《2025年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》显示，演唱会相关投诉量持续攀升，其中涉退票诉求的比例达90%。今年上半年，黑猫投诉平台共收到娱乐票务投诉超2.3万件，其中演唱会、音乐节等线下演出项目占比近八成。

演出退票为何这么难？各方该如何协同发力完善退票机制？记者对此进行了采访。

“不支持退换”成了“拦路虎”

演出售票页面正在进行倒计时，一秒一秒逼近开票时间，上海00后女孩西西紧盯屏幕，已做好了“失败”的心理准备——如果没能抢到票，就通过翻看他人的观后感，想象演出的精彩画面。

“0时0分0秒”！点开场次、选择座位、刷新页面、再选座位……一番操作下来，西西抢到了！意外的是，帮她抢票的两个朋友也各自拿下了另外两个场次的座位。

接下来，“怕没票”的担忧，转变为“如何处理多余的票”的困扰。

或许有人好奇，为啥不能像高铁票一样，轻松退掉演出票？事实上，很多现场演出都注明“不支持退换”，像西西这样的观众，遇到此种情况只能选择自行消化困难。

来自江苏的小枊曾提前一个月购买了一张舞台剧演出票，可距开演十几天时，公司安排了出差，于是小枊向平台提出退票申请，却被告知主办方没有开启退票通道，不得已，只好在社媒平台上发布转票帖。

生活中，大多数不能退票的观众选择与小枊一样，通过二级市场出票。经常观看演出、家住北京的郭女士告诉记者，她们会自发组建以剧目、剧场、演员等为主



观众在上海梅赛德斯—奔驰文化中心观看演唱会。

风控结果由消费者埋单

通常来说，只有因不可抗力如天气原因取消或延迟演出、演员阵容出现临时变动，或观众由于健康原因无法前往，平台才会受理退票，其他情况下，退票申请几乎都会被驳回。

北京德和衡律师事务所高级合伙人、律师马丽红指出，客观来讲，这一行为确实有平台和主办方的商业与风控考量因素。

“主办方要考虑时效性沉没成本风险，场地、艺人、设备、宣发成本全部需提前预付；演出票务涉及主办方、平台、经纪、场馆多方分成。大批量退票会直接造成座位空置、成本无法回收，也会打乱已完成的资金预分流程。再者，平台佣金与售票总额挂钩，退票会降低平台

营收，同时增加售后人工审核、退款赔付的运营成本。”马丽红表示，退票机制如过于宽松，会给平台和主办方带来经营损失，因此采用严苛的退票规则是被动的风控手段。

即便如此，风险控制的结果不该由消费者埋单。泰和泰律师事务所高级合伙人、律师廖怀学认为，消费者购买演出票，本质是与主办方订立服务合同，平台单方设定“不支持退换”“一经售出、概不退换”，在法律上属于格式条款。根据民法典等法律规定，采用格式条款订立合同的，提供格式条款的一方，应遵循公平原则确定当事人之间的权利和义务，并采取合理方式提示对方注意免除或减轻其责任等与对方有重大利害关系的条款，按照消费者的要求，对该条款予以说明。换句话说，如果格式条款不合理地限制甚至剥夺了消费者的主要权利，即使进行了标注提示，也可能被认定无效。某种程度上，不能退票就是一种“霸王条款”。

“一单多票只能整单退、不可单张退”也属于格式条款。中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任郑宁指出，同一订单下的多张门票对应相互独立的演出服务，座位、观看权利互不依附，属于可分割履行的合同。在无正当理由的前提下强制捆绑退票，仍属于限制消费者法定解除权。

针对申请退票时，平台主张的“由于票品背后承载的文化服务具有时效性、稀缺性等特征，不予退票”，马丽红表示，演出票在法律上应定位为预付费服务合同凭证，而非普通商品，“消费者购买的是未来的观演服务，当该服务因消费者合理原因无法接受时，经营者无权直接没收全部预付款。”消费者只要购买了演出票，就有权利申请退票，且至少可按一定比例申请退款。

多位受访观众表示，现实中，平台不仅拒绝退款，还会搬出“需和主办方沟通”的理由，以至于观众既“问就是退不了”，又“不知钱在谁手”，因而无从维权。

郑宁认为，平台收取消费者票款，应按网络服务合同要求提供演出服务，不能以“我只代为售票”推卸应承担的法律责任。“如果平台已显著标示退票规则、清晰注明主办方信息，且消费者知情后依旧支付，那么平台虽不一定承担退票的实体责任，但仍应协助消费者维权。”

显然，一些平台了解买卖双方情况，本应搭建起消费者与主办方之间的沟通桥梁，实践中出现纠纷时却住往“置身事外”。这表明，演出票务领域存在权责不清的问题，互踢皮球，观众则成为这一问题的最大受害方。

多方共治破解退票困局

如何进一步完善退票机制，让消费者“买得放心、退得舒心”，需监管部门、主办方、票务平台、行业协会



张永文制图

等主体共同探索。

“监管部门应担负起监督执法职责，明确分工、协同发力。”马丽红建议建立跨部门联合投诉处置通道，将票务合规纳入企业信用公示体系，把纸面法规转化为常态化约束。

主办方和票务平台应厘清权责边界，进一步优化退票政策。受访专家均认为，主办方应切实承担起第一主体责任，制定公平、透明、可执行的退改签规则，不得设置“概不退换”等“霸王条款”，妥善处理消费者提出的合理退票诉求。平台方面，应尽到信息公示与提示说明义务，在购买页面显著位置完整、清晰地公示主办方信息、退票条件等，确保消费者在支付前充分知情；完善技术配套，搭建官方转赠、退票通道。

不少消费者还反馈，退票维权时常陷入AI客服循环应答、难以转接人工等困境。廖怀学指出，向消费者提供便捷有效的人工服务，是经营者应履行的义务，不得借AI客服设置沟通壁垒、逃避法定责任。

“平台应主动健全售后与争议解决机制，建立便捷畅通的投诉举报渠道，在双方发生争议时，降低消费者维权成本。”廖怀学说。

2023年9月，《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》印发，明确提出“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”，但在实际操作中，演出票务行业仍缺乏统一的退改签规范。

“行业协会应牵头制定全国统一的演出票务退改签行业标准，细化阶梯式退票，同时建立行业失信黑名单，组织从业者开展合规培训。”马丽红表示，可联合消协发布典型案例，对违规会员单位予以行业通报，并通过限制行业资源合作等方式实施联合约束。

对消费者而言，应增强风险防范意识、理性消费。郑宁提醒，消费者在下单前应仔细阅读退票规则，留存消费凭证。遇到不合理拒退、手续费畸高等问题，可向相关部门投诉。

化解退票纠纷，既是对消费者权益的保障，也是行业向精细化、规范化发展的必然选择。各方形成合力，出台统一、完善的规则，才能营造更有温度的消费环境，让演出退票不再成为观众的负担。

“今天我们来吃作业吧！”新学期伊始，一款名为“可食用课本”的糯米纸零食悄然出现在中小學生视野中。薄薄一层糯米纸被印上语文、数学、英语课本的封面，或被做成奖状、试卷的样子，几毛钱到几块钱一份。商家配上“把知识吃进肚子里”“减压神器”等营销话术，吸引不少学生购买。

这样的场景，其实一点也不新鲜。针管糖、趣蛋、音乐棒棒糖、蜡瓶糖……几乎每隔一段时间，就有一款“网红零食”在孩子们中间流行。套路如出一辙：用新奇的造型博人眼球，用低廉的价格打开市场，用“玩梗”的形式迅速传播。而风险，也一次次向校园和家庭蔓延。

风险之一，便是价值导向错误。青少年正处于价值观和行为习惯逐步形成的阶段，辨别能力有限，尤其需要外界给予关注和引导。面对学业压力和负面情绪，成年人应帮助孩子正确看待、合理调节，而不是以趣味为噱头，消解知识应有的严肃性。“吃课本、吞试卷”的娱乐化调侃，表面上是幽默和创意，实则传递出一种错误暗示：学习是需要被“消灭”的负担，而非成长进步的阶梯。长此以往，孩子可能逐渐失去对知识的敬畏，敷衍学业、逃避压力。

食品安全则是更为现实的问题。这类产品的隐患首先在于信息不透明。商品详情里通常不会标注生产厂家、许可证号、配料表等关键信息，来源不明，质量难以追溯。其次在于成分与用料。为了吸睛，它们大多造型奇特、颜色鲜艳，

对这样的『网红零食』坚决说『不』

乔彩

这意味着色素、香精等添加剂被大量使用。糯米纸上印有许多图案，一些不正规厂家还可能使用非食用甚至工业油墨，导致重金属超标，对儿童肝肾造成损害。有商家甚至宣称可用铅笔直接在糯米纸上写字，写完吃掉，但笔尖碎屑和笔杆涂层也会一并入口。此外，这类产品兼具玩耍与食用双重属性，孩子往往先拿在手里把玩，再吃到嘴里，极易引发肠胃不适。更值得警惕的是，当“吃纸”被当成一件好玩的事，孩子对“可食用”与“不可食用”的界限会逐渐模糊，一旦遇到其他看起来相似却不应入口的物品，误食风险也会上升。

治理这类问题，还需多方合力。监管部门应主动作为，加强对校园周边商铺和线上渠道的排查，明确此类产品生产标准和准入条件，对违规主体依法处罚，并公开曝光典型案例。电商平台要扛起审核责任，对面向未成年人的食品和玩具严格把关，凡信息缺失、品类与配料明显不符的商品，一律不得上架。作为责任主体，企业要守住的不仅是良心底线，更须恪守法规要求，落实产品标准，切不可一味追求流量噱头，拿青少年的身心健康换取商业利益。家长和老师也需加强引导，教会孩子读懂配料表、核验生产信息，树立风险辨别意识。

社会 杂谈

将前沿科技成果搬进中学课堂

本报记者 吕九海

“光伏发电中午发电多、用电少，怎么把富裕的电存起来？”

“电池的正负极材料太厚，怎么做薄？”

“有了这些组件，怎么组装电芯？”

这是在北京景山学校举行的“高端备课3.0”年度总结展示活动现场的一幕。课堂上，该校化学教师何轶从用电需求出发，抛出一个又一个具体问题，带领学生走过燃料电池从技术原理到材料创新，再到产业应用的完整链条。

同学们提出不同设计思路后，动力电池制造商宁德时代的研究人员通过远程视频，从产业一线角度给出解答，帮助学生更好理解化学原理在实际生产中的应用。“平时很少接触这些课本之外的知识，但老师一直鼓励我们把想法说出来”

“没想到我的思路和科学家还有点像”……聊起这节课，不少同学都觉得新鲜。

将前沿科研成果搬进课堂，是“高端备课3.0”项目的突出特点。为了让课本知识与产业一线“接轨”，何轶团队设少和企业研发人员沟通。课本上讲电池，往往是原理一突破，性能就跟着提升。“但通过交流我们发现，产业的创新是集成化的创新，电池性能提升往往是材料、工艺等许多微小改进集成的结果。”团队教师说，他们通过咨询、研讨、试讲、学生访谈等方式反复打磨，努力从产业现实中找到学生能理解、能想通的点。

话剧演绎中国人工合成结晶牛胰岛素；重走科学家青蒿素全合成之路；给细胞拍“彩色

今年全国托育服务宣传月的时间为9月1日至9月30日。托育服务如何更好守护婴幼儿健康成长？

家门口托育园让“放心托”更可及

在广东省广州市越秀区建设街，一家由社区党群服务中心现有阵地优化改造而成的街道普惠托育园里，孩子们正在老师带领下做游戏。

“以前总觉得托育机构离得远、价格高，没想到就在楼下，1个月才2000多元。”家住附近的李女士说。

在广东深圳，社区托育服务点累计建成800余个，托育服务社区覆盖率达99%；在湖南长沙，全市托位达5.34万个，普惠托位占比达91.7%……

国家卫生健康委数据显示，截至2025年底，全国共有托育机构12.6万家，托位数666万个，千人口托位数4.73个。

让更多家庭托得上、托得好

——全国托育服务宣传月看点扫描

多元供给让“安心托”更有底气

9月11日，四川省彭州市托育综合服务中心正式启用。该中心由彭州市机关幼儿园联合市妇幼保健院筹建运营，面向3岁以下婴幼儿提供普惠优质托育服务。

与一般医疗机构和婴幼儿托管机构不同，彭州市托育综合服务中心依托医院专业医疗资源和幼儿园专业教师资源，把儿童保健、健康护理融入日常托育。

从有到优，“医育结合”成为多地提升托育服务质量的重要抓手。山东济南创新推行“健康副园长”制度，选派三甲医院医务人员下沉托育机构常态化一对一指导；四川成

都从2021年开始探索建立托育机构健康管理员制度，全市备案托育机构健康管理员配备率达100%。

记者注意到，一些地方针对当地地广人稀、居住分散的实际，创新探索特色托育服务。比如，内蒙古自治区探索“固定站点兜底+精准入户指导”特色模式，统筹整合托育机构、妇幼保健等力量，开展生长发育监测、居家安全照护、科学育儿宣讲等服务。

政策礼包让“托得起”惠及更多家庭

福建厦门自2026年1月1日起接续实施乳儿班、托小班激励性奖励及租金减免政策，创新推出“爱邻护幼”公益托育体验服务，项目期内

证件照”……分会场上，来自全国各地的40位教师带来科学家成果向课堂转化的案例，带领学生走进不同的科研场景，直面现实问题，共研解决办法。据介绍，项目开展2年来，已有20余项科学家成果走进课堂，超3000名中学生参与。

“除了科研成果，我们希望展现科学家在面对可持续发展挑战及创新难题时，身上体现出的坚毅品格和家国情怀。”国家教材建设重点研究基地(中小学化学教材研究)执行主任、北京师范大学教授王磊说，“通过亲身经历，学生才能打破与创新的距离感，像科学家一样思考。”

北京景山学校教育集团党委书记李志伟表示，学校将继续联动科研机构，深度参与国家重大科研成果向中学课堂资源的转化，产出更多可推广、可复制的基础教育教学研究成果；还将依托AI通识课、“零碳教室”等载体，提升学生的科学素养和自主探索能力，保护好孩子们的奇思妙想。

服务超5万人次；江苏南京建立建设补助、运营补助、示范奖励等多维度支持机制……

南京市卫生健康委有关负责人介绍，当地对新建普惠托育机构和社区托育点给予10万元至40万元一次性补助，幼儿园开设托班按每班5万元至10万元补助，机构运营后按普惠托位每年2000元至3000元补助，并对备案机构、示范机构及优质连锁品牌实行分层分类奖励。

近年来，中国出台政策“组合拳”，推动托育服务从“有没有”向“好不好”加速转变。比如，将托育设施用地纳入划拨用地目录，明确托育机构水电气热按照居民生活类价格执行；印发《关于加强托育综合服务中心有关工作的通知》，提出各地要综合考虑当地人口规模、托育需求、经济社会发展等实际情况，建设规模适度、装备适宜、功能完善的托育综合服务中心。

(据新华社北京电 记者李恒)