



黃牛猖獗 演唱會搶票大作戰

許可晴 報導

2018/12/09

所謂的黃牛票現象是指不肖商人（即黃牛）販賣高價轉手票，以炒作票價來獲利的現象，這樣的情形在電影、演唱會、展演，或是交通票券都可能出現。

而不同於其他類型的票券，演唱會因有較特定且有限的舉辦時間及場次，票券較為稀有，所以許多演唱會的黃牛票總能開出驚人的票價，甚至順利賣出。以韓國男子團體防彈少年團即將在台舉辦的演唱會為例，今年10月開賣的票券在官方購票系統顯示「選購一空」，但在票券轉手網站中卻仍有黃牛票持續販賣中，原價7800元的票被提高至18萬元；2800元的票，最高也漲到了19萬元，價差高達數十倍。

為了讓高票價開得「合理」，黃牛會在開票的時候囤積、吸收大量票券，創造出「完售」、「秒殺」的假象，使大眾覺得這場演場會的票是搶手的、值錢的，讓黃牛之後能「合理地」哄抬票價，不少觀眾也被這樣的「秒殺假象」嚇到，深怕買不到票而轉而向黃牛購票。

定型化契約與退票規則

而黃牛敢這樣大量囤積票券，就是因為他們確信自己能夠慢慢賣，就算日後賣不掉，只需要花一點手續費便能向主辦方要求退票。以往黃牛能將手上的票券留到開演前10日，賣不掉的再一股腦退票給主辦方，造成許多表演主辦單位的困擾和損失。而今年五月，文化部修訂了《藝文表演票券定型化契約應記載及不得記載事項》，一改過去單一的規定，退票的方案增加到四種，以供表演主辦方選擇，且其中有些方案壓縮了退票的時限，希望能藉此打擊黃牛，減少主辦單位的虧損。

	退票期限	收取手續費上限
方案一	退票日期底限為票券所載演出日前 ____日（不得多於十日）。 *消費者在退票日期底限前購票，但在退票截止日後收到，抑或是至開演前仍未收到票券，皆可要求退票。	票面金額百分之十。

方案二	限買票後三日內可退票。	票面金額百分之五。
方案三	退票日期底限為票券所載演出日前 ____日（不得多於二十日）。	票面金額百分之十。
方案四	<ol style="list-style-type: none"> 1. 演出日前第三十一日前。 2. 演出日前第十一日至第三十日內。 3. 演出日前第三日至第十日內。 4. 演出當日至演出日前第二日內。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 票面金額百分之十。 2. 票面金額百分之三十。 3. 票面金額百分之五十。 4. 不予退票。

包含先前的方案，藝文表演票券定型化契約中的退票規則增加到四種。

（圖片來源 / 許可晴製）資料來源：文化部

縱使如此，退票規定的更改卻只能保障「非保證完售」的表演，使黃牛不敢任意囤積票券，但對於門票保證可以脫手的熱門表演來說，卻幾乎起不了遏阻黃牛的作用。

法律能有效制裁黃牛嗎？

《社會秩序維護法》第六十四條第二項規定「非供自用，購買運輸、遊樂票券而轉售圖利者，處三日以下拘留或新臺幣一萬八千元以下之罰鍰。」此法條是目前用以管制各類型黃牛票的法律，但其效果備受質疑。

條文中的「非供自用」總成為黃牛在最後被法官宣判無罪而平安逃脫的理由，他們只要捏造一個藉口，表明自己原先有意要觀看表演，但由於意外原因不得參與，法官都可能以「沒有足夠證據證明其為非供自用的購票」為由，裁定不開罰，而所謂的「非供自用」並沒有準確標準，只能靠法官的自由心證。

另外，條文中的懲罰能否有效遏阻黃牛票也是值得思考的問題。縱觀社群網站以及票券轉手網站上的黃牛票，開價大多是原價的倍數翻漲，最誇張的甚至能漲到10倍以上，可見區區的一萬八千元罰鍰對黃牛來說根本無傷大雅，有時候一張票的獲利就能高於罰鍰。

主辦方聯合售票方 防牛出妙招

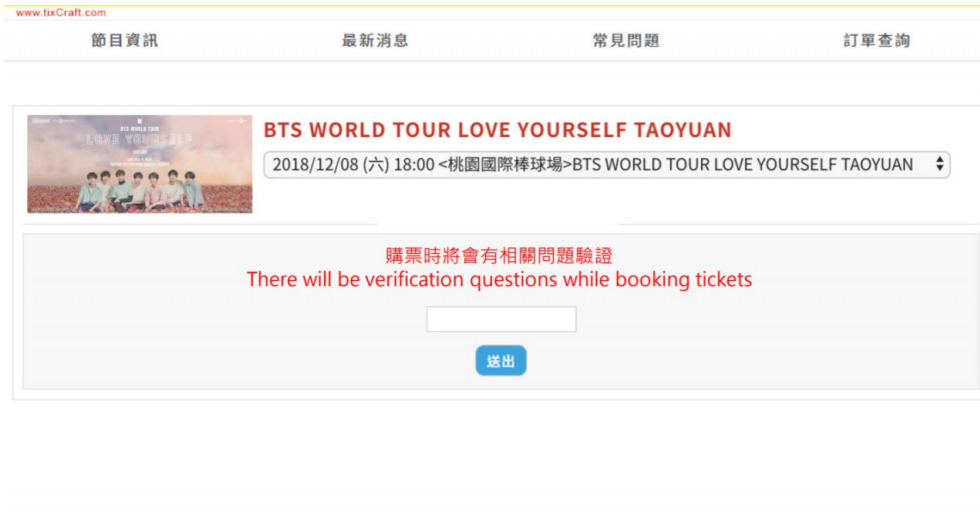
有鑑於現今的法律或規章無法有效制止黃牛，許多主辦單位及購票系統業者也藉由其他的方法來阻止黃牛肆虐。

「實名認證制」是現今最能有效防止黃牛的機制，民眾在訂購票券後必須留下個人基本資料，且當日要進場時，必須提供相關證件進行認證才得以入場，以確保購票者與入場的觀眾是同一個人。

而這樣的方式雖然能有效防止黃牛，但網路購票系統—拓元股份有限公司負責人邱光宗表示，實名認證面臨許多實務上的挑戰，像是演唱會場地外的空間及排隊的動線的限制，往往使進場前的認證檢查變得困難，另外，對於觀眾來說，要提

的動作的限制，往往造成不必要的延誤，甚至造成黃牛票的囤積，對於歌迷來說，必須前到現場進行認證的動作也會佔用不少時間。

除了「實名認證制」，另一個常見的方法便是「相關問題認證」，當消費者進入購票頁面時，必須先回答一個與歌手相關的考題，答對才得以購票，尤其是針對當紅、擁有廣大的粉絲群的偶像歌手，此方法能驗證購票者是否為粉絲，並過濾掉一些較「業餘」的黃牛。然而考題的難度一直是這個機制為人詬病的地方，如果題目太刁鑽，防到的不只是黃牛，連一般想看表演的民眾都會被阻擋在外；題目過於簡單，黃牛只要做點功課便能順利購票，也無法達到防黃牛的效果。



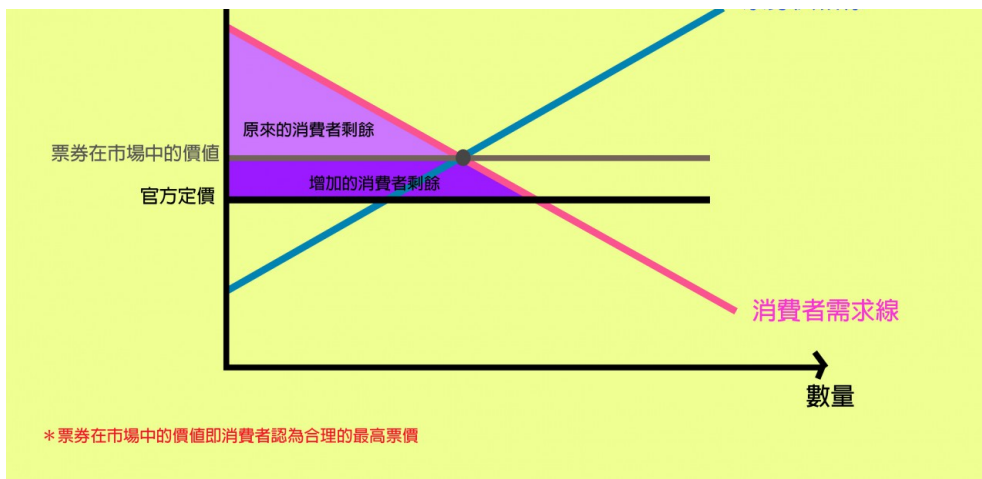
網路購票系統中的購票流程展示，提醒民眾售票當天會有問題驗證。（圖片來源 / 截圖自拓元售票系統）

換個角度看黃牛

有一說法認為，根據市場的供需法則，當票券需求大於供給，且消費者可接受的最高價格高於官方定價時，就會出現黃牛票的現象，因此黃牛票的存在只是反映出了票券的「真正價值」。

針對這樣的說法，醒吾科技大學財務金融系副教授譚經緯認為，黃牛如同現今的炒房投機客，他們並非反映出票券在市場中的真正價值，而是透過炒作讓票券價格飆升，使真正想觀看表演的民眾買不到票。就算票券在市場中的價值真的高於官方定價而形成價差，要是沒有黃牛介入，這價差也會化為另外的消費者剩餘（即消費者多賺到），增加社會的福祉。





如果沒有黃牛介入，票券在市場中的價值和官方定價間的價差將會增加消費者剩餘。(圖片來源 / 許可晴製) 資料來源：國家教育研究院

另外，搶票總要提早一段時間到定點排隊，費時又費力，或是近幾年大部分演唱會的購票方式轉為線上購票，意味著要搶到票券的關鍵變成網路的速度或是電腦設備的好壞，因此也有不少黃牛認為自己提高票價是合理的，因為他們也有耗費體力及成本來經營他們的「事業」。





有些演唱會需要至超商機台才能進行購票。(圖片來源 / 許可晴攝)

曾購買過黃牛票的廖同學就表示，當初主要是因為搶不到票，且藉由朋友引介發現有「開價較便宜的」黃牛票，才轉而購買。在與黃牛議價的過程中，對方曾說：「我這樣賣已經很便宜了，你要不要看其他人都賣多少錢？」另外又表明自己為了順利搶票還架了光纖網路，也付出不少成本，試圖合理化自己販賣黃牛票的行為。

該如何有效平定黃牛之亂至今還沒有正解，而之所以困難，是因為此議題有很大的複雜性，包含黃牛是否合理，以及如何定義黃牛，目前都仍有討論的空間，在某些情況中觀眾本身也可能身兼黃牛，且票券交易自由與黃牛票買賣的界線也是模糊不清。就因為現今制止黃牛的方法都還不夠全面，邱光宗也呼籲：「防治黃牛的關鍵就是別去買吧，只要有交易就會有黃牛存在。」只要消費者不被黃牛所營造出的市場假象欺騙而購買黃牛票，也許就能讓黃牛「玩不下去」，進而使黃牛現象漸漸消弭。

縮圖來源：許可晴重製



記者 許可晴



編輯 卓璋哲

