

遇台风意外骨折亲属生病乃至去世都无法退票 专家建议

借鉴航空铁路退票机制破解演唱会退票难

□ 本报记者 张守坤 □ 本报见习记者 王宇翔

7月17日，一则“演唱会前夕亲人离世，平台拒退门票”的消息登上热搜榜，引发网友热议。据公开报道，有陕西西安消费者投诉，他于2024年10月购买了11月3日凤凰传奇“吉祥如意”2024巡回演唱会咸阳站门票，却在演出前一日凌晨遭遇祖母离世。尽管他向某平台提交了死亡医学证明和火化证明，平台仍以“购票页已标注不支持退换”为由拒绝退款。

目前，该平台官方暂无回应。其客服表示，买票后若观演人离世，家属可提供带有盖章的死亡/火化证明、双方关系证明等能够佐证退票原因的凭证。提供凭证后是否可以成功退票，以最终反馈结果为准。

这并非孤例。演唱会门票“退票难、退票贵”的问题，近年来已成为消费者投诉的重灾区。江苏省消费者权益保护委员会此前发布的《文娱演出市场消费投诉专项问题分析报告》就曾明确指出该问题尤为突出。

演唱会退票难因何解？《法治日报》记者就此采访了相关专家。

退票难退票贵频现

记者梳理发现，演唱会退票难事件已多次发生。

消费保平台近期接到了关于“看东方·芭莎之夜”活动的集体投诉。多名消费者反映，今年6月28日活动当天遭遇高温暴雨极端天气，现场管理混乱、物资匮乏，导致部分观众出现呕吐、昏迷、抽搐等严重中暑症状，被迫提前离场。当他们要求票务平台和主办方退票时，却遭到拒绝，平台甚至要求必须出示120中暑诊断凭证。有消费者提供了现场中暑照片或医院诊断证明，但依然被以“无120记录”或“无法保证结果”等理由拒绝退款或拖延处理。

据消费保平台统计，2025年上半年主要票务平台的投诉中，大麦网以13063件高居榜首，但解决率仅为3.61%，猫眼、淘票票、票星球等平台投诉量也居高不下。在票务平台的各类投诉中，“退票问题”占比高达49.8%，远超“霸王条款”“售后服务欠缺”和“虚假宣传”等问题，成为“重灾区”。

黑猫投诉平台上，记者以“演唱会+退票”为关键词进行检索发现，截至目前，投诉已超过4.2万条。消费者反映的退票障碍五花八门：因列车停运、台风、意外骨折、家人生病等无法到场，但平台多以购票时标注的“不可退票”为由拒绝申请。即使是允许退票的情况，高额手续费或在演出前很久就关闭退票通道的规定也令消费者难以接受。

退票困境还延伸至二次开票环节。例如，某乐队成都站演唱会，其二次开票时间远在免费退票时段之后，甚至部分三开票已售罄，这意味着二次开票的消费者，退票至少需承担30%的手续费。三开票则完全丧失退票权。

江苏省消费者权益保护委员会分析指出，在强实名制下门票无法转让，购买回流票的消费者支付了同等价格，却未享受同等的退票权利。当消费者因突发情况无法观演时，平台常以“稀缺性、时效性”为由拒绝退票，加重了消费者负担。

屡遭平台拒绝退票

面对消费者合理诉求却屡遭拒绝的退票诉求，法律专家进行了深入剖析。

中央财经大学法学院教授王叶刚解释，演唱会门票合同属于服务类合同，不适用消费者权益保护法中“七天无理由退货”的规定。平台自行承诺的阶梯退费规则（如“距离演出3日前可退但需手续费”）具有约束力，但消费者要求全额退款，本质是主张解除合同。“关键在于是否构成‘不可抗力’。根据民法典，不可抗力指‘不能预见、不能避免且不能克服的客观情况’。”王叶刚认为，像“祖母离世”这样的事件，对演唱会这类具有强烈情感因素的合同而言，可能导致当事人放松、愉悦的目的无法实现，应当认定为不可抗力。消费者有权依法解除合同并要求退款，平台不得通过格式条款排除此权利。

瀛和律师事务所律师赵妍指出，民法典规定的不可抗力需满足“不可预见、不可避免、不可克服”三要件，通常指自然灾害、政府行为等具有社会性的客观事件。严格来说，“亲人身故”属于特定个体的家庭内部突发事件，不完全符合不可抗力的“普遍社会性”特征。但此类事件在人文情感层面具有强烈正当性。司法实践中，法院通常会基于公序良俗、人文道德乃至情势变更原则，支持消费者在此类情况下的退款诉求。

为何退票难退票贵现象频频出现？

首都经济贸易大学法学院副教授胡翔指出，这背后交织着法律、行业规则与监管的多重困境。法律上，演出票是否适用“七天无理由退货”例外，亲属去世是否构成不可抗力均存在争议。平台常以“票务无直接人身属性”为由拒绝适用不可抗力，消费者维权困难。行业层面，为打击“黄牛”推行的强实名制，使消费者无法自行退票止损，只能依赖平台退票。同时，平台作为主办方的代理，其收益往往与售票额挂钩，退票直接影响其利益，导致动力不足。

“监管方面，消费者投诉常陷入‘平台拒绝—监管协调—主办方推诿’的循环，监管部门缺乏强制执行力。此外，演出票务行业缺乏统一的退改签规范，规则制定权掌握在平台和主办方手中，与已建立成熟阶梯退票机制的航空、铁路等行业形成鲜明对比。消费者还面临信息不对称，平台常以‘无法联系主办方’为由拖延处理。”胡翔说。

针对平台普遍要求退票必须在“服务开始前”的规定，比如临登台前或演出开场前，胡翔认为这并不完全合理。他指出，该规定未考虑消费者可能遇到的突发状况，如临行前身体不适、观演途中生病等，缺乏灵活性，将风险全部转嫁消费者，违背了公平和诚实信用原则。

胡翔建议，对于服务开始后因特殊原因（非商家责任）退出的，平台应承担已发生的合理成本，比如场馆费、艺人报酬比例等。退还未余票者，若因商家责任，比如设备故障、演出内容违规等，导致服务无法继续，消费者应享全额退款权。

退票机制亟待优化

如何破解困局？受访专家一致认为，可借鉴航空、铁路等成熟行业的退票机制。

胡翔建议，售票平台应构建更完善的退票体系。在时间维度上，可参考铁路部门的阶梯规则：设置购票后短暂的免费“冷静期”，比如24或48小时；之后根据距离演出的天数，阶梯式收取手续费，比如7天以上扣10%至20%，3至7天扣30%至40%，3天内或不再受理，或收取50%及以上高手续费；并在演出前3天关闭线上退票通道，仅保留线下紧急处理渠道。

“对于全额退票的情形，需明确范围和严格审核标准：因突发疾病退票需提供明确标注‘不适宜观演’的医院证明；近亲属身故需提供火化证明和亲属关系公证（限定近亲属范围）；因疫情、自然灾害等公共事件无法观演的，凭政府公告即可无条件退款；因演出取消、延期或存在严重服务质量问题，如座位遮挡、宣传不符，消费者应享退款权。”胡翔说。

技术赋能也被视为提升效率的关键。

胡翔建议引入区块链等技术实现票务可追溯与合规转赠，允许消费者在演出前一定期限内30天内通过平台转售门票（平台可收取小额手续费），既减轻退票压力又抑制“黄牛”。同时，搭建智能审核系统处理证明材料，复杂案例人工复核时限设定为48小时，并建立独立申诉通道。

“监管与行业协同是保障。相关部门应将合理的退票方案纳入演出审批前置条件，并牵头制定统一的行业标准，明确手续费上限和退票截止时间。加强平台与医疗、公安系统的数据互通，可高效核验医疗证明和亲属关系，大幅缩短审核时效，提升消费者体验。”胡翔说。

王叶刚强调，平台必须尽到“显著提示”退改规则的义务，如在购票页面以加粗、弹窗等方式明确告知条件，杜绝隐藏条款。审核过程也应透明化，收到材料后尽快（如24小时内）反馈结果，若拒绝退票申请，必须详细说明理由。

安全隐患大 回收处置难 二手交易乱

无3C认证充电宝成“烫手山芋”

□ 本报记者 赵丽 □ 本报实习生 宋昕怡

近期，一场围绕充电宝的安全风暴席卷全国。罗马仕、安克创新等品牌因电芯缺陷存在自然隐患，相继宣布召回超过120万台充电宝。几乎同步，民航局发布紧急通知，明确自今年6月28日起，禁止旅客携带无CCC认证（以下简称3C认证）标识、标识不清或被召回型号的充电宝乘坐境内航班。

新规之下，一个迫切的问题摆在众多消费者面前：手中那些没有3C认证的充电宝，是否还安全？若担心其隐患，又该如何妥善处理？能否通过二手平台买卖？围绕这些问题，《法治日报》记者进行了调查采访。

处置困境 “泡盐水”方案惹争议

无3C认证充电宝的安全风险绝非毫无根据。记者在社交平台检索发现，不少用户晒出自己使用的罗马仕等品牌充电宝出现鼓包、异常发热或虚电严重（显示电量充足却无法供电）等问题。

中国民航科学技术研究院的统计数据显示，仅2025年上半年，就发生了15起旅客携带充电宝在飞机上起火冒烟的事件，数量比去年同期激增近一倍。受访专家指出，这些被召回或禁飞的产品，核心问题往往出在电芯质量缺陷上，存在极高的自然风险。

然而，当一些消费者响应召回或出于安全担忧试图退回无3C认证充电宝时，却频频在快递环节“卡壳”。

浙江杭州的王女士就遭遇了这样的困境。她购买的安克A1681型号充电宝在召回之列，品牌方寄来了防爆袋并承诺安排免费上门取件。预约当天，快递员直接以“充电宝是违禁品”为由拒收。王女士尝试联系多家快递公司，均得到同样的答复。

记者此前咨询了顺丰、申通、圆通、中通、韵达、邮政、京东七家主流快递公司，其中六家明确表示个人无法邮寄充电宝。唯一有条件接收的快递公司，也设置了严格的限制（容量≤2万毫安、无破损、非召回型号、有3C标识等）。

更令人忧心的是部分品牌提出的替代方案。有消费者被告知，若快速无法携收，可自行将充电宝浸泡盐水24小时，拍照上传后即可获得退款。

记者致电罗马仕、安克官方客服，得到的回复是：如果产品在召回范围内，且快递无法携收，消费者可以按提示自行做无害化处理，随后登记退款。

上述方案在社交平台上引发争议，主要聚焦两点：一是涉嫌环保风险——锂电池泡水后仍是危险废物，含重金属的盐水未经处理排入下水道将污染水源，应由企业通过专业渠道无害化处理；二是漠视用户安全——消费者缺乏专业知识和防护设备，操作中若发生漏电、短路甚至起火，后果不堪设想。

业内人士坦言，对于充电宝这类小型锂电池的回收处理，目前确实存在行业规范空白。

回收难题 随意丢弃隐患重重

无法邮寄，自行处理又充满风险，许多消费者手中的问题充电宝成了无处安放、“定时炸弹”。

北京航空航天大学法学院副教授王琦提醒，若将这些充电宝随意丢弃普通垃圾堆，在垃圾压缩过程中一旦外壳破裂导致内部短路，极有可能引发火灾。此外，废弃锂电池中的重金属，如铅、镉、镍等，渗入土壤和地下水，将造成严重的环境污染。

购买这些“盲盒”的消费者则反馈问题多



与此同时，当前无3C认证充电宝回收体系远未完善。

西南政法大学公法研究中心执行主任杨尚东指出，品牌方的召回往往仅限于特定型号，大量不在召回名单但同样无认证或存在隐患的产品缺乏处理渠道。社区设置的有害垃圾桶数量有限，尤其在三四线城市覆盖率低，且后续分类处理能力薄弱，专业回收机构则面临公众投放意识低、回收量少、处理成本高等问题，难以形成规模效应。

“回收效率低下的核心在于没有形成有效体系，生产者作为责任主体的回收系统建设滞后。”杨尚东说。

二手交易 安全无保障维权难

正当一些消费者为处置手中无3C认证的充电宝发愁时，二手交易平台上却悄然兴起一股“充电宝盲盒”的热潮。这些“充电宝盲盒”充满噱头：“随机2至3个”“机场安检尾货”“特殊渠道”……

记者注意到，在卖家展示的商品页，这些充电宝品牌、成色各不相同，被一个大箱子装在一起。售价远低于市场价，通常在十几元至三十元之间，甚至还有论斤售卖的，价格低至7元一斤。

一些卖家宣称货源来自机场拦截回收，保证“功能正常”，只是没有3C认证无法登机。

但记者调查发现，所谓“机场货源”疑点重重。部分机场明确否认拦截充电宝会回流市场，表示将统一销毁或移交专业机构处理。

有业内人士透露，更多卖家是趁机场将积压的劣质库存贴上“安检尾货”标签当噱头。

购买这些“盲盒”的消费者则反馈问题多

多，“全是虚电”“轻微鼓包”“充电特别慢”等评价屡见不鲜，而卖家通常标注“不接受退货”或仅模糊承诺“有质量问题补发”。当买家寻求售后时，一些卖家往往推诿搪塞，甚至直接注销账号消失。

对于此类现象，受访专家指出，自2024年8月1日起，任何以营利为目的、持续性的销售行为（包括二手平台上的商家），都必须确保所售充电宝通过3C认证并标识清晰。无3C认证的二手充电宝，禁止在平台进行经营性销售。

王琦解释，判断是否为“经营行为”，关键看是否以营利为目的、长期批量销售或具有“多库存”“七天无理由”等商业特征。个人偶尔转让自用闲置充电宝（非营利、少量）则不受此规直接禁止，但一些已被撤销认证、明确召回的特定品牌产品，二手平台已普遍禁售。消费者若从个人卖家处购买到有问题的二手充电宝，维权将异常艰难，难以适用消费者权益保护法主张惩罚性赔偿，通常只能尝试要求退货退款。

出路何在 多方合力保障安全

面对无3C认证充电宝带来的安全、处置、回收和市场监管难题，受访专家一致呼吁需要政府、企业、平台、机场等多方协同发力。

——企业须担主责。在王琦看来，生产厂商是缺陷产品召回的责任主体，应承担全部费用，主动建立便捷的多元化回收点，如依托线下门店、服务中心等，并确保无害化处理。同时优化召回流程，解决消费者退货的物流障碍，摒弃“泡盐水”等不负责任的方案。

购买这些“盲盒”的消费者则反馈问题多

隔壁是“凶宅”，要不要告诉买房人？

法院：中介未告知属于履约瑕疵

□ 本报记者 张雪泓 □ 本报通讯员 姚峰

发生过非正常死亡的房屋常被称作“凶宅”。如果隔壁房屋是“凶宅”，中介和卖方是否有义务告知买房人？

近日，北京市东城区人民法院审理了一起因隐瞒房屋交易信息引发的纠纷案。买房人在办理房屋过户手续时才知道隔壁曾发生严重的爆炸事故，事故致一人死亡，多人重伤。

法院认为，死亡地点虽然在房屋“里面”，但只要与房屋紧密相关的事实，都会严重影响买房人的心理和房屋价值，属于必须告知的重要事实。

2021年3月，王某通过中介公司介绍，购买了刘某位于东城区某小区的一套房子，并与卖家刘某、中介公司签订了房屋买卖合同和中介服务合同。王某按约付清了房款和114万余元的中介服务费。

然而，在办理过户手续时，王某意外得

知，自己所购房屋的隔壁曾在2006年发生过严重的煤气爆炸事故。事故炸穿了上下几层楼，导致一人重伤死亡，多人受伤。王某购买的这套房屋的墙壁也曾在被炸裂后修复。

王某认为，中介公司作为专业房屋买卖机构，应当知晓这一重大情况并如实告知自己。但中介却隐瞒了该信息，使其购买了一套自己并不想要的房子。交涉无果，王某先将卖家刘某和中介机构一同起诉至法院，要求赔偿。在刘某赔偿40万元后，王某撤回了起诉，并单独起诉中介机构，要求退还全部中介费14万余元并支付利息。

庭审中，双方当事人及第三人各执一词。

王某认为，中介机构长期在该小区工作，不可能不知晓房屋发生的严重事故及有人死亡的情况，其未如实告知的行为违背了合同中“如实告知、不隐瞒”的义务，给自己造成了损失，要求中介退还全部中介费并支付利息。

购买这些“盲盒”的消费者则反馈问题多

中介机构则辩称，其门店于2009年才开业。爆炸事故发生于2006年，时间久远，自身查证能力有限。曾试图向派出所、居委会、物业核实伤亡细节，因非当事人，未能获取具体情况。签订合同时，已向王某出示过爆炸事件的新闻，合同中也明确写明“刘某已告知王某隔壁443号发生过爆炸，王某已知情”。该房屋成交价较同小区同户型其他房屋便宜很多，说明王某知晓爆炸对房价的影响。刘某已赔偿40万元，应包含了中介费损失。房屋已成功过户，中介服务已完成，不应退费。合同约定房子“本身”没死过人，隔壁死人不算“凶宅”，且无证据证明所购房屋内死过人。

第三人刘某表示，其与王某的纠纷已在法院调解中以40万元一次性解决，王某此次起诉中介机构属于重复起诉，应予驳回。

法院认为，购房作为重大事项，与房屋相关的重大信息必须如实告知买家。发生过非正常死亡的“凶宅”这类情况，即便死

亡地点不在房屋“里面”，只要与房屋紧密相关的信息，都会严重影响买房人的心理和房屋价值，属于必须告知的重要事实。本案中，隔壁爆炸导致一人死亡的情况，对王某是否购买该房屋及购房价格有重大影响。中介作为专业机构，在明知房屋发生过严重爆炸的情况下，有责任进行更加仔细的核查，特别是伤亡情况。中介机构存在工作上的不足，属于履约瑕疵。

综上，法院判决中介机构退还王某部分中介费4万元，驳回王某要求退还全部中介费及利息等其他请求。

本案审理法官王亮指出，房产中介机构在提供居间服务时，应当秉承诚实信用原则，勤勉尽责。对于可能对房屋交易价格、买方购买意愿产生重大影响的信息，特别是涉及“凶宅”或与之紧密关联的重大事故、伤亡信息，应主动进行审慎核查并如实告知买方。这不仅是对合同义务的履行，更是对消费者知情权和选择权的尊重，有助于维护健康有序的房地产市场交易秩序。

漫画/李晓明