

门票秒没 “黄牛”那198元一张

清华北大参观名额被炒到398元一位 暑期“门票黄牛”乱象调查

连续三天,每天下午5点准时蹲点小程序抢票。即使“刷新的手指都要抽筋”,但依然一无所获,因为中国国家博物馆(以下简称国博)小程序一放票便秒没。

在北京读大学的李放(化名)今年暑假没回家,因为要给从老家来北京旅游的父母当“地陪”,之前攻略做了一大堆,没想到“连博物馆和景区的门都进不去”。

不久前,李放将这段经历分享至社交平台吐槽,评论区不仅有很多游客附和,还有不少“黄牛”放话——“要7月8日及以后故宫门票的跟我说”“13号及以后的速来,12号的全出了大丰收,90%出票率”“几号几位跟我说,我帮你安排”……

为了不让父母失望,李放还是“咬着后槽牙”从其中一名“黄牛”手中以198元每张的价格购入了3张国博门票,并成功带着父母刷身份证进入国博。

暑期作为文旅消费高峰期,各地知名参观地点、旅游景点的预约名额也越发紧俏。对于预约不到的一些游客来说,“来都来了”,花钱从“黄牛”手里购买本是免费的门票成为其无奈的选择。记者调查发现,这背后隐藏着庞大而缜密的产业链——有专业团队研发抢票程序;有人员负责收集游客身份信息用于预约;还有线上线下多渠道的倒票网络,分工明确、环环相扣。



(CFP)

门票难约 “黄牛”有门路

7月10日下午4点55分,记者登录国博官方预约小程序,提前输入个人信息,页面停留在目标日期的预约入口。当天下午5点整,放票时间一到,记者刷新页面,勾选好参观人,立即点击预约按钮。

点击后,页面响应明显延迟,持续显示预约失败。记者多次刷新预约页面,却只得到“当前预约人数过多,请稍后再试”的提示,其间虽短暂进入订单提交页面,却再次显示暂无余票。约2分钟后,页面加载恢复流畅,此时所有可预约时间段均显示“已约满”。

一票难求,并非个例。当下,各地景点和博物馆普遍实行实名预约制管理,然而,一些知名参观地点、旅游景点“预约难”的现状愈发突出,不少游客即使卡点抢也很难抢到。这种情况在暑期更为明显,不少“门票黄牛”嗅到了商机开始行动。

“几人拍几份,发我购票人姓名、身份证号码、日期、联系电话就可安排预约,暑假到了,我们在逐渐涨价,越早下单价越合适。”记者在某社交平台上注意到大量“黄牛”发布类似的文案。

在一名“黄牛”发来的价格单里,原本免费预约的国博门票198元一张,而像清华北大等名校的参观名额更是高达398元一位,若是一家人出来玩,单预约费很可能就要上千元。

还有“黄牛”表示,自己有内部渠道,“只要不闭馆(区),基本100%出票,官网约满了也可以帮抢”。

“所谓的内部渠道是‘黄牛’哄骗游客的话术,当前大多数景点和博物馆的放票机制是提前7天放票,即使官方小程序显示已约满,但是之后几天的放票时间点依旧会释出少量的回流票,这才是‘黄牛’约满后依旧可以帮订票的原因。”曾经从事过旅游行业的余先生向记者透露。

“黄牛”是如何抢票卖票的

“他们通常利用短视频平台以及各类社交平台引流,再转到社群等私域完成交易闭环,从而避开监管。抢票环节交由数量庞大的‘抢手’操作,从而减少被监管部门发现的可能,‘黄牛’则趁机从中赚取可观差价。”手里有多个抢票群的“黄牛”陈宁(化名)说,“黄牛”往往会在各大社交平台发布与热门景点相关的图文或短视频内容,暗示自己“有门路”“可代约”,等有人询问后,会被引导添加其为好友,再“看人下菜碟”进行报价。

“那种朋友圈比较精致、感觉比较有钱的就在正常定价的基础上报高一点,那种太磨叽的比较抠搜的就说可以给他们打折,反正是无本生意,怎么

样都有得赚。票价根据市场需求灵活调整——旺季暴涨,淡季‘打骨折’。”陈宁说。

收集到买家信息后,诸如陈宁这样的“代抢群”负责人会将订单需求发布至其组建的“抢手群”中,几十甚至上百个“抢手”同时蹲守抢票。“‘抢手’往往也是通过社交平台招募而来。有一些大学生暑假时间比较空闲,只要在社交媒体上发‘适合大学生赚点小米(零花钱),没抢到不花钱,抢到了有钱挣,纯拼手速运气’等类似文案,便会有想做‘抢手’的人主动私信,有时候一天就能招到几十个人。”

“人多比科技好使,现在管得严,用脚本代码抢票容易被检测出来并被

封号。一般‘黄牛’都会有好几个‘抢手群’,像我的话是有3个500人大群,还有一个100多人的小群。”有“代抢群”负责人向记者透露,一个500人的大群,放票的时候运气好能抢几十张,一张票的利润通常有几十元。

当记者询问抢票成功率如何时,得到的回答是——“只要‘抢手’多,基本可以达到百分之八九十,完全够用了,更何况人工抢不到,直接上科技,几乎百分百能抢到”。

据其透露,这种“隐秘”抢票科技只被少数人掌握,“这都是内部的脚本,人家根本不卖,只能找他们合作,换算下来用科技抢一张票需要支付的价格比‘抢手’的佣金高多了”。

招募“票务员”拓展业务

在今年这个暑期旺季,陈宁在向同行取经后决定“薄利多销”:碰上订单高峰期时,临时招募少数的“票务员”拓展业务。这些“票务员”负责在社交平台上联系客户出售门票。“比如那些抢不到门票的游客帖子下评论区的留言一般都是这些专职‘票务员’发的,他们联系到客户

后从我这里拿票,成本为票价+手续费。”陈宁说。

以故宫门票为例,陈宁的收入是这样计算的:“票务员”需要付给陈宁至少90元的拿票价(含门票费60元+手续费30元)。“我的赚头便在这30元‘手续费’里,支付给‘抢手’15元的抢票费后,剩余15元即

为我到手的纯利。‘票务员’愿意卖150元还是200元和我没关系,那是他们的赚头,我就是稳定收入每张15元,这是‘无本买卖’。尽管‘单张利润下来了’,但‘量上去了’,总利润不降反增。不过,过了暑期,我还是会自己联系客户引流,毕竟那时候需求量下来了。”陈宁说。

“门票黄牛”为何年年打击年年有

在中央民族大学法学院副教授田刚看来,市场需求大,自然会衍生出相关的黑灰产业链。而黑灰产业链的特征之一,就是会根据监管和防控的变化进行动态调整,不断自我更新。虽然针对“黄牛”产业链的技术监管一直在优化,但应该认识到,目前实名制仅能防控的是“黄牛”提前抢票、囤票然后对外倒卖票证的行为,而目前“黄牛”产业链的最新发展

是提供个性化的“票务服务”,即有需求的客户提前提供实名信息,由“黄牛”精准代抢各类票证的服务。此种模式下,实名制验证等身份识别技术无法有效进行防控。

“这种依靠真人突破身份认证要求的手段是网络黑灰产治理的痛点,单靠技术治理并不能完全解决这类问题。因此国家层面的监管部门要承担核心的监管协调功能,确保线上和线

下齐发力,形成对‘门票黄牛’的有力打击。”武汉大学法学院副教授敬力嘉说,遏制“门票黄牛”的治本之策在于,应当将公众获取票证的方式变得多元化,避免线上预约成为唯一的渠道。具体而言,各景点和博物馆可以根据自身情况,采用人工、系统相结合,场馆、人群分级分类等方法,制定更合理的预约规则。

(《法治日报》)