

# 大河票务网的退款困局

## 消费者:退款迟迟不到账 演出门票未出票

乐迷刘女士是各大音乐节的常客,每到“五一”“十一”这种音乐节密集开唱的时期,便是刘女士最为快乐却又忙碌的假期。然而,因特殊时期下疫情防控的需要,今年不少音乐节选择了取消,正当刘女士因无法感受现场演出而遗憾时,也因退票问题较为苦恼。

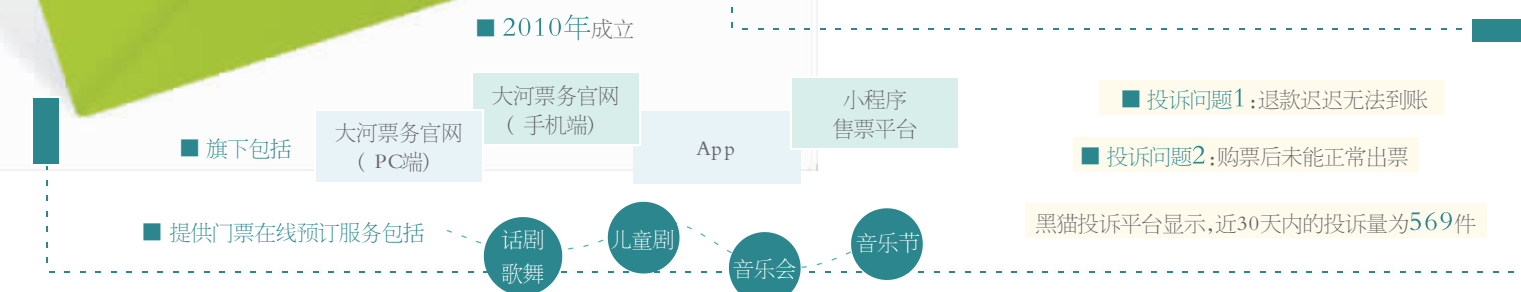
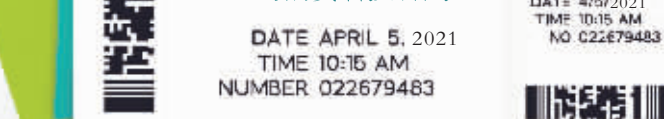
“三个月前在大河票务网上购买了草莓音乐节的门票,因疫情防控的原因,音乐节先是延期,后又取消。于是我就在平台上申请退票,但现在已经11月了,还是没有收到退款,联系客服,要不没有回应,要不就是让我再等等。”刘女士如是说。

在刘女士为退票发愁之时,消费者王先生也因同样的问题在与大河票务网不断沟通:“我是今年6月通过大河票务网购买的张韶涵南京演唱会的门票,但没想到还是遇到了演出延期,所以就打算退票。当时客服告知会原路返还至账户,但却迟迟没有收到退款”。

除了退款迟迟不到账外,还有消费者反映称,在大河票务网上购票后,一直未能正常出票,到了演出临近时,才通知没有门票;但我此前已经安排好了自己的时间与行程,临时通知让我的安排全都付之一炬”。

北京商报记者注意到,现阶段消费者已经开始在多个平台上进行投诉,除了12315、黑猫投诉等相关平台外,微博、小红书等社交平台同样也有不少消费者发帖投诉,直指大河票务网侵害了自己的权益。其中在黑猫投诉平台上,近30天内有关大河票务网的投诉量达到569件。

## 大河票务网基本情况 与消费者投诉问题



投诉量达到569件。

## 平台:已筹集数百万元退款 需要时间一一解决

为了解事件的更多情况,北京商报记者第一时间联系大河票务网方面。大河票务网相关负责人表示,去年以来不少演出延期或取消,需要退款的客户与订单量迅速增加,平台一直在为消费者处理退票,同时也与工商相关部门持续沟通,但自身确实需要时间才能解决所有问题。

“这两年演出市场受到的冲击较大,行业

内所有平台均承受着运营压力,大河票务网也不例外。为了解消费者的退票事宜,公司此前通过自筹资金、贷款等方式,筹集了数百万元,来解决消费者的退票问题,并在今年5月底将此前的退票问题全部解决。但没想到的是,6月以来,平台上出现大批购票又大批退票的情况,紧跟着疫情反复、郑州暴雨等纷纷发生,一批演出或延期或取消,退票量迅速攀升增加运营压力,平台也在为消费者尽快办理退票。”该相关负责人如是说。

公开资料显示,大河票务网是一家于2010年成立的平台,旗下有官网、App等售票渠道,而该公司的地址则是在郑州市。北京商

报记者了解到,郑州暴雨时大河票务网也受到影响,七八日均无法正常办公,后转移到一家酒店才慢慢恢复,但处理业务、与消费者和演出方沟通联系等方面难免受到影响。值得注意的是,由于当下大量投诉信息的出现,部分消费者也选择将正常进行的订单退掉,当天买当天退,甚至一个小时前买一个小时后退的情况均有,令运营压力持续增加。

该负责人表示,因疫情、不可抗力因素取消的订单,平台会为消费者完成退款,但中间有一些必走的流程,如与演出方沟通等,而购票后未能出票,则是多平台同时销售同一演出门票,因此部分演出票被抢光。大量集中退

演出的临时取消或延期的情况在当下特殊时期不时出现,这除了让人感到遗憾外,消费者与购票平台之间也因退票等问题产生纠纷。北京商报记者近日接到多位消费者的投诉称,在演出票务平台大河票务网申请退票后,迟迟等不到退款到账,还有消费者称,购买仍正常进行的演出票,却在演出临近时被告知没有票,打乱了自己的安排。这让大河票务网由此陷入了投诉漩涡。对此,记者第一时间联系到大河票务网方面,据相关负责人透露,平台一直在帮助消费者完成退款,此前也已通过自筹资金、贷款等方式筹集数百万元用于退款,但因涉及的订单量较多,确实需要时间才能解决所有消费者的问题。

报记者了解到,郑州暴雨时大河票务网也受到影响,七八日均无法正常办公,后转移到一家酒店才慢慢恢复,但处理业务、与消费者和演出方沟通联系等方面难免受到影响。值得注意的是,由于当下大量投诉信息的出现,部分消费者也选择将正常进行的订单退掉,当天买当天退,甚至一个小时前买一个小时后退的情况均有,令运营压力持续增加。

该负责人表示,因疫情、不可抗力因素取消的订单,平台会为消费者完成退款,但中间有一些必走的流程,如与演出方沟通等,而购票后未能出票,则是多平台同时销售同一演出门票,因此部分演出票被抢光。大量集中退

款的订单需要时间进行处理,一般情况下会在60个工作日为消费者完成退款。

## 专家:各方需合理维护权益 演出行业挑战仍存

近两年来,演出市场受到的冲击各方有目共睹。而特殊时期下临时变动的演出不仅让演出方承担较大的成本,售票平台也因退票等承受着压力,同时市场中也有演出方无法持续经营的情况出现。

演出行业分析师黎新宇认为,挑战是整个行业共同面对的,当演出取消或延期,消费者出于维护自身权益申请退票是正常操作方式,演出方和平台方需要做好沟通、退款等相关事宜,如中间存在突发情况,也要与各方保持沟通,信息对称,避免更大冲突的出现。

然而,当下不稳定的市场让消费者安全感降低的情况也令业内人士有所担忧。黎新宇表示,消费者看到周边的信息,会担忧自己选择的演出是否能如期进行,而当担忧到一定程度后,便会不管演出是否还处于正常状态就直接选择退票,这意味着不仅因特殊情况受到影响的演出无法按部就班地实施,正常进行的演出同样也难以获得如期的反馈,使得演出方、票务平台的压力进一步增加。

在业内人士看来,演出行业的从业者仍需做好持续面对挑战的准备,在风险把控、成本管理、优质项目运营与储备等方面打好基础,避免临时发生突发事件令自身难以承受,同时,各个环节强化沟通也必不可少,推动演出市场逐步恢复。

北京商报沸点调查小组

# 跨省游暂停 旅行社如何熬过“冬天”

在多地暂停跨省游之后,旅行社业务量又一次跌到了谷底。近日,北京商报记者从多家旅行社方面获悉,不少旅行社从业人员又一次被“放假”了:“从10月22日门店就被停业,这已经是今年第三次放假了。”一家旅行社门店的负责人何女士说道。事实上,在今年暑期和刚过去的“十一”,虽然旅游行业经历旺季,但是受到疫情影响,不少旅行社业务仍然低迷。纵观整个行业,旅行社三季报也均处于亏损状态。业内人士坦言,旅行社可以说是旅游行业中最惨的行业,由于疫情变化,很多业务无法开展,接下来的四季度也不知道情况如何,现在门店也只能调整一些业务流程、岗位,压缩开支等,大家都希望疫情早点结束,以便开展业务,快速复苏。

## 部分门店一年三次暂停营业

2021年,由于疫情的变化和点状散发,旅行社行业依旧过得并不容易。2021年我们已经暂停业务三次,年初放假两个月后,8月5日又被叫停,8月退团80人,损失重大。这不;十一才过去没几天,疫情又来了,我们不得已再次‘放假’。”何女士表示。

10月23日,首都严格进京管理联防联控协调机制第七十九次会议要求旅行社暂停跨省旅游,在途团队加强防疫管理:“从10月22日门店就被停业,这已经是今年第三次放假了。”何女士说道。

何女士的经历似乎只是旅行社行业的一个缩影。北京商报记者在走访时也发现,今年以来,一些旅行社门店门窗紧闭,于年初便贴出了招租的告示。一位从事旅行社管理的人员向记者透露,由于疫情,很多门店现在已经付不起房租了,许多门店房租到期,店长便也不再招聘员工,个别的门店也只是选择居家办公售卖一些零散产品来维持经营。

事实上,过去的三个季度,大部分旅行社一直处于持续亏损的状态。根据凯撒旅业、众信旅游等发布的前三季度财报来看,营收均

大幅下滑,且连续亏损。具体来看,众信旅游前三季度营收为4.76亿元,同比下降64.64%,净利润则亏损2.05亿元,虽然同比有所收窄,不过也依然无法扭亏。凯撒旅业前三季度营收则为7.8亿元,净利亏损2.59元,如此计算,两家“龙头”旅行社今年合计亏损达4.6亿元。这还只是旅行社行业的“冰山一角”:不少经营出境游的旅行社此前已经连续亏损7个季度了,即便是转型做国内游,情况也依然不乐观。”一位旅行社负责人坦言。

谈到疫情给传统旅行社带来的困境时,何女士表示:“当前防疫政策要求减少人员聚集,因此旅行社无法组织起规模的跟团游业务。同时,由于传统旅行社自由行产品太少,因此门店客户流失严重。四季度如何,还不知道呢”。

## 寄托周边游 自救”

连续的亏损让旅行社也不得不从周边游寻找转型商机。“旅游企业总得活下去吧。跨省游不行,我们就周边游。”旅行社从业者小刘(化名)对北京商报记者说道。

何女士在接受北京商报记者采访时也谈到,自2020年起,公司就将主要方向从出境游调整为北京一日游和国内游线路,门店从今

年5月至7月的营业额已经达到了2019年的量。2021年前三季度,一些旅行社企业更是开始将产品重点转向了对一地游的文化和旅游方面的开发。

不仅仅是何女士所在的旅行社,在业内,诸如中青旅这种大型国有旅行社,也在做着调整。近日,中青旅发布的三季度财报就指出,在疫情防控常态化及暑期疫情反复等因素影响下,跨省游、团队游等传统旅游方式持续承压,行业竞争更为激烈。面对这种情况,中青旅旅游网以城市及周边的新兴文旅体验地为核心资源打造以短途休闲放松为特点的“微旅行”。同时挖掘热门旅游线路文化内涵,打造文旅深度融合产品来提升吸引力。

而持续布局周边游,也让中青旅有了转机,今年甚至还实现了扭亏为盈。根据中青旅今年三季度财报显示,该企业前三季度营业收入为62.31亿元,同比增长34.07%;净利润约3726万元,同比实现扭亏为盈。其中,公司旗下古北水镇景区在2021年前三季度中表现不俗,受益于周边游快速恢复。2021年前三季度,古北水镇景区累计接待游客122.7万人次,实现营业收入6.09亿元,同比增长68.63%。

除调整业务外,过去聚焦出境游的旅游企业也开始在国内加速布局新的板块。根据

		第三季度	比上年同期增减	前三季度	比上年同期增减
凯撒旅业	营收	2.05亿	-31.29%	7.8亿	-34.32%
	净利润	-8935万	-18.75%	-2.58亿	-34%
众信旅游	营收	1.83亿	43.04%	4.76亿	-64.64%
	净利润	-8249万	39.47%	2.05亿	34.29%
中青旅	营收	27.1亿	29.56%	62.3亿	34.07%
	净利润	364万	-87.46%	3726万	不适用

凯撒旅业三季度财报显示,随着国内旅游市场正在稳步向好发展,国内游、配餐等核心板块的业务持续恢复。凯撒旅业也在谋求转型,旗下零售业态觅MILOUNGE2号店已于5月28日开业。由此可见,凯撒旅业也开始在餐饮板块涉足。

除了企业自身调整,在政府层面,有关部门也在尽量帮助旅行社解决困境。此前,文化与旅游部就发布《关于加强政策支持进一步支持旅行社发展的通知》,要求各地文化和旅游部门联合当地银行、金融机构抓好金融政策落实,着力纾解旅行社面临的阶段性困难。甚至还提出探索为旅行社提供融资增信、风险分担、贴息奖补、应急周转等融资配套服务。

在业内人士看来,旅行社企业如何活下去,成为当前的首要任务。

## 如何“过冬”仍是难题

寒冬将至,如何“过冬”也再次成为摆在旅行社从业者面前的一道难题。

“虽然旅行社忙着转型,可周边游业务量毕竟没有多大,现在大家都自驾出行,这些业务量对于当前持续亏损的旅行社来说可谓杯水车薪。更多的旅行社也只能是尽量压缩

开支。”一家在京旅行社的负责人杨先生(化名)谈道:“我们现在已经关闭了门店,更多的只能是等待吧。眼下,只能是希望四季度疫情赶快过去。我们能够尽快恢复些业务量。”小刘感叹道。

四季度是旅游行业的淡季,而且今年四季度也有可能持续受到疫情变化的影响,在此情况下,不少旅行社从业者甚至持悲观态度:“再这样下去,我恐怕也扛不住了。”旅行社从业者老钱说道。去与留,也成为一些旅游人员的选择题。

不过,虽然目前业务暂停,但是也有一些旅游从业者还是在以积极的心态面对:“借着这个窗口期,调整一下业务,重新培养员工,梳理销售思路。”该从业者表示,即使没有疫情,随着旅游平台、自驾游的发展,传统旅行社行业的团队项目也在受到挤压,因此,旅行社也应该考虑适时开发满足消费者需求的产品。

尚游汇文旅董事长钟晖表示,随着消费形式的变化,产品细分领域的组织结构也跟着发生变化,像研学游、老年游、自驾游也更加受到欢迎。在此情况下旅行社也需要求变。同时,一些技术也随之发生改变,未来旅行社可能需要更高效的模式。

对于未来旅行社行业的发展方向,北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云还建议,当前情况下跨省游很容易被熔断,对于很多顾客来说,依旧有度假、旅游的需求。因此在本地游方面,更需要提高质量,旅行社可以结合当地人的文化、旅游、休闲等方面的需求,提供相应的产品和服务。她认为高品质本地游是旅行社未来重要的发展方向之一。同时,吴丽云还认为,旅行社也有自己的优势,一方面是客户群的人脉优势,另一方面则是其拥有的地方资源。旅行社还可以利用它的资源进行供需对接。例如,通过贩卖土特产、特色文化用品等满足客群的生活需求,长远来看,或许可以发展出新的商机。

北京商报记者 关子辰 实习记者 张怡然