

# 谁在倒卖免费的国博门票

这个暑期,爆火的免费景区国博,开始被有心人用作盈利。

近日,有旅行社向北京商报记者反映称,在部分网络平台有“黄牛”将免费的国博门票包装成套餐高价出售,售价在60-299元/张不等,销量甚至能够达到3000+。而套餐中,为了规避敏感词下架给出的“权益”,对于消费者来说成为“鸡肋”。这个暑期庞大的旅游需求让北京地接社、真正的消费者喜中有忧,如何整治“黄牛”代抢也成为业界的首要任务。



98%  
成功率

>>部分网络平台有“黄牛”将免费的国博门票包装成套餐高价出售  
>>商家客服表示,下单后会帮忙抢门票,抢到了刷身份证入馆

售价  
60-299  
元/张(套)不等

>>包含“权益”:  
“门票+电子讲解”“门票+延庆云瀑沟景区门票(价值20元)+奶茶一杯(指定一家门店)”等套餐



享受知识、服务,确实是一个非常积极的现象。”北京市社会科学院首都文化发展研究中心副主任沈望舒提示,一般国内有名展展出时,会吸引大量游客前往,平时仅有基本陈列时,游客则相对较少,有关方面应该考虑怎样在迎合大家需求的同时,把低谷、高峰进行有益的调节。此外,北京还有不少较为冷清的博物馆,相关部门也要考虑如何很好地引导游客更多关注,使得各种各样的主题博物馆、综合博物馆、专业博物馆甚至行业博物馆八面开花,让大家有更多丰富的选择。

钟晖建议,国博等应该践行文旅高质量发展的精神,作为讲好中国故事、传播好中国声音、弘扬中华文化的主渠道,不仅要做好门票预约工作,还应该积极探索门票+创新体系,例如:推出门票+优质预约讲解服务的套餐产品满足百姓需求。此外,还可以联合相关部门,组织国博社会讲解员培训班,考核认证后上岗,以缓解高峰周期讲解员不足等矛盾。

## 倒卖前置管理

对于“黄牛”倒卖博物馆门票等行为是否违法,北京市国达律师事务所合伙人朱立新指出,根据我国相关法律法规的有关规定,“黄牛”倒卖博物馆的免费门票,属于扰乱公共管理秩序的行为,涉嫌违反治安管理处罚法。博物馆的门票本身虽然免费,但也属于该条法律规定的禁止倒卖的票证、凭证的范围,一旦被通过有偿方式进行倒卖获利,就涉嫌违法,可能遭受相应的行政处罚。

京骑文化公司联合创始人黎俊杰认为,目前旅游接待行业最大的矛盾变成了人民群众日益增长的对优质旅游资源,像博物馆等场馆参观的需求和目前预约不上的供需矛盾。造成这种矛盾的原因其实是复杂的、多样的。对于“黄牛”使用的所谓的“抢票神器”,官网应该是有可能并且有技术去进行防范的,同时也希望包括国家博物馆等在内的一些相关单位能尽快推出解决方案,让游客在北京旅游时能够留下美好的印象。

值得一提的是,针对“黄牛”代抢现象的治理举措,北京商报记者联系到国家博物馆方面,就在同一时间,国家博物馆发布了新的预约须知,其中明确,使用虚拟手机号码完成注册的相关账号将被及时清理,同时取消相关预约。  
北京商报记者 吴其芸

## 免费门票变身百元套餐

“实在是在没想到我们旅行社都要在‘黄牛’手里高价买票。”

在出团前一周的下午,北京百禾旅游有限公司运营经理衡培霞就开始安排团队开抢国家博物馆的门票。

“我们团加上导游一共47个人,安排了十几个人和我一起抢票,生怕抢不到。虽然提前做好准备了,但仍然一无所获。”

一边是根本抢不到票,一边又面对着满怀期待来北京旅游的游客,衡培霞陷入了两难的境地。“这次的团比较大,客人又非常期待国博的行程,在一筹莫展的时候,我们在电商平台发现了一个商家在出售国博门票,门票价格为100元/张。”

沿着衡培霞提供的线索,北京商报记者在电商平台搜索“国家博物馆”关键词发现,有不少所谓的旅游专营店、旅游旗舰店在出售国家博物馆门票,价格在60-299元/张不等。销量方面,有商家门票售价在99元/张的月销量为700+;售价198.8元/张的周末门票,月销更是高达3000+。

与其说是99元/张、198.8元/张,不如说是每套。北京商报记者看到,在上述高价门票中,均

包含不同的“权益”,多数为“门票+电子讲解”,此外还包括“门票+延庆云瀑沟景区门票(价值20元)+奶茶一杯(指定一家门店)”等套餐。

但上述套餐中包含的20元延庆云瀑沟景区的地理位置偏远,距离国家博物馆110公里,且游客需要在与国博门票同一天使用,驾车往返需要4个小时,而同一套餐内的奶茶不但被指定了顺义门店领取,价格也限定在了8元/杯。“即便是在北京有车的消费者,也不可能为了张20元的门票和一杯奶茶,从国博开到顺义再到延庆。”对于这样一个套餐,大多做过旅游套餐的旅行社人士直言:为了凑套餐而凑套餐。

相比之下,电子讲解权益虽然扫码可得,但却“代价极高”。

以一款配有“国博电子讲解”的套餐为例,下单后记者按照客服提示登录了讲解所在的“三毛游电子导游”App进行激活,该讲解共包含630个讲解点,且在已付款页面显示金额仅为9.9元。而在国家博物馆小程序上游客可获取免费的官方讲解。针对电子讲解与官方有何区别时,客服则表示,“没有太大区别”。

“做成套餐,主要是为了规避监管和平台筛查。”知情人士透露,平台会实时进行大数据、关键词筛查,如果商家不用低价权益做成套餐,很容易被下架。

## 98%的成功率

套餐之外,无论是旅行社还是游客,更看重门票是否“抢得到”。

为了体验真实性,北京商报记者在电商平台找到了一户商家,下单了“国家博物馆门票+景山公园门票+三毛游语音讲解”套餐。按照商家要求,下单时需要填写出行人的姓名、身份证、电话等信息。待商家次日抢到票后,便会在聊天软件中截取订单信息告知消费者,并表示“正常使用,注意入园时间,尽量提前一小时去排队”。

预约日期当天,北京商报记者在正常预约观众入口排队,成功进入国家博物馆。

在众多“代抢”商家中,曾经月销高达900多笔的商家客服人员表示,并不是下单就有票,在下单以后会去帮忙抢门票,抢到了刷身份证入馆。当北京商报记者表示“看到官网近7天已经全部约满”时,上述客服称,“还可以帮您预约,98%的成功率。毕竟旺季,库存有限”。

## “爬虫”代抢、越早越便宜

在下单体验电商平台商家上述套餐的同一时间,北京商报记者登录中国国家博物馆

官方小程序看到,门票预约为免费,且7月11日-16日的门票均已约满。

在被问及“为什么官网约满还能预约”的问题时,商家直言:“我们是专业的,有其他渠道。”有知情人士透露,“黄牛”是靠系统刷票,有专门的抢票软件可以预设参观人的姓名、身份证、电话,然后等开票时系统自动抢。“机器肯定比手快,有一些大的旅行社也用这种软件。”

高价门票不但贵,价格还在持续波动。“黄牛告诉我们参观客人名单提交得越早,费用就越低。”衡培霞说道。

北京商报记者注意到,在电商平台某商家的售票页面显示,7月9日和11日的价格为158元/张,而11日之后的票价则变为108元/张。对此,客服表示,这两天的票非常紧张,7天内的门票需要不断地抢。7天内的是同一个价格,7天后就会改为预售价。而这种现象发生在大部分出售国家博物馆门票的商家。

## 亟待建立差异门票体系

尚游汇文旅董事长钟晖表示,由于北京暑期旅游市场十分火爆,供需关系紧张导致“黄牛”滋生,从中牟利。

“原来冷冷清清的博物馆现在也变成了热门,国民愿意参观博物馆,愿意到博物馆去

## Market focus

# 卖盘风波中爆冷胜出 王思聪IG战队翻身?

2023 LPL(即英雄联盟职业联赛)夏季赛常规赛进入最后的冲刺阶段,从积分情况来看,多支战队已基本锁定季后赛席位。7月9日晚间,IG战队对阵赛前积分排名第二的JDG战队,以2-1爆冷取胜,同时终结了JDG的十一连胜。2018年英雄联盟世界赛场夺冠后一时风光无两的IG战队,在2019年获得四强后,已连续多年未杀入世界赛,而为外界熟知的S8冠军阵容已随着队员的合同到期与转会于2021年解体。赛场状态牵动着战队粉丝的心,而近日曝出即将被创始人和幕后老板王思聪出售的消息,又一次将这曾拥有超高话题度的战队推到了大众的视线内。



## 本赛季现位列第16名

赛程逐渐步入尾声,部分战队已基本锁定季后赛席位,但战队粉丝与大批电竞迷仍在期待黑马的杀出。

爆冷战胜本赛季的强者战队JDG,IG战队又一次冲上话题热搜。LPL赛事官网显示,IG战队让一追二,战胜积分榜排名第二位的JDG战队,终结了JDG战队本赛季十一连胜的同时,达成了战队在LPL的第500胜,排名LPL第三。

但从胜率等情况来看,IG战队在后续赛程中仍面临不小的压力。此场比赛前,IG在2023 LPL夏季赛积分榜排名第16位,在17支参赛战队中排名靠后,JDG战队排在第二位。赛后,两支战队的排名位次未发生变化,IG胜率为28%,4胜10负。

对于战况,社交平台呈现出不同观点。“打出了当年S8赛场的势头,也许不会在榜单和季后赛的名单中有所体现,但后位战队能战胜强队,让粉丝看到了战队的努力和决心。”IG战队多年粉丝崔林如是说。电竞赛事观众张宇则谈到,目前JDG基本锁定了后续赛事的门票,本轮比赛也许是一场新打法的练兵。

## 曾经的世界赛冠军

公开资料显示,2018年,“电竞”跻身全年十大热词,该年份还被冠以“中国电竞划时代的一年”。

国内电竞快速发展的背景下,IG战队用赛场成绩为行业的高昂势头再添一把火。在这一年中,IG战队零封战胜对手,为LPL赛区捧回了英雄联盟全球总决赛的第一个冠军奖杯,战队讨论度也迅速飞涨。

如今的IG战队境遇已与从前大有不同。公开资料显示,2018年夺冠、2019年获得四强后,IG战队已连续多年未能杀入英雄联盟世界赛赛场。2022 LPL夏季赛上,IG战队曾收获八连胜,并刷新战队当时的最高连胜纪录。

2021年底,随着曾经作为LPL打野选手获得总决赛MVP的Ning离队,为外界称道的S8冠军阵容至此全员解散。

## “被出售、将解散”屡传不止

在取得世界冠军称号,队员成长为明星选手之前,IG战队的高话题度来源于其创始人和幕后老板王思聪。

据此前报道,2011年8月,王思聪收购了当

时濒临解散的电竞俱乐部CCM,更名为IG,发力英雄联盟、DOTA等项目。

活跃在社交平台的王思聪曾与IG战队互动频繁。公开资料显示,2018 LPL夏季赛上,王思聪曾注册为电竞职业选手,作为IG战队的首发ADC出战,IG夺冠后还曾组织线上抽奖和线下活动。此外,IG战队出战的赛场上,王思聪被拍到在观众席吃热狗的图片,如今仍在网络空间流传。

但王思聪从未出现在IG战队关联公司的架构中。天眼查显示,IG战队关联公司为上海皓极信息科技有限公司,成立于2016年,法定代表人为刘明,且由其100%持股,公司主要人员名单中也曾未出现王思聪的身影。

值得注意的是,近段时间,IG战队传出即将被出售的消息。公开资料显示,有用户在某直播间留言:“IG都要卖了,还买人”,知情粉丝表示,该发言用户为王思聪。

而此类传言已不是首次传出。自2019年起,即将解散、将被高价出售的消息便不时引发讨论,但IG战队未对此作出过回应。北京商报记者也联系了IG战队方面,但截至发稿未收到回复。

游戏行业分析师卫明野指出,资本的青睐和赛场的理想成绩是电竞发展的助力,但未来的路仍存在挑战,电竞概念走红的同时,行业的变现渠道仍待探索。

北京商报记者 卢扬 韩昕媛