



文體旅局約晤主辦方研判演唱會實名門票利弊

香港文匯報訊（記者 文禮願）特區政府文化體育及旅遊局昨日回覆香港文匯報查詢時表示，租用紅磡香港體育館或啟德體育園舉辦活動的票價由活動主辦方決定。政府一直關注門票炒賣問題，會與業界和其他持份者保持溝通，積極研究應對措施，該局正在約見多個大型演唱會主辦單位，研判為演唱會推行實名制的利弊。文化體育及旅遊局局長

羅淑佩早前在立法會會議上回應議員時曾表示，政府一直關注門票炒賣，甚至假票等問題，擬研究透過立法及刑事化的方式處理。立法會議員楊永杰認同，香港具備發展演唱會經濟的優越條件，包括深厚的文化底蘊、完善的交通網絡及「一國兩制」的制度優勢。若能有效解決票務問題，香港的演唱會經濟不僅能成為本地經濟的重要支柱，更有潛力佔本地

GDP的10%，「搶一個歌星等於搶一個企業，一場演唱會的經濟效益可達數十億港元。」
議員：商業藉口拒絕 票務系統落後
不過，發展演唱會經濟的過程面臨不少挑戰，其中最嚴重的是票務系統的落後及炒賣黃牛飛的情況。他認為，售票方式遲遲未實行實名制，導致大量門票被黃牛包攬，令

真正的歌迷難以購票。「內地早已普及實名制售票，為何香港卻總以商業理由為藉口，拒絕推行？」他直言，現行票務系統實際上助長了黃牛經濟，令演唱會經濟的收益未能真正惠及本地市民及政府稅收，建議香港應參考內地實名制售票的做法，透過立法規範票務市場，杜絕黃牛炒賣。「如果政府有決心，半年內便可完成立法程序。」

演唱會門票內購七八成 各方瓜分額外收益

雌雄白手套分工牟利 包攬搶購 直播散貨

香港演唱會一票難求的背後隱藏着一條龐大的灰色利益鏈。熟悉演唱會運作的娛樂圈中人向香港文匯報透露，目前演唱會一般最多有七八成門票供內部認購，公開發售僅兩三成，加上實名制至今未強制推行，行業內出現幾個團夥鑽空子壟斷內部認購的門票牟取暴利，其中兩個響噹噹的關鍵人物是C先生與A小姐。據悉，C先生是一位與演唱會製作公司關係密切的內部代理人；A小姐則是活躍於社交平台的推銷高手，他們透過不同渠道將門票高價放售予黃牛黨及其他團夥，再與內部人員瓜分炒飛所得的數以百萬元暴利。

●香港文匯報記者 文禮願



●啟德體育園附近聚集大量黃牛。

熟悉演唱會運作人士解釋，目前大部分演唱會門票屬內部認購，以紅磡體育館為例，最多可預留八成作內部認購。而且，演唱會參與團隊眾多，除了主辦方、協辦方、贊助商等，還有形形色色的製作團隊，在行內吃得開的C先生就與這些團隊有長期的合作，能包攬大部分的內部門票。

名為派贈 實則炒貴

業內人士說：「內部認購的門票美其名是撥歸合作夥伴派贈或特殊用途，實際上是利用C先生炒貴門票，然後一齊瓜分炒飛收益。」知情人士透露，C先生在每次大型演唱會都能獨佔整體兩三成門票，與內部人員或團隊建立共生、互惠互利關係。例如，一張官方定價2,000元的門票，C先生以4,000元轉售予黃牛黨集團，賺取2,000元差價後，再與內部團隊或人員瓜分利潤，一些位置極佳的門票，差價會更大、利潤會更高，每次演唱會他們分紅逾百萬元也是閒事。

專業團隊 高效搶票

除了內部認購的門票，一些頂流歌手的門票，內部門票也搶手。C先生遂利用技術手段搶購公開售票，例如組織一支專業的搶票團隊，使用高效的搶票軟件，在門票開售的瞬間搶購大量門票，然後再轉手賣出。「這些

搶票軟件能模擬多個用戶同時搶票，速度遠超普通消費者，這也是為什麼很多人抱怨公開售票時總是搶不到票的原因。」

該名業內人士表示，頂流歌手的酬金是天價，整個表演又涉及不同的製作單位，製作成本相當高昂，若根據官方900餘元起跳的最低定價，根本「無肉食」，加上內部人多口雜，管治困難，不排除個別「內鬼」或團隊透過與黃牛黨合作，在炒賣市場抬價分紅。

推銷策略 因人而異

有飛在手後，C先生會將門票透過不同渠道（例如不同黃牛黨集團）分售，作為社交平台推銷高手的A小姐也是C先生「散貨」的渠道，「A小姐的直播間就像一個票務市場，她會在直播中展示門票的價格，並強調這些票的稀缺性和優越性。」此外，屬名流圈的A小姐還會針對不同的消費群體制定差異化的推銷策略。例如，對於高端消費者，她會推薦包廂票或VIP票，並附加飲品和小食服務；而對於普通粉絲，則提供價格稍低的普通票，吸引更多購票。

業內人士指出，C先生之所以獲內部團隊的依重，原因是他「抵得認」（願幫忙），「這些代理人不僅幫忙推銷門票，還要對賣唔出的門票包底，例如滯銷時搵人『戥腳』坐滿個場，避免場館出現空席的尷尬場面，當然如果門票好賣，C先生就肥囉。」該知情人士解釋。

紅館伊館大球場等 不受炒飛條例規管

話你知

娛樂圈中人指出，黃牛飛剝削歌迷用合理票價欣賞偶像演出的權利，對香港發展演唱會經濟也非好事。內地、台灣地區（見表）先後推出實名制售票制度，通過技術手段限制演唱會門票的轉售行為，惟香港的演唱會行業個別參與者與黃牛黨有利益纏繞，實名制免不了會動了他們的「奶酪」，推行時必然會有阻力，甚至削弱他們在香港舉辦演唱會的意慾，建議政府盡快修例，把康文署旗下場地納入公眾娛樂場所條例規管，甚至將炒賣門票刑事化，加強阻嚇力。

條例罰則過輕 75載未變

公眾娛樂場所條例是打擊獲發牌照的公眾娛樂場所炒賣黃牛飛的最主要法例，規定任何人以「超過東主、管理人或籌辦人所定的款額的票價」售賣、兜售或游說他人購買在獲發牌場所舉辦節目的門票，即屬犯罪。但罰款於1950年定為2,000元後，就一直未調整過，被質疑罰款過輕，而且過去兩年亦是零檢控。除了罰款欠阻嚇力，更大的硬傷是康文署管理的紅館、伊館及大球場等不受公眾娛樂場所條例第6條規管。原因是該條例只適用於需要領取公眾娛樂場所牌照的場地，但民政事務總署和康文署管理的場所則豁免無須領牌，故不屬於條例適用範圍內。政府只能引用《公眾衛生及市政條例》、《刑事罪行條例》第161條「有犯罪或不誠實意圖而取用電腦」，或違反逗留條件等罪名，打擊在康文署或民政事務總署旗下場所的黃牛活動，執法舉證門檻較高。

GD演唱會假門票近30宗 女粉絲被呃18萬

香港文匯報訊（記者 蕭景源）韓國天團BIGBANG隊長、K-pop頂流權志龍G-Dragon將於本周五（8日）開始，一連三天在亞洲國際博覽館舉行世界巡迴香港站演唱會「Übermensch」。警方昨日表示，由7月中至今共接獲超過200宗關於門票的騙案，佔所有網購騙案的四成；當中與G-Dragon演唱會門票相關的案件接近30宗，涉款超過61萬元。

案情指出，一名丁姓43歲GD女歌迷上月20日擬透過Facebook向黃牛黨以8,800港元購買兩張GD演唱會門票（原價每張2,399港元）時，疑因撲飛心切，誤信騙徒。

當她轉賬後，對方多次要求繳付所謂的保證金以保留門票，結果女事主再分兩次轉賬共逾17.3萬港元，即合共轉賬逾18萬元到對方戶口。

對方其後失去聯絡，事主無奈到將軍澳警署報案求助。案件現由將軍澳警區刑事調查隊第四隊列作以欺騙手段取得財產跟進，暫時未有人被捕。

警方提醒市民，每當臨近演唱會，社交平台會頻頻出現放售門票的「有伏」帖文，「黃牛飛」、「假飛」、「無飛」，Facebook、Instagram、Telegram、小紅書皆有可能。市民轉賬前應了解清楚賣方背景，搜尋其電話號碼、銀行戶口號碼、專頁名稱等資料及留意負評等，慎防被騙。



●警方過去半月接獲GD香港演唱會近30宗假門票騙案，呼籲粉絲慎防被騙。Fb圖片

各地打擊黃牛飛手法供港借鏡

內地

2023年《關於進一步加強大型營業性演出活動規範管理促進演出市場健康有序發展的通知》出台，措施如下：

- 實名制：觀眾人數在5,000人以上的大型演出活動需實名購票和實名入場
- 強制規定一級市場售票比例：演出主辦單位面向市場公開銷售的門票數量不得低於核准觀眾數量的85%；其餘15%的門票應當在演出前24小時進行個人信息綁定，做到實名入場
- 文化和旅遊行政部門加強對演出票務銷售平台的管理，依法處置未履行核驗票務經營單位資質及演出批准文件義務、為倒賣門票提供服務等違規行為

台灣地區

《文化創意產業發展法》2023年修訂，有如下規定：

- 加重懲處黃牛行為，如加價轉售將處以票券面額10倍至50倍罰款
- 以虛偽資料如外掛程式、掃票機器人等不正當方式取得門票者，可被處以3年以下有期徒刑或罰款最多300萬元新台幣
- 成立聯合打牛小組共同查緝機器掃票、高價轉售等黃牛行為
- 設立舉報獎賞機制，從相關罪行的行政罰款中抽出兩成作為獎金，最高10萬元

澳洲

聯邦政府財政部就門票轉售相關規管政策的公眾諮詢雖未定案，但多個州份在2013年至2017年間各自通過新法例或加強現行法例打擊炒賣黃牛門票活動

- 新南威爾斯及南澳洲已禁止使用自動軟件在一手門票市場大量購票
- 維多利亞凡經政府宣布為大型體育項目的活動，主辦機構須就票務分銷計劃獲得政府批准
- 昆士蘭2006年修訂《2001年大型體育設施法》(Major Sports Facilities Act 2001)，引入全州適用的門票轉售規例；之後再訂立《2014年大型項目法》(Major Events Act 2014)，訂明門票轉售的價格限制10%差額為上限