# 盛事之都 先要有可靠的門票市場

**王柏林、温燿輝** 原載於《明報》2026 年 11 月 19 日

對準備來港看演唱會的旅客而言，買票往往是整趟行程的第一步。門票未有着落，機票、酒店、假期安排便無從說起。本地觀眾也要安排時間、預留開支、呼朋喚友。然而當售票畫面只剩下「售罄」兩字，他們關心的不過是：還有沒有正式售票機會？如果暫時買不到的話，接下來還有哪些選擇？

## 一張門票 牽動一趟旅程

香港興建世界級場館、設立盛事資助，提出建設「亞洲盛事之都」，吸引國際演出，以帶動住宿、餐飲和零售消費。《南華早報》早前引述理工大學宋海岩教授估算，2025年英國樂隊Coldplay在啟德主場館舉行4場演唱會，為香港帶來約12億元經濟貢獻，可見一斑。然而在消費鏈入口，觀眾面對的仍是一個騙案猖獗、機械人程式搶票、「黃牛」活躍的市場。問題癥結，取決於觀眾能否取得可靠的門票和資訊。

盛事政策對場館、節目和宣傳有要求，對售票服務也應有相應標準。一套安全、公平、透明的票務制度，是香港接待觀眾之基本功。

## 騙案、機械人與「黃牛」 正蠶食官方市場

2025年警方錄得涉及演唱會門票的網購騙案有2805宗，按年增加61.8%；2026年首5個月，演唱會門票更佔網購騙案達三成，共1214宗，按年升19.5%。消委會於2025年收到1889宗涉及公眾表演的投訴，按年增加202%。這些數字提醒我們，演唱會帶來消費機會，也讓騙徒找到目標。呼籲市民循正式途徑購票，固然必要，惟正式渠道是否有足夠保障？

事實上，風險並不限於非官方交易。據《南華早報》報道，售票平台Cityline在2025年調查ComplexCon購票投訴時表示，其查核個案中約兩成用戶，被識別為機械人或使用未經授權程式。這並非所有購票交易的兩成，卻顯示即使平台設限購措施，仍須證明能夠執行。一般觀眾若在正式市場敗給繞過規則的買家，最後可能被迫轉向風險更高的二手市場。

「黃牛」問題同樣暴露制度落差。我們研究蒐集的報道顯示，Coldplay、BLACKPINK、G-DRAGON等演出的門票，曾被以面值數倍放售。現行《公眾娛樂場所條例》下，炒賣門票的最高罰款只是2000元，罰則基準源自1950年。2022至2024年第二季，沒有人因相關罪行被定罪。更不尋常的是，紅館、伊館等康文署場所，不受這項條文規管。政府多年來表示研究修例，惟制度缺口至今仍未修補。

騙案、機械人搶票和「黃牛」轉售，並非同一問題。但三者不約而同削弱一般觀眾的安全、公平取得門票的能力。

## 「售罄」之後 觀眾還有什麼選擇

觀眾即使拒絕非官方交易，只循正式渠道購票，也未必熟悉購買門票的門道。門票分散於公開發售、信用卡預售、歌迷會、贊助商、酒店套票、內部預留、藝人配額。場館容量，不代表公開發售的門票量。康文署向傳媒提供的數據顯示，由2021/22年度至2023年11月的3個年度，紅館娛樂節目在首日公開發售的門票比例，約為25%至48%；整段發售期的公開發售比例，均不足一半。這足以說明公開發售只佔整體供應的一部分。這些安排可以有合理用途，惟觀眾是否有機會充分了解不同渠道提供的選擇？

試想，期待已久的演唱會終於開售；觀眾特意抽出時間排隊，輪到購票時只見「售罄」。若已確認下周另有一輪官方發售，他可以決定等待；倘其他渠道有套票，清楚列明資格和總價，他可以比較是否合用；若暫無後續安排，也應明白這是目前狀態。這些資訊讓人有依據分配時間和金錢，毋須單憑陌生賣家所謂「最後機會」來做決定。

其實，香港已有可供推廣的做法。2025年1月政府表示，城市售票網處理大型及受歡迎節目時，會與主辦方商議預早公布公開發售數量、座位圖及指定資訊渠道。改革應把這些安排提升為主要盛事共同遵循的服務要求，並涵蓋售票期間的重要變更。

現時缺口是，這些做法尚未形成涵蓋主要場地、平台和渠道的共同標準。美國紐約州總檢察長早年發表票務報告，已建議業界披露預留、預售和公開發售的門票分配。英國競爭及市場管理局處理樂隊Oasis售票時，亦要求票價資料在消費者排隊和做決定時出現。兩者指向同一原則：資訊不但要公開，也要及時，否則資訊來得太遲，實無助購買決定。

## 票務服務 乃盛事經濟一部分

對旅客而言，錯誤決定可能牽連機票、酒店和假期安排，進而打亂整趟行程。對預算有限的觀眾來說，額外支付的炒賣溢價，也可能擠壓餐飲、住宿或其他消費開支。金錢若落入騙徒或無關的炒賣者手中，不會成為藝人、主辦方、場館或香港旅遊業收入；可是藝人、主辦方以至政府，卻仍可能要面對觀眾對票價和購票體驗的不滿。

旅遊業期待盛事消費；主辦方希望門票順利售出；場館希望入場有序——可靠的售票、轉讓和補救安排，正是這些利益交匯之處。優質服務應從觀眾準備付款時開始，而非抵港之後才開始。

資訊不足，也令業界和政府誤讀市場。小量公開票迅速售罄，與大部分可售門票已經售出，是不同的市場信息，不可混為一談。主辦方和場館需要可靠資料來評估場地、加場和定價；政府也需

要判斷公共資源支持的盛事，能否真正接觸消費者。票務改革不能保證更多國際巡演來港，卻是香港承接演出、服務觀眾和把人流轉化為城市消費所需的基本條件。若以觀眾搶票的焦慮當作成功指標，無助於辨清需求，更不足以檢視票務市場是否運作良好。

## 建立安全公平透明票務市場

政府應先以主要公營場地及獲公共資助的大型盛事為起點，在適用的租用及資助條件中，訂明票務服務要求；再與啟德體育園、亞洲國際博覽館和主要售票平台，建立共同標準。主辦方負責提供和更新資料，平台負責準確展示及執行交易規則，場地和資助機構負責查核。

第一，建立清楚的供應資訊。開售前公布已確認的可售票量、本輪發售數量、各主要渠道配額、購買資格和價格，並標示待定座位。售票期間若有重大變更，應更新數量、日期及原因。「售罄」公告須交代範圍及已確認的後續安排。活動後則按廣泛類別核對實際分配，詳實交代結果，避免公布後無人跟進。

第二，讓「防機械人措施」接受檢視。康文署早已列出防機械人、擴充容量及動態二維碼電子票等功能，下一步應要求平台交代異常訂單處理、正常買家申訴及防護措施成效。主要場地委任售票平台時，也應像新加坡Kallang Group一樣，把排隊管理、防機械人、系統承載量和安全出票列為要求，香港可參考這種透過平台遴選落實標準的做法。

第三，提供可信的官方轉售渠道。由主辦方或認可平台核實票源，處理票證轉移，清楚訂明付款、退款、服務費安排。轉讓須遵守適用的價格限制，讓真正無法出席的觀眾有合理出路，也令買家毋須於社交平台與匿名賣家交易。

第四，提出修例和執法時間表。政府應把炒賣門票的規管延伸至康文署場地，重新檢視源自1950年的罰則，並要求警方保存及公布「黃牛」舉報、執法和定罪數據。關於以程式或虛假身分繞過限購的行為，美國「BOTS Act」法例針對軟件規避售票保安及購票的限制，為香港提供了可研究的方向。

一座場館建成、一個巨星來港，固然是盛事政策成績；然而觀眾買票時付出的時間、所承擔風險，同樣足以左右其對香港的信心。政府既希望一張門票帶動一趟旅程，就不能只把場館建好、把藝人請來，同時也要建立一個安全、公平、透明而可靠的市場。

盛事之都的服務承諾，應該從購買第一張門票開始。