

# 带娃打卡热门舞台剧遇“货不对板”

## 家长:表演粗糙,体验感太差;多地都出现类似投诉



**紫牛头条**  
在这里遇见不同



最佳深度媒体 | 未经授权,不得转载摘编

原本冲着孩子喜爱的汪汪队,满心期待打卡一场精彩的儿童舞台剧,可到了现场才发现,宣传里的专业舞台、精彩人偶唱跳全都没了,取而代之的是影院里的狭小场地、对口型的粗糙表演,甚至有角色造型吓哭孩子,这样的糟心经历,让浙江的李女士直呼不满。记者了解到,这样的情况并非个例,多地家长都遭遇同类问题,儿童舞台剧热门剧目频现“货不对板”、体验不佳的情况,家长们维权屡碰壁。

扬子晚报/紫牛新闻记者 徐悦  
实习生 陈楷奇



李女士拍摄的演出现场



李女士提供的购票信息

### 家长投诉: 舞台剧宣传画面精彩诱人 现场演出却大失所望

李女士告诉记者,自己的孩子十分喜爱“汪汪队”,平日里也常看相关动画片。今年1月份,她在社交平台刷到了不少“汪汪队”相关舞台剧的推荐,“宣传里看着挺好的,和在剧院的舞台上演出一样,有挺多的人偶表演唱跳。”李女士当即购买了三张名为《汪汪冒险队》的演出票,选择了79元/人的中档票价,演出地点位于杭州一影院内,购票后孩子也对这场演出充满期待。

可到了演出现场,实际情况却让李女士倍感意外。“进去以后是在电影院里,就很小的一块场地,摆了一个充气狗狗造型。”李女士说,开演后几个演员就在这一小片空地上表演,全程对口型,配音还对不上,整场演出给她的感受是粗制滥造、内容杂

乱,“剧情不地道,演员的整体演出效果也很差。”

演出过程中,一个白色机器人角色出场后,现场多名孩子被吓哭,这让李女士尤为不满。这场演出让李女士和孩子产生了强烈的被欺骗感,于是当场在影院内联系了购买平台客服要求退票,“一开始说赔100元,后来我争取了下,因为是三张票,最后给我赔了总共130元的团购券,还是有使用期限的,只能在购买平台上用。”

李女士后来看了一半多便带着孩子离场。

记者在社交平台检索发现,近期有不少消费者遭遇了同款经历:家长们在社交平台刷到相关宣传视频,部分视频直接使用原版动画片画面,可到了演出现场发现,实际演出和短视频里的宣传模样相去甚远。不少家长曾联合集体维权,却因维权时间成本过高、找不到有效维权渠道等原

因不了了之;据说有部分家长得到了退款30%的口头承诺,但最终是否落实仍存疑。

针对此类儿童剧演出的相关问题,记者致电曾上演《汪汪冒险队》儿童舞台剧的院线全国客服热线咨询情况。客服回复称,该剧目并非院线官方推出,相关问题需联系片方解决。同时客服表示,这类儿童剧目演出或由各地影城自主对接合作方,接线客服未掌握具体细节,建议向当地影城进一步咨询。

### 记者调查: 多地出现同类投诉 家长维权遇阻

记者从李女士的讲述中了解到,此次她观看的剧目名为《汪汪冒险队》,名称和形象贴近孩子熟悉的“汪汪队”,而除了“汪汪队”之外,“冰雪奇缘”等当下儿童群体中流行的热门相关剧目,也存

在类似的演出体验不佳、与宣传不符的问题,不少不明真相的家长容易被前期宣传误导,购票后才才发现“货不对板”。

记者调查发现,这些儿童剧目有着相似的运营特点。其一,多在各类社交平台精心包装进行宣传推广,放出制作精美的视频画面,呈现出专业剧院级的舞台演出效果,还会使用与知名原版儿童IP相近的剧名,从名称上贴近家长和孩子的认知,吸引家长购票消费;其二,演出场地多选择在繁华商圈内的正规影院,让家长降低了对演出品质的顾虑;其三,票价分档设置,看似比正版儿童剧目优惠不少,但实际演出质量却大打折扣,存在演出场地狭小、表演效果粗糙、剧情不符合儿童认知等诸多问题。

家长在发现演出体验不佳进行维权时,往往会遭遇多重阻碍。首先,购票订单中大多标注“不支持退”的条款,这成为

售票方拒绝退款的主要理由,即便部分地区家长联合维权,售票方也仅会同意少量退款甚至拒不退款;其次,家长向购票平台维权时,大多只能获得少量平台团购券、优惠券类的补偿,难以弥补实际购票损失,且这类补偿券还存在使用期限、使用平台的限制。有部分家长曾向相关部门反映情况,但却遇到对口部门缺乏执法权的问题,导致家长投诉无门,维权难度较大。

记者在黑猫投诉平台检索“汪汪队”等相关关键词发现,近三个月来,多地均出现同类投诉,问题主要集中在这类儿童舞台剧存在虚假或误导性宣传、演出内容不符合儿童观看需求等。值得注意的是,部分投诉虽匹配到商家处理,但解决方式基本为部分退款或补偿平台优惠券;还有不少消费者的投诉未能成功匹配到相关商家,维权无门。

# 下乡租地当菜农,一年只要9块9……

## 网友最终被低价背后的一串“隐形账单”劝退,业内人士:别贪便宜

### 紫牛热点

一年只需要9.9元租金,就能在厦门岛内东坪山租下一块地,种种菜、透透气,让孩子吃上有机蔬菜,体验“采菊东篱下”的田园牧歌——这样的宣传让不少人动了心。然而,厦门市民“三三”(化名)满怀期待租下地后才发现,低价噱头背后藏着一连串“隐形账单”,从9.9元“入场券”到数百元开荒费,这场亲近自然的尝试,最终被现实“劝退”。

### 9.9元菜地是野地待开荒 背后藏着“隐形账单”

2月13日,“三三”告诉扬子晚报/紫牛新闻记者,此前她在社交平台看到厦门东坪山菜地出租宣传帖,年租金仅9.9元,“当时种地的心思达到顶峰,没多想就直接付了19.8元,租了两年。”

缴纳租金后,对接人将“三三”拉进一个租地群,她通过群成员联系到一位自称“义工”的负责人,并与该负责人约定2月10日前往现场看地。可当她兴冲冲赶到现场,眼前的景象瞬间浇灭了她的热情。所谓“菜地”,实际上是一片杂草丛生的荒坡,地表覆盖半人高的枯草,土壤里夹杂着大量碎石,总面积满打满算不到10平方米。

“这根本不是菜地,就是待开荒的野山坡。”“三三”心里一凉,但心想租金这么便宜,自己辛苦一点开荒,就当锻炼身体。

“三三”坦言,真正让她放弃的,不是荒芜的土地,而是负责人接二连三告诉她的“隐形账单”。现场看地时,那位负责人提出,需额外缴纳200元水表安装费,理由是山上用水需铺设管线,且水费为8元/吨。想着种地离不开水,“三三”虽有疑虑,还是交了钱。

随后,没等她消化这笔费用,那位负责人又对“三三”说:“还要

交120元,是捐给这块地所属养老院的,捐完会送你两斤蜂蜜。”

“这不就是强制买蜂蜜吗?”面对“三三”的质疑,对方称,他们都是帮扶养老院的义工,没有任何回报。“三三”虽表示无奈,但还是交了钱。

因土地布满乱石和杂草,“三三”表示自己用锄头无法开荒,负责人则提出方案:“自己做不了,可以找人开荒,只要500元。”除此之外,对方还向她推销一款“进口”肥料,声称市场价160元,给她80元/瓶。事后“三三”与网友交流后发现:“所谓‘进口’肥料,其实就是普通花园土,电商平台同类产品算上运费,一包也就25元左右。”

“三三”在网上咨询了有过相同经历的网友,作为“过来人”,该网友直言:“别来!这里的土很差。”她还透露,在那里种地最大的硬伤是水——水压极低,还经常停水。而对于那位热心负责人,在老租户眼里,更像

是推销员,“他什么都不懂,就逮着新手薅羊毛。”

意识到“踩雷”后,“三三”决定及时止损,找那位负责人退款。经过交涉,对方退还了200元水表费,但120元“蜂蜜钱”却无法退还。“三三”表示,19.8元租金她也不准备要回了,“毕竟钱不多,就当花钱买个教训吧。”

### 南京也有租地种菜, 业内人士:贵,但真实合理

记者调查发现,随着城市化进程加快,渴望回归田园的人越来越多,北京、上海、南京、杭州等城市周边,均涌现出大量“共享菜园”租赁服务。记者在社交平台搜索可见,南京多位网友分享了租地经历:八卦洲一块30平方米菜地年租金600元,江宁区一块80平方米土地年租金700元。

值得注意的是,南京这些租地均为具备耕种基础的土壤,不



图中位置就是“三三”租的荒地仅包含基本灌溉设施,土壤也经过前期改良。一位业内人士分析:“600元一年看似比9.9元贵几十倍,却是真实合理的价格。农业用地的维护、水源引入、土地平整,都需要实打实的成本,商家不可能做亏本生意。若前端租金极低,后端必然会通过其他名目找补回来。”

9.9元的入场券,买不来真正的田园悠闲。对于渴望租地的人而言,要对农业劳作的艰辛有充分心理预期,更要警惕低价噱头背后的隐形套路。

见习记者 马斌