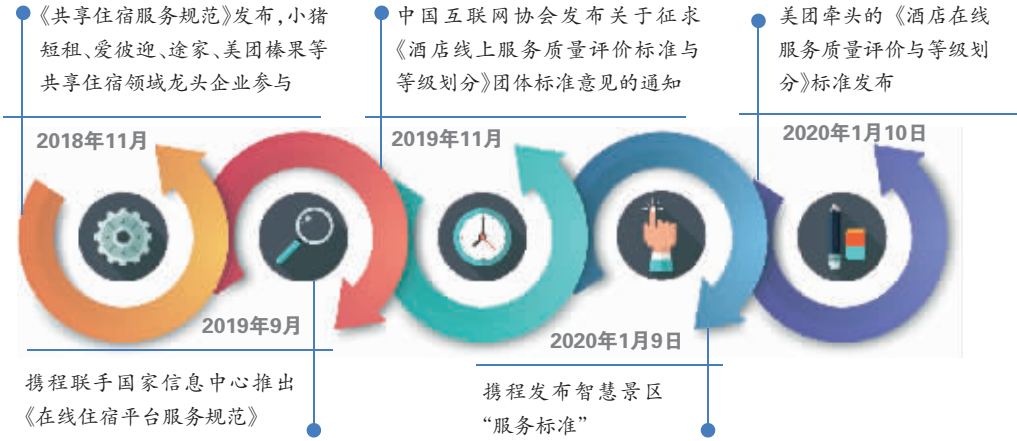


# OTA掀起“团标”大战

北京商报讯(记者 关子辰)在线旅游市场正悄然掀起一场新的话语权争夺战。1月13日,北京商报记者梳理发现,美团、携程近日陆续发布针对商家的团体标准,其中美团针对在线预订酒店领域,联合中国互联网协会发布了《酒店在线服务质量评价与等级划分》团体标准,而携程则发布了国内首个智慧景区“服务标准”。实际上,这些标准只是企业根据当前行业内的空白现象自拟的企业标准,并非国家强制标准,在这些标准制定的背后,也充满了火药味。一直以来,在线旅游预订平台的商家质量参差不齐,到店无房、虚假信息、拒开发票等不规范行为也屡有发生。在业内人士看来,这些团标出台的背后一方面是平台希望能自己制定游戏规则,另一方面,更是欲争夺行业的话语权。

其中,由美团牵头,上海商学院酒店管理学院、华东师范大学旅游规划与发展研究中心等单位联合起草的《酒店在线服务质量评价与等级划分》团体标准在北京发布,该标准同时由中国互联网协会批准立项,并被平台称之为国内首个对酒店在线服务质量进行评价和评级的标准。实际上,针对酒店在线预订,携程早在2019年9月便联手国家信息中心等机构,正式推出《在线住宿平台服务规范》,甚至该规范还被业内看作是OTA与国家级研究机构共同发布的首个团体标准。

除了酒店在线预订领域,携程还在近日



发布了智慧景区“服务标准”,该标准也被平台誉为国内首个智慧景区的“服务标准”。除了上述标准,携程此前还发布过“外币兑换服务标准”“签证服务行业标准”。

仅就酒店在线预订而言,北京第二外国语学院旅游科学学院院长助理李彬指出,在线预订体量在大规模增长的同时,市场上也出现了类似到店无房、虚假信息、拒开发票等方面的在线服务问题,而标准的发布则可以提升在线服务水平。

针对在线旅游平台屡屡发布团标,一家在线旅游企业的相关负责人表示,因为平台主要面对的是行业供应商,而一些供应商的产品参差不齐,而标准能够对这些商家起到一定的约束作用,这些企业屡屡发布团体标

准的背后主要是想通过自身提升行业自律,另一方面,企业也恰好借助标准的发布增加曝光的频率,但是这些标准并不是强制执行标准,真正起到约束作用的效果还不好说。

亦有业内人士表示,目前我国现有标准分为四级,即国家标准、行业标准、地方标准和企业标准(团体标准),虽然企业自拟标准仅可以提供参考数据,但是由于目前行业内没有针对这些类型的标准,因此未来在消费者协会、工商等机构制定标准的时候,也不乏可以借鉴企业自拟的标准,提供一个参考依据。实际上,如果平台做得好,可以提供的参考依据多,那自然话语权就会更重一些。当前在线旅游平台格局已经确立,而各家平台只能通过加强细分领域的产品质量来增强用户黏性。

## “一店一策”红利加码 北京将资金支持传统商业项目改造

北京商报讯(记者 王维伟)北京市对传统商业项目升级改造的支持,不局限于审批的“绿色通道”,还将表现在资金方面的支持。近日,北京市商务局副局长孙尧在市十五届人大三次会议期间向北京商报记者透露,北京市商务局持续关注北京传统商业项目的升级改造工作,今年2月底北京市将发布政策,对“一店一策”试点项目予以资金支持。希望支持资金的注入撬动更多资源,为企业升级加码。

“一店一策”搭建平台,帮助企业对接国际品牌、零售资源,改造后商业项目的客流量、销售额均实现增长。其中,2019年12月27日重装开业的长安商场,日均销售额约为300万元,同比增长1.5倍;日均客流量约4万人次,同比增长约4倍。甘家口大厦已经完成了第一阶段的改造计划。重装开业的甘家口大厦日均销售额为350万元,同比增长15%。

升级后的长安商场不再是一个以零售为主的商业项目,还兼顾了顾客家庭、亲子、社交、休闲的社区生活需求。据悉,长安商场涉及社区服务功能占比达到46%,包括餐饮占比25%,生鲜超市12%,亲子占比7%,生活服务占比2%。

另外,还有部分项目启动了升级计划。据悉,西单商场已与戴德梁行签订设计合同,翠微百货已与食宝街签订合作协议,并启动了内部改造设计公司的招标工作;国泰百货预计2020年3月重新开业;赛特购物中心的改造计划也将于近期发布。

未来政策红利加码,也意味着“一店一策”升级改造工作中涉及商业项目可能会越来越多。

根据《北京市商业服务业设施空间布局规划》显示,目前北京市商业服务设施确实存在着“部分商业设施改造时间

较早,基础设施、商业软硬环境相对比较落后、经营结构尚不够合理”等问题。

对于“一店一策”助推商业项目升级,北京商业经济学会常务副会长赖阳表示:“一店一策”是符合传统百货调改规律的。虽然传统百货店一般都占据核心区域,但面临的周边客群属性均不一样,需要因地制宜。百货商场调整是大势所趋,传统百货商场内品牌老化、业态单一,对消费者没有足够吸引力。不过,多数传统商业项目占据较好的区位优势,还有周边生活、工作的客群需求,所以大部分老百货需要从以前广域型发展转为区域型发展,而商圈内的传统百货需要与整体商圈协调发展。

### 资金支持

1月11日,北京市商务局副局长孙尧向北京商报记者表示,今年2月底北京市将发布政策,对“一店一策”试点项目予以资金支持。

另外,赖阳表示,在现在商业项目大体量的背景下,小型百货店其实还具有很大的潜在挖掘能力。因为传统百货亲近社区,辐射半径小,往往此类项目消费者抵达更加方便,能够容纳多元化的消费种类,满足城市消费者的服务需求。在传统百货转型过程中,需要注意的是,项目不能只是简单的业态模块堆积,也不是简单业态的组合,而是需要专注于一些可以与消费者产生情感互动的元素和业态,满足消费者情感归属功能。在零售消费的基础上,打造消费者的生活情感空间。

## 阔别六年上线《爱情公寓》热度与争议齐飞

1月12日晚间,令不少观众翘首以盼的《爱情公寓5》终于正式上线,而这距离该系列上一部作品播出已过去了六年。作为该系列作品的最终季,《爱情公寓5》上线后热度迅速上升,但从播出效果来看,仍无法逃离高低不一的评价,包括新人的演技、剧情设计等,都引发了观众的质疑,这不仅与该剧一直以来受到的争议与逐渐显现的审美疲劳有关,也离不开国产情景喜剧当下所面临的发展瓶颈。



### 评价两极分化

提到国内较具影响力的情景喜剧,不可不提《爱情公寓》系列,而作为该系列影视剧的最终季,《爱情公寓5》1月12日晚正式开播后,实现了较高热度。

新剧上线一个小时,两个与《爱情公寓5》相关的热门话题便登上了微博热搜榜,其中#爱情公寓5#更是成为榜单的第一位,并获得12.8亿的阅读量和63.3万的讨论量。而在播出平台爱奇艺上,《爱情公寓5》也超越《唐人街探案》《剑王朝》等影视剧,成为热播榜的第四位。据猫眼专业版显示,《爱情公寓5》在上线首日共获得9706.16的猫眼全网热度值,在当日所有影视剧中排名第三位,仅次于《大明风华》和《精英律师》。

值得注意的是,《爱情公寓5》的播出可谓是一波三折。自2014年《爱情公寓4》播出后,不少观众便期待《爱情公寓5》的消息,可直到2018年9月,《爱情公寓5》才正式立项,此后又间隔一年才正式杀青,并定档2020年。正当人们认为《爱情公寓5》已准备完成蓄势待发时,该剧却又历经多次改档。公开资料显示,《爱情公寓5》曾最初计划1月16日正式上线,但又临时调整到1月7日晚间播出,随后则再次改档至1月12日上线。

然而,较高的热度和对播出时间多次的调整布局,却并未能让《爱情公寓5》赢得所有观众的认可。其中有部分观众认为,可以从该剧中看出导演等主创团队尝试加入各种新元素,从而迎合年轻一代的喜好,部分情节也能逗得自己开怀大笑。但与此同时也有另一部分观众对新剧并不买账。观众路先生表示,《爱情公寓5》的剧情设计较为尴尬,也可以从中感受到浓浓的消费情怀倾向。

在豆瓣电影上,截至1月13日10时,《爱情公寓5》的评分为4.5分,且在1.39万评价中,四至五星的评价占比19.7%,不足两成,三星及以下的评分占比则超过80%,尤其是一星评价,占比达到43.3%。

### 形式尝鲜

尽管《爱情公寓5》当下口碑两极分化,但该剧为了获得更好的播出效果,此前也做了诸多新尝试,不仅注入很多新鲜血液,在播放形式上也做了不少创新。

从《爱情公寓5》最新发布的剧集中可以发现,剧情与预告片制作一样,穿插了不少百老汇式的“歌舞+台词”形式,还有大量的外景拍摄,这也是之前的《爱情公寓》剧集中鲜少出现的形式。此外,在此前的发布会上,爱奇艺副总裁陈潇亦透露该剧在创作上使用竖屏剧、VR、互动剧等多种创新技术,希望通过技术加持让观众体验更沉浸。

种种尝试背后难免与该系列作品此前引发的争议以及逐渐出现审美疲劳的背景有关,公开资料显示,《爱情公寓》自2009年开播,至今已陪伴观众走过十年岁月,但随着后续剧集的上线,口碑也有所下滑。与此同时,该系列作品还存在一直未缺席的抄袭质疑声,且B站视频作者“残狼之卑”等曾整理出《爱情公寓》系列抄袭国内外剧集的对比,远超1000处。

影评人周仁表示,《爱情公寓》作为一个较长线的情景喜剧IP,顺应潮流进行观看形式的改变是非常必要的,这是迎合市场需求的必要举措。好的国产情景喜剧通常都会很贴近生活的新鲜事,因此与时俱进也是让观众远离审美疲劳的一种方式。

除了《爱情公寓》系列自身面对的问题外,首播后针对《爱情公寓5》“剧情尴尬”笑

点老套”“编剧功底有待商榷”等评论,也折射了国产情景喜剧陷入瓶颈的现状。

据北京商报记者不完全统计,1993-2012年,国产情景喜剧爆款频出,《我爱我家》《武林外传》《家有儿女》等50多部作品相继亮相,但2012年后至今,国产情景喜剧仅新上线15部左右,且未出现能产生较高影响力的作品。

“从情景喜剧的创作核心而言,编剧断档成为了一个现实问题,”电视评论人何天平曾在接受北京商报记者采访时表示:“国产情景喜剧中笑点的安排、内容的暗讽等不仅需要专业能力,还需要深厚的社会和文学涵养。”

### 下一个“爱情公寓”在哪儿

现阶段,《爱情公寓5》仍在持续更新,后期是否能该该剧获得更高的评价尚不得而知,但不可否认的是,《爱情公寓5》意味着《爱情公寓》系列走过五季便迎来了终点,面对国产情景喜剧已爆款空档近十年的现状,何时才能出现下一个爆款作品引发人们的关注。

纵观其他国家的情景喜剧,推出十余余的作品并不是个例。以美剧《生活大爆炸》为例,该作品是当今世界上收视率最高的喜剧之一,并连续推出12季,是美国电视史上制作时间最长的多镜头情景喜剧,曾多次刷新收视纪录。与此同时,该作品还推出了衍生剧《小谢尔顿》,也获得较好的收视情况。

反观国内情景喜剧的青黄不接,实际也与资本及从业者的选择有关。影视传媒行业分析师曾荣表示,相较于此前国内资本热衷的古装剧以及当下各方积极布局的现代题材影视作品,国产情景喜剧受到的关注度相对较低,资本更希望能够布局热点题材及相关类型的影视作品,以获得较为客观的收益,并带走不少行业专业人才,这也导致国内的情景喜剧在人员、资金、资源等方面均有所欠缺。

虽然资本及从业者对于情景喜剧的青睐度有所下降,但该类题材仍具有一定规模的受众规模,《爱情公寓5》上线仍吸引不少观众收看便是佐证,此外,《家有儿女》《武林外传》等作品仍是部分观众闲暇之余选择观看的影视作品。

在天津师范大学新闻传播学院教授陈立强看来,国产情景喜剧假若能在剧情及拍摄制作上获得观众的认可,也能基于拍摄成本相对较低等因素给相关公司带来不小的收益,但关键就在于题材及内容的设计,尤其是随着社会和市场的变化,如何创作出符合当下社会时代背景的作品,显得愈发重要。

北京商报记者 郑蕊 实习记者 伍碧怡

## 湖南卫视被指侵权《忐忑》等歌曲

1月13日,VFine Music官方微博发布声明称,湖南卫视《舞蹈风暴》《快乐大本营》与《2019湖南卫视全球华侨华人春晚》未经授权,屡次侵犯VFine Music所代理的部分音乐作品权益,包括《忐忑》《生僻字》《心如止水》,且消极解决问题。对此,VFine Music将进一步采取法律行动。

据声明显示,湖南卫视出品的《舞蹈风暴》第一期中,不齐舞团未经授权利人同意擅自改编并使用了音乐作品《忐忑》,作为舞蹈配乐进行比赛和传播,此举不仅侵犯了《忐忑》的著作人格权及财产权,还侵犯了录音制作者权。

而在2019年2月播出的《2019湖南卫视全球华侨华人春晚》中,刘宇宁、王佩瑜未经授权,使用了音乐作品《生僻字》,并改编进行商业演出和传播,此举侵犯了《生僻字》的著作权和录音制作者权。

此外,湖南卫视出品的《快乐大本营》,曾在2019年7月20日播出的节目中,未经授权使用了音乐作品《心如止水》,进行商业属性的演出和传播,此举侵犯了《心如止水》的著作权和录音制作者权。

VFine Music表示,以上3首音乐作品的音乐版权已由VFine Music进行版权管理,且VFine Music全权代理此次维权相关事宜,并于2019年12月通过邮件告知湖南卫视侵权事实,反复沟通,进行侵权和解。但湖南卫视未做出有效回复,并在未告知的情况下,将节目相关侵权片段从片源中删除,并从各平台下架,试图以掩耳盗铃的方式消极解决。对此,VFine Music将进一步采取法律行动,以维护合法权益。

此次被VFine Music提出侵权行为的综艺节目并不是个例,截至目前,已有不少综艺节目曾被指涉嫌侵犯音乐作

品的相关权益。以《歌手2019》为例,该节目中声入人心男团与迪玛希曾在现场翻唱了皇后乐队的《Love Of My Life》《We Will Rock You》《Bohemian Rhapsody》《We Are The Champions》4首歌曲,但此后版权方索尼音乐方面表示,自己未向该节目发放以上4首歌曲的任何授权许可。除此以外,包括《跨界歌王》《明日之子》《中国新歌声》《梦想的声音》在内的多个热门综艺节目,也都曾出现过类似的侵权事件,一度引发热议。

近年来,国内对音乐版权的重视程度不断提高,但仍不时会出现侵权的行为,尤其是在音乐类综艺方面,部分节目主办方在制作、录制过程中,或出现忽略从音乐作品著作权人处获得授权的情况,或是因节目制作时间较为紧迫而选择先使用后通知著作权人的方式,直接将音乐作品进行翻唱改编,有的还将翻唱作品上线至相关音乐平台,进行商业售卖或在线播放,导致侵犯了音乐作品的权益。

乐评人王乐表示,音乐版权的保护与管理需要各方共同重视,从现阶段的情况来看,著作权人已对音乐版权有了更高的保护意识,但对于侵权方而言,仍未深刻了解到音乐版权的重要性,甚至是直接忽略,同时音乐行业的版权使用与管理也需进一步优化,强化标准,从而共同推进音乐作品版权的保护。

北京商报记者 卢扬 郑蕊