

# 不退款只退代金券 廉航退改政策伤了谁

疫情之下，航企使出浑身解数给资金链“减压”本无可厚非，但如何在自救的同时，平衡好消费者、上下游合作企业等各方利益，也成为战“疫”的一大关键。3月23日，多位机票代理商向北京商报记者反映，3月以来，包括马来西亚的亚航、泰国狮子航、新加坡酷航、菲律宾宿务太平洋航空等多家廉价航空公司（也称低成本航空）先后宣布，大量机票从直接退款，改为退代金券（EMD）的模式。一石激起千层浪，消费者、机票代理、在线旅游平台均难“买账”。本就备受诟病的机票退改再次遭遇新难题。



## 并非无解

“黑天鹅”已至，没有企业能够单打独斗胜出。业内普遍认为，全球民航业在疫情中遭遇重创，从航企到OTA、代理人，一直都在尽可能地为用户减少损失，加快为用户退订退款。但随着疫情的全球扩散，航班大面积停航，情况已经远远超出某一方的力量能够承担解决的，各方都同样背负着巨大的资金压力。航企、OTA、消费者都需要互相理解。任何一方如果都只是一味主张自己的利益，最终的结局很可能是互相伤害，造成更大的损失。

“现在已经看到有国外廉航宣布破产，可见企业的日子确实难熬，为了能在在这个严冬撑久一点，用代金券替代退款，也属无奈之举。”民航专家李伊在接受北京商报记者采访时指出；不过，航企应该给代金券设置更优惠的条件，比如延长使用时间、放松使用者限制等，增加消费者的接受意愿。”另有业内分析师也提出，如果航空公司可以作出一些额外承诺，比如未使用的代金券在一年后仍可兑现等，这样不仅解了自己的燃眉之急，也带给相关方更大信心。

航空专家蔡琦也表示，疫情属于不可抗力，所以航企更改原有的退票政策也属“权宜之计”，但也应该考虑到消费者的利益，在代金券的使用期限和转让等方面，增加更多弹性条款。蔡琦还建议，在非常时期，需要采取一些金融创新方式“变现”；“其实，机票本来就拥有一定金融属性，接下来，在线旅游平台和票代以及有关部门可以进一步探索，用机票作为抵押品，置换出资金来‘输血’等新手段”。

北京商报记者 肖玮

## 愈演愈烈的“代金券”

“最让人忧心的是，退代金券的国外廉价航空公司数量正不断增加，且还有越来越多的国外全服务航空公司已经或准备加入到此行列中。”一位国内机票代理商告诉北京商报记者。对此，国内一家在线旅游平台机票业务负责人也证实，截至3月23日，平台上已有8家国外廉价航空采用只退代金券的形式，另外，包括卡塔尔航空、法荷航、加拿大航空等全服务航企，也陆续开始退券。

北京商报记者在新加坡酷航的官网上看到，该公司于3月18日更新了机票自助退改服务信息，明确即日起在官网推出自助退费服务选项，适用于所有2020年3月15日前预订，且航班出发日在5月31日前（含当日）的旅客。此功能可以让旅客便于提出线上退款需求，退款会以酷航代金券的形式，于30个工作日

内完成，在第三方或旅行社购票的旅客，建议联系原购票渠道寻求协助”。而该公司国内客服也称，如果不接受代金券，消费者可以尝试将订单信息和诉求通过酷航官网反馈给总部，并等待答复。

而在亚航发布的五大申请退款种类中，有3类只能选择退“信用账户”或“更改航班”。对此，亚航相关工作人员回复称：“公司遵守当地政府、民航局，以及包括世界卫生组织在内的全球和地方卫生部门的建议和法规，制定了相关机票退改政策”。但对于北京商报记者提出的“大概有多少国内机票无法直接退款”以及“对于不愿选择‘信用账户’或‘更改航班’的消费者，有何计划”等问题，截至记者发稿，对方并未予以回复。

“从我们拿到的多家国外廉价航空公司的最新退款政策来看，包括退‘信用账户’‘旅行基金’等，只是表述方法不同，在业内看来，都是属于退‘代金券’的方式。”机票代理商李

明（化名）说：“其实，之前也曾出现过退代金券的个例，消费者不接受，代理商只能先退款再自行处理代金券，不过，此次涉及机票数量众多、金额巨大，谁都无法消化。”

## 多方不买账

眼看退款拿不到，代金券却满天飞；“不知道该怎么办”成为国内消费者、机票代理商甚至旅游平台共同的困惑。“首先代金券大多有时效性，最短仅为3个月，消费者很难接受；另外，不少平台和票代已提前垫资，将票款退回给了用户，面对航企退代金券的决定感到‘很头疼’；不仅如此，此前向航企提交的数千万元退款需求，尚不清楚会如何处理。”李明告诉北京商报记者。

作为国内一家以销售国外廉价机票为主业的大型票代，李明的公司代理了数十家国外廉航；在疫情之前，受益于出境游的热度

不断攀升，公司日均国际出票量可达5000张，每天流水额数百万元。现在据不完全统计，有几千笔订单将被退代金券，再加上此前还有7000万元的退票款尚未退回，后续如何操作也未得到准确答复，让机票代理商处境艰难”。北京商报记者也注意到，很多消费者开始在网上诉苦退票政策不公平，甚至在各投诉平台上进行维权。

而前述在线旅游平台机票业务负责人也直言，首先就是消费者不理解退券政策，认为花钱买票就应该退钱，甚至有的客户误认为OTA或者代理商应该跟航司一起承担退钱义务，因此不能接受退券。其次，前期为了加速给消费者退款，代理商和OTA进行了大量垫付，如今航企只退券且只限乘机人本人使用，导致代理商和OTA的垫款无法收回，从而造成大额资金损失，不排除有的代理商甚至可能因此破产。最后，各航企的退券政策各不相同，存在一定操作复杂性，影响退券时效。

# 林小宅综艺首秀引争议 舞蹈侵权为何频现

从网红变身为训练生的林小宅于近日正式完成综艺首秀，但却被质疑舞蹈涉嫌抄袭，随后该舞蹈编舞师在3月22日对未能署名原创者公开致歉。近年来，舞蹈侵权事件时有发生，且不只是综艺节目上的舞蹈表演出现过侵权行为，部分影视作品、游戏内展现的舞蹈，也曾被指出涉嫌侵权。而侵权事件不断发生的背后，不仅折射了各方对于舞蹈版权保护的忽视，同时也显现出判定舞蹈是否侵权的过程中仍存在着难点。

## 合同难避抄袭隐患

林小宅的综艺首秀终于在最新一期《青春有你2》中正式亮相，并带来美少女战士舞。然而，这段舞蹈很快便被指出涉嫌抄袭舞邦导师兔子的原创编舞《美少女战士变身》。面对愈演愈烈的质疑，林小宅的编舞师发文表示，对原舞蹈进行了一定程度的简化及改编，并对最终未能署名原创者感到抱歉。

北京商报记者调查发现，针对艺人的舞台表演需要，部分经纪公司会为旗下艺人寻找编舞师来指导舞蹈表演，双方也会就此签署相关协议，明确编排舞蹈的需求及相关细节，假若合作过程中需更改或增加需求，双方则应再协商并达成一致意见。此次林小宅与编舞师之间的合作，也是双方事先签署了合同。该编舞师在微博中透露，自己于去年12月接到林小宅的个人训练及编舞需求，按照合同内容需要完成歌曲《都是你的》的编舞工作以及动作教授，作为参与节目录制的首秀。此后则根据客户提出的需求和视频素材，改编了后来引发争议的舞蹈，作为才艺备选使用。

近年来，舞蹈被指涉嫌抄袭侵权的事件不时出现，以2019年2月播出的综艺节目《王牌对王牌》为例，演员关晓彤与心灵之声残疾人艺术团共同演出的舞蹈《千手观音》就被中国残疾人艺术团认为有侵权嫌疑。此外，综艺节目《中国达人秀第六季》也曾被指出一段群舞涉嫌抄袭，在当时引起不小的争议。

舞者唐斯表示，假若舞蹈并非是编舞师的原创作品，而是直接使用其他舞者的作品或进行改编并作为商业用途，此时需要与作为原创

者的编舞师进行沟通，得到对方同意后才能使用，这也是不少抄袭事件引发争议的焦点所在。

## 独创性是评判标准

如今《中华人民共和国著作权法》已对舞蹈作品有明确的保护说明，并称“舞蹈作品，是指通过连续的动作、姿势、表情等表现思想情感的作品”。

北京市中闻律师事务所合伙人赵虎对北京商报记者表示：“主要是舞蹈作品的独创性的部分受到著作权的保护，如果节目没有得到合法授权就进行演出，那就有可能侵犯了他人的著作权”。据《中华人民共和国著作权法》第四章第三十七条明确规定：“使用他人作品演出，表演者（演员、演出单位）应当取得著作权人许可，并支付报酬。演出组织者组织演出，由该组织者取得著作权人许可，并支付报酬。使用改编、翻译、注释、整理已有作品而产生的作品进行演出，应当取得改编、翻译、注释、整理作品的著作权人和原作品的著作权人许可，并支付报酬。”

尽管舞蹈作品的著作权保护已被列入法律法规中，但不少舞蹈侵权事件并非直接将原作品照搬使用，而是部分动作与原舞蹈作品相似，此时又该如何评判是否侵权成为一个难题。以TFboys四周年晚会的舞蹈为例，该表演便被指出舞蹈动作抄袭GOT7，此外乐华七子此前上线新歌《Wait A Minute》时，也曾被指出涉嫌抄袭东方神起《CATCH ME》的舞蹈动作。

在赵虎看来，舞蹈作品的创作、编排与表达属于“定性”范畴，不能单纯以“侵权比例”来进行定量判断；“一些比较老的片段，很多舞蹈

都使用过的片段就不会受到保护，在判定的时候主要看舞蹈作品的独创部分，包括舞蹈中有独创的动作、姿势、表情等元素”。

## 多管齐下补漏洞

随着业内对于知识产权保护的关注度越来越高，如何保障原创者的权益也摆在从业者的面前。对此，赵虎表示，著作人在舞蹈作品创作后可以通过署名、签署相关协议、著作权证书等保护自己的著作权，在遇到舞蹈作品受到侵权时，可以拿出法律武器进行维权。

与此同时也可以发现，现阶段舞蹈作品也可以通过申请著作权登记来进一步保护，作者、其他著作权人或其代理人向中国版权保护中心著作权登记部提交登记申请材料并交纳相应费用后，经登记机构受理、审查，对符合登记要求，申请材料齐备的便可发放著作权登记证书。

唐斯表示，目前有意识要去申请著作权登记的编舞师仍是少数，同时也有部分编舞师并不了解可以进行版权登记。而每一个舞蹈作品创作后都去登记也会令部分编舞师认为有些麻烦而选择忽略，因此除非是较为重要的舞蹈作品或大型项目，其他的作品很少会完成版权登记的工作，难免也为一些侵权者留下了空子。

值得注意的是，如今公众监督反而成为揭露舞蹈侵权的主要方式之一，甚至比舞蹈作品的原创者更早发现抄袭侵权的情况，这虽然丰富了舞蹈版权的保护方式，但也在一定程度上显现出使用方、原创者的版权保护意识有待进一步提升。

在剧评人周仁看来，目前很多侵权者习惯了“先上车后补票”的行为，就是当侵权事实传播较广时再进行道歉，而这实际上已经对创作者及相关方产生了负面影响，因此仍应事先获得授权许可以避免伤害的出现。此外对于节目制作方而言，在制定节目流程之时也应事先做好节目著作权的授权工作，并在筹备节目之前通过与表演者沟通，了解并确认著作人是否已进行授权从而更好地规避侵权风险。

北京商报记者 郑蕊 伍碧怡

# “腰斩价”预售客房 酒店业开启新一轮自救

北京商报讯（记者 关子辰）疫情对酒店业的影响还在持续，为了缓解现金流压力，不少酒店纷纷开启预售模式。3月23日，据开元酒店集团相关负责人介绍，酒店预售开启一周后，订单超过11万，交易总额超过3400万元。其实，不仅是开元，香格里拉、悦榕庄、亚朵等多家酒店集团也纷纷推出了低价预售产品，尤其是一些旅游度假酒店，大打优惠牌揽客，一些产品甚至低于5折。由于低价促销，一些酒店预售产品颇受欢迎。业内人士表示，疫情影响下，旅游市场受到冲击，一些酒店客房闲置，现金流紧张已是酒店面临的普遍性问题，在此情况下，酒店通过预售客房短期缓解现金流紧张的问题，实为一种自救措施。

北京商报记者从多家酒店微信渠道了解到，部分度假产品价格仅为5折甚至低于5折。例如杭州西溪悦榕庄仅2988元2晚，几乎为平时的5折；而三亚丽禾温德姆酒店999元2晚，相比正常价格低了近2/3；三亚湾红树林度假酒店更是推出了299元一晚的度假套餐，堪比“白菜价”。除了酒店自有线上渠道，在一些OTA平台上，各家酒店也大搞促销。例如在携程上，北京商报记者就看到多家五星级酒店给出“2晚住宿+餐饮打包价999元”，消费者还可拆分入住，未消费可退款。

由于低价促销，部分酒店预售产品的销量并不在少数。据携程方面提供的数据显示，在携程开启预售仅两周，酒店预售销量增长2000%。携程方面相关负责人表示，其中3000份卓美亚酒店预售套餐半小时被抢光。

据了解，这些打折促销的酒店预售产品多以旅游度假产品为主，商务酒店占比相对较少。开元酒店集团相关负责人表示，酒店预售开启一周后，近七成销量来自开元芳草地乡村酒店、开元观堂、开元森泊等高端度假休闲类产品。开元酒店集

团总裁陈妙强坦言：“短期来看，疫情对整个酒店行业产生巨大影响，我们也会面临现金流的挑战，不过酒店也在调整”。一家高端酒店相关负责人表示，疫情对旅游业的冲击比较大，尤其是一些度假酒店，目前处于人不敷出的状态，而在疫情过后，恢复又需要一个过程，相比之下商务酒店的恢复则要快一些。

海南一家高端酒店相关负责人进一步表示，疫情发生之后，三亚大部分酒店客房出租率仅在个位数徘徊。为了减少酒店运营成本，这些酒店还关闭了游泳池、自助餐，大多数员工都放假回家，以减少人力成本支出。对于当前的预售，该酒店负责人还坦言，为了盘活现金流，预售酒店客房也是一种不得已的手段，相当于“寅吃卯粮”。

## 5折

杭州西溪悦榕庄仅2988元2晚，几乎为平时的5折；而三亚丽禾温德姆酒店999元2晚，相比正常价格低了近2/3；三亚湾红树林度假酒店更是推出了299元一晚的度假套餐。

浩华管理顾问公司执行董事戴雪英在接受媒体采访时还指出，预售不仅可以缓解当前酒店现金流压力，还可以帮助酒店提前锁定未来部分生意。不过，华美酒店顾问有限公司首席知识管理专家、高级经济师赵焱焱还指出，预售时酒店要注意控制销售量，根据以前的出租率高低设计预售产品。比如，一家酒店去年平均出租率为70%，可以拿出每天10%-20%的房量进行预售，避免过度“透支”。