

文广公司起诉搜狐擅播获胜

北京商报讯(记者 卢扬 金延娣)10月17日,海淀区法院网发布案件快报称,上海文化广播影视集团有限公司(以下简称“文广公司”)起诉上海搜狐互联网信息服务有限公司、飞狐信息技术(天津)有限公司侵害著作权及不正当竞争纠纷一案,认定二被告侵害文广公司《中国好声音》(第二季)《梦想改造家》两档节目享有的著作权,并且截取东方卫视信号提供网络在线直播的行为,构成不正当竞争,判决二被告消除影响并赔偿文广公司经济损失及合理费用共计159.5万元。

文广公司认为,东方卫视频道每天24小时播出的电视频节目体现独创性,属于汇编作品。《中国梦之声》(第二季)、《梦想改造家》两节目则属于类电影作品,故二被告侵害了公司对上述作品依法享有的著作权,且构成不正当竞争。二被告辩称,东方卫视日播节目不属于汇编作品,搜狐视频网上播放的内容与文广公司主张内容不一致,搜狐视频网依据相关协议有权直播、点播部分涉案内容。

法院经审理后认为,东方卫视电视节目是文广公司的经营资源及成果,应属反不正当竞争法保护的范畴。文广公司有权按自身意愿,通过广播电视或其他媒体平台传播东方卫视电视节目,并获得正常的市场收益,他人未经许可不得直播其节目,损害文广公司的合法权益。

北京市中盾律师事务所律师江本伟表示：“法院需要审核的是作品是否是原告组织的节目或者将历年的作品重新剪辑组合再播放的节目。汇编权是将作品或者作品的片段通过选择或者编排，汇集成新作品的权利。汇编权并不代表汇编别人的作品就可以享有作品的汇编权，汇编作品时需要经过作者的同意”。

泰国欲借免签加速中国游客“回流”

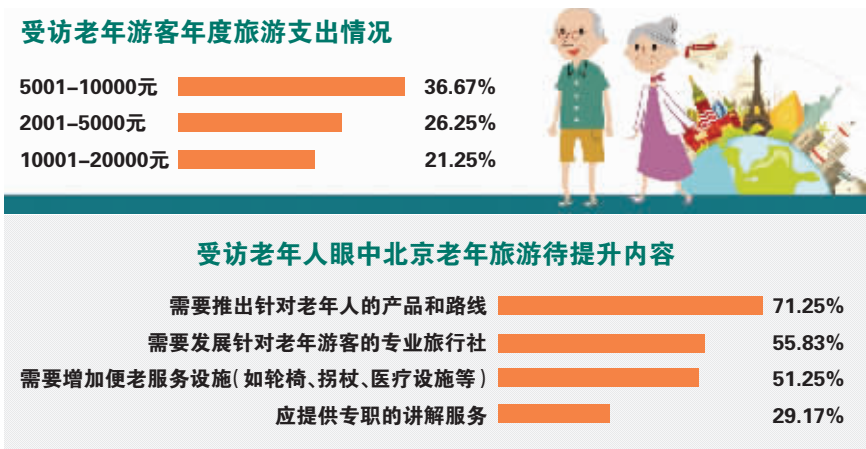
北京商报讯(记者 蒋梦惟)普吉岛沉船事件后,此前长期维持较高热度的泰国旅游在中国市场一度受到冷落。由于近期当地又被曝出有中国游客办落地签拒付小费被殴打一事,相关旅游产品的需求可能会再次受到影响。

10月17日,泰国当地媒体报道,泰国旅游局正联手民营企业加紧解决中国游客减少问题,开会商讨推进包机业务,加紧制定安全措施以树立中国游客的旅游信心,希望借此拉动赴泰中国游客数量突破全年1000万人次。泰国旅游局政策与方案部副部长察探日前表示,为解决中国游客减少问题,会议上提出了三点措施以刺激中国游客赴泰,其中包括市场营销措施、安全管理措施和便利服务措施。举例来说,在市场营销方面,泰国拟推出包机促销活动,并同步透过社交网站打开中国市场。

值得注意的是，泰国旅游商业协会主席威奇介绍，10月18日将向泰国旅游局提议对中国游客实行免签政策，覆盖三项内容：免签；按照正常收费办理一次签证，但可在规定期限内多次入境泰国；办理一次签证可入境泰国两次。此外，泰国旅游局还拟与中国旅游相关网站进行代理合作，并向中国游客推出旅游套餐，在“双11”等时期推出购物优惠活动等。

有统计显示，中国是泰国旅游的最大客源国之一，每年前往泰国的3500万游客中，中国游客约占1/4，是泰国最大的旅游客源国。但是今年以来，中国游客在泰国接连发生意外，泰国游在中国市场一度出现明显降温。今年7月，赴泰中国游客数量出现自2017年5月以来的首次下降，同比减少0.87%，随后，8月和9月则出现了更大跌幅，分别同比减少11.77%和14.89%。

北京老年游供需错位难题待解



值得注意的是《报告》提出,出于安全、稳妥、方便等方面的考虑,选择加旅游团出游仍是老年人的主流旅游方式,超过七成的老年人表示愿意跟团。然而,现阶段,老年游客也呈现出了有一定的散客化趋势,近一半的老年旅游者表示愿意选择自助游的旅游方式。

差异化服务“留白”

老年人的旅游消费盘子虽然在不断扩容，但由于供给端升级速度还不理想，不少需求尚未得到充分满足。王琦直言，目前，老年旅游产品线路、保险制度以及便老设施需进一步优化，北京老年旅游市场存在需求过剩、有效供给不足的现象。

《报告》中针对旅游企业的调查显示,只有一成左右的受访企业经营老年旅游产品的比重在50%以上,有近四成的企业相关产品经营比重只有11%~30%。无独有偶,在《报告》有关北京老年旅游市场发展的限制性因素的调查中,也有42.86%的受访者表示,目前北京老年旅游休闲业态比较单一,与老年

消费者需求多元化、个性化不匹配。

《报告》还披露,调查研究发现,老年旅游的公共服务体系不够完善是限制北京老年旅游发展的重要因素,如有大量老年旅游者表示需要增加便老服务设施、专用厕所等。由于旅游供给尚不能完全匹配老年游客的需求,近年来,老年游中出现法律纠纷的问题日益凸显。

近日,北京二中院发布对五年来的审判“老年人旅游人身损害纠纷案件专题调研”结果显示,老年人参加的“夕阳团”“银发团”等旅行团,团员大多为老年夫妻或独居老年人,而旅行社普遍仅配置1-2名领队或导游陪伴,难以为每位老年人提供周到、细致的服务保障。据统计,2014-2018年,市二中院审理老年人旅游人身损害案件共27件。其中2件案件中的老年旅游者造成死亡的结果,7件案件中的旅游者造成残疾,死亡、残疾比例分别为7.4%、25.9%。

借精细化产品设计谋变

老年游方兴未艾，提高供需匹配

毫无疑问将创造一个动力强劲的消费增长点。对此《报告》建议,旅游企业应更充分地聚焦老年群体的旅游需求,开发适老特色旅游产品。特别是老年旅游者最感兴趣的生态风景类、温泉养生类和历史文化类等旅游项目,以满足老年旅游者的旅游需要;旅行社和旅游接待单位只有不断从旅游线路的选取、行程的设计、食宿的安排等方面入手,充分考虑老年旅游者的需求特点,深入挖掘需求的可能性,实现产品的差异化,才能进一步开拓老年旅游市场,更好地为老年旅游者提供优质旅游服务”。

王琦表示，老年旅游产品设计方案将安全放在首位，还表现在要保证旅游全程服务安全，老年旅游者比较看重交通和食宿情况，交通应体现快捷、舒适，饮食要考虑老年人的肠胃、身体特点和饮食习惯，整个旅游行程的安排根据老年人的身体和精神状况适度减缓，注意劳逸结合《报告》特别提出，老年旅游者结伴出游的情况较多，一般会与老伴、亲戚朋友以及儿女家人同游，且呈现散客化趋势，旅游企业可结合这一特点将“定制旅游”做得更为精细，推出家庭游、亲子游等旅游项目。

针对相应保险产品缺失的问题,王琦认为,旅行社可以和保险公司进行更多的关于老年人出游的保险合作,切实地保护老年人的利益,让老年人不再因为安全问题得不到保障而放弃选择出游。此外《报告》也建议景区和酒店应普遍增加便老服务设施(如轮椅、拐杖、医疗设施等),规范设置和完善配置老年人专用厕所、防滑垫、轮椅通道等。

北京商报记者 蒋梦佳

正片搭配纪录片能否掀起下一热潮

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)张艺谋耗时五年完成的电影《影》正在电影院里上映,另一部与《影》密切相关的电影作品同样也登上了大银幕,即记录影片拍摄过程的纪录片《张艺谋和他的《影》》。尽管从票房表现来看,截至目前,《张艺谋和他的《影》》累计票房不足百万元,但正片搭配纪录片的形式也引起部分观众的讨论。

《影》公映后的第13日,即10月12日《张艺谋和他的影》正式在国内上映,该片展示了《影》的拍摄全过程。据猫眼专业版显示,截至北京商报记者发稿时,已上映6天的《张艺谋和他的影》

“影”累计票房为78.8万元,分账票房则为75.8万元,同时单日票房最多时仅为16.6万元,少则仅有1.2万元。《张艺谋和他的“影”》在票房上的表现并没有那么亮眼,但却在观众群体实现了一定反响。豆瓣电影信息显示,该片评分为7.1分,1086名评价者中超过半数给予该片4星或5星的评价,占比为54.1%。

北京商报记者调查发现,正片搭配纪录片的模式并非只有《影》这一部作品。2014年电影《智取威虎山》在全国公映时,该片的纪录片随后也在视频网站上线,并分为《打虎上山》和《踏雪而行》上下两集,完整还原电影拍摄

的幕后工作及花絮等。从播放量来看,这两集纪录片的数字也并不高,其中《打虎上山》目前在优酷的播放量仅有1690.8万次《踏雪而行》的播放量更低,仅有490.7万次。

“票房与播放量偏低的情况首先与影片类型有关,与商业大片等类型的作品相比,纪录片的观众范围相对较小,因此影响了市场表现”,影评人刘贺表示《中国纪录片发展报告(2018)》显示,2017年国内获得广电总局电影局过审的纪录电影共有44部,同比增长37.5%,总票房为2.6亿元,且这一数字已是再创新高。在业内

人士看来,电影搭配纪录片同期推向市场的布局并非是为了让纪录片再次获得较好的市场收益,一方面是能多角度展现作品,另一方面也能为正片集聚热度和关注度,让正片实现更好的效果。

而对于该种模式能否成为电影发展的一种趋势,刘贺认为,虽然展现正片的纪录片并非以自身实现收益作为最关键目的,但也不是所有影片都适合采取这种模式,毕竟纪录片本身也对质量、内容、题材、时长等方面有要求,因此还需要选择具有足够关注度、素材量的题材作品。