

· 资讯播报 ·

北京冬奥会签约首批官方接待饭店

北京商报讯(记者 关子辰)随着北京冬奥会筹备工作的推进,首批官方接待饭店也正式亮相。1月24日,北京2022年冬奥会首批官方接待饭店签约仪式在北京冬奥组委举行。此次共10家饭店作为3个赛区的101家接待饭店的代表与北京冬奥组委签约。同日,北京冬奥组委还与京冀41家医院签约,成为北京冬奥会定点医院。

据悉,为实现对北京、延庆、张家口3个赛区各利益相关客户群住宿资源的集中统筹和最优配置,北京冬奥组委还充分遵循国际奥委会《住宿指南》《奥林匹克2020议程和新规范》的规定,要求,对3个赛区现有、在建、拟建酒店情况进行了多次踏勘和认真摸排,并对各利益相关方客户群住宿的实际需求进行了反复沟通和梳理。在此基础上,遴选了101家距离赛场近、服务水平好、交通便利的酒店列入到北京冬奥会官方接待签约酒店范围。

同时,借鉴索契、平昌等冬奥会的经验,结合京冀两地饭店的实际情况,并在充分征求属地行政管理部门、旅游行业协会和饭店意见基础上与国际奥委会反复沟通协商,拟定了《北京2022年冬奥会住宿接待服务协议》,努力为各利益相关方客户群提供数量充足、居住舒适和价格可控的住宿服务。

除了在住宿方面的保障外,在医疗卫生保障方面,北京冬奥组委与北京市和河北省的41所医院、急救中心,其中北京25所医院、2所急救中心,河北13所医院、1所急救中心签约,这些医院也成为北京2022年冬奥会和冬残奥会定点医院。此外,北京市和河北省还有7所公共卫生机构(北京3所、河北4所)成为北京2022年冬奥会和冬残奥会定点公共卫生机构。同时,北京冬奥组委还与冬奥定点医院、公共卫生机构和相关部门签署医疗卫生保障工作责任书。

好未来上季度营收增长35.3%

1月24日下午,好未来公布其截至2018年11月30日的2019财年第三财季未经审计财报。财报显示,好未来第三财季营收5.86亿美元,同比增长35.3%;归属于好未来的净利润从上年同期的4070万美元增长到本季的1.238亿美元,增幅为204.5%。财报发布后,好未来股价一度大涨7%。

值得注意的是,就在好未来公布财报的两天前,新东方刚刚公布了其2019财年二季度的财务业绩,数据显示,当季新东方净收入逾5.97亿美元,同比增长27.8%;运营亏损约为2900万美元,去年同期运营亏损约为1300万美元。归属于新东方的净亏损约为2600万美元,去年同期净利润约为400万美元。

对于财报的表现,好未来首席财务官罗戎将其归结于线下业务的健康发展以及在线业务的持续扩大。事实上,在过去的这段时间,好未来线下业务的增长已经有了明显放缓的趋势。

数据显示,2017年2月28日-2018年2月28日期间,新东方线下实体教学中心增长197家,从803家增长至1000家。而好未来则明显放缓了线下新开教学中心的步伐,同期增加教学中心87家。2018Q4好未来单季度全国只新开了15家教学中心,而新东方同一时期则新增60家。

与不断缩小的线下业务形成鲜明对比的是好未来不断扩张的线上业务。本次发布财报时,罗戎也表示:“好未来始终致力于用科技推动教育进步。从长期来看,我们将在这方面持续投入。”据了解,在线业务方面,好未来一年的研发费用就达到了十亿元,新东方CEO俞敏洪也曾提到,新东方在人工智能上的投入每年也有几亿元。

北京商报综合报道

《长城保护总体规划》出炉

国家文物局局长刘玉珠1月24日在国新办新闻发布会上说,文化和旅游部、国家文物局日前联合印发了《长城保护总体规划》,明确了长城保护的重点是秦汉长城和明长城。

《长城保护总体规划》介绍,秦汉长城工艺以上墙、石墙为主,甘肃西部等地以芦苇、红柳、梭梭木加沙构筑方式较常见,烽火台除黄土夯筑外,还有土坯或土块垒砌做法。明长城在工程技术、整体规模等方面较之以前各历史时期有了显著提升,展现了我国古代在军事防御体系建设方面的最高成就。其中,部分明长城作为“长城抗战”物质见证,是中华民族的精神象征。

据了解,秦汉长城现存墙壕遗存2100余段,单体建筑遗存近2600座,关、堡遗存近300座,相关设施遗存约10处,另有成体系的汉代烽火台遗存。明长城东起辽宁虎山,西至甘肃嘉峪关,现存墙壕遗址总长8800余千米。

此外《长城保护总体规划》提出原址保护、原状保护的总体策略。对于绝大多数长城点段,重点做好日常养护、局部抢险和标识说明。对于价值突出的点段,在开展考古研究的基础上,按照最低程度干预和真实性原则,实施局部修缮加固,设置展示服务设施,展示长城文化景观。针对近年出现的长城过度修复问题,国家文物局副局长宋新潮介绍《长城保护总体规划》也提出了长城保护维修的相关要求:主要突出三点:一是坚持价值优先,既有长城的总体价值概念,也有每一段、每一个点的具体价值。二是坚持预防为主,减少干预,尽可能按原状保护。三是坚持因地制宜。”

按照《长城保护总体规划》,在落实政府主导的基础上,完善社会力量参与相关政策和措施,营造全社会共同参与的良好氛围。各地也将深入挖掘历史文化内涵,充分利用现代科技手段宣传长城文化、长城精神,使长城成为坚定文化自信的重要载体。据新华社

编辑 杨月涵 美编 白杨 责校 刘凯晶 电话:64101897 lyzx0405@126.com

短视频创意为何成了“免费午餐”

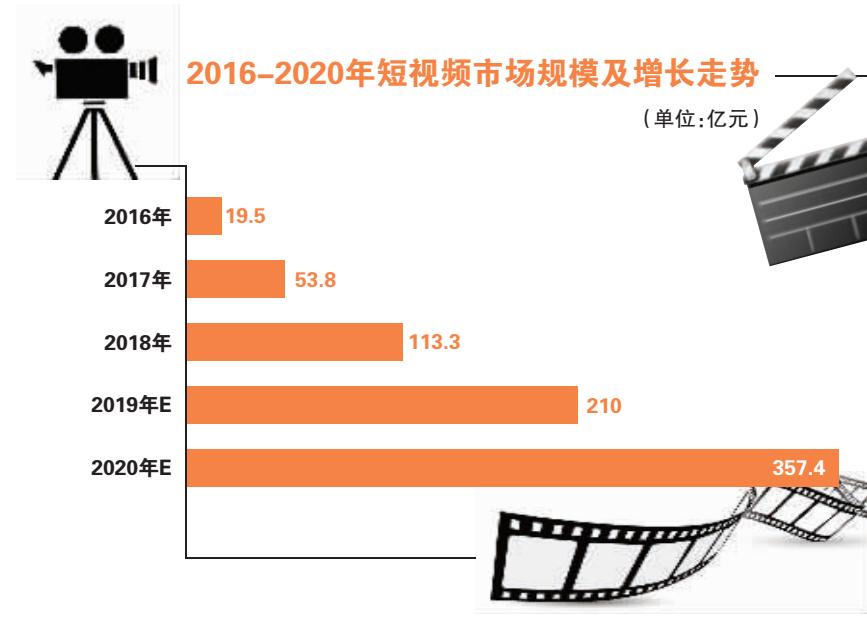
短视频在急速奔跑的同时,也逐渐暴露出了其发展过程中的灰色地带。1月24日,北京商报记者接到某短视频主播的投诉,声称自己的原创作品屡次被侵权,如今正陷入投诉无门的境地。长期以来,由于操作简单且确权、取证较难,使得当下的短视频市场成为侵权的重灾区,再加上作品数量庞大、侵权者采取跨平台抄袭等方式,短视频创意早已沦为“免费的午餐”。

侵权零成本

“我被抄袭了”,主播“嘟嘟酱啊啊啊”日前通过短视频作品对外倾诉了自己被抄袭后的愤怒。“我曾经写的一首搞笑RAP居然被抄袭,我的视频是在2018年11月14日发布的,而她的视频则是在2019年1月20日左右发布,且一个字都没有改,直接照搬。”而北京商报记者调查采访后发现,抄袭侵权早已成为短视频的痼疾,不少主播在制作出一个较高热度的短视频作品后,很快就会遭遇抄袭。

主播“夏夏”向北京商报记者表示,现在短视频平台上有很多主播并不是通过原创作品来吸引用户,而是成为“搬运工”,直接将其他主播的热门作品拿过来,重新配音、稍微剪辑一下,直接放到自己的账号上;更为烦闷的是,当你发现自己的作品被抄袭后,去找侵权者理论,对方也只是简单说一句“不好意思”,很难再有其他结果”。

事实上,去年9月,针对重点短视频平台企业存在的突出版权问题,国家版权局就曾按照打击网络侵权盗版“剑网2018”专项行动的部署安排,约谈了抖音短视频、快手、西瓜视频、火山小视频等15家企业,短短一个多月的时间,15家短视频平台就共下架删除各类涉嫌侵权盗版短视频作品57万部。平均下来,意味着几乎每天都有1万部侵权盗版短视频作品被下



架删除。但不少主播认为,下架删除的大多是已经为明确侵权盗版的短视频作品,但在现阶段的平台里,还有一些主播的短视频作品被侵权后因选择简单化解而不了了之,这些作品若是也加入到前面的数字中,数量将会更加庞大。

被诉低风险

短视频成为侵权重灾区,存在着一定程度的客观原因。首先,短视频曾在一段时间内未能明确是否可以享受著作权保护,在多位短视频主播看来,即便有人起诉,由于没有明确的法律规定,也基本无需承担任何法律风险。

此前市场上曾有个不成文的惯例,即传播5分钟以内的视频属于合理使用,这也导致短视频热度攀升后,大量简单剪辑、掐头去尾的侵权作品出现。随着去年的短视频领域第一案落定,这一现象才有了规定。当时在抖音诉伙拍小视频侵犯信息网络传播权案中,法院指出,涉案的15秒短视频虽然篇幅短小,但具备很强的独创性和正能量,应当属于“类电作品”受到著作

权法保护,才为短视频证明了身份。

然而即便原创短视频被明确为受到著作权法保护,但如今侵权事件仍然频发,也离不开侵权手段较为简单的事。曾当过一段时间“搬运工”的主播“缘缘”表示:“操作方式容易,简单来说就是寻找热门视频,然后将内容储存下来,如果不需要本人出镜,就把长视频剪成短视频,把短视频拼成长视频。不用自己动脑想脚本,只需要动一动手,一天就能做出好几个视频。且由于抄袭同一个平台上的内容会较容易被发现,所以还会选择跨平台搬内容,有的主播甚至会从海外网站找热门视频”。

长变短、短变长,确实是侵权的主要形式之一。据快手公司法务部高级总监贾弘毅透露:“我们平台遇到的主要侵权类型是侵权方把用户原创内容聚合起来变为一个新的视频。虽然目前没有成为行业主流,但是随着各大长视频网站开展更多的短视频业务,这种情况也会逐步增多,新型侵权行为是随着技术的发展而不断出现的”。

实际上,在很多主播眼中,部分用

户也是导致侵权愈发泛滥的助推者。“主播‘嘟嘟酱啊啊啊’表示,不知道是什么时候起,各大长视频、短视频平台不是你抄我就是我抄你,最可怕的是,部分观众会有‘抄你点东西怎么了,不抄谁知道你呀,装的那么清高,还不是就想红’的想法,但是如果纵容抄袭,这个世界将再无原创”。

强监管进行时

中国网络视听节目服务协会发布的《2018中国网络视听节目发展研究报告》显示,截至2018年6月,综合各个热门短视频应用的用户规模达5.94亿,占整体网民规模的74.1%。然而,持续不断的原创作品被侵权事件已影响到整个行业的良性发展,不仅会为主播带来影响和损失,也在一定程度上削弱相关平台的核心竞争力。对此,多家短视频平台针对侵权问题采取相关行动。

公开资料显示,腾讯、新浪、爱奇艺、搜狐、快手、百度等互联网企业此前曾针对版权问题共同发布《短视频行业版权自律公约》,该公约倡议,在短视频版权业务运营中加强自律,提倡正版,同时还提出加强内容版权管理,大力鼓励支持内容原创,坚持先授权后传播的著作权法基本原则,规范内容版权管理使用制度,不滥用避风港原则。

除此以外,短视频平台也对侵权行为进行更为严格的监管,并优化投诉渠道。据西瓜视频介绍,用户在遭遇侵权后,可以通过平台进行投诉并上交初步证明材料,此外还需提供被投诉内容构成侵权的证明材料。

主播“夏夏”表示,平台强化监管后,确实有一部分侵权主播消失,但更多的是让一些侵权手段较为拙劣的主播退却,还有一些打着“二次创作”名号的侵权作品出现,这还需要平台进一步强化监管手段。

北京商报记者 郑蕊/文
白杨/制表

F 聚焦 Focus

《乡村爱情》“硬菜不怕晚”吗

北京商报讯(记者 宗泳杉)1月23日晚间,原本定于当天开播的《乡村爱情11》,却在开播前半小时通过官方微博发布声明称,该剧因内容调整暂缓上线,并称“硬菜不怕晚,会尽快与观众见面”。

作为国产影视剧市场中的经典原创IP《乡村爱情》系列电视剧自2016年起已经播出了10部,总集数高达500多集。在该剧还处于电视剧阶段时,就常常“霸榜”收视率首位。而自2015年起《乡村爱情》系列电视剧开始转网播出,当年在腾讯视频独播的《乡村爱情8》点播量甚至突破20亿。

此次延播事件,让《乡村爱情11》一度登上微博热搜的同时,也让《乡村爱情》系列电视剧的幕后推手再度走进公众视线。公开资料显示,《乡村爱情》系列电视剧由喜剧表演艺术家赵本山于2003年创立的本山传媒有限公司(以下简称“本山传媒”)一手打造。成立16年来,除了被观众所熟知的《乡村爱情11》以外,本山传媒还出品了包括《刘老根》《马大帅》在内的多部电视剧集,公司旗下签约艺人包括刘小光、王小利、于月仙等。为了进一步扩大业务布局,2013年后本山传媒开始涉足综艺市场,并相继推出《本山快乐营》《新笑林》等综艺节目。

北京商报记者注意到,在此次《乡村爱情11》的出品名单中,还多了一家霍尔果斯凡达影业有限公司(以下简称“凡达影业”)。据天眼查显示,该公司成立于2016年,总经理徐超则是赵本山的徒弟。凡达影业自成立以来,相继与本山传媒共同出品了电视剧《大猫2》《脑电波》《发财日记》等作品。

在中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举看来,由《乡村爱情11》的延播,接下来本山传媒将面临前期投入的成本迟迟无法回收的难题;除此之外,因内容调整而延播也意味着本山传媒需要耗费一定的人力物力对影视作品进行修改。而本山传媒所面临的延播局面也正是当下影视公司频频遭延播的缩影。

“本山传媒所具备的东北文化特色是其曾经占据喜剧市场半壁江山的关键。但随着近年来开心麻花、大碗娱乐等后起之秀的快速发展,本山传媒原本拥有的喜剧市场也被严重挤压。”魏鹏举进一步强调:“东北特色对于如今的本山传媒而言就是一把双刃剑,在依靠特色化赢得受众喜爱的同时,也恰恰因此会让自己产出的作品受到区域性特色的局限。在喜剧市场竞争日益激烈的当下,本山传媒若想突围,不仅要在内容层面上不断创新以适应多元喜剧市场的需求,还应在艺人经纪方面进行更多的尝试。”

免税拉动营收大涨 中国国旅神免之路再进一步

北京商报讯(记者 蒋梦惟)专注于免税业务后,中国国旅股份有限公司(以下简称“中国国旅”)正加速向“中国神免”迈进。1月23日晚间,中国国旅发布了2018年度业绩快报。报告期内,中国国旅实现营业收入470.12亿元,同比增长近七成。根据快报,2018年度业绩增长的主因就在免税业务板块。可见,已经剥离了旅行社业务主做免税的中国国旅,已然全方位抱紧了免税这棵摇钱树。

数据显示,2018年度,中国国旅营业收入实现同比增长66.23%外,营业利润、净利润分别达到54.85亿元、53.9亿元,同比增长42.33%、24.39%。公告中,中国国旅将业绩增长的原因归结于:去年通过收购日上免税行上

海)有限公司、巩固优化现有离岛免税业务,以及开展首都机场和香港机场免税业务,令公司营业收入增加173.49亿元,营业利润增加13.87亿元。

从去年中国国旅的一系列动作就可以看出,该公司要把免税业务做到“一家独大”的意愿已十分明显。2018年8月,中免直接持有的83家全资或控股子公司股权转让给中免海南公司。而在这轮业务大调整之前,中国国旅的母公司中国旅游集团甚至直接将国内总部“南迁”,从北京转移到了海口。而在去年12月底,中国国旅更是用剥离自身旅行社业务,来显示出自己要做大免税主业的决心。根据当时中国国旅的公告,该公司将下属全资子公司中国国际旅行社总

社有限公司100%股权转让给中国旅游集团后,国旅总社不再纳入中国国旅合并报表范围,中国国旅将退出旅行社业务,聚焦免税主业,进一步明晰战略定位。

业内专家曾预测,随着海南自贸港的建立,未来海南势必会成为我国免税业的主战场之一,而中国国旅去年的各种调整,也能看出该公司欲借海南离岛免税政策优势,巩固自身在市场中的主导地位。据统计,2018年,海南两家离岛免税店共实现免税销售额101亿元,购物人数288万人次,同比增长26%和20%。近期,虽然海南新设立了两家由海免而非中国国旅掌管的离岛免税店,但由于这两家免税店都宣布货源是中国国旅旗下

中免在原产地统一采购,因此,业界也预测中国国旅今后将逐步加大对海免业务的渗透,甚至很快将把海免纳入自己麾下,并使其与中免进行充分融合。

不过,资深旅游专家王兴斌则认为,海免还是需要保持相对独立的经营。对于免税行业来说,商品的价格优势是决定消费者选择的重要因素,然而,如果国内的免税市场高度垄断,进货、销售渠道都“一家独大”,就意味着垄断企业将掌控商品价格的决定权,不利于消费者进行消费选择。”王兴斌表示,在免税市场相对发达的国家中,免税业务都相对分散,比如法国就有多家企业形成了一个充分竞争的市场,让游客可以有多种选择。