

解码十一黄金周旅游新趋势

今年中秋、国庆假期连休，形成八天超长假期。

9月19日，中国国家铁路集团有限公司对外披露，9月13日至18日，铁路部门共发售火车票1.11亿张。中国民航局预估，十一期间将有2100万余名旅客乘机出行，民航日均保障运输国内旅客196万人次，比2019年国庆假期增长17%。

多家旅行平台的中秋、国庆出行消费报告数据也显示，今年中秋、国庆假期各方面出游数据暴涨，2023年十一假期或成五年来最热“黄金周”。《中秋国庆旅游预测报告》显示，截至9月13日，十一国内游、出境游双双火爆，机票、景区、酒店、跟团游等产品已进入预订高峰期，一些热门旅游地的度假酒店、网红民宿的热门房型已经“一房难求”。

此外，数据显示，截至9月15日10时，OTA平台高铁游搜索量环比前一日大增627%。与此同时，假期机票预订也逐渐迎来高峰。数据显示，截至9月15日中午，本周预订9月29日—10月6日出发的交通类产品订单环比上周增长416%。

旅游市场大热

OTA数据显示，国内旅游产品十一预订量环比前一周增长88%，同比去年增长超4倍。

9月25日，湖南长沙大学生吴同学在接受记者采访时说，“我和同学计划好十一去南昌玩，因为离长沙近，来回也方便。我们大概提前一个月就订旅店，但是一些热门景点附近的住宿很难定。15日我就在卡点抢车票，结果没抢到，只能在12306先买候补，然后一直很担心买不到。还好我候补到了，特别开心！然后我还要再蹲南昌回长沙的车票。”

数据显示，北京、上海、成都、杭州、广州、西安、重庆、南京、深圳、长沙是国庆热门旅游目的地前十。杭州因为亚运会的举办，十一整体订单预订量同比增长超5倍，其中，机票预订量同比增长近5倍，酒店预订量同比增长超8倍。此外，天津、武汉、郑州、苏州等“新一线”城市预订量增速也较高，均比去年同期增长5倍以上。其中，天津今年以来频频刷屏，旅游订单同比增长8倍。

湖南长沙大学生李同学向记者表示，“这个十一假期长，准备去广州玩，然后发现很多人去那里，抢票的时候我简直惊心动魄，估计去了广州肯定还是很多人。”

长假期为长线游的火热提供了有利条件，长线游市场有望延续暑期热度。9月12日，同程旅行发布的《2023年中秋国庆旅游消费趋势预测报告》显示，中秋、国庆假期出行的长线游市场增长迅速，其中新疆、西藏、青海、宁夏、黑龙江等以长线游为主的省份相关旅游产品热度同比涨幅均超过300%。来自北京的张女士在接受记者采访时表示，这次十一准备去东北，认为人流量较少，可以看到东北的秋天，也能感受到较为凉爽的天气，还计划要利用十一黄金周把东北多地玩遍。

值得注意的是，作为出境游基本全面放开后的首个长假期，受益于出境政策和旅游需求的推动，出境游亦迎来井喷式增长，十一期间整体订单同比去年增长近20倍。出境游的热门国家包括泰国、韩国、马来西亚、新加坡、澳大利亚、英国等等。9月13日，泰国宣布对中国游客实施为期5个月的免签政策后，携程数据显示，泰国相关搜索热度飙升800%。预计十一及第四季度将有更多中国大陆游客赴泰，泰国有望成为国庆假期出境游“顶流”。

此外，“一带一路”共建国家在国庆“小众出圈”，乌兹别克斯坦、伊朗、阿塞拜疆、格鲁吉亚、斯里兰卡、肯尼亚等跟团游订单较疫前同期涨幅最高。

玩法花样增多

中国旅游行业在加速复苏的同时，也基于用户和市场需求，积极调整、转型升级。值得一提的是，用户出境游的消费观逐渐改变，更愿意为深度体验、高质量服务买单，因此独立成团、个性灵活的私家团在国庆更



受用户欢迎。

在旅游玩法上，今年暑期开始走红的“盖章式旅游”成为年轻人新宠。

同程旅行数据显示，今年中秋、国庆假期相关的热门旅游关键词中，“盖章”位列榜单第二，关注度仅次于自驾游。同程研究院相关负责人认为，“盖章式旅游”为年轻游客的旅行带来了更多的乐趣和仪式感，促进了旅行者对于景点的多样性和探索意愿，有助于发现更多的隐藏景点和目的地的特色旅游体验。景区和目的地也可以通过设计相关的活动，吸引游客的兴趣。比如，举办章印集换活动、举办章印挑战赛等，增加游客参与度并提高收集章印的乐趣，吸引更多年轻游客对目的地的关注。国内各大景区、目的地也抓住机遇，设立专门的印章点，设计不同形式和内容的印章，将当地的著名景点、地标性建筑、美食、动物明星、重要文物等融入印章中。

节假日“居高不下”的机票和“一票难抢”的高铁，让舒适灵活的自驾成为越来越多游客的选择。国内各地“自驾”热度平均涨幅超过100%。马蜂窝大数据预测，拥有绝美自然风光的甘南、川西、新疆等地的经典自驾路线仍是国庆期间自驾游游客的首选。穿行在独特的喀斯特地貌里，领略边境线上秀丽风光的独特体验令“广西沿边公路自驾”热度涨幅达128%，一举冲进“2023十一假期国内热门长途自驾线路榜单”前十。

从需求侧看，随着人们生活方式和消费



观念的多元化，除常规打卡拍照游之外，激发游客出游的触点越来越小，一个视频、一顿美食、一场赛事，都可能促成“说走就走”的旅行。在此背景下，十一期间，演唱会、音乐节、马拉松等的举办，成为拉动旅游增长的显著动力。

从供给侧看，小而美的小众目的地正在崛起。

三四线城市或将成为今年旅游黑马，吸引各地游客前来打卡。携程搜索热度数据显示，截至9月12日，“月亮之都”宜春、“广西小新疆”百色、“小三峡”巫山、“世界佤乡”临沧、“世界茶源、中国咖啡之都”普洱等小而美的目的地，且整体订单规模不大，国庆预订还不拥堵，成为躲避“人从众”的游客的首选。

来自上海的孟女士在接受记者采访时提到，“十一假期难得，我同学推荐了云南的小镇子，估计人会少一些，我想去那边住民宿、在当地散步，就像《去有风的地方》那部电视剧，我很向往，与其四处打卡，我还是希望享受宁静悠闲的假期。”

中国旅游研究院院长戴斌提示，“很多年轻人是反向旅游，因为太热门的地方就不想去挤了，找一个自己心仪的小众旅游目的地。但是在去小众旅游目的地的时候，一定要注意生命高于景观，一定要选择那些安全的、服务有保障的，特别是公共服务有保障的景区景点去旅游，千万不能图一时的探新求异，把自己的生命置于危险境地。同时，要选择合规合法经营的

旅行社、酒店民宿和景区度假区，包括出租车，要坚决防止野景区、野导游、黑车等等，一定不要为了贪便宜，或者不想去排队，把自己生命的安全，或者是财产安全，置于一个危险的境地，这是要尤其提醒大家关注的。”

此外，地处中东的阿拉伯联合酋长国和沙特阿拉伯王国等相对小众的出境旅游目的地旅游热度增长迅速。9月7日至9月9日，同程旅行推出了亚斯岛盲盒，为游客带来阿布扎比的标志性景点门票及当地特产，活动带动亚斯岛及阿布扎比相关旅游搜索热度环比上涨超过400%。

旅游市场转型升级

作为下半年重要的旅游消费节点，十一假期关系到旅游行业全年复苏成效。

如今，旅游休闲消费已成为国人假期标配。各地积极推动文旅产业跨界融合，探索形成更多富有新意的文旅消费模式。有的人去博物馆来一次“盖章式旅游”，有的人“为一场演唱会奔赴一座城”，还有人选择“城市漫步”“城市骑行”“城市游船”等别具一格的假日休闲方式。无论哪种方式，都是文旅消费潜力不断释放的体现，更是消费品质持续升级的过程。可以看出，未来文旅消费的作用还将进一步凸显。

携程相关负责人表示，伴随旅游市场复苏，旅游行业也在迭代升级，从供给侧到需求侧，都在发生新变化，需要从业者关注。

中国经济网评论员臧梦雅表示，就拿“城市骑行”“城市游船”来说，当其他城市还停留在“漫步”的思维里寻找发展机遇时，有的地方已经开始另辟蹊径，深挖骑行、游船休闲消费需求。这不仅为当地经济拓展了新“赛道”，打开了新思路，也为文旅消费市场扩容提质、产业发展转型升级提供更广阔的市场空间。“‘超长黄金周’机会固然难得，但毕竟不是常态，要更好地满足大众日益升级的消费需求，必须不断推进创新升级，以高质量的产品和服务，进一步促进消费、提振信心，实现更加长远的发展。”

业内人士认为，当前，我国旅游市场呈现“市场下沉、消费分层、总体升级”的趋势。同时，也存在旅游供需不平衡不充分的问题，尤其是优质旅游产品供给不足。也就是说，各地旅游市场仍需修炼好内功，向创新找思路、以转变求突破，从而为广大消费者提供更多优质的旅游产品供给。

本报综合消息

孙红雷为“这瓜保熟吗”状告游戏公司

“这瓜保熟吗？”经常逛各类互联网社群论坛的读者，对于这句台词一定不会陌生，这句来自电视剧《征服》中孙红雷的台词，甚至已经成为一个流行梗，被做成了各类表情包，但同时也引发了全国首例影视剧台词声音纠纷案——游戏开发商和供应商成都睡神飞科技有限公司、北京睡神飞科技有限公司，被演员孙红雷告上了法庭。

游戏使用“保熟吗”声音

9月25日上午，成都互联网法庭开庭审理了全国首例影视剧台词声音纠纷案。

“这瓜保熟吗”台词，来源于电视剧《征服》。电视剧中，演员孙红雷饰演的刘华强一角，向瓜摊老板问出了这句话，而后将瓜摊老板杀害。

睡神飞工作室做了一款名为《西瓜摊主大战买瓜人》的小游戏，游戏大致内容是买瓜人和瓜摊摊主对抗，玩家作为瓜摊摊主使用道具、召唤帮手。这是一款塔防类游戏，游戏中买瓜人被设为“社会混子”的负面形象，并使用了“这瓜保熟吗”的台词声音，

原告方认为，成都睡神飞科技有限公司、北京睡神飞科技有限公司未经其

授权，以营利为目的开发、设计该款游戏，客观上构成对其声音权益的侵犯。另外，该款游戏中自己的人格元素被塑造造成了在社会上打架、寻衅滋事的坏人形象，客观上构成对一般人格权的侵犯。基于上述理由，原告请求判令成都睡神飞科技有限公司、北京睡神飞科技有限公司公开道歉并赔偿经济损失45万元及精神损害抚慰金5万元。

被告方游戏公司并不同意这一说法，关于孙红雷是否有权就他人使用其影视作品主张声音权益和一般人格权的侵犯，成都睡神飞科技有限公司、北京睡神飞科技有限公司持有不同意见。此外，游戏公司方面也对游戏视频的声音是否具有识别性，构成对声音权益侵害以及游戏角色是否损害原告人格形象持有不同意见。当日，因合议庭争议较大，法院决定改日宣判。

一段台词受不受版权保护

影视剧片段有版权，不能随意剪切二创商用，这一点并没有什么争议，但演员表演的一段影视剧台词能不能受到版权保护还颇有争议。

陕西恒达律师事务所高级合伙人、知名公益律师赵良善认为，《民法典》第

1023条第2款规定了对自然人声音的保护参照适用肖像权保护的规定，实际上也就是承认了声音属于一种独立的新型人格权，在权利保护层面，或应参照肖像权的保护模式。像“这瓜保熟吗”这样的影视剧台词名场面，体现了表演者个人特点，具有一定的商业价值，台词和声音的结合亦属于表演者的作品。因此，影视剧台词声音权归属表演者。

赵良善认为，既然《民法典》规定了对自然人声音的保护参照适用肖像权保护的规则，那么若使用方未经权利人许可擅自使用的，则构成侵权，需向权利人即表演者承担民事侵权责任。

若最终成都互联网法庭亦认定游戏公司未经许可擅自使用孙红雷影视剧表演中的台词片段属于侵权行为，游戏公司方面应当承担什么样的法律责任同样值得关注。

简而言之，目前影视剧的版权保护期限是五十年，那么播出已超过五十年的影视剧台词表演，能不能成为公共资源？这起案件最终的判决将会对类似的案件产生指导意义，或对影视剧行业产生一定影响。

本报综合消息