

# 平台数据显示：民宿“加量不加价”是“淄博烧烤”出圈功臣

本报记者 李昆昆 李正豪 北京报道

民宿行业迎来近年来最火爆的“五一”。在“五一”假期火爆的国内旅游的带动下，各大旅游平台数据显示，民宿行业也迎来了久违的爆发。

近日，途家民宿方面向《中国经

营报》记者介绍称，截至5月3日，途家民宿2023年“五一”预订量相比2019年同期增长2.7倍，平均间夜价格达520元。与往年相比，用户更偏好跨省游、长线游，有用户去年11月底就预订了今年“五一”出游的住宿。速途研究院院长丁道师告诉本

报记者，相比过去三年，今年民宿平台肯定会发展得更好，因为疫情已经成为过去式了，全国各地已经全面放开了。不管是通过微信、微博自己做民宿，还是通过携程、美团来做民宿揽客，民宿平台都会发展得很好。

## 火爆的不仅是淄博烧烤 还有民宿

淄博的民宿生意也跟着火了，途家民宿数据显示，2023年“五一”期间，淄博民宿预订量暴增12倍。

张先生是北京的一位创业者。他告诉本报记者，今年“五一”他去其他城市转转，住民宿的体验感觉和平时差不多，但有几点不同。“第一，首先是‘五一’或者‘十一’这种假期，酒店预订难度会更大一点，一定要提前预订；第二，它的价格也会有有一定幅度的上涨。”他向记者说，“但是现在随着相关法律法规的完善，这个上涨的幅度基本上还是在可以接受的范围，一般涨50%，甚至涨一两倍，在一些热点的区域，我觉得是可以接受的。”

近期淄博凭借着烧烤文化成为旅游界的“扛把子”，各地游客纷至沓来。淄博的民宿生意也跟着火了，途家民宿数据显示，2023年“五一”期间，淄博民宿预订量暴增12倍，大部分房源被预订一空。从热门预订商圈看，火车站、客运中心和淄博北站排名前三，实现下车放行李后直奔“烤点”。

同程旅行数据显示，截至4月18日，平台上淄博4月酒店预订量环比上月增长39%，相较2022年同期增长5倍多，景区预订量环比上月增长30%，相较2022年同期增长了20多倍。华住方面的数据也显示，城市排名最靠前的是目前大火的淄博市，截至4月21日，“五一”期间的平均预订率已经超过80%，其中汉庭的3.0版本最受欢迎，预订率已经达到100%。

虽然民宿生意火热，但淄博

真正做到了“加量不加价”。2023年淄博民宿数量相比2019年增长4倍，但价格依旧实惠。2023年“五一”期间，全国民宿平均间夜价格相较2019年同期增长25%，但淄博民宿价格却与2019年持平，为228元。

淄博途家民宿房东谢亚楠向本报记者介绍说，虽然生意好了起来，但是房间价格却没有因此水涨船高。“2019年到现在，我们的民宿价格都没变过。平日150元，周末178元，一直是这个价格。‘五一’期间的房间我们没有调价，很快就被订满了。”

为了缓解淄博旅游住宿紧张情况，途家民宿在当地开通房东房源绿色免佣通道。“五一”期间，经绿色通道成交的房源免收佣金。值得一提的是，上线首日，还有房东推出1元民宿，房东表示就是想免费提供给游客住，上线平台是为了方便有需要的旅客找到。

途家平台“五一”期间间夜价格最高的一单来自北京怀柔区，20室以上的整套精品民宿，最多可容纳50人，一晚价格超过2万元。而最早一笔“五一”订单出现在去年11月底，有旅客预订了一晚杭州6房独栋别墅，预订价格为3880元。

而从预订量增幅看，途家民宿的数据显示，小众及新晋热门城市增长最快。其中，德宏、甘南、伊犁、自贡、阿坝、汕尾、普洱

等小众目的地预订量增幅均超2019年同期10倍以上。此外，在途家平台上，淄博、平潭、威海、湖州等多个热门目的地“五一”期间民宿近乎满房。

跨省游成为2023年“五一”假期的主旋律，各地旅客对于目的地和入住民宿的偏好大不相同。途家平台数据显示，从预订量看，北京、天津和河北的旅客最爱秦皇岛。作为京津冀最近海边，还拥有北戴河、山海关等景区，秦皇岛在这个假日成为区域顶流。川渝地区旅客，除了本地游外，更偏爱有风的地方——大理；广东旅客预订量最高的城市为拥有绝美海滩的惠州；长三角旅客更爱山水清远、秀甲东南的湖州。

在民宿消费上，“五一”期间北京旅客最爱住民宿，预订量最高；上海旅客最舍得花钱，“五一”期间平均间夜价格近850元；天津、湖北、黑龙江的旅客更偏好慢节奏旅行，民宿平均入住时长近2天；广东、山东的旅客最爱本地民宿，“五一”期间本省民宿预订比例超五成。

同程研究院首席研究员程超功认为，“五一”假期旅游市场表现抢眼，出游人次、旅游收入等指标的超预期复苏，坚定了业界对于行业全面复苏的信心。透过“五一”假期市场的强劲表现，业界对于接下来的暑期旅游旺季更增添了一份乐观和期待。



山东淄博烧烤节游人如织。

视觉中国/图

## 民宿平台如何发展？

“民宿的提质升级应从合规化、在地文化、特色服务三方面着手，提升自己的核心竞争力。”

在强劲的市场表现中，民宿预订也出现了一些新的趋势。

小猪民宿数据显示，截至5月4日，平台“五一”期间乡村民宿订单量同比增长超过7倍，平均客单价约为500元。其中，中长线出游需求持续释放，跨省游长线订单占比89%，平均间夜3.14天。

携程旅行的数据显示，截至4月20日，今年“五一”假期民宿预订量环比4月平日增长1070%，相较2022年同期订单量增长1080%。

谈及对民宿行业如何利用互联网进行营销，丁道师称，民宿可以通过网络预订、社交媒体营销、民宿点评网站、旅游攻略与游记、搜索引擎优化(SEO)等方式来进行互联网营销，提高知名度、预订量和口碑，吸引更多潜在客户。同时，民宿也需要注重服务质量和客

户体验，以获得更好的市场反响。

随着政策放开，跨省游、出境游火热，用户面临着更多的出游选择。乡村民宿如何才能在众多旅游产品中脱颖而出？途家民宿高级副总裁胡阳表示，乡村民宿的提质升级应从合规化、在地文化、特色服务三方面着手，提升自己的核心竞争力。

胡阳认为，乡村民宿需要切实提升质量，打造精品，需要民宿能融合吃、住、娱等场景，满足游客更高阶的出游体验，实现从“观光型”到“度假体验型”乡村民宿的转变。此外，目前单纯以“情怀”“网红滤镜”等为噱头的民宿的泛滥和口碑下滑，倒逼民宿从业者思考，什么才是可持续发展的根本。规模小、抗风险能力弱、盈利模式单一化、品质服务不稳

定都是乡村民宿品质化发展道路上的不足和需重点改善之处。

谈及对未来民宿行业发展的看法，途家民宿方面告诉记者，“目前，针对民宿市场的政策愈发明朗，规范化运营是大势所趋，也是民宿未来发展的基本要求。同时，随着民宿消费群体逐渐年轻化，他们对民宿产品更加挑剔，也更加追求个性化与特色，这对民宿的软硬件标准、入住体验都提出了更高要求，推动民宿市场的品质化升级势在必行。此外，民宿也越来越不止于住宿。多人、近距离、短时长、高随意性、慢体验的多样化‘微度假’模式日益兴起，这些变化对民宿的供给侧提出了更多需求。应发展‘民宿+’，增强用户体验，提供组合服务，增加民宿的溢价能力。”

# AIGC引发影视业关注 新一轮技术革命伴生新矛盾

本报记者 张靖超 北京报道

OpenAI推出ChatGPT已半年有余，其对各行各业的冲击仍在持续。

据外媒报道，近期爆发的好莱坞编剧罢工，原因有二：其一是传统编剧与流媒体平台在分成、协作方式上矛盾加剧，其二便是对ChatGPT等为代表的AIGC抵制。在参与罢工的编剧看来，AIGC将他们的工

## 目睹冲击

作为一个由技术进步而诞生的行业，影视产业对AI引领的新一轮技术革命也格外关注。而当前该行业一方面在惊叹AIGC的效率，进而引发了对产业链变革的种种猜想，另一方面则是影视行业非常依赖底层的内容质量，而内容创作更依赖于0到1的灵感创意，这是AIGC当前乃至未来一段时间都难以具备的能力。

“我的创作团队对AI进行了一系列测试和尝试，表现令我比较吃惊。从设计的创作维度来看，从最初简单

## 权益纷争

AIGC主要包括三种能力，即理解力、生成力和模型快速迭代能力。而要具备以上能力，并具有持续输出的能力，仍然离不开算力、算法与数据。

因此，从AIGC的训练与能力形成的层面来看，影视行业拥有大量的数据和内容，这既是一次产业机遇，也是当下面临的挑战。具体而言，训练AI模型所需的数据和内容，其来源、使用、用途等问题备受各方关注。

武汉元宇宙研究院院长兼北京信息产业协会元宇宙专委会主任龚才春表示，我国现有法律并没有人工智能生成的内容的版权保护规

作成果当成训练所用的数据，但他们却没有收到任何版权费用；同时现有的AIGC生成的视频、剧本文本等内容，水平较低，甚至包含大量错误，而不少编剧不满沦为修改这些劣质内容的“修补匠”。

从中可以看出，AIGC目前至少面临着两大问题，一是版权等权益的保护与利益分配，二是与人类的协作关系。

的主题，到后面要求几个简单场景提示词、一段情景概述，30秒钟人工智能就可以生成部分小说电影片段，如果拆解可以明确设置成几个目标，它目前能够基于一套逻辑来完成一个基本健全的剧情设计。第二个维度我称之为风格，这个也是能够通过模仿达到的。第三个维度我称之为理念，如果让人工智能围绕某一个话题讲述一个故事，你可以看出人工智能的逻辑和价值观，它是有理念的，应该是从海量的素材中总结学习得出的。除此

定，《中华人民共和国著作权法》规定，作品的作者只能是自然人，作品的著作权(也称版权)属于作者或通过法律关系确定的公民(自然人)、法人或非法人组织。简而言之，机器生成的内容，在现有法律框架下，根本就没有版权一说。

他同时指出，要解决未来元宇宙空间和AIGC的版权问题，需要从两个方面入手。首先是制度方面的变革，现有的法律、法规和制度主要围绕自然人产生的作品展开，机器生成的内容在版权法上还没有明确的规定。因此要加强相关法律问题的研究，可能需要对相关法律制度进行某些方面的修订。而制度的

在国内，AIGC也已经有一定范围的应用。《中国经营报》记者注意到，在抖音、B站等平台，已经有许多用AI生成的人物图片以及AI歌手演唱各类风格的歌曲等内容，这类视频内容的播放点击量甚至高达数十万，相关账号也在短期内粉丝量激增。在刚刚结束的北京国际电影节上，也有多位业内人士透露，其所在公司已经在使用AI生

之外还有情感的问题，人工智能目前对人类各类情感的认识可以达到某种程度上“准确”。陈宇说。

华为云媒体服务总裁吕阳明表示：“AI的出现会让很多传统的简单重复性工作有被替代的风险。我们应该积极应对新的挑战，考虑如何利用AI来更快生成文档和图像、视频等数字内容。对于影视行业来说，这场变革其实已经开始。”

但也有许多业内人士认为，AIGC仍有许多不足，AI目前还只

修订涉及到很多方面的利益，也不可能解决所有的问题。另一方面，用技术的手段解决问题。技术上的创新也可以解决一些制度无法解决的问题。在版权保护方面，我们可以采用各种技术手段，来帮助保护知识产权，并鼓励创新。

此外，当前AIGC的训练还涉及此前业界并未关注到的个人信息问题。例如近期在多个视频平台引发话题讨论的“AI孙燕姿”等AI歌手。记者注意到，目前在B站上，有许多UP主上传了用AI模型训练的“AI孙燕姿”，不仅在声音、声线、音色等方面与现实中人十分相像，而且还可以翻唱现实中与

成宣传海报及其他宣发物料。

知名导演、编剧陈宇表示：“最近人工智能对业界产生了非常重大的影响，已经到了非常紧迫的时候，各个公司都在琢磨如何应对，但是大家到目前都没拿出什么主意来。从我个人的观点来看，人工智能对影视创作的影响必将是巨大的，但短期内，还不会起到太大的帮助作用。”

是一个工具。

博纳影业集团股份有限公司行政总裁蒋德富在北京国际电影节上表示：“所有新的技术是需要人来指挥的，用人的意识和大脑、方法解决的，它还是我们的工具。所以我们如何面对新技术？摆在我们面前的就是学习，要驾驭它。对我们而言，有些储备项目已经在考虑哪些使用AI技术，我们要用更新的现代电影制作技术把它融入进去，否则我们的创新性转变和创造性表达就无法实现。”

本人风格迥异的歌曲或者其他歌手的作品，包括且不限于《好汉歌》《精忠报国》等。此外，也有UP主发布了如何训练自己的AI歌手的教程。

记者了解到，目前训练AI歌手的模型大多是从面向开源及私有软件项目的托管平台GitHub上获得的so-vits-svc模型。不过，该模型目前已经停用。

对此，国内某视频平台的一位人士向记者表示，目前占据主流的说法是被模仿歌手的演唱风格、音色、唱功等共同构成歌手表演风格，受表演者权保护，此外还可能涉及名誉权、肖像权等。

## 机遇隐现

从AIGC的内容产出来看，一是其快速的产出能力带来了影视产业相关公司降低成本的可能性，二是以ChatGPT为代表的AI模型，内容产出质量并不稳定，还需要人工介入纠错、筛查。

博纳影业集团董事长兼总裁于冬在北京国际电影节上就表示：“我们过去拍电影，一个很重要的问题就是大量的外景搭建，这是非常昂贵的，甚至导演拍完都想把这个景炸掉，因为这是每个导演的知识产权创意。如果AI技术可以把全世界的外景扫描进来形成数字化，例如不需要去纽约拍戏，就把纽约的外景复制过来，通过合成技术大大提升效率。”

陈宇则认为，AI对影视产业的影响将会从影视生产后端向前端发展，首先取代影视后期中的CG和特效部分。之后是拍摄，最后是剧本和策划。

“未来一年乃至三五年，我认为对于可以起到某种资料性的和片段性辅助功能，就像一个操作者和一个工具之间的关系，因为有工具的存在，所以跑得远、速度快、生产效率更高。大概在八到十年后，人工智能和作者之间可能会形成合作关系，第一种形式是作者给出基本策划，经过训练以后，AI可以完成多个基础故事，作者可以挑选，进而进一步强化细化，使它丰富，重复这一过程，通过这种方式形成作品的独特性，第二种就是作者完成作品的一部分，另一部

分由AI根据作者已有内容来完成。”陈宇说。

与此同时，还有部分行业分析人士看到了新一轮技术革命带来的产业升级的可能性。

“国内的影视行业发展较好莱坞乃至韩国，都有一定差距，尤其体现在电影工业化上。比如现场拍摄，过去很多年，中国内地在这一环节上都主要依赖国内某地方群体的输出，这一方面增加了成本，另一方面太过于依赖某些人或群体，不利于导演以及背后的电影公司掌控全局，更难以形成分工明细、类目齐全有竞争力的工业化体系。”上述人士说。

“相比于当前的影视行业，游戏行业经过几年的发展，后者的工业化流程做得更好一些。我们看过很多电影，然后可以轻易地说出任何一部电影的导演，但是大家能说出《王者荣耀》的导演，或者说它的主制作者是谁吗？除非你是特别核心的玩家，但过去任何一部电影所创造出来的现金流和《王者荣耀》过去所创造的收入相比，其实差距还是比较大的。我觉得AI至少给大家提供了一个机会和手段，有助于影视行业的工业化。因为当一个公司规模越来越大的时候，它最需要做的事情就是降低对其中任何一个人的依赖。当一个行业变得更加工业化，才会让这个行业长得更大、更健康。”中信建投证券传媒互联网行业首席分析师杨艾莉如是说。