谈今

当旅游爱上奥运

□ 严 晗

体育和旅游越来越像一对相辅相成的恋人，每隔四年的奥运会就是他们高调宣誓爱情的舞台

里约奥运会开幕了，全球的体育迷奔赴巴西，掀起观赛与旅游的高潮。根据巴西旅游协会此前预计，在“奥运季”期间，将有约40万海外游客来到巴西，攀登科科瓦多山观赏基督像，游历巴西利亚大教堂，在洁净松软的科帕卡巴纳海滩冲个浪，去猴面包山顶吃顿巴西烧烤，这些应该都是游客的必选之项。旅游产业的溢出效应也已经预示，不仅仅是巴西，包括其周边的阿根廷、智利、秘鲁和乌拉圭等国家，都将在入境游客数量、入境游客消费值方面得到大幅度的提升。

体育和旅游越来越像一对恋人，每隔四年的奥运会就是他们高调宣誓爱情的舞台。根据世界旅游组织的统计，从2010年到2015年，全球体育旅游市场的规模从1180亿美元激增至2052亿美元，每年以15%的速度持续增长。这期间全球旅游市场的增速最快的年份就是2012年伦敦奥运年。

遥想当年，奥运会与旅游的第一次邂逅真实而美好。1896年首届现代奥运会举办期间，牛津大学学生博兰恰在雅典旅游，看到赛事越战越酣，擅长网球的博兰报名下场比赛，竟然一路过关斩将，连获首届奥运会网球单打、双打两项冠军，创造了以游客身份夺得奥运会冠军的奇迹。这游历途中看似无心的举动，恰恰印证了奥运精神中“参与比获胜更重要”的真谛。

如同再相爱的人也不能避免纷争，同样不能避免的是，当越来越多来自世界各地的奥运团队以及国际游客纷纷来到里约热内卢时，他们感受到的可能不只是巴西的热情、热烈、热辣，同样也有炙热、灼热。政局动荡不定，经济下滑、卫生堪忧、治安问题层出不穷……似乎一切不利的因素都在考验着旅游这项具有风向标作用的产业，能否坚守着与奥运会爱的誓言。

“唯爱与美食不可辜负”，这世界上有许多关于美的体悟无需言语。美食、美景、美人，这些无论信仰、不分肤色、无须国籍皆可以欣赏的美好的事物，是热爱生活的人们共同的道理。更高、更快、更强，奥运带给人们的不断进取、永不满足的奋斗精神和不畏艰险、敢攀高峰的拼搏精神，激励着全世界的强者克服困难，挑战自我，取得成功。打破藩篱，开放疆界，是旅游带给当今国际秩序最开放、最积极的因素。今年初，巴西政府宣布在2016年6月1日至9月18日期间，游客和运动员可以获得为期90天的签证，且并不需要一定持有奥运门票。美、加、澳、日四国上述人员可以免签入境。尽管中国尚未被列入免签行列，但签证时间也大为缩短。

无论奥运会与残奥会的比赛多么精彩，9月18日后，鲜花和掌声都会归于宁静，孕育新的开始。而前、后奥运时代的旅游为巴西带来的收益可能会长久深远得多。相对于单纯的奥运旅游收入，巴西政府建造的交通网络，完备的场馆体系，创造出更丰富的就业岗位，更成功国家（城市）旅游形象，更标准的服务质量将会深远地推动巴西经济尽快走出谷底，提振投资者的信心，刺激投资与消费，让巴西走上一条可持续发展之路。

体育和旅游之爱应该是热烈的，在21世纪这两种社会活动调动世界各地千百万人，行动起来，走出孤立；体育和旅游之爱也应该是广博的，她们促进着不同文化和生活方式的人们之间建立起理解和紧密的关系，并有力地促进世界各国之间的稳定与和平。我们更期待体育和旅游之爱是坚韧朴实的，这两项活动都是发自本心，为人性之所爱，同样代表着社会最强大的经济驱动力，产生了多种的经济衍生物，孕育着巴大的市场潜力。我们有理由期待，这样的爱能够诞生“一个全新的世界”。

观望

迪士尼来了 欢乐谷们咋办

□ 顾 阳

对于习惯于“中餐”的中国游客来说，在饱尝“西餐”美味的同时，终归还是不会抛弃“中餐”的

每到暑期档，旅游市场就如同夏日温度一般“热情”高涨。今年暑假更是不同——作为国内主题公园行业的标志性事件，上海迪士尼乐园的开门迎客，意味着以欢乐谷为代表的本土主题公园将面临一个与此前完全不同的竞争格局。

事实上，自上海迪士尼项目启动以来，有关“迪士尼来了，欢乐谷们怎么办”的讨论就一直不绝于耳。时任华侨城集团总裁的任克雷就曾公开表示，“中国的旅游企业没有理由惧怕迪士尼的到来”。在他看来，迪士尼的进入反而有助于把市场“蛋糕”共同做大，差异化竞争带来的将是共赢。

如今，这样的判断到了正面“较量”的时候。当上海迪士尼频频刷屏时，北京欢乐谷迎来了盛大的十周年庆典，上海欢乐玛雅水公园二期也正式开放并启动了《天幕水极》的全球公演……种种迹象表明，新竞争者的加入，似乎更加激发起了这个中国最早本土主题公园品牌的昂扬斗志。

从历史经验来看，无论是在美国、欧洲，还是在日本以及香港，迪士尼每到一个地方，都会给当地旅游业带来一个新的发展机会。市场人士指出，迪士尼进入了全球这么多区域市场，并没有阻碍其他主题公园的经营发展，相反却带来新的管理理念、新的品质和服务，倒逼行业发展更加重视品牌、品质，继而促进本土主题公园行业整体提升转型。

香港迪士尼开业给国内主题公园带来的变化，进一步验证了上述观点。2005年香港迪士尼开园，一河之隔的深圳欢乐谷当年业绩增长就超过了20%。从地理位置上看，深圳欢乐谷与香港迪士尼相距45公里，这个距离差不多正是上海欢乐谷和上海迪士尼之间的距离。

可以肯定的是，迪士尼的进入将会给国内主题公园行业带来一场不可避免的洗牌，一批创新乏力、内功不实的企业，在未来3到5年内或将难逃被淘汰出局的命运。毕竟，主题公园在国内仍还是一个新兴的产业，即便是欢乐谷、宋城这样已具备相当竞争力的品牌项目，倘若没有持续的创新产品，未来要面对的压力依然不小。

近年来，外资不断加码国内主题公园市场，无论是景观设计、游乐设施、旅游演艺，还是软件服务，都给大家带来了耳目一新的感受。除迪士尼外，位于北京通州的环球主题公园预计2019年开业；世界排名第二的默林娱乐集团将在上海或周边打造“乐高乐园”；法拉利也宣布将在中国建设一座法拉利主题公园。

对国内现有的主题公园而言，外资品牌的涌入，无疑将迫使本土品牌在体验上全面升级；而对于未来新建公园来说，则会形成一定的引领示范作用，并加速主题公园和文化企业形成合作，激发民族企业挖掘更多的中国文化元素，研发出一批拥有自主知识产权的旅游项目。正如一位业内专家所言，对于习惯于“中餐”的中国游客来说，在饱尝“西餐”美味的同时，终归还是不会抛弃“中餐”的。

更乐观的预期，还是来自于中国消费市场的无限潜力。据世界旅游及旅行理事会（WTTC）的统计数据，在全球范围内旅游业每年约贡献7.2万亿美元，几乎占全球GDP的10%，这其中，中国更是贡献了最大的增长率。

据统计，近两年来，中国国内旅游收入总额年均增长都保持在10%以上，远超社会平均水平。2015年，国内旅游业收入超过4万亿元人民币。研究机构预测，未来20年至35年将是中国旅游业的黄金增长期。这一数据，让有实力、有远见的旅游业者一定不会无动于衷的。

情怀在左 务实在右

□ 牛 瑾

一家好民宿，要有远方的田野诗歌，更要有近处的人间烟火

有朋友想安排假期、带着全家老小去云南大理旅游，就跑来问我住在哪个地段方便、哪家酒店性价比高。且慢！住酒店？你显然是OUT了。如今，住民宿才是很多人出游的首选，尤其是在遍地民宿的大理。

没错，这几年，民宿火了，有情怀的民宿更火。提到情怀，或许立马就有人提醒“千万别掉进情怀的坑”。但我想说的是，民宿必须有情怀；当然，还有下半句话，一会儿再说。

民宿来源于情怀。最初开民宿的人之所以投身这行，大多是因为怀念小时候在老家的感觉，或喜欢在清静的旅游地有一间按照自己喜好布置的房子，或希望有一个固定的地方能让自己远离城市雾霾、呼吸新鲜空气，和三五好友把酒言欢。就是这份情怀起了作用，才有了后来的民宿。

游客选择民宿是为了情怀。他们想要躺在艳阳下的老院落里，把身子陷入被软软的抱枕包围的摇椅；他们想要面朝大海，在不用很大的小屋里，手握啤酒罐，只想着“春暖花开”的事儿。随着生活节奏日渐加快，这种情怀也愈加浓烈。但“千店一面”的酒店满足不了这种情怀，于是，民宿才闯进了市场。

只是当下，很多民宿主还没有完全弄明白什么是情怀，以为添置些有小资情调的摆件就够了，搞出了不少的伪情怀。如果因为这样就否定情怀的内涵，对民宿的发展是极为不利的。

好了，现在可以说下半句话了。那就是，民宿不能只有情怀，还必须用务实的做法让情怀落地。一家好民宿，不是脱离商业基本规律去任性作为的结果，它要有远方的田野诗歌，更要有近处的人间烟火。

当越来越多的民宿爱好者加入民宿投资、改造的群体后，市场上也就涌现出了越来越多的竞争者。房屋租金迅速蹿升、配套服务跟不上，民宿经营在多面夹击中陷入困局。“窗外景色不行，房间隔音效果差，价格还贵”“没有家的感觉，更别说乡愁了，也就是有点设计感的农家乐”……即便是奔着情怀而来的游客，也会毫不留情地写下差评。因此，民宿需要回归本质，做到严谨运营、规范服务、多渠道营销，还要设计元素、配套项目来吸引回头客，让情怀与客流量完美地结合在一起。

总之，情怀在左，务实在右。而将左右串联起来的正是人即民宿主这个核心要素。民宿经营模式的多元化，决定了民宿主的多元化。他们或是民宿房屋的拥有者，或是租赁经营的投资者，或是众创众筹的创业者，或是专门聘请的管理者，但无论哪一种，都要有一定的文化修养、审美水准、生活情趣、工匠精神，还要懂设计、会管理。

景观、设计可以模仿，但与民宿主有关的内涵和氛围却是“只此一家”的东西。可以说，这相当于设置了很高的行业准入门槛。而且，民宿应该像个“家”，“家”不用太大。

戏言

穿西装的泰山

□ 若 瑜

脱下西服，回归原始，则寓意着对大自然的向往战胜了工业文明的脚步

泰山归来，这一次不再是身穿皮袍，抱着藤条呼啸而至，而是端坐在唐宁街10号的会议桌前，一丝不苟地穿着三件套西装，一边用标准的仪态品尝咖啡，一边与英国首相侃侃而谈。

对了，他现在是格雷斯托克爵士约翰·克莱顿三世。

对最新上映的《泰山归来：险战丛林》来说，这样的开局足够新鲜，毕竟人猿泰山是个被用了多次的大IP，猩猩拯救孩子的故事都演了200多回了。

接下来的故事纯属好莱坞套路。如果要形容这个故事，那就是看泰山如何把身上的西服一件件脱掉。

最初，泰山跟妻子简一起回到维多利亚女王时代的英国伦敦生活。此时，他衣着考究，和简居住在阴暗的豪宅里，暗示他的生活并不愉快。而当他回到非洲草原的时候，整个画面就变得明亮起来。此时的泰山也脱下了西服外套，只穿着衬衣长裤，背着大包袱与狮子行贴面礼。

等到丛林大战时，泰山连衬衣也脱了，露出8块腹肌加人鱼线，与猩猩搏斗，与酋长拼杀。最终，泰山又穿着兽皮，与简一起回归了原始部落。

在所有版本里，这一次泰山穿的衣服最多。泰山本人代表了自然的力量，而他身上的西服则是文明社会的标志。脱下西服，回归原始，则寓意着对大自然的向往战胜了工业文明的脚步。

这与最初的泰山截然不同。1912年，当人猿泰山的故事刚刚开始连载之时，他是一个身世坎坷的丛林之子，在简代表的现代文明感召下回归社会。当时正值工业文明四处拓展，现代化的吸引力战胜大自然的设定很符合当时的社会氛围。但随着工业文明对大自然的破坏日益加剧，一代代泰山逐渐反省。等到泰山在2016年回来的时候，反倒是大自然战胜了工业文明。

从电影本身来看，这是一部成熟的电影工业产品，故事流畅，特效真实，充满了好莱坞式的奇幻冒险。虽然明知不现实，但是当泰山和乔治从悬崖上一跃而下，谁都知道他们肯定能准确地落到山脚的大树上，还能拉住藤蔓攀援，最后借助荡起的藤蔓落到飞驰的火车上。

更典型的好莱坞式奇幻设定要结合现实来看。开篇时候，原始部落面对拿着长枪短炮的士兵，却获得了近乎屠杀式的胜利；面对白人殖民者，刚刚还手拿长茅、毫无抵抗能力的原始人，一旦被解开了绳子，就无师自通地学会了使用长枪。而乔治这个美国奴隶制战争中胜利的黑人，又收集了比利时国王在刚果实行奴隶制的证据，并将其公之于众，导致了国王的破产。

这有点像当年的阿凡达，一群外星土著打败了地球来的殖民者，保护了自己的原始森林。这是自然力量的胜利，是丛林牧歌的最强音。可实际上呢，无论是美洲大陆还是非洲地区，当地的原始部落早就在现代文明的步步紧逼下让出了阵地，土著居民被大规模屠杀，并没有谁来拯救。

在真正的历史中，影片中的罗姆的原型、探险家斯坦利并没有丧生鳄口，而是在完成对刚果河的探险后重回西方，名利双收，幸福终老。而利奥波德二世也没有被什么公开信绊倒，1884年，他在列强瓜分非洲的柏林会议期间成立刚果自由邦，动用军事力量血洗当地部落，令现今刚果金范围内的领土沦为比利时人的殖民地，直到1960年刚果才掀起独立战争。即使是以推翻奴隶制为傲的美国，对黑人的歧视也从未消失。

泰山归来，带来了人类对工业化的反省，对大自然的尊重和向往，可惜原始文明的胜利就像是泰山的西服，不过是好莱坞打造的皇帝新衣。

观剧

职业剧该有职业范

□ 林紫晓

不职业的职业剧不仅不能解观众的渴，反而弄巧成拙成烂剧

“最近看没看《翻译官》？讲的就是你们外交领域的故事，还是两个当红明星演的。”我问一位外交官朋友。

果然，他投来鄙夷的眼神，“不看，辣眼睛！别把里面的剧情当真。”确实，连我这个外行人都能看出剧中不少漏洞，老套的情节设置、模式化的表演，完全没有代入感。

除了《翻译官》之外，近期还有《好先生》《女不强大天不容》等作品聚焦特定的职业人士。《好先生》中孙红雷扮演一位米其林三星厨师，《女不强大天不容》则深度刻画了媒体记者群，观众对它们有认同也有吐槽。

职业剧不“职业”是我国此类剧种的老问题了。目前，我国的职业剧还处于一个探索的阶段，作品数量不少，但质量良莠不齐，涉及的职业也一般集中在教育、医疗、法律等领域。其中，不乏《黑洞》《重案六组》《刑警本色》等经典作品，在播出的时候都引起过热烈反响和广泛好评。

不过，不少职业剧不仅脱离某一特定职业本身，甚至脱离职场的一般规则，剧情上往往落入“霸道总裁和灰姑娘”之类的窠臼。观众选择看职业剧不仅是为了看帅哥美女如何曲折的浪漫爱情，更多的是带着对特定职业人群的生活状态的好奇和探索的预期。因此，不职业的职业剧不仅不能解观众的渴，反而弄巧成拙成烂剧。

如何让职业剧更有职业范儿是电视从业者必须思考的问题。以制作精良的美剧为例，描写白宫政治斗争的《纸牌屋》，在撰写剧本时就请来曾为希拉里·克林顿等多名政客担任助理的鲍尔·威利蒙做顾问。《豪斯医生》中的疑难杂症，都是来自美国疾病控制中心的真实案例。正是这种探究细节、精益求精的工作态度，编剧写出来的职业剧才有足够职业范儿。

反观国内的职业剧，不少职业剧的制作也有其他国产电视剧急功近利、一味求快的通病。著名编剧六六曾坦言，“现在肯花一年两时间体验生活、打磨剧本的年轻演员和年轻编剧越来越少了，出品的都是快餐。”

俗话说，“隔行如隔山”。编剧本身缺乏相关职业的从业经历，如果不去小心求证，不仅导致相关职业知识硬伤太多，更重要的是无法真实地表现人物角色作为特定职业的生活状态，这样的职业剧只能让观众啼笑皆非。职业设定本来可以成为推动情节发展、展现人物性格的内在动力，但一旦编剧无法把握职业的核心要素，再华丽的职业也只能是一个空壳。

冷眼

越诉苦越苦

□ 李帮灵

你一定要把负面情绪释放出来，只会把自己拖入百无聊赖甚至悲观无奈之中

有这样一则故事，一位农妇坐在地头，向过往行人诉说她的不幸，别人的地里都长满庄稼，而唯独她的地里长满杂草，她又得挨饿了。一位老者说，你在这儿抱怨是长不出庄稼的，还是赶紧回家弄些种子，把地种好吧。

生活中，有的人就像“农妇”那样，遇到不幸的事，总是习惯性地向别人倒苦水，而不知道解决问题的根本得靠自己。

去年我和同事建了一个教师群，大家在一起交流教学心得，实现一些教学资源的共享，感觉是一个很好的平台。其间有一个网友加了进来，时常发些教师工作累、工资低、社会地位低等内容的帖子，并鼓动大家：“转起来，让更多人看到咱们活得多么不容易！”

这些“炫贫”的内容就像流感病毒，看得多了，心情也就变得糟糕起来。你一定要把负面情绪释放出来，泄洪似的，只会把自己拖入百无聊赖甚至悲观无奈之中。

身边有位“剩女”向我诉苦，她强调自身条件也不错，自己要求也不高，为什么偏偏就“剩”下了呢？越倾诉就越觉得，好男人不长眼，那些还不如她的人却能找到那么好的伴侣，太不公平了。其实我想告诉她的是：挑来挑去最终挑剩自己，剩女的最大敌人就是对自己过分自信。

其实很多人的苦，无非就是工作不满意，生活压力大，朋友不理解，孩子不听话……都是些鸡毛蒜皮的苦，那些大起大落，断崖式的苦，咱老百姓想沾还沾不上。遇着这点事儿，不去管它，过不了多久，伤口就会慢慢愈合，需要的只是时间而已，犯不着逮着个人就向他兜售。

人们喜欢跟正能量的人在一起，听他们说开心事，分享他们的快乐，把日子过得轻松些。谁都不想面对一张苦瓜脸，每天没完没了地听那些倒霉事，因为大家都有压力，谁都不乐意做垃圾筐。

鲁迅的《聪明人和傻子和奴才》一文中，奴才说：“我对先生诉了冤苦，又得你的同情和安慰，已经舒坦得不少了。”生活中，谁愿意做那个只会诉苦而不知道改变自己的“奴才”呢？