

思语

乡村民宿 向“中”看

□ 余 颖

无论从市场需求还是政策导向上看，乡村民宿都必须扭转高端化、奢侈化倾向，以更好地满足大众消费升级与振兴乡村、精准扶贫的需要。

周末怎么过？估计很多人都希望能去郊区住一夜，吃农家饭、住农家乐，呼吸一下新鲜空气，看一看满山绿色。国家旅游局数据显示，乡村旅游已成为城乡居民常态化的消费方式，40.13%的受访者表示每月到乡村旅游一次，45.92%的受访者表示每两到三个月到乡村旅游一次。

然而，在郊区怎么住是个问题。现在的乡村民宿呈现两极分化，一种是低端农家乐，大通铺、大花被、大锅饭，在北京延庆柳沟民俗村，吃一顿豆腐宴人均收费不过30多元，住一夜双人间110元左右。另一种则是高端民宿，京郊的隐居乡里、童话树屋，住一夜普遍要1500至3000元。无论哪一种，都不是消费升级潮流下，大众消费者心目中的首选。

为什么会变成这样？民宿经营者也很无奈。最初的乡村民宿大都利用乡村原有的老房子、旧民居改造而来，但随着民宿的火爆，资本开始介入，改建变新建，再变成巨资修建，建设成本从原本的几万元飙升到上百万元、千万元不等。投入增加，相应的房价、餐饮收费也随之攀升，让不少乡村民宿被迫成为高端消费。高昂的价格，使部分高端民宿只能针对少量的高端人群，节假日火爆，平时冷清，陷入经营困境，而更多的普通消费者只能望而兴叹。

这不是乡村民宿应有的样子。《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》中，明确提出要提升农业发展质量，培育乡村发展新动能，建设一批设施完备、功能多样的休闲观光园区、森林人家、康养基地、乡村民宿、特色小镇。可以看出，国家希望乡村民宿能成为乡村振兴、乡村扶贫的抓手之一。在实际操作中，乡村民宿可以在不改变农地产权的前提下，将农村闲置住房进行个性化改造，形成一房一院一地，让更多城乡居民享受田园生活，度假养生。对农村居民来说，可以用较小的投入，有效盘活闲置农宅院落，提供就业与增收机会，真正实现乡村自我造血功能，是大多数休闲农业从业者的首选。

无论从市场需求还是政策导向上看，乡村民宿都必须扭转高端化、奢侈化倾向，以更好地满足大众消费升级与振兴乡村、精准扶贫的需要。

乡村民宿有两种经营方式，一种是农民自己经营，一种是外来户改建后经营。让农民自己经营，可能会更有乡土气息，更有人情味，农户收入也会更高一些。但农民可能很难把老房子改建成为人们喜欢的“田园风”，在服务方面不会很细致，在运营上也有心无力。尤其是现在大多数民宿的推广都高度依赖互联网，写文案、做活动，村里的大叔大婶很难跟上潮流。

对于这部分愿意尝试的农民，政府部门、企业应该予以支持。比如前段时间，北京市旅游委、延庆区政府就与全球分享住宿龙头企业爱彼迎合作，动员了10户农民拿出自己的房子，又发动了多所旅游为特色的北京高校举办设计大赛，让学生们参与设计改造村宅，并提供运营方案，指导农户改建运营民宿。

外来户改造经营的方式也需要创新。一味砸钱的确能建成惊艳的民宿，但是也将对经营造成巨大压力，在客源群体小、不稳定的状态下，很容易亏本。新兴的共享经济和日益成熟的众筹模式，也许能帮助解决这一难题。顾名思义，民宿众筹就是吸引大众投资人参与民宿建设，投资者不仅能享受入住的权益，还能获得民宿经营分红。从单一投资者变成多个投资者，投资门槛更低，解决了民宿行业的资金问题，同时还有助于市场推广。这些对民宿感兴趣的投资者天然就是民宿的住客和宣传者，将为民宿带来更稳定的客源。

《周末》执行主编 魏永刚

责任编辑 李丹 敦蓉

美术编辑 高妍

邮箱 jjrbzmk@163.com

译制片的未来在哪里

■ 一部经典的译制片能够赋予一部电影以及电影中的人物形象新的生命

■ 译制片这种再创作的艺术形式想要被观众再度认可、实现良性发展，还需要时间



如果让时光倒退30年，国语译制片无疑是外国影片在国内影院上映时不可或缺的一部分。可是近年来，随着译制片中文配音版越来越被冷落，今天的电影院里，外国影片中已难觅“中国话”。曾经辉煌过的译制片能否再次焕发青春？

辉煌岁月

提起译制片，年长一些的观众可能会联想起长春电影制片厂、上海电影译制厂等配译的一部部经典作品。以《简·爱》《佐罗》《追捕》为代表的一大批经典译制片，勾起人们记忆深处的怀旧情结。如果从1948年大上海大戏院公映的《一舞难忘》算起，译制片在中国已经有整整70年历史。1949年上映的前苏联影片《士兵的故事》，被称为我国第一部真正意义上的译制片。

只要你亲身参与一场配音的活动，你会发现配音的魅力所在。实际上，译制片并非简单的语言翻译，而是一种难度极高的艺术再创作。影视作品的配音，不但要求翻译上的精准，更要求高超的艺术表现力。可以说，一部经典的译制片能够赋予一部电影以及电影中的人物形象一次新的生命，其艺术魅力和价值有时候甚至超出原版电影。

在译制片最为辉煌的年代，广大译制工作者遵从“翻译要准确，配音要传神”的行规，将原版影片的精华呈现得淋漓尽致，人

物形象更加生动。老一代配音演员如邱岳峰、毕克、童自荣等的传神配音，让原版影片的主演明星都赞不绝口。

作为经典角色“佐罗”的配音者，著名电影配音艺术家童自荣认为，配音演员最独特的魅力，就在于可以躲在幕后。不用出现在观众面前，配音演员可以保持一份神秘感，进而让观众将其想象成所配音的角色。

改革开放后，中国观众日益渴望了解外部世界，更多更好的外国影片急需译制。自此，中国译制电影产量逐渐增多，并在上世纪80年代出现前所未有的辉煌。在伤痕文学和朦胧诗盛行的年代，译制电影成为当时的流行时尚，受到观众热捧。可以说，译制片的出现，既帮助造就了几代人的电影认知和文化审美能力，也为进口影片增加了口碑和票房。

日渐式微

不过，随着时代变迁，老一辈配音艺术家相继隐退，国产译制片的辉煌在经历了上世纪七八十年代的黄金时代之后似乎也悄然逝去。在日前举办的第八届北京国际电影节上，童自荣不禁感叹：“我们译制片配音不景气，落入低谷，已经有相当长时间了。搞了30年配音，面对这样的对比和落差，很伤心，也很不甘心。”

译制片的现状，确实值得关注。近期电影院线热映的《复仇者联盟3》等进口大

片》等配音导演的著名配音演员姜广涛认为，当前，配音从业人员质量并未得到充分保障，加上配音译制群体的“草根化”，也影响到配音行业整体水准的提高。与良莠不齐的配音版相比，观众选择“原汁原味”的进口大片就成为一种必然。

随之而来的另一个问题是，国外观众在欣赏电影时是喜欢听配音还是看字幕？实际上，各国对待外语片的主流做法依然是配音，而非字幕。比如，与中国不同的是，许多美国观众不习惯看字幕版，因为他们觉得会让人分神，也会让整个画面看起来不协调，影响观影感受。为此，好莱坞的发行商们纷纷要求进口影片配上英语特别是美式英语，以满足观众喜好。德国也比较重视为电影配音，凡出口到美国或引进到德国的影片，均配以英语或德语。这些发行理念和做法，既适应了电影的全球化与本土化，也充分照顾了本国观众接受习惯，体现了一种深耕外语片市场的精致态度。

思变求新

展望未来，国语译制片会消失吗？是否还能找到属于自己的观众？业内人士认为，尽管已经没有了上世纪80年代黄金时期的闪耀光环，但配音译制片在新时代依然有其顽强的生命力。只要是好的作品，总能带给观众不一样的感动与体验。尤其在中国这样一个大国，译制片一定有生存下去的空间。但这种再创作的艺术形式被观众再度认可、实现良性发展，还需要时间。

今年初，一档名为《声临其境》的电视节目，让更多人开始关注配音这一“幕后工作”。晏积瑄认为，近年来国产电视剧幕后配音的前台推动，让部分配音工作者有了自己的“粉丝群体”，这让年轻的配音工作者有了更多坚持下去的信念。随着中国“一带一路”倡议的进一步实施，优秀的中国影视作品不断走出国门，这也为外语语言的影视作品译制带来新的机遇和市场。

姜广涛认为，作为承载着国家文化的电影，译制电影其实也是在保护本国的语言和文化，不应完全交给市场选择。当前从事配音行业的年轻人急需得到更多关怀和更加重磅的激励，行业应当重视核心造血机制，注重对年轻配音演员的能力培养。

作为老一辈配音艺术家的杰出代表，童自荣表示，配音需要时间来揣摩和酝酿角色，时间是一个非常关键的因素。他呼吁国家和社会给予一定的财力支持，能够让电影译制厂每年自主挑选、译制、发行一到两部国外电影，集中优势资源制作出有质量的经典作品，从而推动译制电影的复苏和老牌电影译制厂的转型发展。

北京电影学院表演学院副院长王劲松说，影视行业发展到今天，任何一部影视剧都离不开配音制作。他希望，声音艺术可以受到更多重视，新一代的年轻人要意识到，无论如何要把台词练习好，要对声音艺术和语言艺术有更高的追求，提升自己的境界和专业水平。如果新一代年轻表演者能够打好扎实的声音基础，配合专业的表演能力，成为电影强国的“中国梦”就有望早日实现。

光影



葫芦丝，又称“葫芦箫”，是云南少数民族乐器。葫芦丝发源于云南德宏傣族景颇族自治州梁河县，主要流行于云南德宏、临沧地区，富有浓郁的地方色彩。葫芦丝可分为高、中、低音三种类型，其音色独特优美，外观古朴、柔美、典雅，简单易学，小巧便携，受到音乐爱好者及中外游客的喜爱。

为丰富校园文化生活，山东省茌平县贾寨镇卢吴小学将葫芦丝特色教学引进课堂，纳入学校发展长期规划，努力打造学校艺术教育品牌。 赵玉国/文