

CHEN GUO KAI WEN JI

陳國凱文集



10

人民文学出版社

陳國凱文集 ⑩

PEOPLE'S LITERATURE PUBLISHING HOUSE
人民文学出版社



图书在版编目(CIP)数据

陈国凯文集:全10册/陈国凯著. —北京:人民文学出版社,2012

ISBN 978-7-02-008961-1

I. ①陈… II. ①陈… III. ①中国文学:当代文学—作品综合集 IV. ①I217.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第015176号

责任编辑 胡玉萍

装帧设计 何婷

责任印制 李博

出版发行 人民文学出版社

社址 北京市朝内大街166号

邮政编码 100705

网址 <http://www.rw-cn.com>

印刷 北京天来印务有限公司

经销 全国新华书店等

字数 3642千字

开本 880×1230毫米 1/32

印张 152.875 插页40

印数 1—2000

版次 2012年10月北京第1版

印次 2012年10月第1次印刷

书号 978-7-02-008961-1

定价 420.00元

目 录

发烧友手记	1
海外游踪	165
人书俱老	257
附录一 我爱我家	纵瑞霞 441
附录二 亲情永驻	481

发烧友手记

目 录

著述缘起	7
音响纵横谈	9
眼花缭乱的音像市场	9
你是什么发烧友?	11
何为大师级发烧友?	14
什么叫日本声?	16
什么是欧洲声、美国声?	18
什么叫“中国声”?	20
浅说中国音响器材	23
从现场感谈起	25
也说“一次性投资”	27
从颜色看音响文化	30
平心静气说胆机	32
发烧友的尴尬	37
这位朋友发“高烧”	38
“大款”也上当	41
对付这“家伙”?	43
让男人去“发烧”	46

几百元也“发烧”	48
另一类发烧友	50
音响系统简说	52
你买什么音响?	52
AV 风景	56
典型的家庭影院系统	58
欧美人眼里的“家庭影院”	60
Hi-Fi 天地	60
欧美的 Hi-End 器材	62
买器材前要考虑什么?	64
买什么?	64
一套简单好用的器材	66
买器材,选厚声	66
玩音响就是玩电?	69
声音为何尖硬?	70
如何校正相位?	71
如何煲机?	73
也说谐波失真	74
空间处理八法	76
校声六法	77
音源种种	83
搞好音源	83
买什么 CD 机?	85
几款中价 CD 机	88
CD 转盘系统概观	89
什么是解码器?	92
一体好还是分体好?	95

哪种数码线材好?	97
两机之“战”	99
如何改造廉价 CD 机?	99
音源种种	101
功放杂谈	103
如何选 AV 功放?	103
如何选 Hi-Fi 功放?	104
选功放像谈恋爱	106
选 A 类还是 AB 类?	110
买胆机还是石机?	112
要合并机还是分体机?	114
功放买回来之后	116
音箱谈片	119
如何买音箱?	119
奇形怪状的音箱	120
买书架箱还是落地箱?	121
监听喇叭好听吗?	123
音箱技术规格浅说	124
买音箱,听高音	125
这两个高音有奥妙	127
丹麦喇叭何其多	128
声音要妙,脚架要好	130
音箱摆位六法	132
线材及其他	136
如何买线材?	136
线材越贵越好声?	138
说说几款线材	140

如何看喇叭线的接插头?	141
放好脚钉	143
如何改善 CD 音质?	145
MIT 线盒是什么?	148
玩机花絮	150
编余碎墨	154
百年音响感怀	154
平心静气说日本音响	158
未来的音响世界	160

著述缘起

这些年,音响和音像产品风靡市场,迅速普及。音响组合已成为一般家庭不可或缺的生活用品,成为当今消费的一大潮流。音响和音乐“发烧友”已从“一小撮”成为浩浩荡荡的大军。许多爱乐者面对品目繁多的音响品牌和眼花缭乱的广告宣传,花多眼乱。选购音响器材往往不知从何入手。有不少朋友知道我属于“发烧一族”,常向我提出咨询:腰包里那点钱应该如何投资?听得多了,我萌生出编写一本《发烧友手记》的念头。无奈俗务繁多,此事非我正业,音响的事儿,说浅了是自己觉得好听不好听,无关宏旨;说深了,则属于高科技范畴,博大精深。音响技术的发展永无止境。编写此书只是偶尔闪现的念头,并不当一回事。

某日,跟花城出版社的朋友无意中说起曾经有过这个念头,权当笑谈。钦伟不把这当做笑话,马上约定,说要此书。这时,刚改完一部长篇,时间上有个空档,精神上需要闲适。写点消闲文字,作作“手记”,谈谈心得,也许对已经“发烧”和准备“发烧”的读者朋友们有些参考或实用价值。谈谈那些富于性灵的音响器材,或许比铺天盖地而来的网上垃圾,影视坛中的绯闻艳遇,随处可见的猪仔传奇,五颜六色的无厘头文化来得雅致一些,于世道人心有益,就如此这般写了起来。

既然是“手记”,不是眼下常见的什么“手册”、“指南”、“经典”、“圣经”之类。写起来就自然一些,轻松一些,无须板起严肃的“经典”面孔;也无须对人家指南道北,以显示高深。因为出自

业余,就洗去了专门家的庄严面孔,尽量去掉那些艰深晦涩的文字,少写令凡人望而生畏又无处不在的公式洋文。就像跟朋友聊天,说碗数碟,谈笑风生。如有失言,亦可供一笑。

本书是一本入门书,尽可能写得通俗有趣。不少音响书籍,一开卷,许多专业术语就纷至沓来,把一般发烧友弄得云里雾里。发烧友玩音响,大体为了娱乐,不想当音响音乐专家。有些“金耳朵”能听出音响器材最微妙的变化,却弄不清什么调式曲式。更没有心思去穷究什么理论,计算什么公式。有鉴于此,本书多说实例,少谈“理论”。说说笑话,讲讲故事。音响世界,奇妙复杂。满腹经纶,不一定能搞出好声;一肚公式,又如何计算人情长短?发烧友要的是神游万仞笑看炎凉的精神境界。他们捕捉声音寻找音乐,追求精神上的美。在这经常发昏的世界,发烧友的心态比较超然,与美同在,是人类精神家园的守望者。

本书主要从文化角度论说器材,不具体介绍系统搭配。要找这类文章,各种音响杂志上有的。各花各眼,见仁见智。爱乐者的听音环境千差万别,口味不一。没有“通用药方”。其实,看完这本小书,大体知道如何搭配器材。

“你是要音响还是要音乐?”——常常成为发烧界争论的一个命题。我觉得这争论没有多大意义。“发烧”本身就是一种文化现象。音乐和音响难解难分。就文化意义而言,不论你是爱音响还是爱音乐,都是纯净心灵寻找美的行为方式。追求完美是一种崇高心态。争之何益?

独乐乐何如众乐乐?于谈笑之间进入此书。希望我们工薪一族少走弯路,不必花太多的钱能欣赏到美妙的音乐,而不是搬回一堆“音响垃圾”。这就是著述此书的缘起。

音乐无限,音响知识无限。“隔行说史”,口无遮拦,谬误之处难免。失当之处,敬请音响行尊和读者诸君不吝指教。

音响纵横谈

眼花缭乱的音像市场

这些年,数码科技高速发展,音像市场风起云涌,只要到广州深圳或其他地方的音响电器城走走,只见人头攒动,热闹非凡,数不清说不完的各种音响器材,令人目不暇接眼花缭乱,清声与怪声同响,精品与垃圾器材并存。欧美日本等舶来品肉搏般地争夺市场。国产品牌也拉开阵势,抢占滩头,“战”况惨烈。有些品牌,三两个回合即被淘汰出局,有的苟延残喘,有的风头正盛。各师各法,各显神通。广告宣传,炫人耳目。其主题思想,只是一个:盯着消费者的钱袋。

许多缺乏经验的爱乐者走进音响电器城,看着那些说不清数不完弄不明的音响品牌,就像走进迷宫。纵使腰里有点钱,也不知从何出手。选购器材,“以听声为主”。此说绝对正确。但当你在音响店里听来印象良佳如闻天籁的器材,下定决心,慷慨地掏钱,搬回家里一听,有时完全是另外一回事,怎么听怎么不顺心。钱财已经出手,要退货已不可能。为何有此奇怪现象,个中大有玄机。遇上好心的商家,会如此这般给你指点教导一番,请你再出血花钱;遇上不良的商人,只要货物出手,银钱入袋,睬你都傻。可怜我们工薪阶层,茹苦含辛积蓄了一些血汗钱财,一不小心,就会换来

一些“受气器材”。放在厅堂雅室,听之无味,扔掉可惜。有人说过,一百个音乐发烧友中,起码有九十八个曾经上当受骗。比率之高,于此为甚!每位发烧友回首往事,都会发现自己曾经当过“傻帽”。不“傻”也就不是发烧友了。不过,没有这一群群前仆后继的“傻帽”,这世界就没有那么可爱了。

本人也交过不少学费,吃过一些苦头,浪费了不少银两。兴冲冲地搬回一些音响垃圾,至今看见那些外表金光灿烂的垃圾器材还觉得堵心。后悔当初决定的匆忙,对音响知识的无知。那些金玉其外败絮其中的音响垃圾,以日本货为多。日本人瞄准了中国大陆市场,研究透国人的消费心理。国人对音响知识的欠缺,他们洞若观火。他们开足马力,把音响垃圾大批推向中国市场,以轰炸式的广告宣传占领阵地。举凡发烧友没有上过日本人当者几稀。日本人的一招一式,都冲着中国的“音盲”而来。我们逛音响市场,对日本那些快餐式的音响制品,特别要打醒十二分精神,否则花了钱会后悔莫及。

要想不上当,多注意英国或北欧器材。他们的中低价产品,外观并不华丽,没有美国器材的吨位。一般说来,他们注重品牌意识,做工比较讲究,重视音乐韵味,能给人以信心。

至于国产音响,良莠杂陈,就一言难尽了。中国的音响厂商少的是品牌意识,多的是短期行为,捞一把就走。早年,我曾经顶不住诱惑,买过一套国产功放。广告标榜是名牌。前后级,胆石混血,外观不错,各项技术指标极佳。价格不过两千元。光是看几十斤的机重,就给人以信心。市面上那些体形轻薄的欧洲器材,哪有这样的“吨位”?叫人搬回来,发出来的声音就像有人用锯子锯你的神经。煲机,磨机,换线……各种法宝用尽,这外表堂皇的家伙还是鬼哭狼嚎,不忍卒听。标称100瓦的功率还不如40瓦的英国机种。终于明白这所谓“名机”实在不可救药。只好像处理废铁

般处理掉了。如今,这家厂子可能已没落了。事隔多年,是早年情景了。

近年来,国产器材的进展迅速,已出现了一些名品,进军海内外市场。国产器材的价格优势人所共知。不过,选择时也得小心,仔细分辨。常见有些音响杂志或报刊著文,说某国产两三千元的器材,如何超值,跟万元或数万元的进口器材不相伯仲,这类文字,多属广告式宣传,不可轻信,听过才知。

你是什么发烧友?

“发烧友”这个名词是哪儿发明的?没有查考。大概是香港人发明的吧。香港仔经常发明一些古怪的名词,而且“烧”得厉害,什么都能烧出名堂。台湾同胞也不例外,香港和台湾,有一大批音响音乐发烧友,有样学样。台湾有家音响厂商就名为 38℃。港台人士“烧龄”比大陆长。有些资深的发烧友,不论经验和学识,硬件或软件,大陆人望尘莫及。

发烧友也有分类。当你购买音响器材时,还得问一问:你是哪类发烧友?

发烧友大体可分两类——Hi-Fi 发烧友和 AV 发烧友。

AV 主要指家庭影院;Hi-Fi 主要是音乐发烧友。俗称 Hi-Fi 一族。



这是广州有名的海印电器城,十分壮观。有人说国内最大的音像市场,是国内最大的音响器材集散地。里面有琳琅满目的世界精品器材,也有不少音响垃圾。阁下走进这个迷宫,得打醒精神,仔细辨认。

AV 家庭影院这类东西，品目繁多。从一千几百元一套到一百多万元一套的都有。笔者在商场看过标价八百多元一套的家庭影院器材，五个音箱加一个不知什么品牌的功放，那声音就像在敲床板，听久了可能得痴呆症。也在深圳大剧院听过音响音乐欣赏会，粤、港著名的发烧行尊主其事。这些高价的 AV 音响器材，音响效果确实不错。不论看电影还是听音乐，都妙不可言。不过，那天价器材，不是一般人消费得起的。

普通人家，花几千元或万来元买一套家庭影院，五六件音箱加一个功放，放些几块钱一张随放随扔的 DVD 或 VCD，看看警匪枪战，宫廷斗法，星外来人，明星做状，红男绿女，爱生恨死，或者神州大地，风光万里……也就可以了。听音乐就很勉强了。不过，由于价值取向不同，要听音乐，还没法跟同价位的 Hi-Fi 相比。现在欧美一些著名厂家和品牌也瞄准市场，进军家庭影院，可以兼顾音乐和影视。不过，其价值比较高昂，要建立一套系统，并非易事。

有些 Hi-Fi 发烧友对 AV 器材什么五声道七声道之类的东西不屑一顾，甚至深恶痛绝。未免偏激，也不是没有一点道理。

至于 Hi-Fi 发烧友，行家说可分为两类——音乐发烧友和音响发烧友。

如何区分？行家如是说——

音乐发烧友着眼点主要在音乐，也考虑音响器材。有一套过得去的高保真器材，能传播音乐神韵，他们就沉醉在音乐之中。他们更侧重于音乐软件，收集大师的演绎，对各种音乐版本进行比较，如贝多芬的第九交响曲，一般人有那么一个版本就可以了，有些资深的音乐发烧友会有多个版本进行比较。有的人一边看谱一边听音乐，品味各种演奏风格之异同。这是音乐发烧友的高境界。这种人不是很多。多数是懂得一点音乐知识，能进入音乐意境，在音乐中忘却世态纷扰，心灵上有个宽松天地。也就得其所哉！

被称为音响发烧友的，则特别重视音响器材的品质。有些发烧友对经典音乐似乎不大注重，注重音响效果。听砸玻璃，牛叫马嘶，大炮轰鸣，声震四邻，心花怒放。这也是一种境界。有些所谓“金耳朵”甚至十分得意地夸耀自己的器材能听得见演奏者板凳移动的声音，歌唱者口型的大小，“看得见”乐手们站的位置有多高，甚至说可以听出哪位歌星镶有假牙……如此等等，五花八门，神秘莫测，真真假假，不一而足。能听出有无假牙，也是一种乐趣。歌星先生或小姐也吃米饭，可能也有假牙。为了整顿面容，使形象更加美好，让艺术生命更绵长，有些先生小姐会把好牙敲掉，种植假牙。这都正常。不过，牙齿真假似乎与音乐无关。离开音乐谈音响，就有点舍本逐末了。



这是典型的“家庭影院”装置。音箱是欧洲名厂的平价器材，价格不高。不过，那影音设备就不是一般人消费得起的。至于那宽大的厅堂和室内装修，就不是现在一般工薪阶层所能拥有了。