赛点周刊 | 重点

小众的围场·特质 1

这里始终是技术至上的地方

空气动力学的引入和电脑技术的发展使得F1的科技含量再上一个台阶，赛车至此已经不再只是一部赛车，而是与航空、建模、化工等一系列领域高度结合的产物。

F1，全名为“Formula One(世界一级方程式锦标赛)”。“Formula”在此更多代表规则之意，通常由运动规则和技术规则组成。“One”指代方程式赛车的最高级别，是同类赛车比赛的标杆。

F1的确出身贵族，最早以上世纪初的欧洲大奖赛为基础。到了1950年，首届F1比赛正式创办，那时已经分为自然吸气引擎和涡轮增压引擎。由于没有空气动力学的概念，各方最初都是在引擎方面大做文章，如把引擎前置改成引擎后置、从100匹马力跃至200匹马力、自8缸引擎增为12缸引擎……法拉利、梅赛德斯、路特斯等汽车厂商纷纷试水，随之而来的还有各类奇形怪状的赛车。F1从一开始就在走技术路线，只不过那时候的比赛会比现在更欢乐、也更危险，比如某部赛车于冲线前突然散架。

空气动力学的引入和电脑技术的发展使得F1的科技含量再上一个台阶，赛车至此已经不再只是一部赛车，而是与航空、建模、化工等一系列领域高度结合的产物。这使得车队们必须开启全方位的研发，一年烧掉上亿欧元是常有的事。为了避免外部力量过度削弱车手的主导作用，国际汽联不时还要修改规则，降低新技术带来的各种“实惠”。

本赛季，F1再次迎来了技术大改，其中：发动机由2.4升V8自然吸气引擎改为1.6升V6涡轮增压引擎；动能回收系统KERS变成了由动能单元MGU-K和热能单元MGU-H共同工作的能量回收系统ERS；每站只能使用100公斤燃油；引擎、涡轮增压器、控制单元等6大动力模块只可在整个赛季使用5套(每超一套就要罚退10位发车)。

F1正向着环保、节能的方向迈进，这益发提高了F1的科技含量。“除了引擎，你还要考虑涡轮增压器、冷却器、发电马达、更大的电池，这就需要更多的空间、冷却、散热，统统都是挑战。”红牛技术总监纽维认为，工程师们要考虑更多问题。不管是赛车研发还是车手驾驶，都与之前完全不同了。梅赛德斯今年能够一跃而起，也正是因为掌握了新引擎与新底盘的技术优势，压缩机远离涡轮、变速箱前移、缩小侧箱等设计可都帮了他们大忙。

同题问答

受访人简介(下同)：

费尔利 F1印度力量副领队，30年前已进入围场。

加洛韦 英国《天空体育》记者，每个赛季都会现场报道F1。

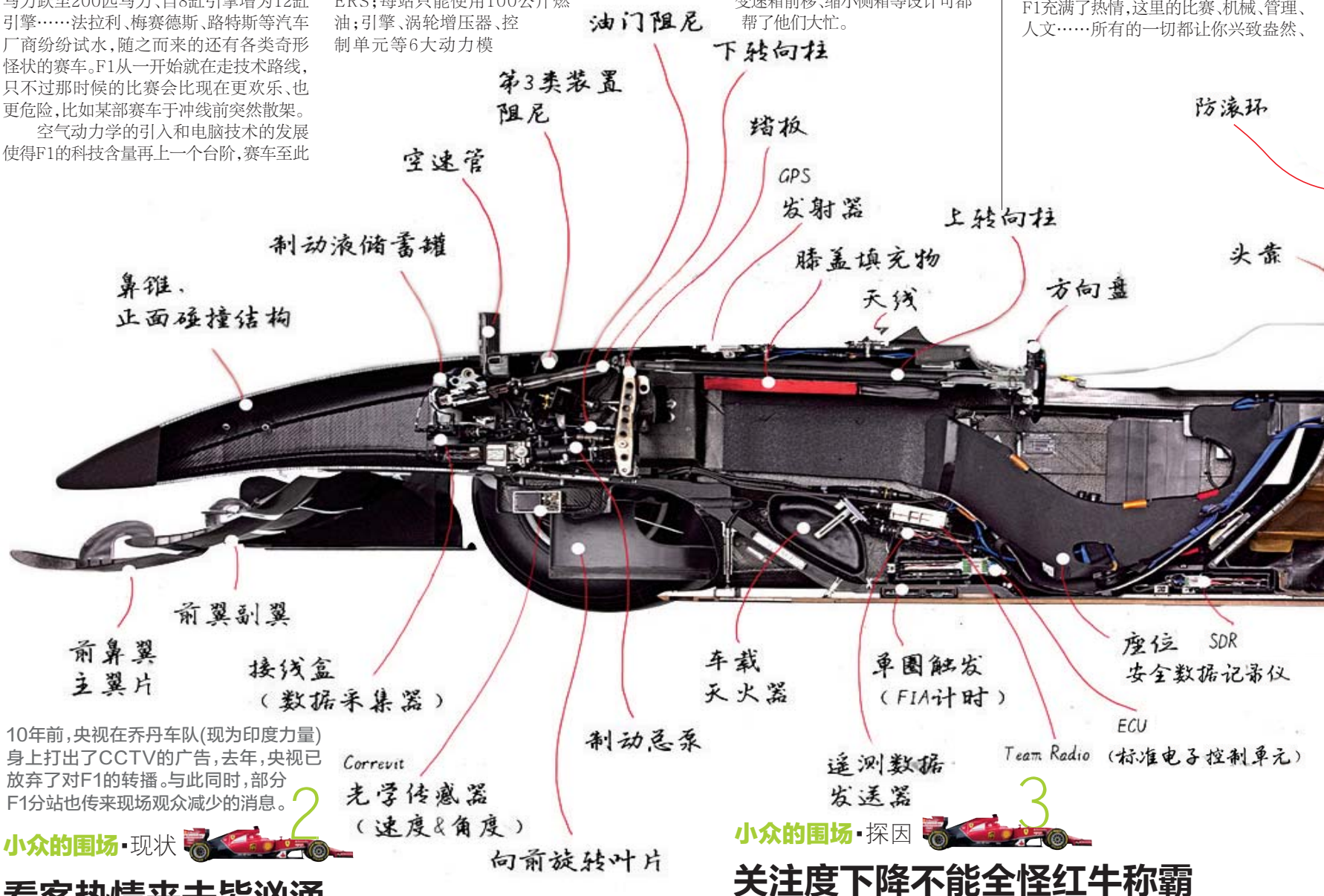
董荷斌 前F1雷诺车队三号车手，刚代表百威绝对车队参加了保时捷卡雷拉杯。

吴先生 上海车迷，自上世纪90年代开始关注F1。

●**记者：**为什么会喜欢上F1？

费尔利：我很喜欢赛车，特别是单座赛车。F1赛车的速度很快，而且是一项非常国际化的运动，实在让我欲罢不能。另外这里存在着很多挑战，能够让人满是活力。

加洛韦：在我还是孩子的时候，就对F1充满了热情，这里的比赛、机械、管理、人文……所有的一切都让你兴致盎然、



10年前，央视在乔丹车队(现为印度力量)身上打出了CCTV的广告，去年，央视已放弃了对F1的转播。与此同时，部分F1分站也传来现场观众减少的消息。

小众的围场·现状 2

看客热情来去皆汹涌

与奥运会、世界杯一块，F1被称为世界三大赛事之一，它的电视转播覆盖了200多个国家和地区。10年前的8月14日，雅典奥运会开幕，正好遇上了F1匈牙利站。收视结果显示，更多的欧洲地区观众选择了F1，观看舒马赫在当季拿到第12个分站冠军。

还是在10年前，央视正式踏入F1市场，在乔丹车队(现为印度力量)身上打出了CCTV的广告。2003赛季的澳大利亚站，共有接近3000万用户观看了央视的F1直播，超过了同期的NBA和世界拳王争霸赛。到了2007年，F1直播已能跻身央视五套收视榜的前十名。

那段时间为F1近来的收视高峰，特别是中国刚刚有了F1中国大奖赛，内行、外行都会过来凑个热闹。事实上，那也是F1开始向亚洲市场全面拓展的时期。

好景不长，当中国站来到第5、第6、第7个稳定发展的年头，黄牛手上的门票已远不如之前好卖，电视插播的广告越来越少，甚至出现过无人冠名比赛的尴尬。与此同时，部分F1分站传来了现场观众减少的消息。

根据2012赛季的统计数字，F1的全球电视观众约为5.15亿，虽然西班牙、意大利市场有所提升，但不少地方都呈下跌趋势，下跌最为严重的便是中国，从2011年的7450万降到了4890万。上赛季的收视率已出炉，F1全年电视观众人数再度减少10%，跌到了4.5亿，短短5年时间就流失了1.5亿受众。其中中国市场更是在一年时间内直线下降3000万人次，仅有1900万人观看了去年的比赛。

这里面的最大原因，无疑是央视去年放弃了对F1的转播，甚至连《精彩F1》等相关节目也不予制作。虽然官方表态是赛事资源太多、无法平衡F1比赛，但不少业内人士仍然认为是F1的高昂转播费、广告商的减量投入、收视率的不断下跌导致了央视的放手。“中国市场的整体收视下滑，是其他地区上升也很难弥补的。”F1总裁伯尼对此感到担心。

> 车迷们喜欢看到抗争斗士，而不是维特尔这样的邻家男孩。CFP图片

小众的围场·探因 3

关注度下降不能全怪红牛称霸

豪门疲软，斗士不再，速度、轰鸣、刺激度都在下降……F1走向了另一条路，可谁又希望这项赛事总是以撞车粘住受众呢？

从近几个赛季的成绩单看来，F1的确进入了一个悬念较弱的疲软期。如果说红牛和维特尔在2010年夺冠还能让人感到些许新鲜和兴奋，那么他完成的四连霸只能把比赛拖入瞌睡节奏。以上赛季为例，维特尔自比利时站开始，一口气拿到了后面所有9站的分站冠军，全年累计13次夺冠，这让其他车队怎么玩？

但当你回顾F1历史，也会发现这样的称霸偶有出现，最近一次便是在2000年至2004年，同为德国车手的舒马赫接连摘下5个总冠军，其中在2004年，他开着法拉利F2004也实现过单赛季13次拿下分站冠军的纪录，而那时候的F1关注度绝非如今这般低迷。记者于是问起同行们这么一个问题：如果近来称霸的维特尔效力于法拉利车队，或是阿隆索拿到了这么多冠军，外界的收视率是否会有改变？大多数的答复都倾向于“可能会有”。“法拉利毕竟是老牌车队，在全世界拥有极高的号召力，如果由他们的车手夺冠，或是法拉利拿下年度总冠军，我认为大家对围场的关注度可能会比现在要好。”《天空体育》F1频道记者詹姆斯·加洛韦代表了不少人的观点。

也就是说，围场里还是存在一定的豪门情结，车迷们更喜欢法拉利、迈凯轮、梅赛德斯这样的厂商车队。特别是法拉利，他们在国际汽联的某些规则制定中拥有一票否决权，年度分红时还可以拿到奖金外的资金补助。这些特权，恰恰反映了法拉利的围场号召力。所以遇上舒马赫、莱科宁之后再无冠军，法拉利的低迷也侧面表现为F1的低迷。

论到车手，维特尔的连霸并没有得到人们想象中的那么多喝彩。就在上赛季中段，他甚至能在最高领奖台上听到嘘声。始终有一部分车迷认为，维特尔的成功得益于他的好车，德国人还没有达到称王称神的地步。

摆在维特尔面前的是两座大山，分别为上世纪90年代的车神塞纳和本世纪头10年的车王舒马赫。也可以说维特尔生不逢时，车迷们本需要偶像支柱，但过于频繁地出现神人则会降低神坛高度。此外维特尔在个性上还是缺乏一