

# 赛点周刊 | 重点

《上接A11

小众的围场·局外



## 多年以后,我们仍在自家做客

2004年,中国站进入F1赛历。10年间,中国车迷从只识舒马赫到有了各自喜爱的车手,从绝对的门外汉到爱上赛车的引擎声,但在更多国人看来,F1仍是一项外国人的运动。

10年前,F1比赛首次落地中国。国际汽联与这个庞大的吸金市场签订了一份7年合同,每年的承办费超过2000万美元,于当时排名前列。再来计算F1中国大奖赛每年的盈亏没有太多意义,因为世界上的很多F1分站都是亏本生意,只是亏多亏少而已。这项比赛之外,各方可以通过汽车、贸易、旅游等行业回笼不少资金,特别是在行政部门喜欢插上一手的中国。

那么该如何打好F1这张牌?在南方体育当年主办的首届中国F1发展论坛上,上海赛车场有限公司副总经理郁知非表示,中国要通过F1经营自己的品牌:“我们不能躺在F1身上,为人家作嫁衣裳,我们希望站在F1这个巨人的肩膀上创立自己的事业。品牌永远是一个赖以生存以及发展的基础,没有品牌就等于是在外面流浪。”德国国际赛车管理咨询公司总裁海辛格更是直接指出,

中国必须要有自己的F1车手:“只有本土车手的优异表现,才能带给商家最直接的回报。而如果中国有天赋的车手不能得到企业的支持,那么中国赛车运动的发展将大大滞后。”

如今看来,郁知非和海辛格都那么有前瞻眼光。遗憾的是,中国自己的F1运动在10年后并没有获得多大进步,除了那不断向上递增的承办次数。如何于F1中国站找到更多核心的中国元素,成了记者今年在上海国际赛车场的一大难题。这里没有中国车手,没有中国技师,更没有中国总监和中国车队,所以在众多车迷手中,大多拿的是西班牙、芬兰、德国、英国国旗而非中国国旗。

曾几何时,董荷斌、程丛夫、马青骅等车手已与F1走得如此之近,如今却只能游离在这座围墙最高的围场之外。他们的后继者是谁?在哪?没人知道。中国

车手踏上正赛暂时只能是奢望了,但F1目前甚至连一名中国工作人员都没有,这或许更应该引起深思。

可以思考的还有中国商家的退场。最初的爱国者、中石化、央视均已销声匿迹,本赛季只剩潍柴动力苦苦支撑。至于那些本应该与F1走得最近的汽车厂商们,大多只是借助F1搭台唱戏,在营销上打点主意。研发、技术、制造,这才是F1运动与汽车商家的联手核心,但中国企业始终涉足不深、极少合作。也正是因为他们缺乏投入和热情,间接造成了中国F1运动的止步不前、关注度下降,难以真正登台。

落地了这么多年,F1中国站更多时候只像F1中国展、F1车手战、F1上海站,中国如今已成了汽车使用大国,但远不是赛车竞技大国,更不用说是汽车研发大国。真正的F1中国大奖赛将在何时出现?希望不要等得太久。

采访手记

### 有一种专业令人动容

围场并不是一个让人很容易喜欢上的地方,或者说,这不是一个让人很容易就能深爱的地方。为了跟好这个项目,我电脑里还存着一篇几万字的《流体力学理论与赛车空气动力学》。本想慢慢看下来,却发现相当吃力,如在“前翼”章节的文字是这么叙述的:“……气流流动过程中,翼片上表面的气流受到阻碍,流速降低,而翼片下表面的气流则可以在无阻碍状态下顺利通过,结合气体运用的伯努利方程 $P+1/2\rho v^2=$ 常量(P0),上翼面流速低、压强大,下翼面流速高、压强小。两者作差,产生了赛车所需的气动负升力……”

看晕了没?围场就是这么一个领域,永远有着学不完的专业知识。在现场报道F1期间,我很喜欢去车队休息区以及休息区前方的空地上晃悠,即便有时并不为了采访。因为这里是为数不多的可以见到车手、技师、领队日常状态的区域,当他们一个个戴着耳机、手持电脑、若有所思地走进维修间时,那种投入和专注丝毫不亚于赛场上的激烈争斗。

部分中国记者也会私底下抱怨,说F1中国站缺少中文采访专场、车手之外没有可聊话题、给到的资料带有太多专业术语和数据,但有时正是这种原汁原味的“西式”氛围,或许才能体现出比赛本身的那种专业韵味。我也和不少欧美F1记者接触过,他们亦不是科班出身,但有些“大神”确实就能轻易说出法拉利前翼换了、迈凯轮改了排气管、路特斯升级不大。能力不及时,他们便经常请上专家,对比赛内容进行专业解读。久而久之,那些满头白发还在一线的工作者自然也就成了业内专家。

总而言之,与其他体育比赛追求更高、更快、更强不同,F1追求的还有更具科技、更多研究、更加专业。媒体人会告诉你:“红牛车队的班车还停在那儿,他们在赛前一般会忙到很晚。”技师们会交流说:“丹尼尔,这组数据还能再做提高,试试适度调低翼面倾角。”接送司机望了一眼黑夜:“国际汽联要求我们送完最后一名记者才能下班,有位美国老太太每年都忙到凌晨一两点。”

南都供稿



教潘晓婷挑战维特尔的马青骅,而今已转战房车锦标赛。



程丛夫也一度与F1走得最近,但最后同样成了围场的局外人。



2013年的中国站,中国记者围住汉密尔顿索要签名。



国外的F1记者中不乏苍颜白发者,他们长期工作在一线,最后多成了专家。

同题问答

●南都:在中国,懂车的人多吗?

费尔利:我认为中国人挺懂车的,已经比之前提高了很多。如果你硬要拿中国车迷和欧美车迷做比较,那肯定还有差距。但我们必须想想,F1在欧美发展了几年?又在中国发展了几年?中国站才过去了10年,这里的人们对赛车的认识就能达到现在这个水平,已经做得很好了。

董荷斌:那天我和一位中国朋友聊到赛车,他的某些话语让我非常吃惊,其实中国车迷对车手、科技、赛车发展都挺了解,不少时候超出了我对他们的一般印象。

吴先生:中国车迷还是看热闹居多,我想有70%、80%的人都是车手吧。车况什么的也知道一点,但那个程度毕竟只是皮毛,过于表面了。

●南都:中国人一度与F1走得最近,但现在仍处F1之外,为何中国元素始终难以进入这个圈子?

费尔利:不管是车手也好,技师也罢,我都觉得中国人在基本能力上没有任何问题。但中国还是缺少相应的氛围

和环境,这不是中国的错,因为F1的大本营在欧洲,不在中国。中国人如果想进入F1,必须去最接近F1的地方锻炼,在那里不断接受挑战和学习。F1是一项非常国际化的比赛,我们这里可以有英国人、日本人、西班牙人,为什么就不能有中国人呢?

加洛韦:进入F1之前,你必须在GP2、F3以及各种方程式比赛里面摸爬滚打。F1是从欧洲发家的,那里的条件肯定比中国好。如果不去看看,你就很难跻身于此。另外我觉得中国企业、厂商对F1的支持还不够,没有身后这股推力,就很难有当地元素出现在赛场上。

董荷斌:赛车运动在中国还相当年轻,所以这里的赛车人群也非常年轻,他们需要不断成长。事实上,他们也在不断成长当中,像F1中国站的暖场赛保时捷卡雷拉杯就出现了很多中国面孔和中国元素,这都是好现象。中国想与F1更近,还需要一定时间的等待。

●南都:在你的心目中,中国站处在整个赛季的什么位置?

加洛韦:首先,中国有一个非常庞大的受众市场。不管是什么体育运动,如果你要做到真正的国际化,就必须让中国人也接受并喜欢上它。F1大奖赛在中国已经走过了10年,我认为它未来仍将保持一个非常好的发展势头,所以这里会是整个赛季的重要一站。而从赛事本身来说,中国站经常是各车队重返欧洲大本营的前哨战,因此它们也非常重视中国大奖赛,会在这里收集更多数据、进行更多尝试。

吴先生:中国站对于中国车迷而言肯定是意义重大,因为这是你现场观赛最好、最方便的机会。电视机前看F1和现场看F1还真不一样,那种引擎声、刺激感、视觉冲击力是你在家里无法感受到的。

### DO YOU KNOW

●国际汽联在F1中国站并没有向媒体提供免费网络服务,而是收取单天288元、整站588元的通信费用,几乎是全年最贵标额。



今年的中国站,车迷将中国国旗插在法拉利的旗帜上挥舞。

