



飙风车地带

BIAO CHE DI DAI

李佳 编著

江苏人民出版社

酷玩族

飙风车地带

BIAO CHE DI DAI

李佳 编著

江苏人民出版社

酷玩族

图书在版编目(CIP)数据

飙车地带/李佳编著. —南京:江苏人民出版社,2002

ISBN 7-214-03148-5

I. 飙... II. 李... III. 汽车—普及读物

IV. G46-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 009553 号

书 名 飙车地带
编 著 者 李 佳 编著
责任编辑 张 凉 曹 斌
责任监制 王列丹
出版发行 江苏人民出版社(南京中央路 165 号 210009)
网 址 <http://www.jspph.com>
<http://www.book-wind.com>
经 销 江苏省新华书店
制 版 南京印刷制版厂
印 刷 者 苏州印刷总厂
开 本 850 × 1168 毫米 1/32
印 张 7
印 数 1—5125 册
字 数 149 千字
版 次 2002 年 4 月第 1 版 2002 年 4 月第 1 次印刷
标准书号 ISBN 7-214-03148-5/G · 1047
定 价 29.00 元

(江苏人民版图书凡印装错误可向本社调换)



写在前面

时尚一词不知最早出于何处,恐怕也无人能对时尚下一个准确的定义。但是实在要感谢第一个使用这个词的人,因为,不知经过多少代人的使用,时尚被装扮成一个耐人寻味的、不可捉摸的标识。

时尚无时不在,时尚无处不在。大至各个时代、各个地域都有各自的时尚特征,小至每个人都有自己的时尚标准和行为。时尚没有被定格在某一瞬间,也没有被刻在时空的经纬度上。今天我们的年轻人又玩起了时尚,玩得那么执着,那么陶醉,那么酷,那么B类,又那么叫人看不大懂。

玩时尚的人没有界线,没有程序,没有定数,玩兴趣,玩异样,玩前卫:一切又均从自我出发,玩自我愉悦,玩自我欣赏,兴奋自己,也刺激别人。年轻一代要在玩中充分展示自己新锐之雄风,异样之激情,标示自己的存在。

我们策划的“酷玩异族”系列,占据的是艺术家与凡人的生活艺术地带。人们在玩时尚的不拘一格的奔放与下羁中,绝不固守一隅,不断地创意、不断地刷新、不断地开发奇特的“酷玩软件”,带来永远的眼花缭乱和惊心动魄。

魄；如果他能玩得精雅，玩到极致，玩出令人刮目相看的效果，那是高手，是玩家，就要谓之异类，谓之COOL了。

“迷情碟屋”是碟藏者的乐园。玩碟的人狂热地寻找他所钟爱的CD、VCD、DVD，不知疲倦，不惜工本。当他在银光闪闪的波纹中领略其中的激情，感悟艺术与人生的博大精深时，他可以骄傲地对人说：“你不懂！”这就是捕碟手的自豪和碟藏家的狂放。

玩车一族可谓酷玩中的顶尖，玩车须懂车在先，车的历史、品牌、速度、配置、特性、外貌等都烂熟于心，然后是驾照、技术，最后是一连串的刺激飙车日程。飙车地带是对生死时速的痴迷，是对世俗的挑战。手握方向盘，脚踩油门，仿佛驾驭着自己的生命之舟，男人视为挑战极限的尖峰时刻，女人谓之铭心刻骨的生命体验。速度产生悸动，然后使生命升华。

玩酷一族也注重把玩细腻，似乎是漫不经心地悬挂出来的一份玲珑和奇巧的情趣，这就是他们构建的虚拟世界，美仑美奂，宛如梦想曲的一组和声。饰物秀场里是阴柔的极致。

“酷玩异族”丛书无非就是会会老朋友，交些新朋友，与众玩家们交流切磋，玩出更新感觉和更高品位。
是为导读



BIAO _____

CHE _____

DI _____

DAI _____

4/6/09

目 录

风驰电掣话车赛 / 1

世界汽车比赛纵览 / 2

汽车比赛溯源 / 2

五花八门的汽车比赛 / 2

汽车比赛的丰富特性 / 3

汽车比赛的管理机构 / 6

全球主要汽车赛事 / 6

汽车比赛在中国 / 15

中国最早的汽车比赛 / 16

中国主要汽车赛事 / 17

中国赛车学校 / 28

国内汽车比赛展望 / 31

国内汽车比赛车辆的改装 / 31

改装的标准 / 32

安全改装 / 33

性能改装 / 39

比赛所需其他物品 / 50

如何参加国内的汽车比赛 / 52

人员的准备 / 52

车辆的准备 / 53

国内主要赛车培训机构及赛车队介绍 / 54

路外世界侃越野 / 63

越野车的故事 / 64

越野车的鼻祖 / 64

吉普车与越野车的关系 / 68

越野活动的起源 / 69

国外的越野活动 / 69

中国的越野活动 / 71

越野效应 / 72

越野攻略 / 74

越野活动的分类 / 74

越野驾驶要领 / 78

国内主要越野活动组织介绍 / 86

边走边看谈旅游 / 92

乐趣无穷的自驾车旅游 / 92

自驾车旅游在中国 / 95

忠告自驾车旅游爱好者 / 99

现代徐霞客 / 103

环球勇士 / 103

吉普骑士 / 106

文化大使 / 108

孤身女侠 / 110

花甲行者 / 112

脱胎换骨论改装 / 115

何为汽车改装 / 115

为何要改装汽车 / 117

国外汽车改装之现状 / 118

国内汽车改装之现状 / 122

国内汽车个性化改装的主要范围 / 124

外观改装 / 124

性能改装 / 127

国内汽车改装的排头兵 / 135

改装大师们 / 138

2020 改装大师 / 138

捷达“王中王” / 140

香港改车大佬 / 143

掌中世界话车模 / 144

仿真汽车模型 / 145

仿真汽车模型的定义 / 145

仿真车模的制造 / 147



仿真车模的收藏意义 / 148

仿真车模的收藏方法 / 149

世界著名仿真车模品牌介绍 / 150

国内车模人与事 / 151

遥控汽车模型 / 158

遥控车模的定义 / 158

遥控车模运动简介 / 159

国内外遥控车模运动现状 / 162

国内遥控车模组织介绍 / 163

轨道自行车模 / 164

寻寻觅觅的非主流设计 / 166

国际车展上的中国设计师 / 166

汽车高产设计师 / 169

“劳斯莱斯”中国造 / 171

多彩的柔性艺术 / 173

透过镜头看汽车 / 174

在画板上画车,也把车当画板 / 175

黑白世界 / 176

形形色色的汽车场馆 / 178

美国汽车博物馆 / 178



- 上海汽车工业展示馆 / 181
- 期待中的长春汽车博物馆 / 182
- “枫华园”汽车电影院 / 183
- 金港汽车公园 / 185
- 汽车主题酒吧 / 186
- 越野者酒吧 / 186
- 卡布瑞特酒吧 / 187
- 快车吧 / 188
- 巴士酒吧 / 188

令人垂涎的汽车收藏品 / 190

- 国外汽车藏品一瞥 / 190
- 国内的老爷车收藏家 / 192
- 红旗车的信徒 / 192
- 沪上老总收藏家 / 194
- 美吉普的主人 / 196
- 汽车藏于方寸间 / 198
- 车迷精品总动员 / 199

解析汽车俱乐部 / 201

- AA 的诞生 / 201
- 国外部分著名的 AA 车型 / 202

国内 AA 的现状 / 205

作者的话 / 208

风驰电掣话车赛

对于大多数车迷而言，汽车比赛最能让人心动，也是玩车的终极境界。无论是在电视画面中，还是在汽车刊物的封面，赛车（特指汽车比赛的赛车）的身影总是给人以强烈的视觉冲击。如果身临赛场，则更能够全身心地体会到汽车比赛的魅力所在：当一辆造型“张狂”，披满五颜六色 LOGO（广告商标）的赛车从你身边呼啸而过的时候，你便会听见引擎发出的强悍爆震声，还会看见排气管末端的火光，闭上眼睛，你会嗅到空气中弥漫着赛车燃油特殊的“香味”。这时，大地在颤动，你的血液也为之沸腾……



霹雳战车

世界汽车比赛纵览

汽车比赛溯源

在人类历史上,汽车比赛是伴随着汽车工业的发展而逐步发展的。人类的汽车发展史有多少年,汽车比赛发展史也就有多少年。举办汽车比赛的初衷很简单,当时只是为了验证一下哪种品牌的汽车跑得最快、跑得最远。最早的汽车比赛目前尚有争议,说法较多的是在1887年4月20日,由法国《汽车杂志》主编弗歇尔筹办的从巴黎到努伊伊的比赛。而当时参加比赛的只有一个叫乔基·布登的选手。第二年,乔基·布登又参加了比赛,他用了20分钟跑完了30公里的全程,超过了惟一的对手,获得了冠军。

五花八门的汽车比赛

美国印第赛车



究竟有多少类别的汽车比赛,目前也没有较明确的统计数字和分类。因为,划分汽车比赛的类别取决于以下诸多因素:按照车型的不同,可分为轿车、越野车、皮卡、卡车、老爷车等原厂车型的赛事,还有特制车辆的赛事,比如各种级别的方程式赛车、美国的印第赛车(印第安纳波里斯500英里比赛用车,外型酷似F1,但右边轮胎比左边的直径大)、NASCAR(全美改装车

协会)赛车、CART(冠军车手杯)赛车、卡丁车以及耐力赛车等;按照比赛的场地和路面不同,可分为赛车场内的场地赛,封闭某段街区公路的街道赛,山区柏油路面和沙石路、雪地、沙漠等地段的拉力赛,泥地、山地、丛林等地段的越野赛等;按照比赛的方式不同,又可分为在同一赛车场内行驶相同圈数(即里程相同)比用时多少的计时赛,在同一赛车场内同一时间里比行驶里程长短的耐力赛,有在较短的直道上比试加速性能的直线冲刺赛,有从山下出发,看谁最快到达山顶的爬山赛,有路线

长达数千甚至一万多公里、贯穿多个国家和地区的单项马拉松拉力赛,还有出发和宿营地点相同而每天行驶的方向不同、全年有数个分站比赛的拉力锦标赛等等。可以说,有什么样的车,有什么样的路,就有什么样的汽车比赛。

汽车比赛的丰富特性

汽车比赛是一项非奥运会的竞赛项目,它是结合了简单的竞技运动和尖端汽车科技的综合项目。传统的体育项目主要依靠运动员本身的体能和竞技水平去夺取名次,所使用的运动器材较为简单,也容易调校。比如,选择什么胶面的乒乓球拍,网球拍网线的张力调到多少,穿什么牌子的足球鞋等等,一般都是厂家生产的现成物品,在体育用品商场就可以



F1 赛车的构造

买到。而汽车比赛除了要有驾驶技术一流的车手以外,还要有一部好的赛车和强大的维修及后勤保障。特别是作为比赛运动器械的赛车,由于各大汽车厂家只生产民用汽车,因此要把其变成适合比赛的赛车,就必须由专门的赛车改装公司或各车厂的汽车运动部门在原车基础上进行安全和性能的重新改装,甚至“无中生有”地特别生产出一种比赛车型,在它身上集中了当今世界汽车制造业和科技的高精尖技术,结构复杂,成本高昂。因此,赛车是需要根据不同的比赛特别改装和定制的,在汽车销售店是买不到的。相对于传统体育项目的运动器械来讲,赛车作为运动器械所起到的作用十分巨大。

另外,被誉为“世界第一商品”的汽车与人们的生活息息相关,各大汽车厂家也在日趋白热化的竞争中抢占着自己的市场份额。除了一般方式的宣传推广以外,为了证明产品的可靠性以及自己的经济实力,几乎所有的汽车厂家都投入到了汽车运动当中,有的提供引擎,有的提供整车,而有的干脆成立了属于厂家自己的汽车运动部门。其目的就是为了不论在市场上还是在赛场上,都可以与自己的竞争对手一比高低。同时,激烈的赛场还如同汽车和汽车相关产品的试验场,除了汽车厂家以外,轮胎、机油、汽车配件等赞助商还能够采集到许多日常驾驶过程中无法得到的各种技术数据,有利于不断地提高产品质量,加强其产品的市场竞争力。

在国外,大多数人都有自己的车,因此,人们关于车的共同语言也就很多,而赛车自然成了大家热衷的节目。国外的车迷团体相当庞大,他们会成群结对地转战世界各地的赛场,去追捧自己心目中的赛车英雄。每年通过现场和电视转播观看世界最高级别的一级方程式比赛(英

文为 FORMULA 1 WORLD CHAMPIONSHIP, 简称 F1) 的观众人数达到了 2 亿多, 超过了每四年一届的世界杯足球赛。面对这么大的一个观众群, 除了汽车厂家以外, 还有许多生产汽车相关产品的企业, 如机油、轮胎、汽车配件等, 以及以大众为消费对象的烟草、啤酒、饮料等跨国公司, 也将汽车比赛作为一个传播效果非常好的广告载体, 以向各大车队提供赞助的形式来宣传自身形象。据统计, 全球最大的一百家跨国公司都曾赞助过赛车运动。所以, 那些五颜六色的赛车和漂亮的车手服装, 其实就是一个可以移动的广告牌。由于赞助 F1 赛事的多为万宝路、威斯、555 和好彩等香烟品牌, 因此, 曾有人戏称在赛道上奔跑的不是赛车, 而是一个个香烟盒子。

赛车运动的投入相当大, 以 F1 比赛为例, 规模最小的车队在 2001 年的开支预算也达到了 5000 万美元, 而规模最大的法拉利车队竟然达到了 2.9 亿美元的天文数字, 其主力车手迈克尔·舒马赫的年薪高达 3000 万美元。所以, 世界上没有任何一个国家的政府或体育部门会养着一支车队和身价百倍的车手。车队每年高昂的运作费用全部仰仗各大汽车厂家和各个大财团的支持, 这些大品牌也通过赞助这一影响广泛的赛事而获得了丰厚的广告回报。赛车比赛的车手、车队是跨越国界的、全球化的, 他们不代表任何国家, 而只代表企业。因此, 汽车比赛不单纯是一项体育运动, 它还是汽车厂家展现实力和促进汽车科技发展的一个平台, 同时也是各个商家争夺观众的广告载体。所以说, 它是一个最能够体现体育产业化



赛车:流动的广告牌