

中国第一人 首秀

开启 “F1大年”

3月18日，2022赛季F1首战在巴林站正式揭开序幕，排位赛和正赛于19日、20日进行，但18日的练习赛，同样吸引车迷们的关注。除了各车队此前陆续发布的2022新车实际表现值得期待，还有“中国F1第一人”周冠宇的亮相。



文/庄游 来源/体育大生意





自2004年开始，F1上海站开始便在上海国际赛车场举办，2019年的上海站比赛更是F1历史上第1000场比赛，具有特殊的意义。但受到疫情的影响，2020、2021两年的F1上海站均未能成功举办。2022赛季，上海站依然未能进入赛历。

在多年的期待后，“世界上最烧钱的运动”终于真正拥有了中国面孔。截至3月18日下午，周冠宇的微博粉丝数已经突破了100万大关。虽然国内资深车迷应早已熟悉周冠宇，但全民对周冠宇的关注，随着新赛季F1的正式开幕，才刚刚开始。

F1 终迎中国第一人

在F1首次落户上海的同年（2004年），

巴林赛道也首次举办F1赛事。巴林曾经创下了很多个“第一次”：中东地区首条F1赛道、首条建在沙漠上的赛道、首条在沙漠中举办夜赛的赛道。而今年，巴林赛道也将见证“F1中国第一人”周冠宇的首秀。

对即将到来的揭幕战，周冠宇表达了自己的期待：“多年来，我一直梦想着完成F1首秀。这个周末对我和我的祖国来说将是一个难忘的时刻，相信也是我在今后一直会津津乐道的时刻，对我的家人和在这段旅程中帮助我们的每个人亦是如此。我们竭尽全力勇攀高峰，很感激这些年来得到的所有支持。当然，我的首秀并不会让我停下努力脚步。我现在参加的是最负盛名、也是最具竞争力的赛车赛事，我很清楚我所面临的挑战，也明白我需要努力工作并快速学习，不过幸好车队就在我身边，他们做了出色的工作来帮助我为这一刻做好准备。我知道这周日会有很多人关注我，而我也想让他们感到骄傲。”

2021年11月16日，阿尔法-罗密欧车队官宣中国年轻车手周冠宇正式加盟，周冠宇将以“正式车手”的身份代表车队征战2022赛季的F1大奖赛。虽然舆论有质疑周冠宇“带资进组”的声音，但在此前的职业生涯经历中，周冠宇也证明了自己具备征战F1的实力。

2015年，周冠宇在意大利的F4方程式比赛中夺得亚军。在2016年，首次出战F3的周冠宇就登上了领奖台。从2019年开始，周冠宇征战F2，并在三年时间中夺得了多项荣誉，分别取得第7、第6和第3的年度成绩。而从7岁就开启了卡丁车生涯的周冠宇，对于赛车运动的热爱更是贯穿了整个青春。10岁时，周冠宇在国内赛场就已斩获了8个分站冠军，并打破当时的纪录。

2010年，在父母的支持下，11岁的周冠宇前往英国，开始了在欧洲的卡丁车生涯。在相继斩获全美锦标赛、全英锦标赛以及欧洲锦标赛14至17岁组别年度总冠军之后，周冠宇收到了法拉利青训学院抛来的橄榄枝。多年在欧洲参赛成长的经历，让周冠宇深知在这项运动中，获得尊重并不容易。周冠宇曾在接受采访时直言，“小时候作为中国面孔出现在欧洲赛场上，也经历过其他国家车手的排挤。直到后来通过自己的努力，成绩从中下游进步到可以竞争年度冠军，才收获了真正的尊重。”

F1官方及其参赛车队，对于中国市场一向非常看重。据F1官方在今年2月发布的2021赛季收视数据，中国已成为F1最大的独立观众市场，独立观众人数为7080万，相较2020年提升了13%。但在从纯粹的“氪金”消费者，过渡到竞技和技术的参与竞争者的转变，周冠宇的“横空出世”则意义更加重大。在全球瞩目的头部各大赛事中，姚明在NBA的表现曾让篮球在中国大热。而周冠宇确定征战F1后，业界对其商业价值的预估，“有望达到谷爱凌的级别”——成为新的“全民偶像”。



新规重塑设计，新赛季F1更有悬念

自从2014年进入混合动力涡轮增压时代以来，F1规则已经保持稳定多年，尽管期间经过多次微调，也并未撼动梅赛德斯的统治力。随着2022赛季的到来，F1再次回归车迷的视野，国际汽联的新规或将成为一级方程式的分水岭，彻底改变赛车的空气动力学外形，其目的是尽可能减少当它滑向另一辆车时空气动力学下压力的损失——这将让超车变得更加容易，提升观众的观赛体验。此外，动力单元的冻结，意味着F1的动力单元制造商从3月1日起至2025赛季结束前，将不能研发新的动力单元、变速系统。此决定顾及了这项赛车运动未来发展道路上诸如节能减排、节约研发成本等多个目标。

与此同时，F1第一次使用了更加接近民用车的18英寸轮胎。除了轮胎尺寸变大，内部结构也做了彻底修改。2022赛季F1在技术规则方面的新变化涉及燃油、轮胎、空气动力学等诸多方面，但总体方向与限制动力单元、变速系统研发是一致的。在此背景下，本赛季F1是否还能出现“火星车”成为问号，更多的“近身肉搏”也值得期待。



在上赛季遗憾错失了第8个年度车手总冠军后，回到英国的汉密尔顿仍被封爵。而在2022赛季，他能否完成对维斯塔潘的复仇，并实现对“车王”舒马赫的纪录超越，将成为一大看点。不过，汉密尔顿本赛季打破舒马赫的另一项纪录已基本板上钉钉：舒马赫代表同一车队连续参赛分站数的纪录为179站，汉密尔顿只需要再参加两站比赛就将完成超越。此外，汉密尔顿目前还与舒马赫分享在同一个大奖赛8次夺冠、连续15个赛季至少取得一个分站冠军的两项F1纪录，2022赛季如果汉密尔顿能够在匈牙利站或英国站夺冠，他就将能够独享这两项荣誉。目前汉密尔顿在F1共260次完赛，比阿隆索少了5次，与目前的纪录保持者、刚退役的莱科宁还有18次完赛的差距，这一纪录也有望被打破。老将阿隆索则逼近莱科宁的另外两项纪录：333次发车（莱科宁349次）和在正赛中完成18035圈（莱科宁18621圈）。此外，如果阿隆索能在2022赛季登上一次冠军领奖台，他还将拥有另一项F1纪录：两次夺冠间隔时间最长纪录。现纪录是6年又211天，而阿隆索



上次夺冠，还是在2013年的西班牙大奖赛。

在F1新赛季到来之前，随着业界对F1关注度升温的预判，中国品牌也开始“押宝”F1。2月14日，梅赛德斯-AMG F1车队官宣与小米旗下Redmi（红米）手机达成合作。3月10日，F1宣布与联想达成多年合作，后者从新赛季开始成为F1官方合作伙伴。

在经历了一段时间的“审美疲劳”后，F1曾一度流失了部分车迷。不过上赛季，这样的情况就得到了明显改善。在F1官方2月公布的2021赛季数据中，2021赛季F1累计电视观众人次15.5亿，相比2020赛季增加4%。几大关键市场中，荷兰累计观众人次同比增加81%，美国增加58%，法国增加48%，意大利增加40%，英国增加39%。此外，2021年F1再次成为世界上粉丝增长最快的主要体育赛事。2021年，F1在全球各大社交媒体平台上粉丝总量增长40%，达到4910万；社交媒体视频播放量增长50%，达到70亿次；总互动量增长74%，达到15亿次；中国社交媒体平台总粉丝量达到270万，增长39%。

有车迷戏称，“虽然赛车不好看了，但2022赛季的F1会很精彩”。而对于中国车迷来说，回归了“观众导向”，首次拥有中国车手的2022赛季，无疑将成为一个“F1大年”。

