

美國鍍金時代之賽車運動發展初探

張 准

[提 要] 美國的賽車運動與汽車工業幾乎同時起源於鍍金時代並得以迅速發展。本文通過文獻研究，對鍍金時代美國賽車運動的萌芽和發展、發展的原因以及賽車運動的積極意義等問題進行了分析。鍍金時代的美國，賽車運動對汽車工業的發展具有重要的推動作用，二者之間形成了相互促進的良性循環，在體育、文化、經濟等方面均具有明顯的積極意義，值得我們借鑒。

[關鍵詞] 美國 鍍金時代 賽車運動

[中圖分類號] G872 **[文獻標識碼]** A **[文章編號]** 0874 - 1824 (2012) 04 - 0097 - 06

“鍍金時代”（The Gilded Age）通常指南北戰爭以後到20世紀初的那一段美國歷史，它是美國經濟高速增長、國家崛起的關鍵時期^①，也是美利堅民族勇於創新、敢於冒險、崇拜英雄、追求速度、喜歡刺激的個性形成與發展的關鍵時期^②。美利堅民族這種近乎與生俱來的天性，反映在體育上，就是他們不僅喜好體育運動，而且喜好強對抗、高風險、高刺激的體育運動，尤其喜好自我創造、特立獨行的體育運動，如美式橄欖球、棒球、納斯卡賽車等。美國的賽車運動便萌芽於鍍金時代，並且迅速發展壯大，在體育、文化、經濟等方面具有明顯的積極意義。

一、鍍金時代美國賽車運動的萌芽和發展

（一）汽車的發明與賽車運動

“更高、更快、更強”既是體育的極致追求，也是人類的永恆嚮往。正是源於人類對速度的孜孜以求，以內燃機為動力的現代意義上的汽車問世不過10年，現代賽車運動便隨之產生並迅速傳遍大西洋兩岸，備受追捧。1886年，德國人戈特利布·戴姆勒（Gottlieb Daimler）和卡爾·奔馳（Carl Benz）幾乎同時發明了世界上第一輛四輪內燃機汽車。^③1887、1888年，法國舉辦了兩次蒸汽汽車比賽。1893年，世界上第一個汽車牌照和駕駛證在法國頒發。1894年，法國舉行了巴黎—里昂汽車賽；次年又舉行了賽程全長超過1,000公里的巴黎—波爾多往返公路汽車賽。^④

（二）美國賽車運動的萌芽

現代汽車與賽車運動在美國的出現稍晚於歐洲。1892年，杜里埃兄弟（Duryea, Charles E. & Duryea, J. Frank）製造出美國第一輛汽油汽車，次年9月21日進行了其首次行駛。^⑤1895年11月28

日（感恩節），《芝加哥先驅報》（*The Chicago Times Herald*）贊助了美國首次賽車比賽，冠軍獎金高達2,000美元。^⑥不同於當時歐洲個人英雄主義式的車賽，所有報名參賽的車輛都必須經過一系列的測試，以便為生產出比馬車更實用的機械車輛搜集技術資料。賽程從伊利諾依州的芝加哥至埃文斯頓，全長約87公里，實際參賽的有4輛汽油汽車和兩輛電動汽車，而最終能跑完全程的只有弗蘭克·杜里埃的汽車和一輛新型的德國奔馳牌汽車，杜里埃以7小時53分的成績奪冠。^⑦此後，別克、利蘭、福特等新的發明家和賽車手如雨後春筍般不斷湧現，汽車比賽次第舉行。次年，為避免沙塵對賽車手視線的影響，在美國的普羅維登斯，車賽改為在封閉的賽場和路道上進行，是為世界上首次場地賽車。

（三）亨利·福特與美國賽車運動的迅速發展

對汽車工業而言，賽車運動既是生動形象的廣告宣傳，又是檢驗車輛性能的最佳途徑。不僅汽車生產商熱衷於舉辦車賽，早期的汽車發明家更不憚身體力行親自參賽，企望奪冠而一舉成名。美國汽車大王亨利·福特（Henry Ford）便是在賽車場上起家。

1901年夏，福特製造出自己的首輛25馬力賽車，時速達上百公里，性能堪與歐洲50馬力以上的賽車媲美。同年，他駕駛該車參加底特律年度汽車大賽，在汽油汽車10英里賽中以13分23.8秒的成績奪冠。1902年，福特又研製出著名的“999”型賽車。賽車運行時，引擎噴射出長長的火舌，令人過目難忘。同年10月，從未參加過汽車比賽的青年巴尼·歐羅菲（Barney Onofre）駕駛該車在羅德島汽車大賽中以5分28秒的創記錄成績跑完了5英里的賽程，領先第二名半英里之多。6週後，巴尼又將全國紀錄提高到每英里1分1.2秒，成為風靡一時的賽車英雄。^⑧1903年，底特律的富商亞歷山大·麥肯森（Alexander Mackenson）與福特合作，成立了福特汽車公司，福特出任副總裁兼總經理，主管製造，邁出了走向“汽車大王”的第一步。巴尼曾對福特說：“你以造車出名，我以駕車出名，但我覺得還是你更偉大。”^⑨巴尼與福特堪稱鍍金時代美國賽車運動與汽車工業魚水交融的一個縮影。

（四）賽車運動向西部發展

鍍金時代，美國的西部開發向縱深發展。在地廣人稀的西部地區，汽車如魚得水。以始於1909年的印第安納波里斯車賽為標誌，賽車運動也開始向西部進軍。以當地廉價易得的木材為原料，西部迅速建起眾多1英里或2英里長的橢圓型賽道。賽事經營商青睞此種賽道，因為觀眾須購票入場。觀眾也很滿意，因為可以看到整個賽道中的比賽進程。與此同時，此種設計使得比賽中驚險的超車鏡頭比比皆是，比賽結果更多地取決於車手的膽量和技術，而非賽車性能。整個比賽過程簡單刺激、緊張危險，正投美國人之所好。各種民間自發組織的規模不等的賽車活動不斷湧現。到20世紀40年代，全美各地大大小小的私人車賽基本上統一到一個聯盟之下，即NASCAR（National Association for Stock Car Auto Racing美國國家賽車聯合會），一個超越所有車手、車隊所有者和贊助商之上的管理機構。完全不同於走精英路線的F1賽車，這種被戲稱為“鄉巴佬的賽車運動”的納斯卡賽車至今仍是美國車迷的最愛和美國賽車運動的縮影。^⑩目前，納斯卡賽車已成為全美現場觀眾人數最多、電視觀眾人數第二的運動項目。NASCAR每年得到大約25億美元的贊助金，組織2,000多場比賽，場均（到場）觀眾10萬人，每次人均消費200~300美元；NASCAR特許商品年銷售額為約20億美元；2007年生效的NASCAR電視轉播協定，為期8年，價值44億8,000萬美元。^⑪

除此以外，走精英路線的冠軍方程式系列賽（CHAMP CAR）也於1909年誕生於西部俄勒岡

州的波特蘭，並延續、發展至今。目前，其影響力雖遜色於F1大獎賽，但歷史之悠久堪稱世界之冠，同時也是唯一在4種不同賽道（標準賽道、街道賽道、橢圓型賽道、機場賽道）進行的世界頂級賽場項目。^⑫

二、美國賽車運動迅速發展的原因

鍍金時代美國賽車運動迅速發展，既有根深蒂固的文化因素，又是當時經濟、技術條件發展的結果。

（一）工業化是賽車運動產生和發展的前提

鍍金時代是美國社會全面實現工業化的時期，而工業化是賽車運動產生和發展的前提。首先，汽車的發明是多種現代工藝技術的結晶，是工業化發展到成熟階段的結果和標誌；而賽車更代表了一國汽車工業發展的最高水平。其次，工業化為包括賽車運動在內的體育休閒活動的產生和發展提供了必要的前提條件：更高的人均收入和更多的閒暇時間。“競技運動隨著大工業的產生發展而逐漸成熟起來，當國家的人口由分散的鄉村集中到城市，社會為人們提供越來越多的物質、能量、信息、閒暇時間的時候，競技運動迅速進入了人們的社會生活。”^⑬鍍金時代，美國經濟高速發展：1859~1914年，美國製造業產值增加了18倍^⑭，同期人均國民收入則從296美元增至589美元^⑮。產業工人平均工資（按當年價格計算），1860年為297美元，1890年為427美元，1914年為580美元，如今看來甚為菲薄，但到19世紀後期已高於歐洲各國水平。以1886年“五一”大罷工為起點的八小時工作日運動興起後，工人的勞動時間緩慢下降。1890~1915年，產業工人週平均勞動時間從58.4小時降至53.5小時。^⑯換言之，到第一次世界大戰前，美國社會總體上實現了每週6天、每天9小時這樣一種現代社會可以接受的工作制度，從而為體育休閒活動真正走進廣大美國人的生活創造了條件。19世紀80年代，體育休閒在美國成為一種獨立的社會現象，十餘年後賽車運動便應運而生。

（二）以競爭為核心的社會行為和價值觀念是賽車運動的文化背景

體育社會學認為，體育是社會的縮影，又折射著社會的方方面面。競技運動作為社會文化活動的重要內容，必然要受到社會主流價值觀念和精神的影響，並對之施加反作用。現代競技運動是高度發達的市場經濟的產物。“市場經濟的核心是自由競爭，要求與之相適應的競爭行為和競爭觀念成為社會的主流。這種行為特徵和價值觀念反映到人們的業餘文化生活中，便刺激了現代競技運動的蓬勃發展。”^⑰鍍金時代，隨著美國經濟的快速發展，競技運動不僅快速興起，而且逐步取得了世界範圍內的優勢地位並延續至今。公平競爭、優勝劣汰是一切競技運動的不二法則，而在賽車運動中更是體現得激情四射、酣暢淋漓，無怪乎美國社會上下至今樂此不疲。

與此同時，“社會達爾文主義極其適合‘鍍金時代’美國企業家的脾性”^⑱。社會達爾文主義將生物界的“物競天擇、適者生存”搬到人類社會，聲稱企業之間你死我活的競爭、贏家通吃勝者全拿的遊戲規則和由此導致的貧富分化等社會現實都是“生存競爭”的體現，是人類無法干預的自然現象，正好適用於統治階層減輕大眾不滿情緒、緩和社會矛盾的需要，從而被當時的美國主流文化廣泛推崇。現今美國社會的四大運動——棒球、橄欖球、籃球、賽車——都興起於社會達爾文主義氾濫成災的鍍金時代，充分體現了社會價值觀念與競技運動的密不可分。^⑲

（三）得天獨厚的經濟和技術條件

汽車工業的發展壯大是賽車運動普及和發展的前提。美國發展汽車技術和汽車工業的條件得

天獨厚：一方面，鋼鐵、石油工業實力雄厚且原材料資源豐富；另一方面，地廣人稀的國情特別是西部開發（亦稱“西進運動”）為汽車工業提供了廣闊的市場前景，內燃機和汽車製造技術迅速轉化為生產力。1903年成立的福特汽車公司率先運用部件標準化原理進行大批量生產，美國汽車工業自此一日千里。到1914年，美國汽車年產量已達57.3萬輛。^②1900年，美國登記的汽車總數不過8,000輛，到1913年已超過100萬輛，短短十餘年間汽車保有量增長了100倍以上。^③

三、賽車運動促進汽車工業的發展

賽車運動從誕生之日起就與汽車工業有著不可分割的血肉聯繫。汽車工業是賽車運動的基礎，其發達程度在相當意義上決定著一國賽車運動的普及程度和實力水平。當今的賽車強國美國、西班牙、義大利、法國、日本等，無不是汽車工業大國。而另一方面，賽車運動對汽車工業的發展有巨大促進作用。

（一）促進汽車工業提高技術、改善性能

本田汽車的創始人本田宗一郎說過：“賽車是汽車的活動實驗室。”較之其他競技運動，賽車運動的一大特點就是對汽車技術的高度依賴性，因而賽車運動的發展史就是汽車技術的進步史。回顧百年來的汽車工業發展史，其技術進步中相當大的部分來自賽車場，“高性能輪胎、鋁合金輪圈和引擎體、碟式剎車、潰縮式方向盤、中置引擎、多氣門引擎、渦輪增壓系統、可變正時氣門、計算機控制燃油噴射系統、引擎計算機偵測系統、電子點火系統、電子式半自動變速箱、防滑差速器、懸掛系統、車身輕量化結構、車身防撞鋼架、車身複合式材料、車身空氣動力學……”^④這些在當今汽車工業中廣泛應用的技術成果，都是首先在賽車場上經歷了最直接、最殘酷的檢驗。本世紀初，德國有2,000多名，美國約有1萬名，日本約有2萬名專業人員直接從事賽車的研究、設計和製造工作。^⑤

鍍金時代的美國，賽車愛好者為了贏得比賽而致力於技術研發。當新技術在賽車場上取得成功後，很快便會被生產商應用到量產車型上。福特汽車公司創立時，福特便是以自己的賽車專利、設備和圖紙作為出資而佔有公司25%的股份，公司最早的产品——福特A型車也是以福特的賽車為藍本。該車在公司成立的第一年就售出1,100輛，是公司得以順利起步的關鍵。^⑥

（二）塑造汽車品牌，宣傳企業形象

賽車運動是汽車生產廠商的最佳廣告宣傳手段之一。目前，F1大獎賽與奧運會、世界盃足球賽並列為世界三大體育賽事；而F1大獎賽每年18站比賽收視觀眾人數總和更為三者之最。賽車場上你追我趕、激烈爭奪的過程，也是各大汽車生產廠商塑造汽車品牌、宣傳企業形象的過程。

“賽車運動實質上就是對賽車的極限性和破壞性的使用過程，從而使得這項運動無可置疑地成為檢驗汽車整體質量和性能的最殘酷也是最客觀的手段。在賽車場上風馳電掣的賽車就是汽車生產廠商面向公眾的櫥窗，現身說法、活靈活現地展示著自己的技術水平、產品質量。”^⑦汽車工業中，幾乎所有的成功企業都生產賽車並積極參與賽車運動，有的更是在賽車運動中起家。

鍍金時代的美國，“汽車大王”福特設計並親自駕駛賽車在比賽中奪冠，邁出了走向“汽車帝國”的第一步。本田起初不過是日本的一個默默無名的小企業，1955年開始涉足賽車領域，1965年首次奪得F1大獎賽墨西哥站冠軍，此後便迅速發展起來，如今已成為世界名牌，在世界汽車賽場和市場佔有一席之地。義大利的法拉利最初只是參與賽車運動，後來才從事商業化的汽車生產。自1950年設立F1大獎賽以來，法拉利是唯一一支每年都參賽的車隊。從某種意義上說，F1

是法拉利最好的廣告，而法拉利就是F1的代名詞！此外，奔馳、BMW、三菱等汽車巨頭在參與賽車運動方面，無不是傾情投入，不甘人後。

（三）普及汽車文化、拉動汽車消費

F1大獎賽風靡歐亞，在美國卻不太受到追捧，其原因在於美國賽車文化更趨於平民化。美國賽車俱樂部官員約翰·皮索普（John Bishop）批評F1：“我們比賽的是運動員的技術，而不是靠機器人和電腦決一勝負。我希望F1大賽恢復其古典式的賽車精神。”^⑤在美國，賽車更像一項“平民運動”，美國人民為之狂熱的納斯卡系列賽則是“平民運動”的代表。“與其早上7點去看一個德國人駕駛一輛價值1,000萬美元的賽車毫無懸念地贏得比賽，還不如下午3點去看看電視裡誰能駕駛一部和我家一樣的道奇贏得納斯卡的勝利。”^⑥這是不折不扣的美國式思維：在遵守遊戲規則的條件下，任何人都有機會獲得成功——這就是“美國夢”，美國文化的精髓與魅力所在。

文化的力量是無窮的。賽車運動以潛移默化的方式，推動千千萬萬的觀眾特別是青年人成為汽車的消費者或潛在消費者。以美國為例，納斯卡賽車就是根據各大汽車廠商在市面上銷售的車型改裝而成。車迷觀看比賽後，隨時可以沖進遍佈北美各地的汽車銷售店，購買與冠軍賽車最為相似的車型。賽車運動對汽車消費的拉動作用在跑車和吉普車市場上體現得尤為明顯，據調查，在選擇購買吉普車的車主中，八成以上是賽車迷。^⑦

鍍金時代的美國，賽車運動對汽車工業的發展具有重要的推動作用，二者之間形成了相互促進的良性循環。賽車運動不僅倡導爭分奪秒、頑強拼搏的競爭精神，而且有助於普及汽車文化、拉動汽車消費。賽車運動在中國起步較晚，但發展迅速，2004年F1大獎賽中國站首度在上海進行。愚以為，在中國這樣一個人口眾多的發展中國家，較之於以F1為代表的“貴族賽車”，美國式的“平民賽車”不僅更容易被社會尤其是青年人士所接受，而且對於普及汽車文化、拉動汽車消費、發展汽車工業，也將有更大的積極作用。

①對於“鍍金時代”的具體時間起訖，學界尚無明確定論，其起點一般都認為南北戰爭以後，而終點有的認為是19世紀末期，有的認為是到第一次世界大戰之前，有的認為到20世紀20年代。筆者將“鍍金時代”定義為美國經濟發展和國家崛起的關鍵時期，故持第二種觀點，參見張准：《中美兩國經濟崛起之比較——鍍金時代的美國與改革開放30年來的中國》，太原：《生產力研究》，2009年第22期。

②參見H·S·康馬傑的《美國精神》、丹尼爾·布林斯廷的《美國人——南北戰爭以來的經歷》以及霍華德·津恩的《美國人民的歷史》等。

③對於汽車的發明者，目前學界存在爭議。卡爾·奔馳在1885年研製出世界上第一輛馬車式三輪汽車並於1886年1月29日獲得單缸三輪汽車的專利權，有人將這一天視為汽車的誕生日，但也有人認為三輪汽車還

不能算做真正的現代汽車。參見陳美華：《汽車帝國風雲錄》，廣州：廣州出版社，1996年，第13頁。

④葉菁萌：《賽車運動與汽車工業發展》，北京：《城市車輛》，1996年第3期。

⑤⑦加爾文·D·林頓：《美國兩百年大事記》，謝廷光等譯，上海：上海譯文出版社，1984年，第252頁；第259頁。

⑥同年美國產業工人年收入僅532美元（按1914年不變價格計算），參見H·N·沙伊貝等：《近百年美國經濟史》，彭松建等譯，北京：中國社會科學出版社，1983年，第144頁。

⑧⑨鄭貫成：《巨人百傳叢書——福特》，瀋陽：遼海出版社，1998年，第24頁；第26頁。

⑩楊光：《鄉巴佬的賽車運動，NASCAR的起源和發展》，北京：《中國體育科技》，1996年第8期。

- ⑪樓棟：《世界上來錢最快的車賽納斯卡為什麼在經濟危機兩年後挨了重重一擊》，杭州：《都市快報》，2010年8月16日。
- ⑫金濤：《CHAMP美國冠軍方程式系列賽，堪與F1比肩的方程式賽車》，北京：《汽車與運動》，2007年第2期。
- ⑬⑭盧元鎮：《中國體育社會學評說》，北京：北京體育大學出版社，2003年，第222頁；第200頁。
- ⑮H·U·福克納：《美國經濟史》（下卷），王琨譯，北京：商務印書館，1964年，第38頁。
- ⑯由於同期美國人口增長了200%以上（從不到3,100萬到接近1億），人均收入的增長要慢些，參見中國科學院經濟研究所世界經濟研究室：《主要資本主義國家經濟統計集》，北京：世界知識出版社，1962年，第6、12頁。
- ⑰吉伯特·C·非特、吉姆·R·里斯：《美國經濟史》，司徒淳等譯，瀋陽：遼寧人民出版社，1981年，第484頁。亦可參見張准：《美國經濟崛起關鍵階段的產業工人狀況簡析》，太原：《生產力研究》，2011年第1期。
- ⑱張新萍：《美國精神與競技運動文化關係的闡述》，北京：《體育文化導刊》，2004年第12期。

參考文獻：

- [1]謝帕德·B·克拉夫、希歐多爾·F·馬伯格，《美國文化的經濟基礎》，仲子等譯，北京：三聯書店，1989年。
- [2]丁則民編著：《美國通史》（第3卷），北京：人民出版社，2002年。
- [3]張友倫、林靜芬、白風蘭：《美國工業革命》，天津：天津人民出版社，1981年。
- [4]許國林：《從鍍金時代到現代美國——美國近現代轉型期社會經濟史研究》，北京：線裝書局，1997年。

- ⑲羅鳳禮：《美國歷史上的社會達爾文主義思潮》，北京：《世界歷史》，1986年第4期。
- ⑳余志森：《美國通史》（第4卷），北京：人民出版社，2002年，第11頁。
- ㉑本·巴魯克·塞里格曼：《美國企業史》，復旦大學資本主義國家經濟研究所譯，上海：上海人民出版社，1975年，第363頁。
- ㉒黎志雲：《賽車汽車技術發展的重要動力》，北京：《汽車與社會》，2000年第11期。
- ㉓張煜、劉金華：《魅力無限的賽車運動》，天津：《汽車運用》，2004年第4期。
- ㉔此處的福特A型車非1927年推出的福特A型車，有的文獻稱前者為A型車（1903-04），後者為B型車（1927）。參見《巨人百傳叢書——福特》，第27～29頁。
- ㉕⑳陳永革、邱俊斌：《汽車運動與社會發展》，上海：《上海綜合經濟》，2003年第12期。
- ㉖郭顏：《F1大賽能否在美再現輝煌？——美國賽車業巨頭訪談錄》，北京：《交通世界》，1997年第3期。
- ㉗舒非：《“6·19美國罷賽事件”一週年調查》，長沙：《全體育》，2006年第8期。

- [5]John, Allen Krout & Arnold, S. Rice, *United States since 1865*, New York: Barnes & Noble Books, 1977.
- [6]Vatter, Harold G., *The Drive to Industrial Maturity, the U. S. Economy, 1860-1914*, New York: Greenwood Press, 1975.

作者簡介：張 准，四川師範大學經濟與管理學院講師、博士。成都 610068

[責任編輯 陳志雄]