

四驱车没变，但奥迪双钻已不再是我的伙伴



可能从来都不是。

很久以前，曾经有那么一段时期，有些人对这个世界的认识有着些许偏差。

那个时候一些普通人眼中普通的词汇，在他们那里都有着不一样的诠释：

普通人眼中的巨无霸



你眼中的巨无霸



普通人眼中的龙头凤尾



你眼中的龙头凤尾



普通人眼中的超霸



你眼中的超霸



普通人眼中的梦之队



你眼中的梦之队



普通人眼中的奥迪



你眼中的奥迪



普通人眼中的四驱车



你眼中的四驱车

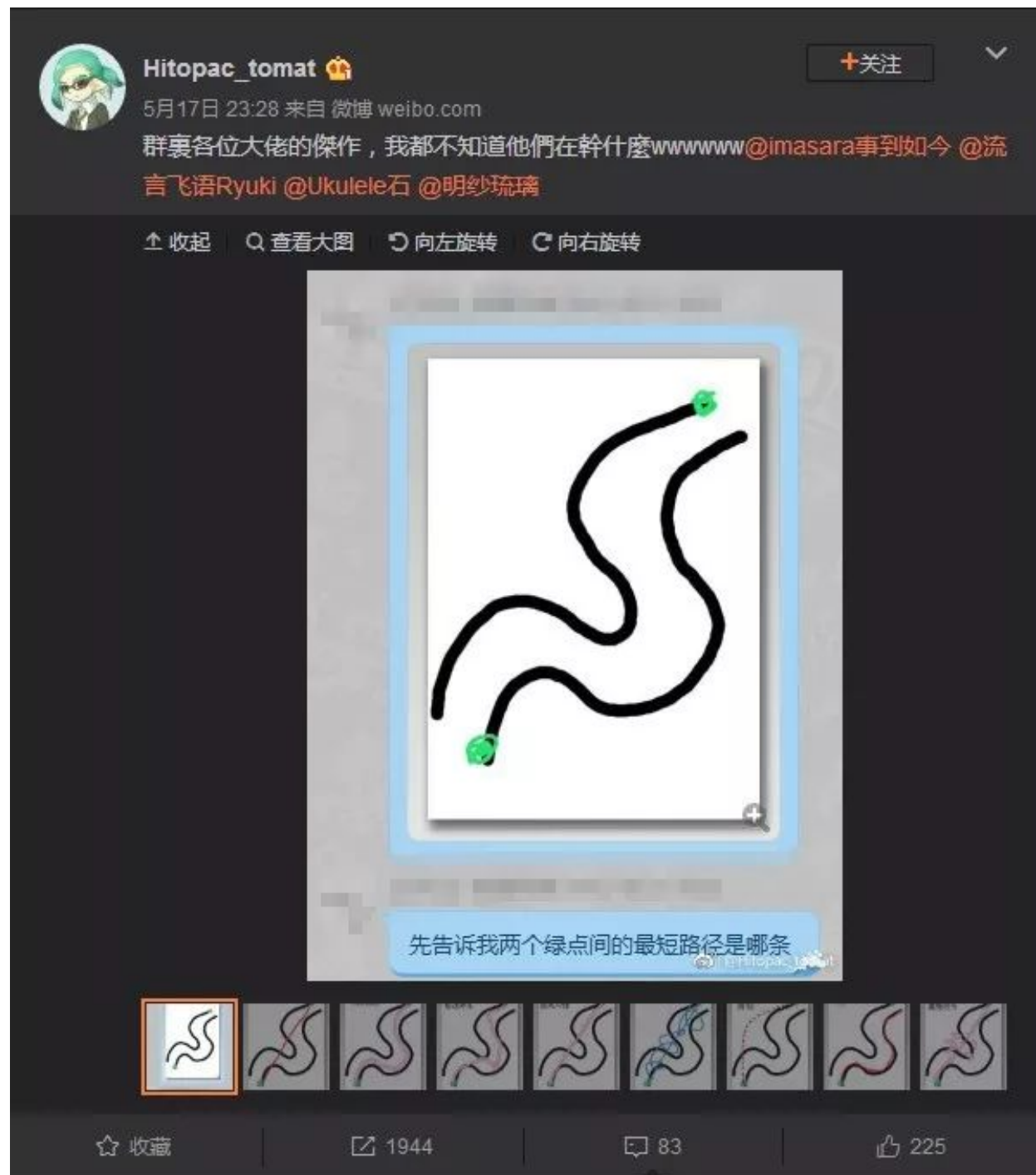


那是一个属于四驱车的时代。许多个巷子里都萦绕着吵吵的齿轮转动声；许多个抽屉中都静躺着粘着润滑油的脏脏的轴承和底盘；许多个操场上都回荡着“干掉他巨无霸”“旋风冲锋龙卷风”这样爽朗的呼喊。

如今，这些个地方干净了平静了，四驱车已不再昔日的辉煌和盛况，你可能也再没有心气去擦那辆躲在旮旯中的旋风冲锋身上的灰。

但它们或许没有离开我们太远。

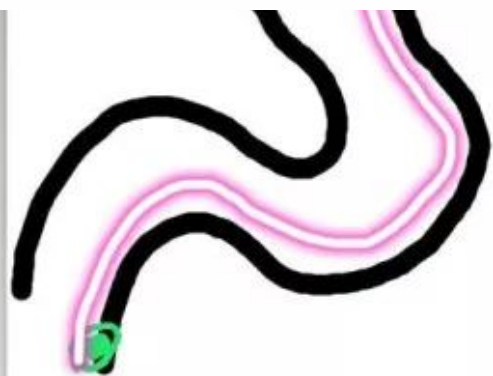
前几天还看到有人晒出他们群里的一个有趣话题，看到答案后，大家都瞬间“秒懂”，争相转发。



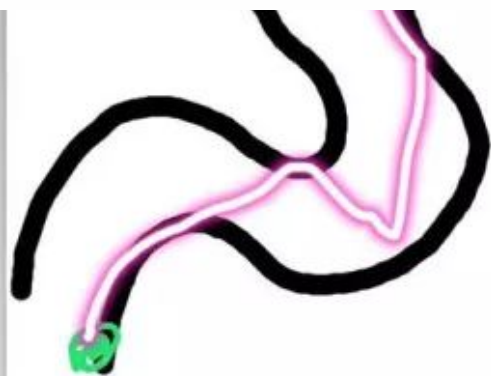
“两个绿点间的最短路径是哪条”

最短的路径可能是：





@Hitopac.toma



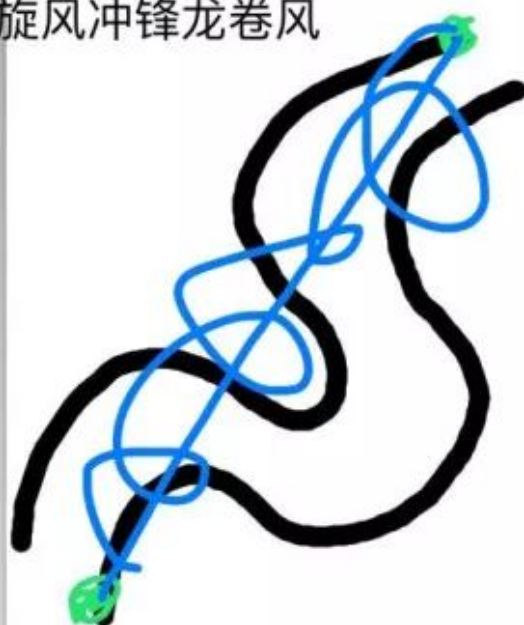
@Hitopac.toma

旋风冲锋



@Hitopac.toma

旋风冲锋龙卷风



@Hitopac.toma

三角箭



魔鬼司令



即使四驱车这种东西早已不被大家时常提起，关于它的种种还一直藏在许多人心底的某个角落，每当再次出现，还能掀起人们心中的阵阵波澜。

也许你还记得一句曾经的宣传标语：

“奥迪双钻，我的伙伴”。

它是当时许多小朋友内心中的真实感受。

正版 or 山寨

1992 年，一个搞了 7 年小喇叭作坊的土老板蔡东青准备去香港见见大世面。

行程安排好了，汕头出发。结果临走那天，台风来了。12 级的台风，雨下的很大，交通全部中断，汕头去不成，旅行团却准时走了。

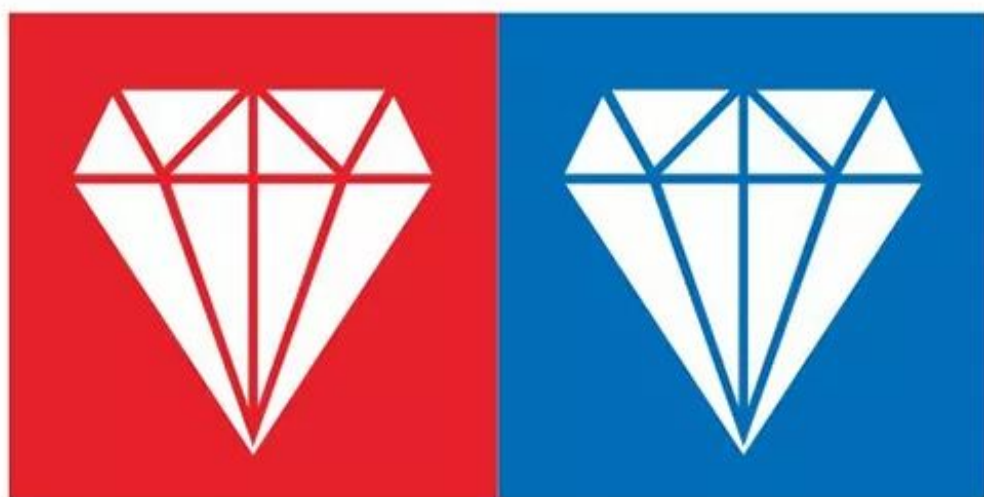
蔡老板不甘心这个去香港的梦想就这么凉了，第二天跑去跟导游疏通。对方说，行吧，下午两点之前能到深圳就想办法让你过。最终，辗转了几百公里，成功抵达了香港。

在那里，他在货摊上一眼就相中了那个对中国玩具行业影响深远的玩意：四驱车。

回去之后，蔡老板从深圳找了个厂子做齿轮这种高端点的东西，自己在老家澄海开了些模子做外壳，最后还给这个厂牌起了个响亮的名字——

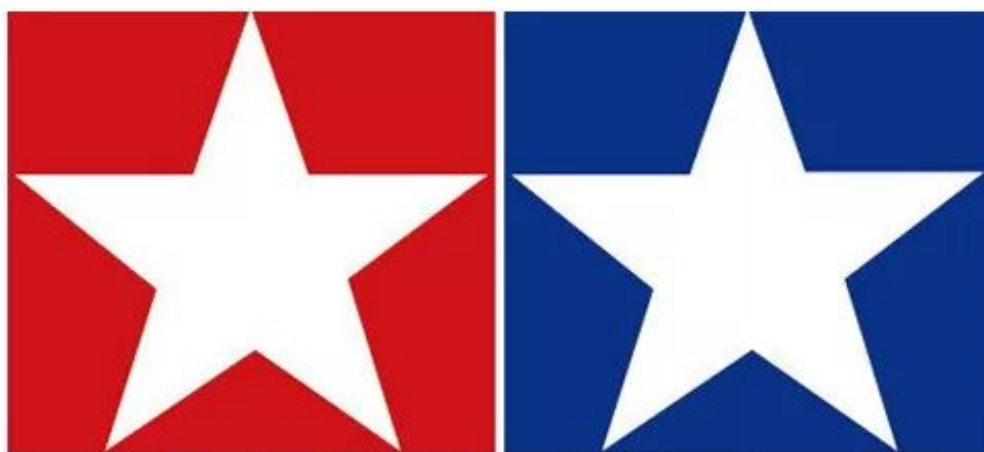
奥迪双钻。

蔡老板取这个名的时候，有没有借鉴四个圈的 Audi 咱不好说，但是 Logo 应该向迷你四驱车真正的开发商日本田宫（TAMIYA）做了一些参考。



奥迪双钻LOGO

AULDEY



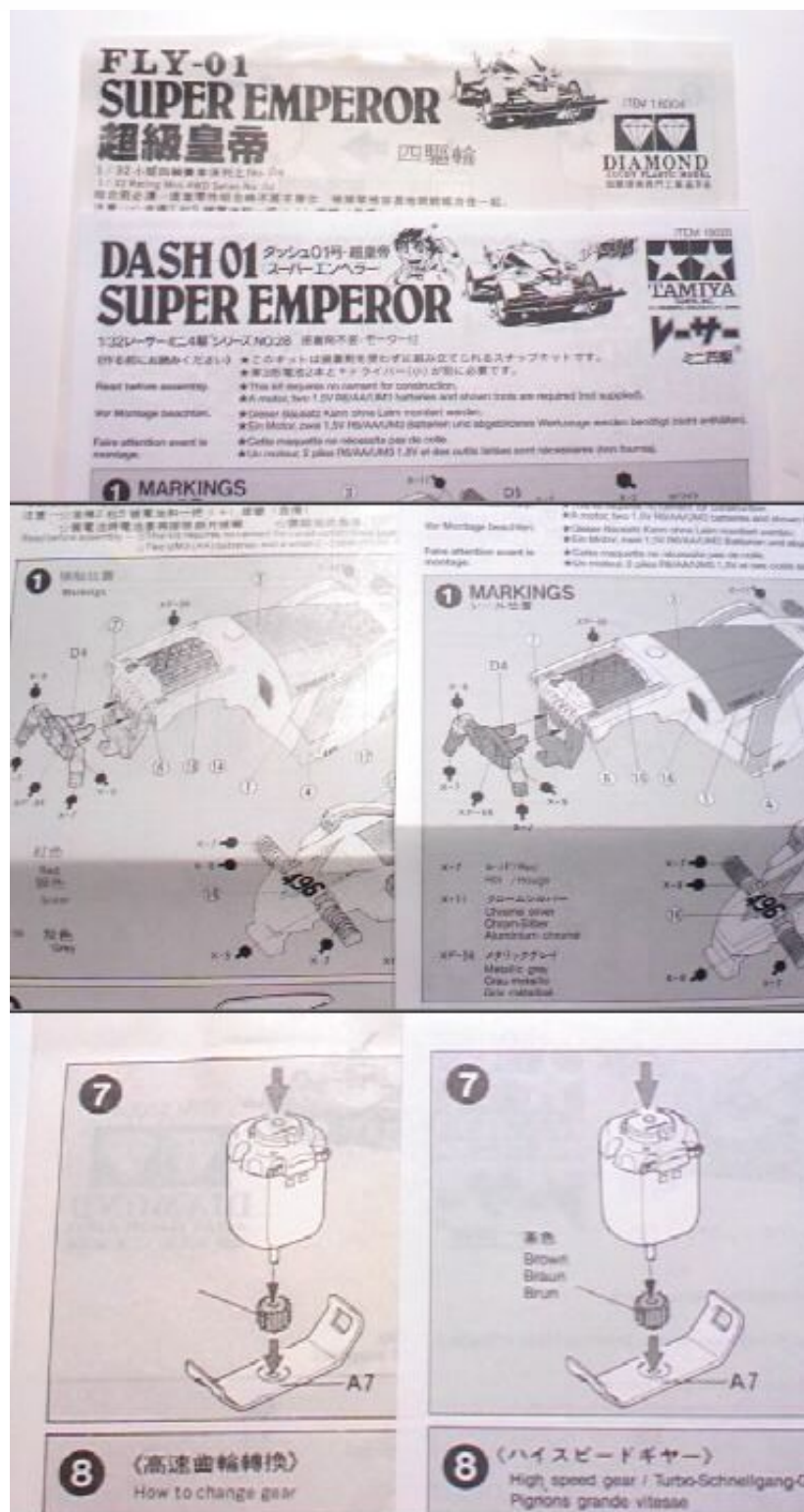
田宫LOGO

TAMIYA

不知当时同时见过这俩 LOGO 的朋友，有多少人觉得双钻才是正统

此外，双钻不管是四驱车模型本身，还是包装盒说明书这些辅料，当时的整个产品线几乎都与田宫的产品看不出什么差别。

这就不免让人产生一个疑问，即双钻到底有没有拿到过田宫四驱车的授权呢？



双钻与田宫同款四驱车说明书对比

关于双钻是否拿到过田宫四驱车模具的授权，一直以来大家都众说纷纭，而双钻官方到现在也一直对此闭口不谈。除此之外，像百科的词条、蔡东青的传记新闻等文献资料但凡涉及到双钻四驱车发家史时总是遮遮掩掩。反倒日本的 Nico 百科上，对奥迪双钻的描述颇不近情面：

“映入眼帘的是方框中一红一蓝的两个钻石 LOGO，谁看都知道是那个公司的山寨。

.....

不仅是 LOGO，他们曾经因为山寨迷你四驱、旋转陀螺等日本玩具商品而臭名昭著。”

这种观点并非 Nico 的一家之言，后来也有网友声称就此事向田宫官方进行了询问，得到的回答是：“田宫与奥迪双钻从未进行过任何形式的合作”。

成为四驱车的“正统”

双钻能在四驱车市场打下这么大的江山，既有公司上下努力的成分，也有时代因素，且很难说清楚到底哪个占的比重更大。

在双钻进入市场前，当时在中国模型市场上叱咤风云的是另一家公司——福万。

福万是一个开在福建的中日港合资公司，通俗来讲就是日本模型玩具厂商万代在中国的马甲。1984年底福万成立后，凭着万代本身相对国产玩具碾压式的制作水准，迅速占领了市场。

所以那时说起四驱车在大陆的正品行货，当然也是这个福万。



左下角印着万代的英文名“BANDAI 1991”，右下角是福万的 LOGO

然而福万在 90 年代初摊上了大事，有一次他们出品的德国装甲模型上真实反映了纳粹十字的涂装，被指控为“宣传法西斯主义”而遭到工商部门的扫荡，还进行了集中的公开焚毁，最终导致停产。

这件事令日本模型界颇为震动，相关企业对于模型入华一事也开始变得谨慎和保守。

就是在这个时间节点上双钻入场了，一方面弥补了巨鳄倒下的空档期，一方面又拉低了四驱车的价格，双钻的体量在就在此期间得以迅速膨胀。

此后，双钻摇身一变成了大陆四驱车市场的主人，开始从各个方面为自己的“正统身份”正名。

1995 年的国庆节，双钻联合广东省电视台办了一个全国四驱车大赛，央视还做了转播。次年，这个比赛升级成了“奥迪杯全国少年四驱车冠军赛”。当时全国 24 各省市近 80 万学生参加了比赛，总决赛在北京西城区体育馆打了三天。颁奖会上，中国奥委会秘书长、新华社副社长、团委教委的领导们都到场讲了话。

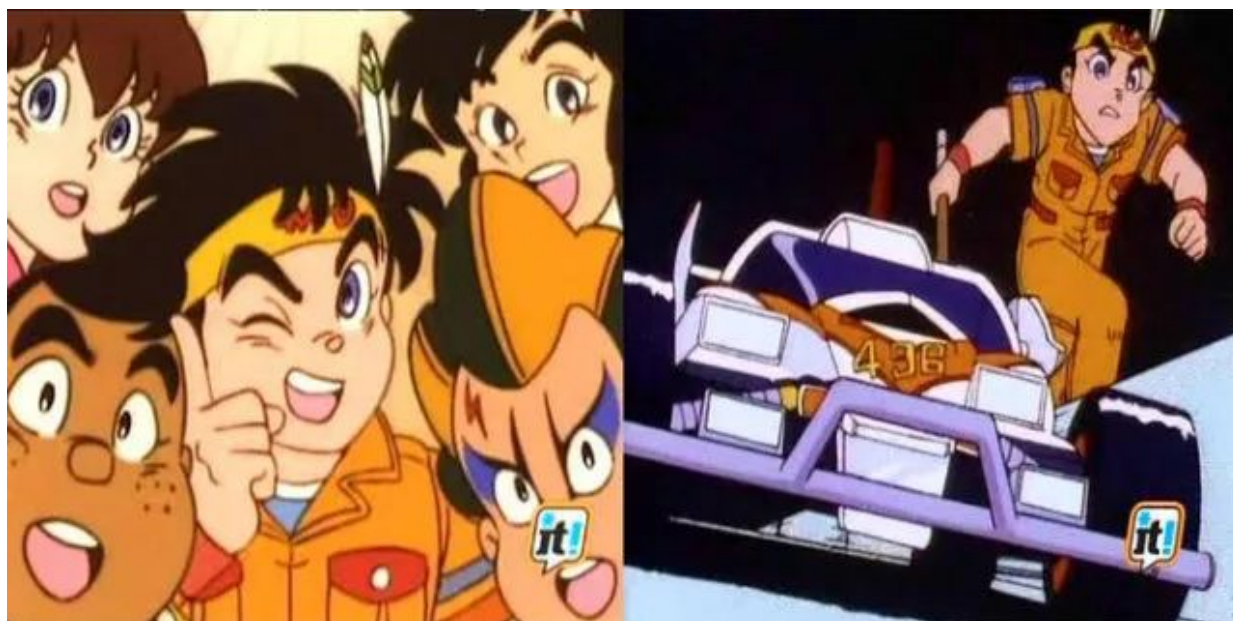


这个时候距双钻的四驱车投放进市场刚刚过去没几年，但他们在国内四驱车方面的地位已经很难撼动。

而这只是一个小小的开端。

启蒙运动

“全国四驱车大赛”后没过多久，一个以四驱车为主题的动画片——《四驱小子》陆陆续续在各个电视台开始播放，成为了真正引爆全国四驱车热潮的一个重要标志。



时间点上，看，《四驱小子》在国内热播那会儿已经是距今 20 多年以前了，《还珠格格》都还没上映。如今大家对这部动画片的印象也已经非常模糊了，但几个名字对很多人来说应该不会陌生：

冲刺流星、燃烧太阳、大炮特使、舞蹈天使.....

当然还有那个车头画着 496 的天皇巨星。



当年很多人一定会好奇为什么这辆车前面会写着一个 496，其实是因为这部动画的日文原名是《DASH! 四驱郎》而日语中“496”正与“四驱郎”同音

动画上映没过多久，以“496”为首的《四驱小子》周边车型就迅速占领了市中心商场、街边小卖部、学校前零食摊的各个角落。

在相当一部分玩家的心目中，这个时期形成了他们对四驱车这种玩具的最初启蒙。如果没有这样一部家喻户晓的动画，四驱车不可能达到如此的普及程度，这是当时的小学生们都知道的道理。

于是，双钻四驱车的流行经常被人归功于投放时间的巧妙——正好赶上了电视台四驱车相关动画的热播期。双钻好像是因此正巧捡了个大便宜，赶上了一个好时代。

但事实正相反，《四驱小子》正是双钻主动从日本花巨资引进的，而大家更为熟悉的可能是他们引进的另一部作品：《四驱兄弟》。

黄金时代

《四驱兄弟》在大陆的上映时间大约是在 2000 年左右，各地区首播时间有别。相比《四驱小子》中那种拿着曲棍球棒引导着四驱车前进方向的土玩法，《四驱兄弟》里那些“声控”的制导方式、高科技魔改等等更加的天马行空，似乎也更能启发起观众们的燃点。



《四驱兄弟》的原名是《爆走兄弟 Let's&Go!!》，这里的 Let's&Go 也是一个双关，主角星马烈的烈日语谐音是 Let's，星马豪的豪日语谐音是 Go，而“星马”的日语谐音单词现在许多朋友应该都很熟悉——Saber

与此同时，已经发展了整整 20 年的四驱车的机能有了进一步的进化，竞技方式也从之前的乡间越野变成了标准化的赛道竞速。

于是，一部人气动画，加上国内经过多年积淀逐渐成熟的四驱车市场，相辅相成着创造了中国四驱车那个空前的辉煌时代。

这玩意儿当时有多火？

进了学校，能听到广播里放着：

“各班参加航模船模四驱车比赛的同学，下课后可到传达室购买领取模型，四驱车型号包括眼镜蛇，巨无霸，旋风冲锋……”

出了校门，能看到那个经常推着三轮车摆零食的大爷摆起了四驱车的专用套件。放学后的夕阳之下，三轮车车斗扶手上挂着的山寨版田宫透明盒子里，金色的巨无霸闪着白光。

小孩子并不是不懂，当时我望着那粗糙模糊的盒子印刷直琢磨：

“这两个星的就是不如两个钻的厉害。”

就算到了今天这个互联网发达的年代，持有我当时那种观点的人并不在少数，翻看前几年关于田宫双钻的讨论帖时还是能看到这样的言论：



冰红茶

7楼 2014-07-29 23:23



话说这奥迪当成原创品牌的不知楼主你一个哦…



justinned

9楼 2014-07-30 01:30



当年四驱车好像是奥迪的最贵，田工的要比奥迪便宜，而大叔和大叔的小伙伴们都是冲着奥迪去买得！



乔瑟夫阿兹纳布尔

10楼 2014-07-31 05:07



田宫主要是模型工具还有一些模型漆XF系列水性漆。也出过不少套件，组合度可以，细节差一点

来自果壳网移动版



we_cry

11楼 2014-07-31 06:44



知乎还是部分山寨 Quora, 果壳问答还部分山寨了知乎。
如果至少在相当一部分方面超越了原版，那又怎么样。

用了进击的浏览器 网页从此没广告

由此可见，彼时奥迪双钻在人们心中的“正统地位”已经难以撼动。

到了这个时候，双钻在四驱车方面的多线布局的终于进化成了完全体，四驱车的功能性也开始从娱乐层面向竞技层面转变。小到校门口、少年宫的小打小闹，大到电视台的比赛直播都围着它做足了文章，全国陷入了一股四驱车的狂欢之中，奥迪双钻自然是从中赚得盆满钵满。



当年双钻的一大吸金利器：马达

但不管是竞技化，还是四驱车周边零件的进阶零件售卖，继而动画 + 玩具的商业模式，都是田宫在日本几年前已经趟好的路。

新时代

在四驱车市场空前繁荣的背后，或许没人来得及去想，行业霸主双钻的辉煌是建立在别人的技术基础之上。

1998 年，双钻推出了原创的“梦之队”系列，其实更像是靠着强大惯性向前滑行的产物，虽然标榜着原创，但有很多型号不过是对田宫的车型进行一定程度的微调。



双钻的“梦之队”系列

到了 2004 年，源动力不足的奥迪双钻终于渐露疲态，不但产品质量上开始出现不同程度的缩水，与此同时其他的四驱车仿冒品牌也越来越多，而另一方面被引导出四驱车模型热情的人们随着研究的深入，也都渐渐发现了田宫这个四驱车真正的背景。

双钻用 10 多年建立起来的业界威信从这时起渐渐分崩离析，为了继续践行他们深谙的“动画 + 玩具”的商业模式，也是在 2004 这一年，蔡东青注册了另一家公司：奥飞动漫。

这样的思路有很多成功的先例，不管是田宫、孩之宝、万代亦或是迪士尼都从这种模式中发过财。不过这个模式在双钻手里又多加了一点“中国特色”。

不久之后，2006 年，奥飞终于推出了第一部玩具产品的护航作：《火力少年王》。但这个国产的新生儿并没有收到太多国内观众的祝福，火力少年王不但被吐槽满屏尬味，还总被人指诟病参考了日本动画《超速 YOYO》。

然而，《火力少年王》最终在中国的表现倒是说不上差，因为巧的是，就在这部片子上市的同一年，中国的动漫产业发生了件大事：

据《广电总局关于进一步规范电视动画片播出管理的通知》，自 2006 年 9 月 1 日起，全国各级电视台所有频道在每天 17:00—20:00 之间，均不得播出境外动画片和介绍境外动画片的资讯节目或展示境外动画片的栏目。

于是这次双钻（奥飞）好像又赶上了一个“好时代”，借着政策的春风，奥飞动漫这些年一直在中国动漫行业中混得不错。

时至今日，虽然“奥迪双钻”已经渐渐从人们视野中淡出，但奥飞一直以“中国动漫第一股”的姿态出现，非常风光。

这几年蔡东青和他的奥飞在文化产业领域的投资总是显得非常高调，他们买下了有妖气，入股斗鱼、暴风影音，也是 A 站将死不死之时抬过一手的大佬之一。《大圣归来》火了，就买下了它的制作公司大千阳光。喜洋洋火了，就买下了《喜羊羊与灰太狼》的版权。2016 年的《刺客信条》电影也是由奥飞牵头拍摄的。



前段时间奥飞娱乐公开了 2017 年的财报，《刺客信条》电影为他们带来了 0.92 亿元的亏损

2013 年面对媒体采访的时候，蔡东青毫不掩饰自己的野心：“我们的目标是做中国的孩之宝。”。到了 2015 年，奥飞动漫的 CEO 曹永强还表示：“我们就是要成为新世代的中国迪士尼。”

到了 2016 年，奥飞动漫改名为“奥飞娱乐”。



“奥飞娱乐”在被炒成“动漫第一股”后到今天的故事

新时代

但显然，这个布局中没有四驱车。

分界点出现在 2009 年左右。双钻的新一代四驱车产品战龙系列上线之后，为其保驾护航的国产动画《战龙四驱》也上线了。然而这部中规中矩的动画在即使有着一定的播片量保障下也并没有在国内引起太大波澜，战龙系列宣告了双钻传统四驱车项目的终结。

巧的是，据日本的维基数据显示，同期的日本正经历着第三次四驱车热潮的爆发期，田宫还在此期间重启了日本杯的全国赛事，一直延续至今。



2017 年日本杯迷你四驱车大赛的静冈分会场

反观如今的国内，四驱车曾经的辉煌已经荡然无存，留下的只是一些屈指可数的坚守者和时不时回来怀旧的老玩家。

所以，时代的更迭可能并不是令四驱车在中国衰落至此的直接原因，更像是压倒骆驼的最后一根稻草。而最根本则是：**中国从来就没有一家真正的四驱车厂商。**

通过把国外的明星产品中国化，再利用政策利好从中国发展壮大起来的企业数不胜数，双钻只不过其中的一个。一旦离开了时代的风口，自身的造血机能就不足以支撑庞大的身躯继续往前走了。

当然，这个风险当局者未必不知，也作出过一些努力和尝试。从 1998 年开始，双钻就试图摆脱田宫模式，自我造血，当时他们推出了“梦之队”系列。现在距离当初已经有 20 年了，此时双钻秉承“自主创新”理念研发出的四驱车又是什么样子呢。

答案是比较四驱车牛逼一倍的“八驱车”。



含电池模块

(完)