



图为2016世界车辆模型锦标赛比赛现场。



图为车手们正在对车辆模型进行组装和调试。



汇聚顶级车手 首次登陆中国

“车模奥运会”北京竞速

赵鹏飞 张云歌

聚焦京城

“还有1分钟！落后的车手能完成超车吗？”在马达的嗡鸣和现场观众的欢呼声中，几辆汽车模型“嗖嗖”地在赛道上飞驰，争分夺秒地完成最后几圈的比赛。日前，2016世界车辆模型锦标赛在北京市丰台体育中心落下帷幕。这是车辆模型世锦赛首次落户中国，来自全球24个国家和地区的200多名世界知名车手参赛。

◎参赛车手最多

“还有45秒！”一辆橘色的车辆模型磕到了弯道处的边沿险些翻倒，被后面的车反超，观众席上传来一片惊呼。只见橘色车辆模型调整位置，重新加速，继续追赶前面的对手。赛车场内，全场的目光都聚焦在1/10电动房车赛上，飞速行驶的车模让人看得眼花缭乱。

“世界车辆模型锦标赛是车辆模型领域最具国际影响力的赛事活动，被誉为‘车辆模型奥运会’，两年举办一次，本届是首次在中国举办。”北京市丰台区体育局副局长关向青介绍说，这也是亚太地区举办的参赛车手最多、水平最高的一届赛事。

本届赛事由世界车辆模型运动联合会主办，亚太车辆模型运动联合会、国家体育总局航管中心、北京市丰台区人民政府等承办，北京市模型运动协会、北京市丰台区体育局等协办。比赛共设置2个项目，即1/10电动房车赛和1/12电动平路车赛。其中，1/10电动房车赛作为世锦赛“皇冠上最耀眼的宝石”，参赛车手达150人。

“比赛太激烈了，希望我们队能有很好的成绩。”来自法国的车手卢卡斯一直关注着赛场上的即时排名信息，他所在的是一个“国际团队”，共有7人，其余6人来自日本、韩国和中国香港。“我们是通过互联网认识并组队参赛的，大家都有这个共同爱好，一起合作

完成比赛很开心。”

◎执行国际标准

世界顶级车辆模型赛事主办权的争夺，一向十分激烈。正是凭借一流的场地设施和可靠的办赛能力，北京市丰台区获得世界车辆模型运动联合会认可，从全世界众多申办地中脱颖而出，将这项国际顶级赛事带到了家门口。

以在室外进行的1/10电动房车赛为例，丰台体育中心赛道面积2800平方米，长宽比近2:1，按照国际标准设置了各种弯道。“赛道有专门的国际比赛标准，比如赛道的宽度、铺设的硬化颗粒等都要严格执行专门的技术指标，所以我们这个赛道堪称世界一流赛道。”关向青表示。

“我很喜欢这里的赛道，它是世界上最好的赛道之一，能让我的车辆模型有更出色的发挥，而且我在比赛时操作得也很顺畅。”在25日举办的1/10电动房车赛中排名第一的葡萄牙车手布鲁诺笑着说。

“此次比赛对于车辆模型的动力系统、轮胎等也都有很高的要求，而且每位车手的车辆都要进行严格的检验。”指着远处的一排白色建筑，关向青介绍说：“那边是检验区，车辆的大小、重量、马达、电路、轮胎等情况赛前都要进行检测，完成比赛后还要再检测一次，结果合格之后比赛成绩才能计入。”

◎开放一流赛场

可能有人认为，遥控模型车不就是玩具嘛，还值得办世锦赛？其实，遥控模型车不是玩具，而是“缩小版的真车”，动力系统、悬挂系统、高性能的轮胎等，比真车一样不少，更拥有超级跑车的操控感觉。车辆模型运动与驾驭真车相似，车速可达每小时60公里，参赛选手必须有良好的心理素质和驾驭技巧，还要有出色的应变能力和优秀的团队组织与协调能力。除此之外，还需要车手技师对赛车进行精准调校。

笔者在赛场旁边的维修区看到，上百张操作台上摆满了电路板、马达和各式检测仪。“参赛的车辆模型是由车手根据比赛要求，自己设计、拼装组合的。”来自中国队的车手小卓说：“我从小就喜欢玩遥控类赛车，上大学后自己学习了电路等技术知识，并组装了模型参赛。”

如今，车辆模型运动在世界范围内发展迅速，近年来在中国也越来越受欢迎，拥有越来越多的爱好者和专业车手。“我们举办这次比赛，是希望能够在推动车辆模型运动方面搭建一个很好的平台，让人们更好地感受到这项充满‘速度与激情’的运动的快乐。为了做好推广普及工作，专业的赛道和一流的配套设施将在赛后向社会开放。”关向青说。



古都的胡同

汪曾祺

胡同是北京特有的。为什么叫胡同？说法不一，多数学者以为是蒙古语，意思是水井。我在呼和浩特听一位同志说，胡同即蒙语忽洞，指两边高中间低的狭长地形。呼市对面的武川县有地名乌兰忽洞。这是蒙古话，大概可以肯定。那么这是元大都以后才有的。元朝以前，汴梁、临安都没有。

《梦梁录》《东京梦华录》等书都没有胡同字样。有一位好作奇论的专家认为这是汉语，古书里有近似的读音。他引经据典，作了考证。我觉得未免穿凿附会。

北京城是一个四方四正的城，街道都是正东正西，正南正北。北京只有几条斜街，如烟袋斜街、李铁拐斜街、杨梅竹斜街。北京人的方位感特强。你向北京人问路，他就会告诉你路南还是路北。过去拉洋车的，到拐弯处就喊叫一声“东去！”老两口睡觉，老太太嫌老头挤着她了，说：“你往南边去一点！”

沟通这些正东正西正南正北的街道的，便是胡同。胡同把北京这块豆腐切成许多小豆腐块。北京人就在这些一小块一小块的豆腐里活着。北京有多少条胡同？“有名的胡同三千六，没名的胡同赛牛毛。”

胡同有大胡同，如东总布胡同；有很小的，如耳朵眼胡同。一般说的胡同指的是小胡同，“小胡同，小胡同”嘛！

胡同的得名各有来源。有的是某种行业集中的地方，如手帕胡同，当初大概是专卖手绢的地方；头发胡同大概是专卖假发的地方。有的是皇家储存物料的地方，如惜薪司胡同（存宫中需要的柴炭），皮库胡同（存裘皮）。有的是这里住过一个什么名人，如无量大人胡同，这位大人也怪，怎么叫这么个名字；石老娘胡同，这里住过一个老娘——接生婆，想必这老娘很善于接生；大雅宝胡同据说本名大哑巴胡同，是因为这里曾住过一个哑巴。有的是肖形，如高义伯胡同，原来叫狗尾巴胡同；羊宜宾胡同原来叫羊尾巴胡同。有的胡同则不知何所取意，如大李纱帽胡同。有的胡同不叫胡同，却叫做一个很雅致的名称，如齐白石曾经住过的“百花深处”，其实这里并没有花，一进胡同是一个公共厕所。

胡同里的房屋有一些是曾经很讲究的，有些人家的大门上钉着门钹，门前有拴马桩、上马石，记述着往昔的繁华。但是随着岁月风雨的剥蚀，门钹已经不成对，拴马桩、上马石都已成为浑圆的、棱角线条都模糊了。现在大多数胡同已经成了“陋巷”。

胡同里是安静的。偶尔有磨磨子磨刀的“惊闹”（十来个铁片穿成串，摇动作响）的声音，算命的盲人吹的短笛的声音，或卖硬面饽饽的苍老的吆唤——“硬面饽饽——阿饽！”。“山静似太古，日长如小羊”，时间在这里又似乎是流动动的。

胡同居民的心态是偏于保守的，他们经历了朝代更迭，“城头变幻大王旗”，谁掌权，他们都顺着，像《茶馆》里的王掌柜所说：“当了一辈子的顺民。”他们安分守己，服服帖帖。老北京人说：“穷忍着，富耐着，睡不着眯着。”“睡不着眯着”，真是北京人的非常精粹的人生哲学。永远不烦躁，不起急，什么事都“忍”着。胡同居民对物质生活的要求不高。蒸一屉窝头，熬一锅虾米皮白菜，来一碟臭豆腐，一块大腌萝卜，足矣。

（作者为已故著名作家。本报有删节）

历史名人话京城

坚守古训 诚不我欺 入乡随俗

同仁堂倾力打造“中国药”

夏子傑 何 成

瑞蚨祥、内联升、六必居……在北京著名的大栅栏商业街，多家中华老字号的招牌鳞次栉比，一个挨着一个。其中，同仁堂的招牌格外显眼，每天都有许多中外友人走进店内，或配几副中药，或寻一副传统丸药，或者捎走各式各样的保健产品。这家创立于347年前的中药老字号，已经成为北京甚至是中国的名片，以“良心中医药”走向世界。

【海外接诊超3000万人次】

“新西兰、波兰、捷克、瑞典……”提起海外门店，中国北京同仁堂（集团）有限责任公司副总经理丁永铃如数家珍。从1993年在香港开设门店迈出第一步以来，20多年来同仁堂一直稳扎稳打，借助“三步走”战略走向全球。

1993年，同仁堂立足香港，打开世界之窗；2003年，开始重点布局东南亚，实现“有华人的地方就有同仁堂”；到了2013年，借同仁堂国药在香港上市的契机，同仁堂迈出了第三步——向欧美主流国家进军。面对欧美市场更为严苛的医药管理中药标准，同仁堂通过开办讲座、与美国等国家开展中药合作研究等方式，使中医药逐步获得西方市场认可。

如今，同仁堂已在世界25个国家和地区拥有了115家零售终端，并在70个国家完成了商标注册登记，据不完全统计，到同仁堂海外药店咨询、就诊的海外人士已超过3000万人次。“今年9



图为北京同仁堂瑞典有限公司及旗下斯德哥尔摩店开业。

月，我们将在美国和南非分别开设5家店。”丁永铃说，“中医药海外发展正处于重要阶段，现在进军欧美主流市场、拓展‘一带一路’沿线国家，可谓恰逢其时。”

【两个“必不敢”体现工匠精神】

“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”，每一家海外新店都会保留这样的“堂训”匾额。“正是因为这两个‘必不敢’的工匠精神，‘以性命担保药品质量’，同仁堂才能够传承300多年，承载中国深厚的传统医药文化，享誉世界。”丁永铃说。

除在质量上严格把关，同仁堂走向世界的另一个“秘诀”就是入乡随俗。在同仁堂迪拜店，除医生外，所有人员包括店长全是“老外”，个个英语水平都“顶呱呱”，且除一位男士外，所有出诊的医生都是清一色的“娘子军”。

“之所以这样安排，是因为按照当地的宗教习俗，女医生可以给男患者诊疗，而男医生却不方便为女患者诊疗”，同仁堂迪拜店的梁医生说，“刚开始，女患者看病甚至是做推拿、按摩时，都会带着面纱。后来，患者进到诊室后，就会关好门并主动摘下面纱。”

遵守古训是同仁堂立身之本，创新则是其永葆生命的精髓。据丁永铃介绍，近年来，同仁堂一方面恪守传统制药之道，一方面为了适应海外消费者需求，在药品和制药工艺上不断创新。“比如乌鸡白凤丸，就被改造成口服液、胶囊等多种形式，方便了消费者用药。”

随着互联网浪潮的兴起，同仁堂也开始“触网”。去年10月，同仁堂打造中国首个聚焦健康垂直领域的跨境电商平台——天然淘，未来将在天然淘推出中医线上的诊疗服务，形成线上线下互相支撑。

丁永铃表示，同仁堂正在通过电商把中医药产品出口到更多国家和地区，让中医药“走出去”，同时将海外的优质资源引入国内，弥补国内品种短缺问题，把海外健康产品“引进来”。“通过建立完善的品质保证体系，倾心打造‘中国药’，同仁堂将惠及全球。”



图为参赛者现场展示产品应用。

支持。”北京市委宣传部副巡视员、市文化创意产业促进中心主任梅松表示，“除了完整的赛事过程，北京文创大赛与其他大赛的最大不同点在于赛后服务，我们会切实切实帮助参赛者找到投资机构，提供它所需要的发展空间，通过签订服务协议，持续帮助参赛者。”

业、帮助一批青年人才实现创业梦想的目标，将文化创意创新创业大赛打造成为北京市一项有影响、有实效、有特色的品牌文创活动。

本届大赛由北京市委宣传部、市文资办指导，北京市文化创意产业促进中心主办，于5月28日启动，旨在响应“大众创业、万众创新”号召，突出文化创新，通过竞赛的形式，寻找文创产业最具投资价值的“未来独角兽”，激发文创领域创新创业的活力，提升北京文化创意产业创新创业氛围，引领和带动文创产业快速发展。

“参与大赛更重要的是获得一种精神奖励。通过这个平台的展示，企业的知名度会有很大的提升，能吸引很多投资机构的关注和实际的

北京文创“未来独角兽”诞生

——首届北京市文化创意创新创业大赛落幕

本报北京8月28日电（记者赵鹏飞）28日下午，“华夏银行杯”首届北京市文化创意创新创业大赛总决赛暨颁奖仪式在京举行。奥秘之家等6个参赛项目经过激烈角逐，最终分别获得一、二、三等奖。华夏银行为获奖项目颁发了总计100万元的奖金。来自参赛项目、文促机构、投资机构的部分代表及专家学者等300余人参加活动。

北京市委宣传部副部长余俊生表示，希望通过举办文化创意创新创业大赛，突出文化创新，聚焦小微文创企业，整合各种创新创业资源，引导社会各界力量支持文化创意创新创业，搭建服务创新创业的平台，实现挖掘一批优秀文创项目、扶持一批有发展潜力的小微文创企

