

## 梦寐以求



1960年代中期，冲浪运动在美国掀起热潮之际，冲浪健将格雷格·诺尔掌握了其中的商业潜力。詹姆斯·马康森（James Malcolmson）发现，诺尔创造的“达猫”冲浪板系列背后的故事令这个1966年制造的款式尤为出众。

## 这是什么？

这是一块制造于1966年的“达猫”(Da Cat)款格雷格·诺尔冲浪板(Greg Noll Surfboards)。它的内层采用聚氨酯泡沫材料制成，外层覆有玻璃纤维和聚酯树脂，是冲浪板设计中的典范，亦是1960年代中期冲浪活动盛极一时的文化产物。这款冲浪板由可能是当时名气最盛的冲浪手米克洛斯(米奇)·多拉(Miklos "Miki" Dora)代言，在冲浪者和收藏家中异常抢手。

## 它的设计受何影响？

第二次世界大战之后，人们舍弃了冲浪运动发源地夏威夷常见的沉重实木冲浪板。而当时覆有玻璃纤维的轻木芯板等更为轻便的材料，又最终让位给泡沫芯板，因为冲浪者追求能适应加州海浪的冲浪板，尤其需要适应马里布角(Malibu Point)的完美叠浪。在1950年代，只有少数冲浪者能享受到破浪滑行数百米的快感。冲浪者会站在板尾，将冲浪板转向，然后移向板头，在波面上加速。完成这套动作时，风度至关重要，很少有人能超越多拉，他流畅的步



上图：1968年，米奇·多拉在墨西哥的圣米格尔戈(San Miguel)冲浪。尽管多拉很少参加冲浪比赛，却往往在比赛中表现出色。不过，他从来不会为了取悦裁判而调整

自己流畅而灵动的冲浪风格，该风格为他赢得了“达猫”这一绰号。前页及右图：以多拉为灵感，生产于1966年的一块早期“达猫”款格雷格·诺尔冲浪板。

法为他赢得了“达猫”这一绰号。

## 流行文化如何影响冲浪运动？

1950年代末至1960年代初风靡一时的沙滩电影和流行音乐改变了一切。在南加州，数千名满怀冲浪梦想的追随者加入了人数本不多的冲浪群体。一些冲浪者趁势把握良机，例如已在欧胡岛(Oahu)北岸的巨浪中树立威名的格雷格·诺尔，他很快开设了自己的冲浪板工厂，每周向美国各地的经销商运送100多块冲浪板。

然而，其他一些冲浪者对大海中渐增的人流深感不满。在当时非常拥挤的马里布，人们可看到多拉在人潮之间穿梭前行，偶尔还会推倒一些挡住他去路的“不速之客”。多拉对冲浪运动的商业化极为不满，他曾在冲浪大赛中面对裁判脱下泳裤。不过，他亦借助自己的身份地位，在不同的电影中担任冲浪特技演员，并经常获邀参加好莱坞派对。

比起夏威夷衬衫，多拉更青睐欧洲时尚，他对加州的海滩退避三舍，进一步增添了自己的神秘感。这也解释了他代言与自己同名的冲浪板之前一直默默无闻的原因。在向多拉提出邀请的众多制造商中，诺尔脱颖而出，这可能是因为在冲浪界的勇者名声，让多拉觉得能与自己相提并论。

## 冲浪板能否成为文化的试金石？

诺尔的“达猫”冲浪板造就了一批狂热的追随者，很大程度上不是因为任何出彩的设计(之后，更薄的款式被公认具有更好的冲浪效果)，而是因为它本身的广告宣传。该款冲浪板生产于1966至1968年期间，其广告出现在各大冲浪刊物中，呈现了多拉充满挑衅、反商业化的姿态——尽管他就是在为冲浪板做宣传。照片中，他或是坐

在一个堆满自己冲浪奖杯的垃圾桶顶上，或是装扮成德国飞行员，甚至是被捆在两块冲浪板组成的十字架上，多拉的形象和他尖刻的诠释，体现了很多冲浪者的感受：即实际的冲浪体验和美国大众追捧的海滩派对之间的冲突。

事实上，短短数年后这一切便告结束。到1960年代后期，新一代冲浪者配备了更短且更易操作的冲浪板，他们开创的冲浪风格，比起源自马里布的优雅滑行更为激烈。许多主流冲浪板品牌因无法适应而最终倒闭。多拉本人则退居欧洲和非洲，投入那些清静海域的怀抱，而当时生产的8,000块“达猫”冲浪板也完全过时，就如旧式车库中的橡木一样。

## 收藏价值如何？

正如许多古董收藏品那样，珍稀程度和出处均会极大地提升冲浪板的价值。一些冲浪板之所以能够拍出高价，是因为它们来自冲浪运动飞速发展前的“木板时代”那些备受尊崇的冲浪手。而人们对“达猫”的持续兴趣却是例外。举例来说：这块保存完好的冲浪板最近以8,000美元的价格售出，比1960年代同名型号的价格高出许多倍。要知道，大部分现代的泡沫材料冲浪板都会留下使用痕迹，包括光照引起的泛黄和玻璃纤维的损伤。精良的修复能大幅提升出处可靠的冲浪板的价值。当然，保持原貌的产品依然是大多数收藏家的首选。现在看来，众多在1960年代末突然过气(并经妥善保存)的“达猫”产品，可能正在让收藏家得到回报。✦

如需了解有关本文的更多独享内容，请访问 [patek.com/owners](http://patek.com/owners)，点击 *Patek Philippe Magazine Extra*。