

拥抱变革 全城嗨动

上海谱写“F1+”燃擎奏鸣曲

奥运赛场上，霹雳舞、滑板、自由式小轮车、攀岩、冲浪……这些可以最大程度吸引年轻人关注的项目相继被纳入；世界杯赛场上，国际足联以扩充决赛阶段入围球队数量的模式增加转播场次、打破传统格局；F1赛场上，技术浪潮与跨界流量真诚拥抱、融合，迎来更多富有想象力并且让人耳目一新的变化。

很显然，奥运会、足球世界杯、F1赛车，世界运动疆域的三大顶流，过去几年出现了一个所有人都认同的交集：寻求变化、拥抱变化，并且在变革中适应，在变革中发展。

一个月前的2月19日，F1赛事迎来75周年之际，他们在伦敦，以一场融红毯、T台、表演、互动的超级大秀，向全世界呈现这项集科技、竞技、商业于一体的职业体育赛事的巨大魅力。国际汽联和F1的掌门人们试图用最绚烂的舞台向人们阐述一个最浅显的要义：这项赛事，正在捆绑人们生活中的各个元素，赛事，已经远远不仅仅是赛事。

他们很快就会获得最热烈的回应——就在2025年度赛程表上的第二站，在中国，在上海。极速申城，燃擎之春，文旅商体展融合，对于“F1+”的回应场景是全方位的。

3月的上海，“双场景”模式与千余项文旅活动共同编织出一张城市狂欢图——赛场内引擎轰鸣，看台上几十万车迷感受极致的速度与激情；赛场外，北外滩滨江的600米F1主题长廊与全城借势呼应的无数消费场景，让赛事成为撬动城市消费的超级杠杆。

» 顶层设计 拥抱悬念 适应变革 «

F1赛事的转型绝非单纯的技术迭代，而是一场对Z世代情感图谱的精准解码。

大家对比现在的赛车涂装和10年前、20年前的涂装，就知道，视觉上尊重和追求的先锋艺术表达已经实现。此外，邀请顶尖歌手唱响与引擎轰鸣齐响的音乐旋律，职业体育与时尚潮流的边界正在打破——不，确切地说，是推倒了边界，然后大家拥抱在一起。

F1首席执行官、总裁斯蒂法诺·多梅尼卡利表示，F1是世界上规模最大的体育娱乐盛事，提供的也是体育世界最无与伦比的车迷体验，“将精彩的赛车、音乐、美食和娱乐融为一体”。

你看，这就是“顶层设计和全新定位”。

以2019年上线的纪录片《一级方程式：疾速争胜》为发端，以布拉德·皮特领衔全明星阵容的电影《F1》为延续，近年来，F1试图用影视语言，讲述贴合年轻人想象的赛场故事，连接更多观众的热情，呼唤更多观众的共鸣。当镜头回归到热血沸腾的赛场，F1也选择用兼顾娱乐与专业视角，传递出独特的“赛场美学”：先后引入的全新叙事方式、升级的回放效果和车队广播技术、全新的摄像机角度，以及借助增强现实技术（AR）实现强调效果的赛道焦点，既满足了资深车迷对毫米级较量的极致追求，也为Z世代搭建了零门槛的认知桥梁。

从1950年办赛，到如今的2025年，整整75年的历史，赛道上的比拼既考验赛车的性能、车手的实力，也考验团队的策略和对规则无孔不入的钻研。在这场你追我逐的较量中，F1不断打破所有车队和车手的“舒适区”，拒绝让赛场成为单一车手的独角戏。继2024赛季呈现难以预测的戏剧性收官戏码后，2025赛季又有更多看点：无论是老将们在新车队、新组合带来的变局，还是几位新秀车手带来的活力，新格局正在悄然形成；“最快圈速积分”退出历史舞台后，车手们也将策略重心回归到纯粹的赛道攻防，进一步提升比赛激烈程度；此外，维修区出发新规、加装车手降温系统、限制正式车手测试旧车、鼓励新手车手参加练习赛以及排位赛排名规则调整，都指向一个“明规则”——请拥抱悬念，请适应变革。

国际汽联主席穆罕默德·本·苏拉耶姆说，新的规则将重新定义赛车运动的巅峰。“先进的、可持续性、安全性”，不仅仅是赛车，而是这项顶级赛事在年轻人心中的价值元素。



» 赛事锚点 城市步点 产业支点 «

“F1这项运动在中国的支持度与关注度逐年增长。上海是一座令人赞叹的城市，这条赛道更是对车手的绝佳考验。”2024年，F1首席执行官、总裁斯蒂法诺·多梅尼卡利如此盛赞F1在中国的发展，双方续约至2030年，也进一步传递出对中国市场、中国赛场的认可。

当F1在世界范围内拥抱变革，目标建设全球著名体育城市的上海更是在速度与秩序、传承与创新之间，找寻到了全球化战略与城市发展智慧融合的新路径——以赛融城，让赛道生长在城市的血脉里，用赛事激发消费潜力，用体育连接城市活力。

早在2004年F1中国大奖赛首次登陆上海时，正赛当日15万人次观赛的成绩就创下了中国有史以来单项赛事单日现场观众人数最多纪录。紧跟这一浪潮，上海汽车文化节在2005年应运而生，并从2011年开始与F1中国大奖赛深度融合，用十多年的耕耘，成就了另一个围绕汽车赛事、汽车商展、汽车文旅、汽车生活等内容的超级IP。

无论是2019年周冠宇在F1大奖赛1000站时驾驶着赛车驶上申城街头，还是中国大奖赛在2024赛季首度引入冲刺赛，或是在2025年首次引进F1学院以及首位中国外卡女车手师炜参赛……每一次新的变化，以及每一个呼应变化的步点，上海都能踩准，并以F1中国大奖赛为锚点，不断扩充文旅体验的边界和效应。

“我们希望车迷与F1保持365天的联系，这意味着要为他们创造机会，让他们不仅能够参与我们的24场赛事中与我们互动，更可以在网络上、在大众文化中以及在他们所生活的城市与我们互动。”这是F1首席执行官、总裁斯蒂法诺·多梅尼卡利的观点。与此不谋而合的是，除了F1中国大奖赛举办的时期，上海也在365天的日常中盘活了赛场文化与城市空间的融合。在上海国际赛车场，车迷常常能够“进站”感受赛场魅力，举办了11年的蒸蒸日上迎新跑、卡丁车小课堂、赛车主题营地……融入城市日常的一点一滴，让赛场、赛车、汽车文化渗透都市人的思维习惯。

从宏观上看，F1中国大奖赛与上海城市血脉的深度融合要归功于上海在汽车产业方面的厚积薄发。公开数据显示，2004年首次举办中国大奖赛那年，中国汽车年产量不足500万辆，大部分家庭并没有购车。

但随后的20余年，正如全世界所见，上海、中国，以令人瞩目的速度“一脚油门”进入汽车社会。上海汇聚了国际知名的整车企业，以及上千家零部件企业，背靠整个长三角的汽车产业生态形成相对完善的产业链。2025年初，在加快国际经济中心建设的议题上，上海再次提出支持包括汽车在内的六大重点产业创新发展……在赛事与文化，产业与经济的良性循环中，汽车文化真正深入到千家万户。

» 流量裂变 大街小巷 全城嗨动 «

官方数据显示，当前F1赛事在中国的粉丝数量已突破1.5亿，且女性粉丝占比达到50%。此外，各项数据也呈现大幅增长——2024赛季电视观众数较2023年平均同比增长53%，在社交媒体平台的粉丝总数达到430万，年度增长超百万。

上海也正在用最恰当的方式，把如此庞大的流量，化作具象的消费图谱。根据不久前公布的赛事影响力报告，2024年，F1中国大奖赛共吸引超20万观众现场观赛，带来直接经济效益14.06亿元，间接经济效益39.28亿元，为“一场比赛奔赴一座城”效应明显。最新数据显示，今年F1中国大奖赛同样有10%左右的观众来自海外，超过70%观众来自上海以外的地区，大客流将带来餐饮、娱乐、交通、住宿、旅游等方面的消费需求。

久事体育党委书记、董事长杨亦斌认为，除了上海本地外，“F1+周边游”也在明显带动长三角地区甚至全国的文旅消费。今年推出的F1中国大奖赛与文旅相关的旅游套票，进一步延长观众在沪的停留时间，提升他们在上海的综合体验，而这也将进一步为赛事合作伙伴、赞助商和本地商家带来更大的市场空间。

赛事，不止于赛场。2月底举办的“极速申城，燃擎之春”联动发布会上，市文旅局、市商务委、市体育局、嘉定区等部门集体推介了F1中国大奖赛期间丰富的文旅活动和消费菜单，超过1000多项文旅活动充分满足上海市民、周边游客打卡、探索、分享的热情。而在备受关注的2025年“格子旗嘉年华”上，空间运营的巧思更是展露无遗：当北外滩滨江的600米长廊化身F1主题展示，当现场转播2025赛季揭幕战和F1中国大奖赛成为现实，当“致敬F1中国大奖赛”主题车展请来身披“繁花”涂装的联名老爷车与F1车队品牌旗下的经典跑车，观赛体验已突破地理边界，深挖属地文化的价值矿藏。

上海，何尝不是在全世界面前上演一场真正的“F1街道赛”。

顶级赛事能够超越竞技范畴，演化为驱动创新的超级接口。F1引擎的轰鸣与黄浦江的潮声共振，一场城市文旅商体展的创新融合，正激荡出无限可能。

晨报记者 曾索狄 黄宇龙

