

2025 FORMULA 1 喜力中国大奖赛 赛出的新花样 释放的新潜能

“我在上海国际赛车场看F1!”2004年F1中国大奖赛首次亮相上海,容纳15万人的上海国际赛车场几乎座无虚席,开启了上海与这一顶尖赛事长达21年的紧密连接。

2024年,F1中国大奖赛迎来20周年纪念并完成新一轮续约,这项顶级赛事在中国进入了全新的发展阶段。3月21日-23日,2025年F1中国大奖赛将在上海国际赛车场重磅登场,10支顶尖车队将上演巅峰对决,共同见证F1七十五周年燃情时刻。

如何持续提升赛事吸引力、拓宽观众群,如何让“F1+”深入上海文旅消费的方方面面?新闻晨报采访了F1中国大奖赛赛事方上海久事体育产业发展(集团)有限公司(以下简称“久事体育”)多位人士,他们从各自角度和领域分享了2025年F1中国大奖赛的新意和看点,展望F1中国大奖赛作为上海城市名片的崭新未来。

旅游套票创新拓展观众群体

回看过去21年的发展,F1中国大奖赛在上海留下许多难忘瞬间:2004年,F1中国大奖赛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;2019年,F1史上第1000站大奖赛在上海盛大举行,F1赛车首次驶上申城街头表演;2024年,中国首位F1车手周冠宇在全场观众的欢呼声中主场亮相。

F1中国大奖赛的成功秘诀到底是什么?F1中国大奖赛成功的基础是什么?毫无疑问是多方面的,有品牌影响力的长期积淀、赛事组织经验的日趋成熟、上海市政府以及相关委办局和社会各界的支持,“政策支持、交通保障以及基础设施建设等全方位的助力,使F1中国大奖赛能够在各方面达到世界顶级赛事的标准”。

与此同时,中国汽车产业的发展、赛车文化的普及,以及中国车手周冠宇的出现,为F1赢得了前所未有的关注。久事体育相关负责人表示,多年来围绕F1所开展的各类文化、商业、旅游等相关活动,促进了体育与文旅商旅等产业的融合发展,使F1中国大奖赛不仅是一场精彩的赛事,更成为带动城市经济发展和文化交流

的重要平台。一组最新的数据很有说服力:今年F1中国大奖赛的海外观众占比约为10%,这一数据与去年基本持平。稳定的海外观众比例,充分说明了F1赛事对全球车迷的吸引力,也展现了上海作为国际体育赛事举办地的影响。

为此,今年F1中国大奖赛也在往年的基础上推出了更多文旅相关的票务产品,进一步凸显赛事的文旅带动效应。“F1全球转播率覆盖超过180个国家和地区,让上海在赛事期间成为全球关注的焦点,吸引更多游客来访。”除了以赛事带动酒店、餐饮、购物等方面的消费,旅游套票还能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,传统的F1门票主要面向赛车爱好者,而旅游套票的推出,可以吸引更多广泛的受众,包括希望体验上海城市文化的游客、商务出行人群等。这不仅可以提升赛事的观赛人次,也能为赛事合作伙伴、赞助商以及上海本地商家带来更大的市场空间。

“以赛谋城”打造城市名片

F1每到一处,都会在赛事举办地掀起文旅热潮。以上海为例,今年久事文传联合久事体育以“双场景”的形式打造



“格子旗嘉年华”,让上海国际赛车场和北外滩国客中心码头都同样拥有美食、音乐、购物、观赛的一站式体验,为无法亲临赛场的市民和游客送去F1赛事的激情与魅力。

在总结过往赛事组织经验的基础上,赛事方还推出多款F1主题的周边纪念品,并进一步扩大了纪念品的销售范围。据悉,除上海国际赛车场外,中信泰富广场、北外滩国际客运中心码头格子旗嘉年华现场也将开设多家快闪店,方便车迷购买心仪的纪念品,让F1文化能够更广泛地传播。

显而易见,久事体育在赛事内容、观赛体验、品牌推广等方面持续努力,旨在让F1中国大奖赛成为一场全民参与的赛车文化盛宴。今年首度引进的F1学院——作为全球顶级的女子方程式赛事,F1学院将以中国作为本赛季的揭幕战,中国首位F1学院外卡车手师炜也将参与其中,女车手们的赛场比拼,有望进一步推动赛车运动在国内的多元化发展。“今年F1中国大奖赛还继续引入冲刺赛赛制,为车迷带来更加紧张刺激的比赛体验。除此之外,我们也与相关部门加强合作,在赛事宣传推广、优化交通组织、提升观赛服务等方面持续发力,确保2025年F1中国大奖赛成为一次难忘的赛车盛会。”

过去21年,F1中国大奖赛逐渐与上海的城市形象紧密绑定,这不仅是赛事影响力不断扩大的体现,也是“以赛谋城”的成功实践。F1中国大奖赛正成为上海展示国际化形象的重要窗口和城市品牌名片。上海久事体育产业发展(集团)有限公司党委书记、董事长杨亦斌说:“我认为,F1的速度、科技、竞争精神,与上海这座城市的创新精神和现代化发展高度契合。未来,F1中国大奖赛将与上海城市形象更紧密绑定,在进一步推动上海在全球体育版图上的影响力的同时,持续助力着上海这座城市向世界展示更加精彩、多元、充满活力的风貌。”

“F1+长三角”未来可期

每届F1中国大奖赛后,久事体育都会收集观众反馈并及时作出改进和调整,这也是赛事在长达21年的周期里持续赢得观众认可的原因。与此同时,久事体育也关注着F1在全球其他城市的运营情况,采他山之石,纳百家之长。

将赛事与城市文旅、经济消费相结合,是很多F1举办地的共同点。比如摩纳哥依托豪华旅游资源,将F1打造为全球顶级社交盛宴;而新加坡则通过夜赛与城市夜经济结合,延长赛事消费链条;在阿布扎比,赛事依托赛道周边的高端度假资源,形成完整的体育旅游产业链。

对上海而言,更多的可能性还在展开。比如,深化“F1+城市地标”的联动,让赛事的影响力从赛场周边延伸全市,“可以在外滩、陆家嘴、豫园等一些市内地标性区域策划F1的主题巡游与文化展览等活动,让赛事地融入城市生活”。新加坡的案例正在被更深入地研究,打造“F1+夜间经济”,虽然中国站是日赛,但结合上海丰富的夜生活资源,完全可以推出一些主题派对、灯光秀、美食市集等活动,赛事之余,激发夜间消费潜力,延长观众的停留时间。

更值得关注的,还有“F1+长三角联动”效应,杨亦斌认为,F1中国大奖赛已经明显展现出对整个长三角地区文旅市场的带动效应,“无论是对10%的海外观众,或是70%来自上海以外城市的观众来说,他们的出行轨迹往往不会局限于赛事本身。再加上长三角地区高效的交通网络,他们在长三角范围内旅游的时间成本被极大地降低了,很可能顺道去往杭州、苏州、南京等地,体验当地的乡土人情。”

显然,随着F1中国大奖赛的影响力不断扩大,让这项赛事不再是上海的体育盛事,更能成为带动长三角地区,甚至全国地区文旅消费的重要推动力。

晨报记者 曾索狄

