



## 格子旗嘉年华： 北外滩 24H 竞速x上赛场 视听盛宴同步上线

3月13日至15日,2026 FORMULA 1 喜力中国大奖赛将在上海国际赛车场打响引擎。“2026 格子旗嘉年华”联动徐汇西岸梦中心、嘉定上赛场水景广场、虹口北外滩国客中心、宝山滨江海上世界四大核心地标,为全球车迷与市民游客献上一场融合赛事、文化、商业、旅游与生活方式的沉浸式全民狂欢。

其中,虹口区北外滩国客中心与嘉定上海国际赛车场水景广场分会场将于3月13日至15日同步开启,将赛道的速度激情与城市水岸的潮流氛围相融,奉上一场沉浸式狂欢。



**北外滩国客中心：**  
喜力 0.0<sup>®</sup>滨江卡丁车 24H 不停歇  
天际线下尽享水岸竞速

本届嘉年华北外滩分会场,成为市民近距离触碰赛车文化的核心打卡地。活动打破空间壁垒,将赛车文化从嘉定赛道搬到城市核心滨江地带,格子旗嘉年华首次在市中心打造沉浸式模拟赛道,无需专业驾驶基础,零基础即可上手体验,让每一位市民游客都能感受风驰电掣的驾驶乐趣。

赛道坐落于北外滩国客中心,直面陆家嘴璀璨城市天际线,全程配备专业护具与一对一安全指导,兼顾趣味性与安全。白日里江风拂面,在浦江美景中畅享驾驶惬意;夜幕降临,都市霓虹与江面光影交相辉映,实现绝美水岸联动。

更具亮点的是,北外滩分会场突破传统活动时间限制,开启3天24小时不打烊全时段运营模式,卡丁车赛道、互动体验区及部分商业配套全天候开放,在北外滩这座“不夜城”,让速度与激情从清晨延续至深夜,满足不同人群的休闲体验需求。

**嘉定上赛场水景广场：**  
汽车文化节+Live 演出轮番上演  
沉浸式感受 F1 赛车魅力

嘉定上海国际赛车场水景广场会场,以F1为核心设计理念,深度融合赛车文化、互动体验与音乐氛围,打造专属车迷与市民的线下狂欢新场景。

现场以赛车元素为核心,搭建多元化体验装置,将赛车的技术魅力、设计美学与城市生活场景完美结合,让参观者近距离感受F1赛事的热血与底蕴。

现场活动内容丰富,除了核心的赛车文化体验外,还设有汽车文化节、氛围舞台等特色板块。每天将有多场Live演出活动,让引擎轰鸣与音浪节奏交织,为观众带来双重感官冲击。诚邀广大观众亲临现场,感受这场属于整座城市的速激情。

晨报记者 陆乙尔

## 周冠宇独家授权 格子旗嘉年华 《超级驾照》！



### 从“赛场”到“全城” 一本“驾照”激活“票根经济”

当F1的引擎轰鸣再度响彻上海,2026格子旗嘉年华也迎来了全面升级。如何让赛事激情跨越赛道边界,融入城市生活的脉动?今年,中国首位F1车手周冠宇独家授权的《超级驾照》限量发售,这本“车手养成记”将带领市民游客玩转全城格子旗嘉年华创新推出的《超级驾照》。

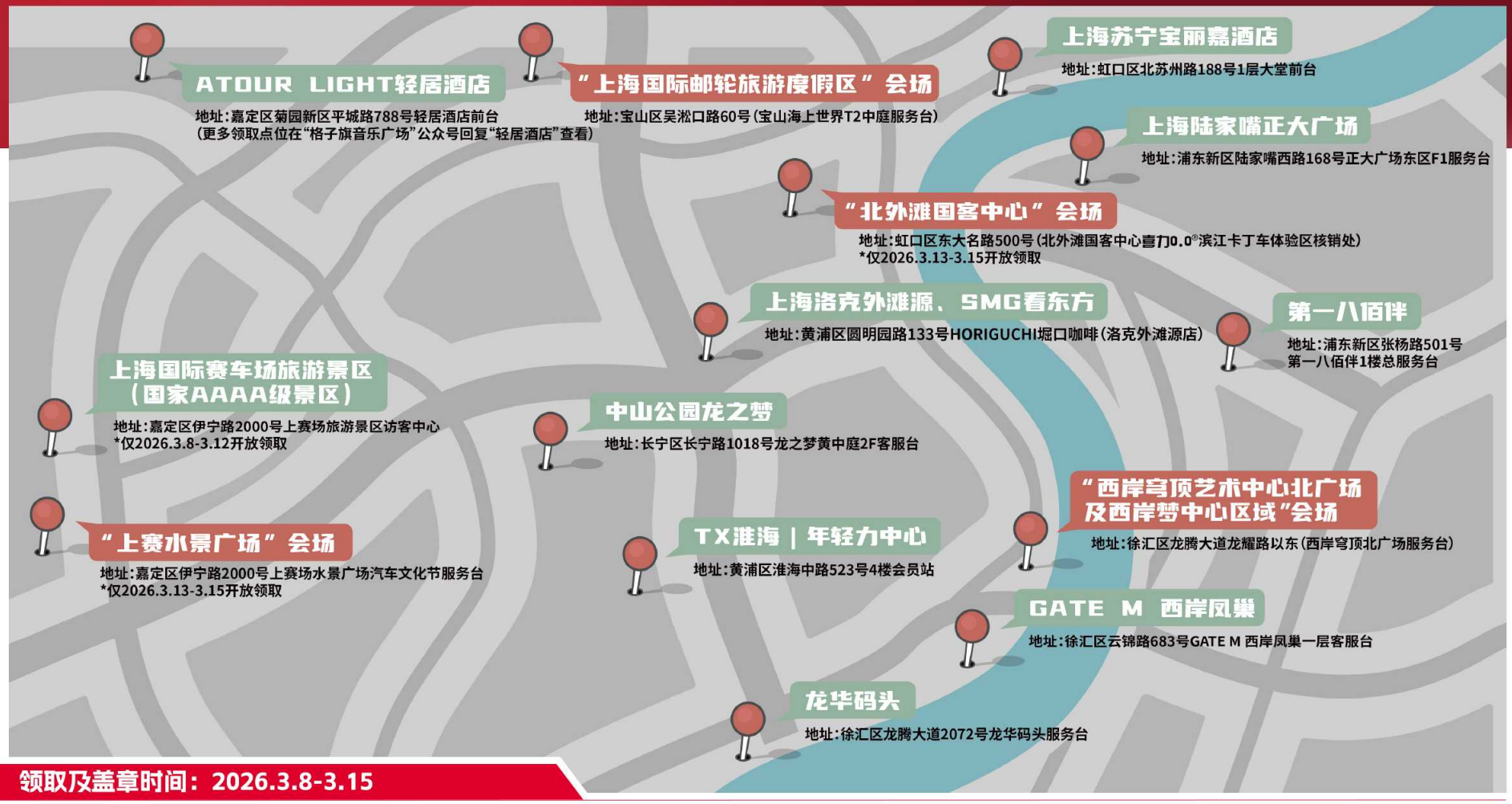
值得一提的是,《超级驾照》并不仅仅是一本集章手册,更是一张串联起文旅、商业、体育场景的城市体验“通票”。在赛事流量日益成为城市消费新引擎的背景下,《超级驾照》的推出也进一步激活了上海的“票根经济”。它以“一本‘驾照’,玩转上海”为核心设计理念,层层递进构建起完整的参与与体验闭环,以全新的体验形态为上海的“文旅旅展”融合注入新动能。

其一,全城集章:搭建嘉年华与城市空间的连接桥梁。以空间联动为核心,让《超级驾照》成为串联城市地标与赛事文化的载体。市民游客可持《超级驾照》,在徐汇西岸、虹口北外滩、嘉定上赛场、宝山滨江四大嘉年华核心会场,以及全市10家优质商圈及场馆,收集周冠宇表情纪念章。这一设计打破了活动的物理边界,将集章互动与上海的文旅地标、商业载体、体育空间深度融合,让赛事嘉年华氛围真正渗透到城市的街头巷尾。同时,低门槛的参与形式覆盖了全年龄段人群,有效激活了“票根经济”的全民参与基础,推动赛事流量向城市多元消费场景自然延伸。

其二,进阶抽奖:以“集章激励”撬动文旅消费增量。市民游客通过打卡集章即可参与抽奖,奖品体系深度融合了体育赛事衍生品、申花球票、展览文创、双层观光巴士等优质文旅资源。

其三,权益福利:打造文旅旅展融合的消费生态。市民游客出示《超级驾照》,即可在全市22个商圈及场馆,享受汇集餐饮、零售、文娱、旅游、体育消费等150余项专属福利权益。它让“驾照”从活动衍生的纪念载体,升级为城市消费的“体验凭证”,在为市民游客带来“玩驾照、游上海、享福利”的全新体验的同时,进一步激活城市消费动能,助力文旅旅展协同发展,打造具有上海特色的赛车文化消费新场景。

晨报记者 邱丽华



领取及盖章时间：2026.3.8-3.15

## 《新闻晨报》专访《超级驾照》设计团队

这本《超级驾照》不仅是周冠宇Q版形象的收藏品,更是一本“车手成长手册”。内页设计从“新秀”到“传奇”,记录你的打卡进阶之路。同时,持《超级驾照》至全市各大盖章点,可收集周冠宇Q版表情章,集章过程更是充满趣味。如此好看好玩的一本“超级驾照”是如何诞生的?《新闻晨报》记者专访了整个设计团队。

**新闻晨报:**最初接到“周冠宇周边产品”这个需求时,团队是如何理解“周冠宇”这个IP的?他身上的哪些特质是你们最想通过产品传递给粉丝的?

**答:**作为格子旗嘉年华的主办方,我们对周冠宇先生的定位是“中国赛车文化的标志性人物”与“城市青年精神的共鸣者”的结合。他是中国首位征战F1赛场的车手,其成长历程本身就是一部“从上海少年到世界舞台”的励志叙事,这与格子旗嘉年华“让赛车文化走进城市生活”的理念高度契合。

在本届嘉年华中,我们最想通过“寻找周冠宇”主题沉浸式展览及系列互动内容传递三大特质:一是开拓精神——从卡丁车少年到F1车手的十余年坚持,体现了极致专注的职业素养;二是城市温度——作为上海籍车手,他与这座城市的情感联结,让顶级赛事有了可感知的本土温度。这些特质通过四大篇章展陈、30余件珍贵影像实物及互动打卡点,转化为观众可沉浸体验的文化内容。

**新闻晨报:**《超级驾照》这个产品概念的灵感来源是什么?为什么会想到用“驾照”这个载体,而不是更常见的徽章、模型或服饰?

**答:**“超级驾照”概念的灵感源于F1赛事体系中的“超级驾照”(Super License)——这是全球车手进入F1赛场的最高资质认证,本身就承载着“实力认证”与“梦想抵达”的象征意义,与周冠宇的职业身份及嘉年华“全民参与赛车文化”的定位天然契合。

**新闻晨报:**在策划阶段,你们如何平衡“赛车迷”和“普通城市年轻人”这两类用户的需求?希望他们拿到《超级驾照》时,第一感受是什么?

**答:**平衡的核心是“专业向为基,潮流化为翼”。针对赛车迷,我们深度还原F1超级驾照的专业元素,比如融入真实的赛场术语、比赛细节符号等,让他们能感受到产品的专业度和诚意;针对普通城市年轻人,我们在视觉设计上融入潮流配色、同时简化专业门槛,用更直观的文案和视觉语言传递核心信息,让不了解赛车的人也能感受到趣味和美感。

**新闻晨报:**“新秀一传奇”成长路线是《超级驾照》的核心概念之一。这个成长体系是如何划分的?在视觉和文案上是如何体现的?

**答:**我们将成长体系划分为7个核心阶段,对应车手职业生涯的关键节点,也贴合“新秀到传奇”的叙事逻辑。**新闻晨报:**周冠宇本人也深度参与个人产品设计(如头盔、服饰等)。在设计《超级驾照》时,你们是否有与他进行共创?他是否提出了一些特别的要求或建议?

**答:**作为格子旗嘉年华主办方,我们在策划“寻找周冠宇”主题展览及“超级驾照”集章系统时,严格遵循肖像权与IP授权规范,所有周冠宇先生相关形象、影像及故事内容均通过正规授权渠道获取。展览中呈现的30余件成长影像及实物资料,均经其团队审核确认;集章系统中的Q

版形象设计亦在授权框架内进行艺术化创作,确保内容真实、正面、符合其公众形象。整个策划过程注重对车手个人品牌的尊重与保护,以专业、合规的方式呈现其成长故事与赛车精神。

**新闻晨报:**护照/驾照类产品的视觉语言通常比较严肃。你们是如何在《超级驾照》中融入“年轻、好玩、潮流”的感觉,同时又不失“赛车”的专业感?

**答:**我们采用了“内核专业,外在潮流”的设计思路,在严肃载体和潮流表达之间找到平衡点。首先,保留专业框架:严格遵循驾照的版式逻辑,其次,创新潮流表达:一是在色彩上,跳出传统驾照的单调配色,使用周冠宇个人品牌的标志性配色。

**新闻晨报:**Q版周冠宇表情包印章是产品的一大亮点。在挑选和设计这些表情时,遵循了哪些标准?如何平衡“搞笑”与“尊重车手形象”之间的关系?

**答:**挑选和设计的核心标准有两点:辨识度和正能量。首先我们挑选IP的第一要点是让粉丝一眼认出“这就是周冠宇”。表情夸张但不浮夸,抓住他的面部特征和标志性动作,其次,简化线条的同时保留核心记忆点;最后,必须传递正能量,所有表情都围绕“赛场拼搏、乐观开朗、感恩粉丝”的核心,拒绝任何过度调侃或不符合他形象的设计。

晨报记者 邱丽华

