

“三年说快不快,说慢不慢,从零到一,从无到有……”

周冠宇:故事未完待续



2024年的尾声,F1中国大奖赛完成了新一轮的五年续约,与F1的合作关系将持续到2030年。差不多的时间,中国第一位F1正式车手周冠宇则迎来了要暂别一线的时刻。在上周日赛季收官站的赛后,周冠宇为留在现场的许多华人观众签名并道别,他相信“故事未完待续”。

本版撰稿 本报记者 章丽倩

暂别的2025,争取中的2026

在上周日参加完赛季收官站后,周冠宇给包括索伯车队原体育总监比特·泽恩德和体能师在内的好几个人都送了一顶自己的头盔。与F1正式车手席位暂别的时刻终于还是到来了,但他相信“故事未完待续”。

“三年说快不快,说慢不慢,从零到一,从无到有,中国首位F1(正式)车手,他的故事未完待续。”赛季落幕后的第二天,周冠宇在社交平台上更新了这样一段话。在他附上的照片里,有自己举着五星红旗的留影,有跟车手们赛前聚餐的大合照,也有在收官站F1阿布扎比大奖赛上驾驶赛车“画甜甜圈”的烧胎场面。

尽管传闻的版本一直在更新,但截至成稿,有关周冠宇的2025计划已明确的仍只有不再担任F1正式车手。他明年的位置应该是某支车队的储备车手,此前被传最猛的就是法拉利车队。“我觉得2026年的所有事情都是不确定的,但说不定2025年也有可能在某一场回到赛道上去比赛。”如果周冠宇签约成为某支车队的储备车手,在

该车队正式车手无法正常参赛的情况下,他会有替补登场的可能。

将于2026赛季加入F1、成为第11支车队的通用/凯迪拉克,目前它被认为是周冠宇可以去努力一争的机会。周冠宇的经纪人、曾任维珍车队首席执行官的格雷姆·洛登,他即将以通用/凯迪拉克车队负责人的身份亮相,

绝不会是赋闲的一年。“我在2025年作为非正式车手,在场下调整休息一年的同时,可以进行很多调校,(2026年新规则下的)新车研发工作,所以明年会是很重要的。另外,这可能也是我需要的一年,因为今年经历了很多挫折困难。”

下周,明年F1中国大奖赛的票务销售就将启动,尽管此番不再设“加油‘中国周’看台”的套票,但99%的概率,周冠宇在明年本站比赛期间会出现于赛场及相关活动中。毕竟,他已经是中国与F1交集中最具划时代意义和代表性的车手。

当然,还得提的一点其实有点老生常谈,那就是——无论自身多有热度,赞助吸引力还是得加把劲。汇丰、迪奥、彪马、露露乐蒙、麦当劳、极氪汽车、华硕……作为中国第一位F1正式车手,周冠宇在过去几年中的商业曝光并不低,但大多集中在了个人层面的合作上,并未与车队形成更多关联。在围绕F1正式车手席位的竞争越发激烈的当下,“孤勇者”的路可是太有限了。



这事看起来已越来越板上钉钉,再加上近日刚官宣的F1中国大奖赛续约至2030年的消息,不少人都认为这是组合来看利好周冠宇的信号。

不过在这位中国车手看来,一方面肯定要去为2026赛季做积极争取,另一方面,暂别F1一线的2025赛季也

几乎前后脚的工夫,一边是F1中国大奖赛宣布完成了新一轮的五年续约,确保与F1的合作关系将持续至2030年;另一边,F1荷兰大奖赛预告2026赛季的该站比赛将是它的谢幕秀,之后不再续约。不同的视角加上不同的境遇,会诞生出不同的选择,这是再正常不过的事。之于F1中国大奖赛,它是用实际行动对该项运动和赛事的前景,投出了“信任票”。

F1中国大奖赛现正履行的这份办赛合同,有效期持续到2025年,而新续约的合同,它的有效周期则是从2026年持续到2030年。应该这么说,尽管近年来F1赛历上的大奖赛有进有出,但落户上海的这个分站一直处在被看好续约前景的名单上。而早在今年九十月份时,关于F1中国大奖赛续约在即的预测就已传出。

通过20年的长线发展,“家门口”的F1中国大奖赛让国内车迷群体明显茁壮。根据来自F1的官方数据,该项运动在中国的受欢迎程度正持续上升,当前中国车迷数量已突破1.5亿,且女性车迷占比达到50%。此外,还有多项数据也大幅增长:2024赛季电视观众数较2023年平均增长53%,在微博、微信、今日头条、抖音等社交媒体平台的粉丝总数达到430万,年

数据看涨情怀更浓,中国站续约至2030年



度增长超百万。

“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。很高兴能与F1中国大奖赛在下一个五年继续保持成功的合作关系,也感谢我们的合作伙伴和来自上海这座城市的热情支持。我很期待与大家再度相约上海。”值此续约时刻,F1首席执行官斯蒂法诺·多梅尼卡利如此寄语道。

回顾F1中国大奖赛的历史:2004年是它的元年纪念,正赛当日观赛人次达到15万,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历史上第1000站大奖赛在上海国际赛车场声势浩大地开幕,同时,F1赛车还首次驶上申城街头进行表演,庆祝这一里程碑时刻;今年,F1

中国大奖赛迎来20周年纪念,我国首位F1正式车手周冠宇在全场观众的山呼海啸中亮相主场,留下感人时刻。

2025年的F1中国大奖赛定档3月21日至23日,是赛季第二个分站(相对今年更靠前),所以很自然的,本站赛事的开票时间也相应提前了。根据官方消息,明年F1中国大奖赛的票务销售将于12月18日(下周三)12点启动。从已公布的价目表来看,一方面各档票价与今年基本持平,另一方面令车迷们比较期待的B看台在完成升级验收后终于正式回归。以正赛日的单日票价举例,一张看台票(草地票不在此列)的价格区间是1290元至2490元,三日票的价格区间为480元(草地票)至3880元。另外,A铂金档位的看台票仍旧只售三日票。

“吸睛”又“吸金”

城市经济账得看溢出效应

以往,你常听到的可能是“体育大赛是城市宣传的金名片”,然而,一项赛事究竟会如何撬动一座城市的经济齿轮,这个问题你想过吗?

先看官方数据,今年F1中国大奖赛共吸引逾20万观众到现场观赛;赛事前后上海酒店预订量同比增长63%;同一期间,上海国际赛车场在知名旅行平台上跃至上海热门景区第四位;赛事周边嘉定区内重点商贸企业人气大增,客流较平日周末客流翻番。另外,在观众构成方面也有数据可作为参考,在今年持票进场的观众中,上海地区以外的国内观众占70%,境外观众占10%,比例创20年来的新高。

对一站F1大奖赛来说,它的经济账从来不能仅以票房而论,作用于本地的溢出效应才更加可观。如今,F1中国大奖赛在体现赛事国际吸引力的同时,也为申城的文旅消费注入能量并激发了市场消费的潜力。

说到赛事的溢出效应,在F1的赛道上已有他山之石。F1分站赛落户拉斯维加斯虽是近几年的事,但在“吸睛”和“吸金”两方面,它已成为业内标杆。根据当地的一份官方报告,尽管

拉斯维加斯对举办F1大奖赛的适应性还有待提高,比如在公共事业和酒店方面需要更有先进的规划,但该分站的的经济影响已“接近15亿美元”,产生的税收达到7700万美元。赛事前后及比赛期间的净游客支出达到501亿美元,这使它成为了拉斯维加斯历史上规模最大、全球观众最多的体育赛事。

近似的情况也发生在F1英国大奖赛上。大名鼎鼎的银石赛道所在的社区,根据当地的评估,F1办赛让他们那里得到大约1亿英镑的额外收益。更多外来的观众,更多的工作岗位,更多的餐饮住宿消费……这些都会在经济账和溢出效应上有所体现。F1澳大利亚站大奖赛的数据则是聚焦于去年,2023年该分站的的经济影响约为2.66亿澳元。

随着赛事与城市发展的共生共融,赛事经济及其溢出效应已成为一个新的经济增长点。它不仅包括赛事带来的门票、周边商品等商业收入,更涵盖了产业升级发展、基础设施建设、城市功能完善、新经济消费等诸多方面。这条新“赛道”前程远大,上海已经做好了准备。