

## F1+城市地标+夜间经济+长三角联动

## 上海办赛要向“更好”进发

皮亚斯特里喜迎突破新称王，法拉利车迷集聚营造“主场”氛围，姚明、周杰伦等大批体娱界名人轮番现身、跨界互动，2025年的F1中国大奖赛好一派热闹景象。而随着本站赛事于昨日落幕，更多围绕“上海办赛”而产生的关注也愈加浮出水面。

本版撰稿 本报记者 章丽倩

谁能成为F1中国大奖赛的新王？这个答案在昨天下午的上海国际赛车场揭晓了——经过56圈较量，一直说自己拥有1/16中国血统的皮亚斯特里首度在上海称王。他的迈凯伦队友诺里斯和梅赛德斯车手拉塞尔分获第二、第三名。迈凯伦成为本站最大赢家，在年度车手和年度车队积分榜上进一步建立优势。

与往届相比，今年F1中国大奖赛的观众群体中，法拉利车迷的出席率应该是飙上了舒马赫时代之后的新高。本身就树大根深的车迷基础，再添上汉密尔顿和周冠宇的双双加盟，这加成效果实在很顶。对法拉利车迷来说，因为F1中国站今年的组成仍旧是“冲刺赛+正赛”，所以尽管正赛成绩未如预期，他们还是有所收获。在周五的冲刺排位赛和上周六的冲刺赛上，汉密尔顿实现了从杆位到第一名的成功转化。虽然冲刺赛的分量不及正赛，但终究——这是汉密尔顿披上红色战袍后的首冠。

中国站比赛周期期间的围场热闹非常，体育圈里的姚明、范志毅、林孝埙、张之臻、柯洁等，娱乐圈里的周杰伦、吴彦祖、林志颖、孙俪、邓超、林更新、李治廷、龚俊、王霏霏、成毅等，他们轮番出现在围场内，为F1平添了不少跨界亮点。同时，从全国各地乃至世界各地而来的观众，则在看台上为本站赛事组成了最强后盾。

根据官方数据，此次国际观众占比1525%，其中60%是专程从境外来沪观赛，比去年增加100%。境外消费回流显著，带动酒店、免税店、高端餐

饮消费。另外，在国内观众中，来自上海以外地区的车迷也占据了大部分。受此影响，上海国际赛车场周边三公里内的酒店预订量同比增长了213%，需求带动下部分酒店价格上涨近两成。

无论从纸面数据还是现场实况，21岁的F1中国大奖赛都已经交上了一份不错的答卷，而下一阶段的努力方向就是要从“很好”向着“更好”继续加油。

久事体育党委书记、董事长杨亦斌表示，他们已经有了三个方向的小目标。“第一是‘F1+城市地标’，我们希望F1不仅是打造成嘉定节日，更希望它能够成为这个城市一年一度的嘉年华。第二是‘F1+夜间经济’，因为上海有非常丰富的都市旅游资源，我们完全可以围绕美食节、灯光秀或者一些主题的派对来做更多的延伸和拓展。第三是‘F1+长三角联动’，我们希望F1的溢出效应，不仅是为上海作出贡献，更希望它能在更广的区域中来推动长三角的体育旅游、文旅消费等。”



周杰伦、林志颖等明星前来助阵

F1和上帆“连连看”  
赛事体系“双轮驱动”

根据之前的官方发布，今年上海会举办171项国际国内体育赛事，时间跨度是实打实地从1月1日持续至12月底。其中，第一个高潮出现在3月中下旬，就是F1中国大奖赛和跟它“背靠背”举行的上海帆船公开赛。

近日，上海的气温仿佛一下子进入了夏天，这种热度与F1中国大奖赛倒是刚好契合。根据本站赛事运营方的数据，在新增1.7万张门票且票房于2月底时已基本售罄的情况下，今年比赛三天的现场观众人次超过22万，比去年又增加两万多。同时，根据国际上一份较权威体育数据最新出炉的喜报，如今F1全球车迷总数已超过八亿（上一版数据是七亿）。虽然中国大奖赛的收视数据且得等待，但2025赛季揭幕站澳大利亚大奖赛的数据已让人领教了什么叫“人多力量大”，电视收视同比上升了22%。

说到这里可能有人要问了，F1中国大奖赛和上海帆船公开赛，它们中

一个是已经迎来“75岁大寿”的F1，一个是创办才一年的申城自主品牌赛事，用上海话来讲“伊拉搭界伐”？不过，在申城已经明确的“双轮驱动”赛事体系中（既要有国际高能级赛事，也要有自主品牌赛事），F1中国大奖赛和上海帆船公开赛，“背靠背”在沪举办的它们真就是呼应上了，联手为上海带来了一波体育赛事的高潮。

上海帆船公开赛和上海马拉松、上海赛艇公开赛并称为“三上”赛事，去年它们共带来直接经济影响962亿元，拉动效应2662亿元。当然在这其中，上海马拉松是“带头大哥”，去年才诞生的上海帆船公开赛则是“小弟”，但它们以“上海”之名三箭齐发，确实代表申城自主品牌赛事冲在了前线。

3月正是春暖花开的好光景，宜出行，宜踏青，当然——也特别适合到体育元素充沛的赛场上去感受一番。那么，这波强劲的上体育热度，它“击”中你了吗？

不同身份的他们，  
与中国站共度“21岁”

每年F1中国大奖赛都是不少人和老朋友相聚、与新朋友结识的舞台，在该项赛事迎来21周岁之际，人声鼎沸的场面更胜往昔。今天，记者就想从与赛车相关的四位朋友的视角出发，跟大家来分享一下他们刚刚度过的这个超级周末。

## 国内元老级车迷

在此次到场观赛的数量庞大的车迷群体中，蒋晓航算得上是国内车迷里的元老级，已完成航空宇航科学与技术专业博士学位开始创业的他，在现场亲历了自2004年至今的每一届F1中国大奖赛。“今年比赛开票那天，我定好闹钟提醒，就是盯准B看台去的。2004年首届中国大奖赛举办时，我就是在那里第一次现场感受了F1。”上海国际赛车场B看台的永久看台建设项目于2022年立项，去年F1中国大奖赛20周年办赛时，那里其实已经完工，但没赶上开票周期，所以今年才是它以新面貌亮相的首秀。

受家庭影响，蒋晓航从小就对流体力学感兴趣，后来很自然地喜欢上了F1，并选择了航空宇航科学与技术专业。在他看来，国内车迷虽入门有先后，“有从中国站元年开始的，有‘后舒马赫时代’的，还有因为周冠宇才在近些年喜欢上F1的”，“但中国车迷群体是实打实地越来越多元了”。

## 最早一批F1解说员之一

“‘北极虾’潘湧湧重返F1电视解

说席”，这是今年F1赛季启幕前让不少老车迷特别感兴趣的话题。“中国站比赛的三天，跟往年一样，我是在赛车场当现场解说，别的分站的时候，会去做电视解说。”作为中国最早一批F1解说员，潘湧湧曾经伴随了一代车迷的成长，如今他担任久谦中心市场营销部副总经理，平日工作的地点就在上海国际赛车场，立足岗位，延续着自己对F1、对赛车的热爱。

不论是在公司社交账号还是个人社交账号，为F1运动做宣传和适时地分析评论，这些都算是潘湧湧的日常。要说如今和早些年相比有什么不同，他感觉比较明显的一点是——“食客”更会挑“厨师”了。“这代表车迷群体整体更加成熟了，不仅要有得看，还希望看得好。这要求我们提升服务。对F1运动在国内的发展来说，是好事。”

## 从美国打飞的回来观赛

在F1中国大奖赛观众的消费图谱中，从美国旧金山湾区而来的李奇威是一位标准的从远方而来的车迷。他毕业于北京航空航天大学，赴美国发展已有11年，这回是他第二次在上海现场感受F1中国大奖赛。“上一次来这里看比赛是2005年，刚好已经是20年前的事了，这回我是故地重游。”

在文旅商体展联动方面，本届F1中国大奖赛达到了赛会历史上空前的程度，李奇威因为赴上海观赛的计划

确定得较晚，所以在这方面的体会也会更多一些。“因为是前不久才决定来上海看比赛，当时我想要的票都已经售完了，所以最后就买了官方平台上的旅行观赛套餐，包含两张A看台的三日票加两晚威斯汀酒店的住宿，一共9400元。”李奇威觉得，比起二手平台上那些看着就不靠谱的门票转售，还是官方提供的观赛套餐服务让他多了一种选择。

## 复古车创始人

今天要介绍的最后一位，他整个比赛周末都没有进入过需要门票核验的区域，赛场外的水景广场是他展示作品的舞台。“我们做的是对复古车的迷你版复刻，其中也包括以前F1的经典车款。我们的客户中，一部分是家长买给孩子当礼物的，这些迷你车能在封闭道路上驾驶，孩子们非常喜欢，还有一部分则是买回去用作展示或者收藏。”驾驶复古车的创始人于成祥，他曾是上汽的一名安全虚拟工程师，在今年的F1中国大奖赛上，他的复古迷你赛车出现在了北外滩格子旗嘉年华、上海国际赛车场外的水景广场、徐汇西岸等多个F1元素浓郁的地方。

“我的第一份工作就是在上海嘉定，这里有很多汽车产业，有很多与汽车相关的文化活动，我觉得是最适合我发展的地方，工厂的选址也在嘉定。当中工厂有过搬迁，也有别的地方邀请我去发展，但好像就是舍不得离开。说到汽车产业、汽车氛围，上海的土壤、嘉定的土壤还是不一样的。”于成祥分享道。

无论是F1中国大奖赛的观众，还是以其他方式参与了赛事的人，当这项国际高能级赛事迎来又一次圆满的年度收官时，想必对于来年，很多人已经提前升起了期待。