

热血逐梦，赛车激情“飞驰”

——中国赛车体育文化加速破圈

2026年春节档，《飞驰人生3》以累计票房突破29亿元的成绩登顶档期冠军，不仅用引擎轰鸣点燃了影院的新春氛围，更将长期处于小众圈层的赛车运动推向大众视野，成为中国赛车体育文化发展的一次生动注脚。

这部由出身职业车手的韩寒执导的影片，以硬核专业的制作、热血共鸣的叙事，让赛车文化走出圈层狂欢，实现全民感知，也折射出中国赛车体育文化从萌芽起步到多元发展的坚实足迹。从银幕内的热血角逐到银幕外的赛道热潮，中国赛车体育文化正迎来前所未有的发展机遇，在热爱与坚守中，逐步完成从小众圈层到全民共享的蜕变。

本版撰稿 本报记者 李一平

飞驰的人生，飞驰的票房

作为国产赛车题材电影的标杆之作，《飞驰人生3》的爆火并非偶然，其背后是对赛车运动的极致敬畏与专业呈现，更精准捕捉到了大众对热血与热爱的情感共鸣，成为赛车文化大众传播的重要载体。导演韩寒的双重身份——中国首位同时斩获场地赛与拉力赛年度总冠军的职业车手，让影片跳出了特效堆砌的套路，从赛车改装细节到比赛规则，从战术设计到场景呈现，都做到了高度还原，为赛车文化的传播奠定了可信基石。

影片中虚构的“沐尘100拉力赛”，并非凭空想象，而是深度参考WRC（世界拉力锦标赛）多赛段体系，结合中国川西、青海的地貌特点打造而成，既有高原赛道的险峻，也有砂石路段的复杂，完美复刻了专业拉力赛的真实场景。剧组为追求极致真实，深入海拔4500米的川西、青海无人区实拍，克服高原反应、极端天气等多重困难，动用高速无人机、8K车载摄影机等尖端技术，精准捕捉到砂石飞溅的

颗粒感、引擎低频震动的真实质感，以及车手在极限状态下的细微反应。影片中，车手们在赛道上的换挡、漂移、急刹，甚至是换胎时的每一个动作，都经过专业车手指导，连国内知名拉力赛车手范高翔都直言“真实到汗毛直立，仿佛看到了自己比赛时的样子”。

在《飞驰人生1、2》上映后，奥迪推出的“刘显德逆袭计划”，以影片中角色的逆袭故事为灵感，面向普通大众招募赛车爱好者，提供专业的赛车培训、赛道体验机会，吸引超2000人报名，体验课程预约排到三个月后；吉利汽车联合国内多家赛车俱乐部，推出“飞驰人生同款赛道体验”活动，让观众有机会驾驶同款赛车，感受赛道激情，活动上线一周便吸引超5000人参与。成都某卡丁车场更是精准捕捉热点，改造成“科目二主题赛道”，将大众熟悉的驾照考试项目与赛车体验结合，将非赛车爱好者的参与比例从12%提升至35%，让赛车运动变得更加接地气。



赛车爱好者群体扩容 从银幕走向线下赛道

赛车运动离不开更多人的参与，也离不开硬件条件的支持。这几年，中国赛车基础设施的不断升级，为赛车运动的开展提供了坚实保障。截至2025年，中国已有21条国际汽联认证赛道，遍布全国18个省市，数量排名世界前三，上海国际赛车场、珠海国际赛车场、北京金港汽车公园等赛道，不仅满足专业赛事的举办需求，还向普通观众和赛车爱好者开放，提供赛道体验、赛车培训等服务。

同时，赛车俱乐部与培训机构也快速发展，截至2025年，全国赛车俱乐部注册总数量达到650家，同比增长18.3%，车队注册从2020年的215家增至480家，年复合增长率为17.5%，全国共有超过200家专业的赛车驾驶培训机构，2023年培训学员超过10万人次。这些基础设施的完善，让更多人有机会接触、体验赛车运动，进一步降低了赛车运动的参与门槛。

随着赛车运动的普及、参与门槛的降低，越来越多的普通人走进赛车世界，从旁观者变为参与者。根据中国汽车摩托车运动联合会的数据，2025年参与赛车相关活动的人数涵盖职业车手、业余爱好者、观众及赛事工作人员，其中职业车手数量约为

12万人，较2020年增长约25%；业余爱好者人数达350万，增长约55%；观众群体规模预计为120万，同比增长30%。国家统计局与体育总局联合数据显示，2024年赛车运动爱好者规模已突破8000万人，年同比增长12%，参与型消费如赛道体验、模拟赛事及周边产品销售额年均增速超20%。

爱好者群体的扩容，也推动了赛车文化氛围的持续升温，形成了“人人谈赛车、人人爱赛车”的良好局面。线上平台成为赛车文化传播的重要阵地，抖音、快手、B站等平台上，赛车相关内容的播放量持续攀升，大量赛车爱好者分享自己的赛道体验、赛车知识，让更多人了解赛车运动；线下，赛车主题活动、赛道开放日、赛车嘉年华等活动常态化开展，上海国际赛车场每年举办“赛道开放日”活动，邀请普通观众走进赛道，近距离感受赛车魅力，每年吸引超10万人次参与；成都、重庆等城市，定期举办“街头漂移秀”“卡丁车嘉年华”等活动，将赛车文化融入城市生活，让赛车运动不再是遥不可及的小众运动。

《飞驰人生3》的成功，是中国赛车体育文化破圈的一个缩影，而赛车爱好者群体的持续扩容，是中国赛车文化长远发展的根本动力。从徐浪时期“孤胆英雄”的草莽激情，到周冠宇时期“人机协同”的专业规范，从少数人的小众爱好，到全民参与的文化热潮，中国赛车不仅完成了从小众爱好到体育产业新增长点的转型，更构建起兼具专业度与人文温度的文化体系。随着相关政策支持力度加大，产业体系不断完善、大众参与热情提升，中国赛车体育文化正从银幕走向线下赛道，从圈层文化走向全民共享，在引擎轰鸣中书写着属于中国的赛车故事。

中国赛车文化建设多元化发展

《飞驰人生3》引发的赛车热潮，并非孤立的文化现象，而是中国赛车体育文化数十年深耕细作的必然结果。在这部影片之外，近些年中国赛车文化建设已呈现多元化发展态势，从赛车题材影视作品的持续涌现，到专业赛事体系的不断完善、基础设施的逐步升级，再到产业生态的持续优化，中国赛车文化正逐步摆脱小众标签，走向规范化、多元化、国际化的发展道路。

在赛车题材影视作品领域，除了《飞驰人生》系列，近些年也涌现出一批优质作品，共同推动赛车文化的大众传播。2023年上映的《叱咤风云》，聚焦房车赛车运动，邀请专业赛车手参与拍摄，真实呈现了房车赛的激烈角逐，上映后累计票房突破3亿元，进一步丰富了国产赛车题材电影的类型。

在《飞驰人生3》中客串出场的周冠宇，此前也参演了《中国车手周冠宇》，通过纪录片的形式聚焦中国第一位F1车手周冠宇的个人成长和职业生涯，展现了中国赛车运动的发展历程和周冠宇个人的奋斗精神。

赛事体系的完善，是赛车文化发

展的核心支撑。经过数十年的发展，中国已构建起覆盖拉力赛、房车赛、飘移赛、耐力赛等多个类别的专业赛事体系，形成了从基层业余赛事到国际级赛事的完整梯队。CTCC（中国房车锦标赛）作为国内最高级别房车赛事，已成功举办二十余年，吸引了吉利、长安、上汽等国内知名汽车品牌参与，每年举办8-10站比赛，现场观众累计超百万人次，线上直播覆盖人群超5000万人次；CEC中国汽车耐力锦标赛，作为国内唯一的国家级耐力赛，汇聚了国内外顶尖车手和车队，比赛时间最长可达24小时，考验车手的耐力与团队协作能力，已成为中国赛车运动的标志性赛事之一。

除了专业赛事，基层业余赛事的蓬勃发展，也为赛车文化的普及奠定了基础。近年来，国内业余赛车赛事数量呈现爆发式增长，2024年突破500场，包括地方卡丁车联赛、业余漂移赛、新能源车主赛事及跨界拉力体验活动等多种形式，参赛人数预估超过5万人次，同比增长40%。例如，“中国汽车拉力锦标赛业余组”“全国卡丁车业余联赛”等赛事，门槛适中，面向普通赛车爱好者开放，每年吸引

上万名业余车手参与，为专业赛事输送了大量人才。

同时，国际赛事的本土化落地，也进一步提升了中国赛车文化的国际化水平，上海国际赛车场每年举办F1中国大奖赛、WEC世界耐力锦标赛等国际顶级赛事，吸引了全球赛车爱好者的关注，2024年F1中国大奖赛现场观众突破20万人次，线上直播观看人数超1亿人次，尼尔森体育数据显示，中国F1车迷人数已超1亿，过去12个月增长超39%，成为全球F1车迷增长最快的地区。

