而远离上赛场的虹口区也接住了 F1 "泼天的富贵"——3月16日至23日, F1中国大奖赛"格子旗嘉年华"在上海北外滩国客中心码头和上海国际赛车场实现"双区联动",位于虹口区的北外滩共计吸引超8.8万人次参与,创下历届嘉年华参与人数新高。

据悉,北外滩活动现场打造了600米F1主题滨江长廊和12000平方米的超大活动区域。

"致敬 F1 中国大奖赛"主题车展汇聚法拉利 458 中国龙限量版、迈凯伦 ARTURA 混动超跑等 20 辆重量级展车。而这一活动也带火了周边商圈人气——据统计,8 天活动期间,格子旗嘉年华周边商圈中人气最旺的白玉兰广场客流环比上涨 74%,销售环比提升 45%。

上海其他各个区也在努力与 F1 梦幻联动——

开赛几天前的 3 月 19 日, 在距离上海国际赛车场 40 公里 开外的徐汇滨江,西岸梦中心聚 集着数百名车迷。当天,西岸梦 中心的赛车主题快闪店迎来了重 磅嘉宾,法拉利车队车手夏尔·勒 克莱尔现身,中国车手周冠宇也 来到 PUMA 西岸梦中心店铺。

位于静安区的上海张园,从3月14日起,打造了限时赛车文化体验街区。在张园修旧如旧的历史街区氛围中,先后登场上线多场赛车主题互动活动,结合

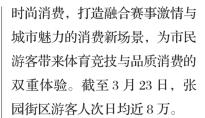


3月17 日至22日, 往来上海的 国际及地区 航班同比增 长15%。



下图:3月21日, F1车迷在体验虚 拟赛车。

摄影 / 杨维林



不难看出,一系列文旅商体 展融合的活动在上海连轴上演, 让 F1 的溢出效应尽情释放。

75岁F1在上海迎来"新生"

F1 与奥运会、男足世界杯 并称为全球三大最具吸引力的国 际体育赛事 IP,而上海是中国 唯一能观看 F1 赛事的地方。恰 逢今年 F1 迎来 75 周年,这一顶 级 IP 在上海迎来了"新生"。

一方面,75岁的F1受众愈来愈年轻——在一项分布187个国家和地区有着16万多名车迷参与的调查结果显示,F1的观众正在变得更加年轻和多样化。受访者的平均年龄从2017年的36岁降至32岁,比NBA球迷的平均年龄还要低4岁。近两年,

F1 更是成为社交媒体上粉丝数 量增长最快的体育联盟之一。

另一方面,上海站对于F1 愈来愈重要——自2017年自由 媒体集团收购F1后,美国持续 领跑增长最快市场榜单,中国市 场的增长势头紧随其后。F1官 方最新数据显示,F1目前在全 球拥有超过8.2亿的粉丝,其中 中国粉丝超过1.5亿。而在中国 粉丝中,一半以上是过去4年里 才开始关注F1的。在电视转播 收视方面,2024年的中国观众 数量较前一年增长53%。在国 内各大社交媒体平台,F1粉丝 总数2024年一年就增长了超过 100万。

根据《2024年上海赛事影响力评估报告》,2024年F1中国大奖赛直接经济影响14.06亿元,产出效应39.28亿元,税收效应1.37亿元。

2024年12月6日,上海久 事集团与F1共同宣布:F1中 国大奖赛已完成新一轮签约, 双方将自2026年起续约至2030年。这意味着F1在上海的成功 赛事经济模式,也将一路延续到2030年。

"因为一场赛,奔赴一座城",可以说是F1在上海的真实写照。上海,也因为F1,把"国际赛事之都"和"国际消费之都"完美结合,打造"全球卓越城市"的上海样本。【



www.xinminweekly.com.cn 45