

而远离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 / 杨维格



时尚消费，打造融合赛事激情与城市魅力的消费新场景，为市民游客带来体育竞技与品质消费的双重体验。截至3月23日，张园街区游客人次日均近8万。

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。民