开出去，开心去！

进博会汽车文化特色板块落地松江
2026上海车享生活嘉年华打造城市文化新现场

当汽车不再只是代步工具，而是化身为移动的二次元画布、承载城市记忆的时光机，甚至成为户外音乐会与非遗市集的聚落，会碰撞出怎样的火花？2026年11月13日至15日，作为2026中国国际进口博览会汽车文化特色配套板块，由上海市文化创意产业促进会主办的2026上海“车享生活嘉年华”将在松江新城五龙湖国际生态商务区马蹄广场（广富林路195号）亮相，并面向全体市民免费开放。

家用汽车走入寻常百姓家已有三十余年，随着上海这一国家级汽车流通消费改革试点城市的汽车保有量持续增长，市民的消费需求正从单纯的“买新车”加速转向多元化的汽车生活体验。紧扣《商务部等9部门关于培育壮大汽车后市场消费若干措施的通知》中规范发展汽车改装、传统经典车及汽车赛事等改革导向，本次嘉年华跳出传统车展以销售为核心的“卖场逻辑”，践行“这不是一场车展，是一座城市的文化现场”理念，通过痛车区、后备厢市集区、音乐区、开放区、改装车区五大板块，让汽车升级为承载生活美学、艺术跨界与圈层社交的文化载体。



跨界破圈：痛车、游戏、音乐与非遗市集同场狂欢

走进嘉年华现场，丰富的跨界玩法首先打破了人们对传统车展的固有印象。在聚焦青年潮流美学的痛车区，众多国产游戏与国漫IP创意涂装车辆集结亮相，本土二次元文化与汽车车身艺术在此碰撞，为年轻爱好者搭建起展示与交流的舞台。紧邻的后备厢市集区则充满浓郁的松江在地风情，本土文创机构、非遗手作人及特色商户纷纷打开后备厢，将其化作展示窗口，集中推介松江匠心好物与非遗魅力。

伴随着汽车引擎的轰鸣，音乐区将打造出一座沉浸式户外演艺现场。舞台不仅由上海轻音乐团领衔登台，还集结了潮流乐队、弹唱歌手、现代舞与DJ等多元节目；现场特设的“市民开放麦”更是打破了专业舞台壁垒，让普通市民也能登台一展风采，营造出动静相宜的狂欢氛围。而在开放区，嘉年华联动巨人网络，借《征途》21周年庆契机搭建了“征途驰骋路，车享嘉年华”专属体验空间。玩家与车迷不仅能在天幕休憩区和人形立牌点位打卡交流，还能参与线下复刻的游戏经典玩法“全民冲星赛”，在实景比拼中体验冲星爆装的竞技快感，赢取限定IP周边礼品。

消解偏见：百米街区串联起从“看车”到“懂车”的城市记忆

长期以来，改装、经典车与赛车等汽车后市场文化往往囿于爱好者小圈子，大众甚至对其存有“危险”“扰民”等刻板印象。为此，本次嘉年华的改装车区（汽车文化专区）专门打造了潮车街区、经典车街区、汽车文化科普区三大主题街区，串联起百米文化空间，借力进博会与市级文化活动平台优势，推动小众圈层文化走向大众视野。

在经典车街区，一台台经典老车实物静静陈列，它们留存着不同年代的生活印记，承载着时代脉络、手工工艺与机械情怀，共同构筑起一部可触摸的上海城市发展实物生活史。潮车街区则聚焦年轻群体的审美表达与社群社交，通过实景观摩与故事分享，向公众传递“合法改装是机械工程美学与个性化表达，而非炫示张扬”的理性认知，引导市民看见汽车在商品属性之外的情感与文化价值。

“懂车方能安全用车、合规方能长久玩车。”汽车文化科普区以此为核心，面向市民普及安全驾驶与合规改装知识，诠释赛车文化背后融合精密工程技术与挑战极限的体育精神，夯实汽车文化健康发展的安全底线。为了让市民从单纯的“观展观众”变为“文化共建者”，现场不仅配套了随舞互动区域，更布设了赛车模拟器、汽车科普墙与车友交流区等多处互动站点。即便从未接触过改装车与经典车的普通市民，也能在模拟器上感受赛道氛围、在科普墙前研习赛车知识、在交流区结识同好，在沉浸式互动中完成从“看车”到“懂车”的转变。

惠民联动：支付宝“碰一下”享立减，打造上海汽车IP“第三极”

为了让市民乘兴而来、尽兴而归，本次嘉年华落地五龙湖片区的同时，还深度联动了松江“上海之根·金秋消费季”文旅惠民政策，带动周边商贸服务业协同发展。活动期间，到场游客无需提前抢券，只需前往松江签约合作商户的线下门店，使用支付宝“碰一下”支付即可自动享受满减补贴（线上平台预订无法享受该项优惠）。



主办方表示，“上海车享生活嘉年华”并非一次性的节庆活动或短暂的展品陈列，而是立足长三角G60科创走廊雄厚的汽车产业根基、持续培育迭代的汽车文化融合IP。通过联动汽车后市场、汽车文创及文体文旅等多元业态，活动致力于为盘活存量机动车价值搭建产业交流、资源对接与场景试验的公共平台。未来，项目将持续沉淀试点经验、探索可复制的标准化运营模式，着力打造上海继F1、上海国际汽车展之后的汽车主题IP“第三极”，塑造长三角汽车文化融合发展的新标杆。



以车为媒串起文商旅新链条

上海汽车后市场开启高质量发展新赛道

近日，国务院出台汽车后市场17项配套政策，在全国40座城市开展分级管理试点，打通汽车全生命周期消费链条。政策明确鼓励汽车改装、自驾露营、特色赛事等多元场景，推动汽车与文旅、体育产业深度联动，挖掘万亿级后市场空间，引导汽车消费从增量扩张转向存量提质。

当前全国汽车保有量达3.71亿辆，平均车龄超7年，市场已从“增量购车”全面转向“存量激活”。商务部《关于进一步释放汽车消费潜力的通知》指出，要破除使用环节的不合理限制，将后市场打造为拉动汽车消费持续增长的核心支柱。随着顶层设计松绑，此前受监管边界模糊、地方标准不足制约的维保升级、个性化改装等需求正集中释放。作为国家级汽车流通消费改革试点城市，上海接连推出新能源汽车发展、文商旅体展深度融合等扶持政策，筑牢了政策底座。其中，松江区兼具G60科创走廊汽车产业集群与佘山、黄浦江沿线等山水文旅资源，凭借“制造支撑+场景落地”的双重优势，成为上海落地后市场新业态、打造特色消费标杆的核心承载区。

新赛道行稳致远离不开法规护航。公安部、商务部今年联合印发的《关于优化汽车后市场监管服务的指导意见》强调，新业态培育须坚持规则前置、分类审慎监管，在保障交通安全的前提下为创新留足空间。这要求上海协同公安交通、车管、市场监管等部门，结合超大城市治理实际制定地方细则，明确改装合规备案、特色活动审批、户外场景落地等流程，搭建规范可预期的服务平台。将于11月10日举办的“2026上海进博会汽车后市场产业经济松江云间研讨会”正是这一进程的重要实践。研讨会由上海市文化创意产业促进会牵头筹办，获上海市委宣传部大力支持，将汇聚政府部门、研究机构与头部企业代表，围绕合规解读、产业扶持、新兴场景打造等议题深入研讨，为后续地方政策制定提供支撑与参考。

放眼全球，法国勒芒赛事、英国古德伍德速度节、美国原石滩车展等成熟案例，均印证了汽车后市场生态的长期价值。上海完全有条件依托产业基础、消费活力与开放优势，打造具有国际水准的汽车后市场生态圈与标志性文化IP。未来，日趋完善的后市场生态不仅将带来可观的经济增量与企业成长空间，更将以车为媒，为消费者提供多元文化体验，全面激活文商旅体展联动的乘数效应，为上海新兴消费市场注入持久动力。