



# 2026北京车展有了六个新变化

4月29日,2026(第十九届)北京国际汽车展览会(以下简称“北京车展”)展期已过半。与往届不同,本届车展彻底回归汽车本身,1000多家车企与硬核产品占据绝对C位,成为真正的主角。与此同时,全球经销商“进货”、跨国工程师“取经”、国际媒体聚焦、供应链深度对接,让北京车展真正成为全球汽车产业的风向标。值得关注的是,本届北京车展聚合效应充分显现,交通、餐饮等服务配套更加完善,展会强劲流量红利也全面释放,带动周边住宿、餐饮等商旅消费大幅升温,成为一场好看、好逛的全民产业嘉年华,为文商旅体展融合发展提供了生动样本。



## 回归车展本色

本届北京车展真正回归车展本色——一个展示车辆与技术的竞技场。首次采用中国国际展览中心(顺义馆)与首都国际会展中心“双馆联动”模式,共设17个展馆,总展出面积从2024年的22万平方米扩容至38万平方米,规模跃居全球车展首位。

同时,本届北京车展吸引了来自中、美、德、俄、法等21个国家和地区的头部供应链与科技企业参展,集结展车总数1451辆,全球首发车型从上届车展的117辆增至181辆。中国车企成为绝对主力,奇瑞、比亚迪包下整座场馆,吉利、长城独占半边展馆,尽显规模自信。

2026北京车展展会期间共举办219场新闻发布会,全球汽车行业的领军人物亲临现场,最新车型与核心技术成为绝对主角。理想L9 Livis、奕境X9、启境GT7、岚图泰山X8、纯电奥迪E7X、宝马新世代BMW iX3长轴距版、奔驰全新纯电GLC SUV等均在此完成全球首秀。

展台的设计也更加务实,技术演示成为主角。小米把新一代SU7拆解到零部件级别,白车身、电池倒置结

构、2200MPa防滚架全部摊开展示,让技术自己说话。比亚迪在展馆设置零下30摄氏度低温舱,现场演示第二代刀片电池及快充技术带来的颠覆性快充体验。

本届北京车展的“流量”也正在被实实在在地转化为“留量”。各个展台,一线销售架起手机,开着直播卖力介绍新车,众多主播在展台前同步开启“云看展+即时订车”。长城汽车董事长魏建军请来网红“大力仑”担任销售总监,这位曾凭一句“长城~炮!”火遍全网的“00后”姑娘,以“金牌销售”身份站上展台,与观众零距离互动,引得展台人气持续爆棚。

与往届不同,本届北京车展上,网红车模的身影明显退隐,热搜主角是车企创始人自己。小米创始人、董事长兼CEO雷军串门定制T恤,蔚来创始人、董事长兼CEO李斌骑共享单车赶场,比亚迪董事长兼总裁王传福坐地铁等话题接连登上热搜。创始人、CEO亲自站台,用真实、接地气的人格魅力取代了传统的车模引流。

## 老外扎堆

本届北京车展上,“组队”来看展的外国友人络绎不绝。伊拉克籍明星记者方浩明在社交媒体上惊叹,北京车展含“外”量拉满,“还以为来到了国外”。

来自波兰的汽车行业经销商彼得向北京商报记者表示,他们一行是和比亚迪一起参加的北京车展,在此之前还到访了比亚迪工厂,比亚迪的低温快充技术让彼得的团队深感震惊,“非常感谢比亚迪给了我们一个机会,来感受北京车展上令人惊叹的变化”。除了比亚迪展台外,彼得还去了多家新势力车企的展台,“我认为欧洲的年轻人相比于昂贵的V8发动机,更喜欢电动汽车的智能化。所以我们选择来北京车展‘取经’,这也是我人生中第一次来北京”。

“这已经不是我第一次来北京车展了。”来自澳大利亚的奥利弗向北京商报记者介绍,他在新西兰有一家汽车进口贸易公司,所以特地来北京车展见一下合作方,也来体验一下北京车展里的新技术,感受汽车行业

业未来的发展方向。

北京车展前两天为媒体日,官方信息显示,2026北京车展吸引了近3万名媒体记者来到现场进行报道,其中包括近4000名海外媒体人员。北京商报记者不完全统计发现,比亚迪、零跑、蔚来、小米等自主车企以及宁德时代等供应商的展台前,已至少涌入了近万名海外经销商与媒体人。

在北京车展进入观众日后,老外的身影依旧穿插在人流之中。在欣旺达的展台内,一名外国经销商正在向工作人员咨询电池的前沿技术、续航、良率等核心问题,并不时拿出手机进行拍照记录。

北京车展上,惊艳欧洲车企的低温快充技术、频频吸引海外人士驻足拍摄的全新车型,都在佐证:中国汽车正在完成从规则跟随者到行业共建者的身份跃迁,也主导重塑着全球下一代智能出行的价值标准。

## 技术迭代最受关注

本届北京车展以“领时代·智未来”为主题,新能源技术迭代是全场焦点,智能驾驶、自研芯片、电池能源、整车架构、智能座舱五大领域的核心新技术在车展集中发布。

在三电领域,固态电池技术集中亮相,800V高压快充平台、充电10分钟补充300公里续航等成为高端车型标配。比亚迪展馆现场演示第二代刀片电池快充技术;宁德时代则带来第三代神行超充电池,常温环境下充满电仅需6分钟。

智能化方面,L3、L4同台竞技。华为乾崮ADS 5.0在本届车展正式亮相,可实现高速L3级自动驾驶的规模化商用;问界M9、全新理想L9 Livis、智己LS8、岚图泰山Ultra等旗舰车型,都已预埋L3级自动驾驶硬件。在L4领域,小鹏带来中国首款全栈自研量产Robotaxi原型车——小鹏GX;小马智行宣布2027版全无人Robotaxi整车总成本下探至23万元以内;文远知行与联想集团则预计未来五年内部署20万台自动驾驶车辆。

芯片领域同样看点密集。中国首款舱驾融合整车智能体芯片——地平线星空,采用5纳米车规制程和单

芯片一体化架构,将座舱域与智驾域合二为一。据展台工作人员介绍,蔚来ES9搭载全球首颗5纳米车规级智驾芯片,算力达行业顶尖水平。

跨国车企同样没有缺席这场技术盛宴,“无新能源不发布会”近乎成为共识。BBA(宝马、奔驰、奥迪)在本届车展上均推出了各自的纯电车型:宝马全球首发新世代iX3与i3长轴距版,两款车型专为中国市场加长轴距、标配800V高压平台;奔驰全新纯电GLC SUV搭载自研MB.OS架构,打通辅助驾驶、智能座舱与整车性能域,配备城区及高速领航辅助驾驶系统;奥迪新一代燃油版A6L则搭载华为乾崮智驾系统,让传统燃油车实现了智能化跃升。

国际注册创新管理师、鹿客岛科技创始人兼CEO卢克林指出,在本届北京车展上,智能驾驶、自研芯片、整车架构不再是PPT里的概念,而是直接决定产品定价权和市场份额的硬通货。而外企集体转向,说明中国新能源汽车产业链已从“跟随者”变成“引领者”,当全球大部分的新能源汽车产能、核心电池技术和智能化方案都集中在中国,任何车企想要参与竞争,都必须在这个领域里重新学习。

## 让人忘记了特斯拉们

在今年的北京车展中,新势力、传统巨头轮番上阵,现场热度拉满,甚至让不少人忽略了特斯拉等昔日车展焦点车企的缺席。

实际上,这已经是特斯拉连续多年缺席国内A级车展了。从产品上看,特斯拉已于今年1月宣布,公司将停止生产Model S和Model X两款旗舰车型。目前,特斯拉中国官网上仅有Model Y和Model 3两款车可以进行订购,Model S和Model X则需查看是否仍有现车。其中,2026款Model Y改款版车型于4月10日在特斯拉中国官网悄然上线,改款的核心配置基本无变化。

此外,路虎、法拉利、兰博基尼等一众豪华、超豪华品牌也缺席了本届北京车展。不过,在奇瑞捷豹路虎的合资展台,奇瑞展出了一款与捷豹路虎合作推出的、全新电动越野品牌神行者Concept97概念车。

超豪华品牌集团集体缺席的背后,是国内汽车产业深度调整、市场格局重构的必然结果。伴随自主品牌全面崛起、高端化进程提速,叠加外资品牌本土化落地加快,国产车型在产品力、智能化与性价比层面全面突

围,持续挤压进口车生存空间。在此背景下,进口车市场持续萎缩,自2014年达到143万辆峰值后,中国整车进口量逐年下滑,2024年降至70万辆,2025年这一数据已降至47.6万辆。

值得注意的是,阔别主流大型车展三年之后,东风标致与东风雪铁龙宣布回归。不过,这对法系“双雄”虽重新站上了北京车展的舞台,却并未带来量产新车。东风标致与东风雪铁龙共带来4款概念车,东风标致概念车展现了具有前瞻性科技的智能电动产品,与标致全球协同规划多款全新新能源车型,首款车型计划于2027年上市。

经济学家、工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林指出,特斯拉一直坚持独特的线上销售模式,线下直营店较少,所以对于线下车展类活动,向来缺乏热情和投入。在主流豪车方面,部分豪车由于在国内市场的份额逐步萎缩,难以与新能源车抗衡,于是对国内车展的热情逐渐下滑。“这说明,当前中国车市正在全面电动化、智能化,也意味着中国国产车已成为中国市场的主流。”

## 北京车企稳控主场风头

本届北京车展,主场作战的北京本土车企展现出空前的影响力。小米、理想、北汽三大品牌虽然打法不同,但都以鲜明的风格引爆了车展话题,创始人亲自站台、全域营销发力,牢牢掌控了主场风头。

小米是本届北京车展当之无愧的“顶流”,人气爆棚。雷军在车展首日站台超两小时,更上演“串门送定制T恤”的名场面,与理想汽车创始人、董事长兼CEO李想,小鹏汽车董事长兼CEO何小鹏,李斌,王传福等车企大咖互动,视频火爆全网。

而小米的展台与营销设计也将人气推至顶点。完整拆解的新一代SU7白车身被摆上展台,尽展科技美学。Xiaomi Vision GT概念车在北京车展完成国内首秀,反升力车身设计吸引众多观众驻足。同时,10万个小米汽车车模免费领取活动,让排队队伍从展馆蜿蜒至场馆外部,成为车展现象级场景。

理想汽车同样带来了撒手锏,在车展上全球首发全新L9 Livis,预售价55.98万元,用硬核技术支撑豪华定位。这款车搭载两项“全球第一”:全球首个为全尺寸SUV研发的800V主动悬架,单轮最大举升力超1万牛;全球首个包含线控转向、后轮转向和线控机械制动的全

理想在本届北京车展同样赚足了流量。雷军送来“听我讲完”T恤时,两人轻松诙谐的互动引得现场阵阵欢笑,话题迅速登上社交平台热搜。面对展馆内亮相的上汽大众ID.ERA 9X,李想直言:“理想L9 Livis比它至少领先两代。”此番表态迅速引发业内讨论。

北汽的表现同样可圈可点。在本届车展北京越野展台,亮相的不只有BJ40增程长续航版,还迎来了雷军、李想、长安汽车董事长朱华荣三位车圈大咖轮番打卡,吴京、聂远等知名演员也相继现身。

同时,北汽在本届北京车展还带来了“战术方盒子”车型——北京81,并启动预售。该车型依托行业首创的BIP(Build in Public)造车新模式,累计收集超15万条有效用户建议,将经验验证后的需求直接落地到产品中,开创用户深度参与整车定义的新范式。

卢克林指出,北京车展的“主场效应”正在重塑中国汽车产业的权力版图,雷军的一线站台不是简单的营销秀,而是“创始人IP即产品”的新商业范式;理想证明了增程式路线在续航焦虑尚未完全消解的中国市场,仍有巨大的产品定义空间;北汽作为老牌国企的焕新亮相,说明传统车企并非没有翻身机会,关键在于能否放下包袱,真正拥抱用户思维。

## 带动商旅消费

“听说斌哥今天骑自行车来的?”“对,骑共享单车来的,酒店就在附近。”2026北京车展首日,一名记者和李斌的对话在社交媒体上广为流传。

今年的北京车展,不少车企“大咖”都选择了绿色出行。王传福与公司几名高管一同乘坐北京地铁15号线前往展馆,并不时看向拉环把手上的比亚迪宋Ultra EV的广告。

这些车企高层能够实行绿色出行,除了率先践行低碳理念外,也离不开本届车展在配套出行服务上的全面升级。今年北京车展期间,交通部门构建“地铁为主、公交补充、摆渡衔接、共享自行车延伸”的立体出行网络,保障展会期间交通秩序安全、有序、畅通。轨道交通方面,地铁15号线缩短了发车间隔,午后及晚高峰时段运力投放增加33.3%以上。面向外地观众,组委会携手国航联合推出“北京国际车展礼遇包”,观众扫码即可领取价值430元的车展权益礼包,多维度优化观展出行体验。

完善的出行保障让更多的观众能够便捷观展,庞大的观众数量也带动周边消费热度全面走高。北京商报记者调查发现,2026北京车展前夕,其周边酒店预订热度就已飙升。其中,位于展馆附近的亚朵X酒店,4月23日—25日双床房房价高达3157元/晚,是“五一”

假期同房型价格的3.6倍,部分参展商甚至提前半年便开始进行咨询预订。旺盛的住宿需求不仅局限于展馆周边,更延伸至亮马河等核心商务区,部分高端商务酒店入住率同比提升10个百分点,收入增长64%。

本届北京车展的餐饮配套服务也同步提质。官方信息显示,本次车展共设置总面积超3万平方米用餐区,配备总座位数6220余个,日最大供餐能力突破5万份,来自世界各地的游客都能享受到便捷、丰富的餐饮服务。

其中,中国国际展览中心馆入驻了19个知名餐饮品牌,设有29家餐厅、9辆移动餐车,可满足近3万人次的就餐需求。北京商报记者在馆内看到,入驻品牌涵盖星巴克、麦当劳、康师傅牛肉面等国际连锁与国民快餐,真功夫、旺顺阁、东方宫等中式特色餐饮,以及杜夫朗格高端烘焙、臻荟轩高级自助与商务包间服务,可同时满足多元消费需求,真正实现“丰俭由人”。

苏商银行特约研究员付一夫指出,作为顶级国际展会,北京车展自带强大的人流聚合效应,对城市商旅消费形成全方位、链条式带动。同时,北京车展也充分彰显了北京的开放包容、完善配套和优质营商环境,持续提升北京的国际知名度与影响力。

北京商报记者 蔺雨薇 实习生 苏洋