

北京车展变身城市消费嘉年华

一场展会不仅占据话题、流量的绝对C位,也成为拉动消费的新引擎。

5月3日,为期10天的2026(第十九届)北京国际汽车展览会(以下简称“北京车展”)落下帷幕。本届北京车展覆盖17个专业展馆,总展览面积达38万平方米,规模跃居全球车展首位。据统计,本届北京车展累计接待观众128万人次,创下历史新高。

高客流全面释放消费活力,带动餐饮、住宿、文旅等业态同步升温。北京商报记者调查发现,馆内热门咖啡门店单日销量达2000杯,用餐区单日最高供餐量突破5万份,入驻餐饮品类多元、价格梯度全面。依托展会客流外溢效应,周边商圈、酒店、景区消费全线上涨,从开幕到4月30日,短短7日直接拉动区域综合消费3600万元。

这场展会的价值不只彰显中国汽车工业的实力,不同于以往单一的汽车行业展示,本届北京车展大胆破圈突围,串联商业、文旅、休闲、出行等多元场景,实现从专业贸易展会转向全民城市消费嘉年华。这样的转身,不仅勾勒出北京正以会展经济为核心,走出一条文商旅体展融合的发展新路,也让北京“开放、创新、活力”的城市形象在全球视野中精彩绽放。



/餐饮/ 客流爆棚 有商家日售咖啡2000杯

“车展期间,绝对冷链摊位一天能卖出2000杯咖啡。”TCC-Group联合创始人王恒向北京商报记者表示。王恒在本届北京车展期间负责多家咖啡门店与展台餐饮,其中售价58—88元的高端手冲咖啡也取得了不错的销量,日均销售达180杯。

穿梭在北京车展的两馆之间,高端正餐、特色小吃一应俱全。“红茶系列产品已经售罄,您可以看看别的。”车展第二日,角楼咖啡店员对点餐的客人介绍。热门品牌前,来往点餐的消费者络绎不绝。奔波一天后,两馆之间的中央庭院也成为观众、参展商们的休憩聚集地。

“工作人员会随时观察自助餐品的余量,午餐高峰期间要补三四次菜品”,渔嫂烤鱼车展自助餐门店的工作人员向北京商报记者介绍。该餐厅设于展馆连廊要道,冷热菜肴与汤羹种类齐全,吸引了不少海外人士就餐。

已参加十余次北京车展的王恒坦言,“今年车展最大的感受便是餐饮的多元化”。本届北京车展,设置面积

超3万平方米的用餐区,总座位数达6220余个,日最大供餐能力突破5万份。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”。

餐饮的需求也在向周边商圈辐射。“五一”假期期间逛完车展来消费的人最多,一天能增收几千元。”苏帮袁祥云小镇店相关工作人员向北京商报记者介绍,门店内的车展相关优惠将延续到5月中下旬,车展结束后依旧陆续有消费者前来咨询。

来自官方的数据显示,5月1日,距展馆仅3公里的祥云小镇,客流达7万余人次,同比增长12%。车展期间,商圈多家餐饮品牌都迎来明显客流增长。旺顺阁每日营业额增收4000—6000元;苏帮袁每日营业额增加5000—8000元;红砖烤房等品牌还迎来多份参展车企的用餐订单,整体销售额同比提升30%以上。

/酒店/ 周边客房普遍涨价 展期连日满房

受海量观展客流带动,展馆周边酒店房源供不应求,入住效率也全面升级。“我们酒店共有410个房间,车展期间全部满房。”首都国际会展中心大酒店的工作人员介绍,2026北京车展国际化程度高,来自世界各地的展商、观众和媒体众多,酒店专门配备外语服务团队,累计服务外国嘉宾超千人次,占比高达30.5%。

北京北辰集团相关负责人介绍,首都国际会展中心大酒店为了更好地服务宾客,通过全面启用智能证件识别设备,快速核验来宾信息,实现客户入住“零等待”,并组建专项服务班组。博世集团、宝马集团等均对酒店服务表达了赞许。

北京商报记者采访多家车展附近酒店了解到,早在半年前,部分酒店便开始接到相关咨询和预订。车展前三个月为预订最火爆的阶段,热度持续攀升,尤其自今年1月、2月起,咨询量与预订量逐步增多。

“孩子非常喜欢汽车,‘五一’假期期间专程带他来北

京看车展。”带孩子前来逛展的天津家长张丹向北京商报记者表示。记者在采访中了解到,不少家庭客群、外地游客正将观展列为“五一”假期首选行程。

对于从外地来京看展的游客来说,首个需要解决的便是住宿问题,“北京车展期间15号地铁沿线的酒店多数都被订完了,所以我一有空房便迅速预订”,张丹坦言,最终他们一家人选择了距展馆10多分钟车程的新国展希尔顿欢朋酒店。“我们订的时候,这家酒店的亲子房近2000元,而平时则不到600元。”

展会期间周边酒店涨价已成普遍现象。北京商报记者对比发现,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,是平常周末期间同房型价格的近5倍。除展馆周边外,旺盛的住宿需求更外溢至亮马河等核心商务区,部分高端商务酒店入住率同比增长10个百分点,收入增长64%。

/出行/ 地铁运力增加33% 新增车位5908个

“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。”北京车展首日,一名记者与蔚来创始人、董事长兼CEO李斌的对话刷屏社交网络。

像李斌这样绿色出行的案例比比皆是。比亚迪董事长兼总裁王传福与公司高管一同乘坐北京地铁15号线前往展馆,低碳出行成为车企高管的共同选择。

而这些车圈大咖能够绿色低碳出行的背后,是北京这座城市精细化、立体化交通保障体系的强力支撑。

本届北京车展构建“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:地铁15号线午后及晚高峰运力投放增加33.3%,专线公交、接驳班车高效运转,设置49处交通岗位、优化81处信号点位,全方位保障观展畅通。

对于自驾前往观展的人群,本届北京车展的停车安

排也格外友好。北京商报记者在现场发现,观众停车可以选择P5和P7两个停车场,即便是车展首日的客流高峰期,停车位也十分充足,且步行到展馆仅需3—5分钟。

据了解,在停车方面,顺义区全力挖掘周边资源,新建及改扩建4处停车场,新增车位5908个,并为出租车、网约车提供211个车位;在城市更新方面,顺义区城市管理委在展馆周边打造特色绿化景观,新增花卉地被超5400平方米,展馆周边多处街区公园也相继投用。

让观众便捷抵达的举措不止于此:参加本届北京车展的旅客,可在“中国国航App”报名参与“2026北京国际车展礼遇”活动,4月14日—5月13日期间,购票即享直减优惠;北京车展组委会还与高德车服合作发放“北京车展高德专属10元打车券”等。

/微度假/ 辐射周边40公里 车展余温持续

流量如何变“留量”?展会如何形成“商圈”?本届北京车展回归车展本色,十足的含金量无疑是底座。

4月24日—5月3日的10天展期内,2026北京车展累计接待观众128万人次,同比增长43.5%,创历史新高;其中海外观众6.5万人次,也成为历史最高值。

在车展高流量带动下,门票成为重要破发点。本届北京车展用一张门票串联起区域消费生态,让不少远道而来的消费者有了更多留下的理由。

2026北京车展推出“顺义芬芳季×车展PASS卡”,观众通过“品质顺意”微信小程序,绑定电子门票即可享受餐饮、住宿、景区、购物专属优惠,超300家商户参与联动。

北京商报记者在相关活动页面看到,除热门餐饮、服饰品牌外,展馆周边特色景区同样在列:虎乐园、北京国际鲜花港等短途游胜地都给出不同程度的优惠。

澳大利亚汽车经销商奥利弗已多次来中国参加车展,这次的经历让他感受到了与往届的不同。

奥利弗告诉北京商报记者,车展期间的他总是行色匆匆,商务日程紧凑。在酒店附近体验一次“微度假”则成为观展之余的别样消遣。

奥利弗的首个目的地选择距展馆仅3公里的祥云小镇。凭借车展门票,奥利弗一行人在苏帮袁餐厅获得了88元优惠,“通过我的中国同事,了解到凭借车展门票还可以享受周边购物、旅行的优惠,我还想去北京国际鲜花港看看”。

北京商报记者在采访中注意到,不仅餐饮商家正在感受车展“余温”,展馆周边40公里范围内的景区都同步享受到展会带来的客流红利。虎乐园的售票窗口处,工作人员正熟练操作着票根经济的优惠流程,“虎乐园主打亲子主题,从车展末期开始每天都有家庭消费者拿着车展门票兑换乐园的门票7折优惠”。

车展期间,顺义区首次举办“车轮上的时光节”,联动顺义罗马湖、虎乐园等生态文旅资源,推出多条微度假线路,将单日观展延伸为2—3天微度假,进一步拉长消费周期、拓展消费空间。部分票根经济活动延长至5月20日,让短期展会流量转化为常态化城市消费。

据初步统计,从本届北京车展开幕到4月30日期间,票根活动累计服务近12万人次,7天直接带动区域综合消费3600万元,形成强劲消费乘数效应。

北京商报记者 雷雨葭/文并摄

一地一策

北京体育大学体育休闲与旅游学院院长蒋依依: 建议设立专项基金支持会展融合场景创新

对于北京车展经济未来的发展,蒋依依建议,从政策层面来看,要强化顶层设计与精准扶持。政府将会展融合发展纳入城市文商旅体展发展总体规划,统筹协调相关部门,为会展融合提供政策支持,比如优化交通接驳、出台商户联动优惠的扶持政策、简化展会相关审批流程,降低融合模式的运营成本;建立跨部门协同机制,明确政府、会展方、车企、商户等各主体的职责,推动各方协同发力,破解业态协调、成本分摊等难题。同时,可设立会展融合发展专项基金,重点支持融合场景创新、IP打造和流量留存等相关举措,助力模式可持续发展。

从运营层面来看,要聚焦精细化运营与价值深耕。优化业态协调,立足车展的专业核心,合理布局文旅、商业、体育体验场景,避免同质化和无序竞争,比如将亲子

体验区、文创展示区与专业展区合理分区,既保障专业观众的观展体验,也满足普通民众的消费需求;强化流量留存,展会结束后,可依托展会IP,搭建线上线下联动的平台,如推出车展IP衍生品、联动商户推出长期优惠、打造汽车主题微度假线路;完善利益共享机制,建立多方的利益分成模式,提升参与积极性。

从市场层面来看,要坚持市场导向与创新驱动。充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,鼓励会展方、车企、商户主动创新融合模式,比如结合消费者需求,推出更多个性化、体验式的融合产品,避免“一刀切”的融合举措;深挖车展的IP价值,通过IP联名、文创开发、线上直播等方式,扩大展会的影响力和可持续性,同时吸引更多社会资本参与,丰富融合业态,提升模式的盈利能力和可持续性。

展览

面积达38万平方米,规模跃居全球车展首位,累计接待观众128万人次,创下历史新高

用餐区面积超3万平方米
总座位数6220余个
日最大供餐能力突破5万份
5月1日当天,祥云小镇
客流达7万余人次,同比增长12%



车展期间
首都国际会展中心大酒店
410间房全部满房
累计服务外国嘉宾超千人次
占比高达30.5%



地铁15号线午后及晚高峰运力
投放增加33.3%
新建及改扩建4处停车场
新增车位5908个
并为出租车、网约车提供211个车位
停车场步行到展馆仅需3—5分钟



北京车展
推出“顺义芬芳季×车展PASS卡”
观众绑定电子门票即可享受
餐饮、住宿、景区、购物专属优惠
顺义区首次举办
“车轮上的时光节”
部分票根经济活动延长至5月20日