



2026 北京车展 舆情报告

☎ 400-096-9797

🌐 www.wisers.com.cn

Global Media Monitoring & Analysts
Copyright © 2025 Wisers Information Limited.



慧科讯业Wisers
在线客服



慧科讯业Wisers
官方公众号

Contents

目录

01

2026北京车展概述

02

2026北京车展：
新车上市及行业动态

PART
01

2026
北京车展概述



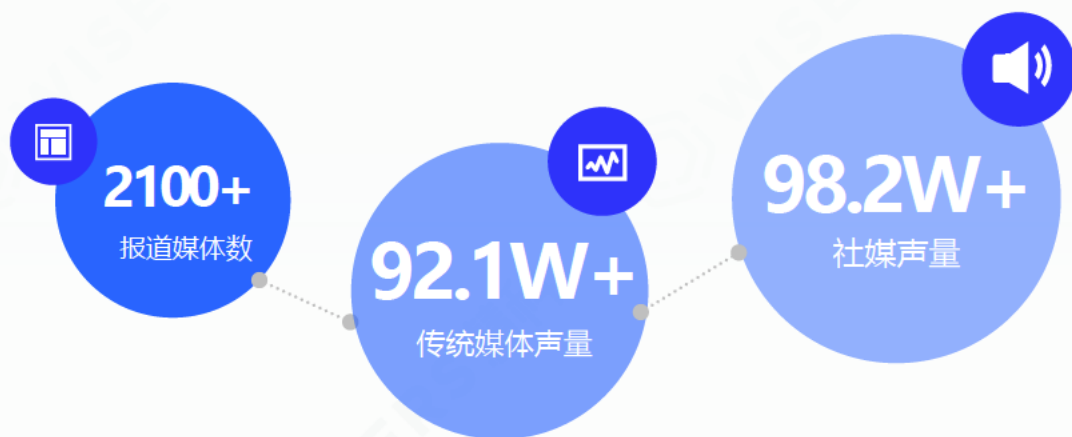
01 车展情况概述

- 2026(第十九届)北京国际汽车展览会于4月24日-5月3日在北京举办，本届车展主题为“领时代，智未来”。
- 此次车展吸引2000+汽车上下游展商参展，来自全球的128万人次观众参会，展出总面积达38万平方米。

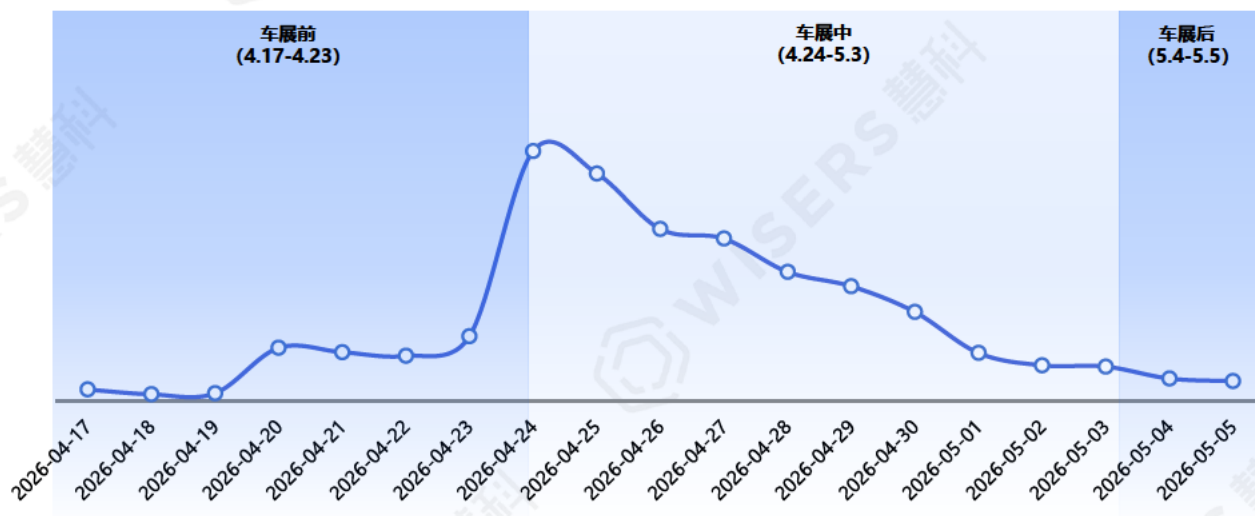
| | 车展主要指标 | 信息 |
|---|-----------|-------------------|
| 1 | 举办日期 | 2026年4月24日-5月3日 |
| 2 | 举办地点 | 中国国际展览中心/首都国际会展中心 |
| 3 | 展会主题 | 领时代，智未来 |
| 4 | 展览面积 | 38万平方米 |
| 5 | 参展商 | 2000+ |
| 6 | 参会观众 (人次) | 1,280,000 |

02 车展开幕当日即达到传播峰值

- 2026年4月17日-5月5日，超2100家媒体参与报道，传统媒体累计刊发相关报道92.1万篇，社交媒体平台相关信息总量达98.2万条。
- 4月24日车展首日，主流媒体集中释放展会核心资讯，叠加网络声量同步攀升，推动声量达到本次监测周期的峰值。



2026北京车展传播趋势

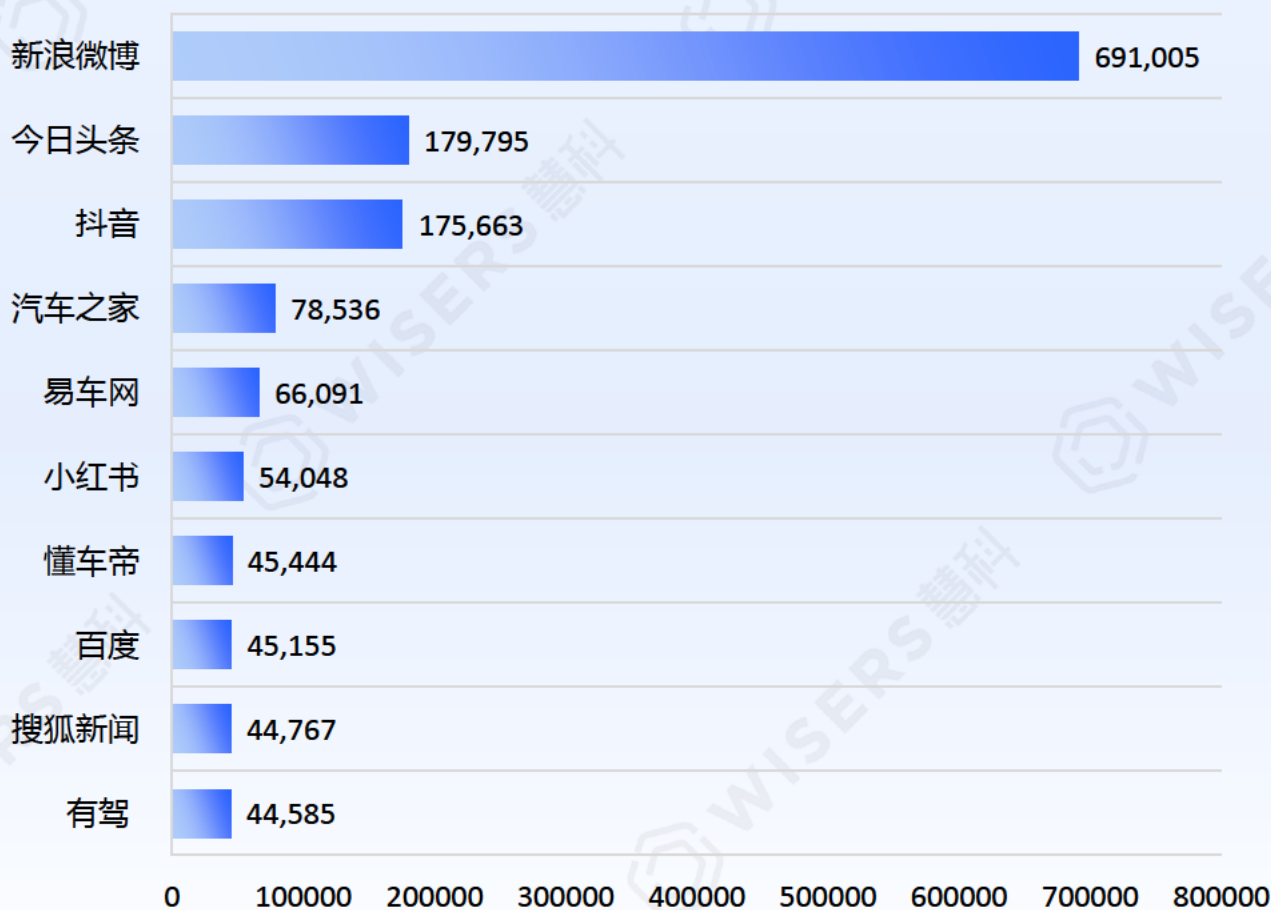


- 数据范围：2026年4月17日-2026年5月5日，原创+转发，不含评论信息
- 传统媒体：网站、APP（新闻客户端）、平媒、视频、电台
- 社交媒体：短视频、微信、微博、论坛、博客
- 数据来源：WisersOne数据监测平台

03 新浪微博为车展传播主阵地

- 活跃媒体中，新浪微博传播量居首，聚焦新车上市、跨界营销、尖端技术等话题，#捕捉吉利品牌展台精彩瞬间#、#Honda展台给到夯！#等品牌活动为核心传播话题；今日头条以品牌活动、新车发布为主；垂类平台汽车之家、易车网、懂车帝、有驾等则侧重行业新品、营销活动等。

TOP10媒体传播渠道



- 数据范围：2026年4月17日-2026年5月5日，原创+转发，不含评论信息
- 数据来源：WisersOne数据监测平台

05 车圈大佬借自身影响力，为品牌造势

- 2026年北京车展期间，车圈大佬们通过举办直播、展台互动、跨品牌交流等互动在车展现场带来关注与声量；
- 此外，通过各类媒体采访与品牌活动，各大车企聚焦自身品牌的核心价值与战略布局，输出品牌观点与信息。

北汽集团张建勇：

北汽集团党委书记、董事长张建勇以“首席产品官”的身份在发布会上表示，北汽正将“听用户、懂用户、为用户”作为最根本的要求，深度融入研发、设计、制造全流程，全力推动从“以产品为中心”向“以用户为中心”的体系变革。



长城汽车魏建军：

2026北京国际车展期间，长城汽车董事长魏建军以契约践行为主题开启专场直播，继平遥商道契约、V9X“以姓立约”直播后，第三次以“契约”为核心，系统呈现长城汽车36年守信重诺、长期主义的造车答卷，将车展竞争维度从产品、技术、销量，拉升至价值观、文化力、代际传承的全新高度，为行业走出内卷、重建信任提供清晰路径。



蔚来李斌：

蔚来董事长李斌在2026北京车展期间接受媒体采访时表示，汽车行业已进入相对较长的收敛期，而非单纯的收缩期。当前很多产品同质化严重，行业竞争已从单一产品、单一技术的比拼，升级为全体系能力的竞争，包括产品、技术、品质、销售服务、成本控制，以及应对AI的组织适应能力。这是一场全面的马拉松。未来5年行业将逐步进入决赛期。对任何企业而言，唯一的生存之道就是提升自身体系能力。



广汽集团冯兴亚：

广汽集团董事长冯兴亚为广汽出海事业指出三大战略路径：一是“在当地、为当地”，二是“科技驱动，体验升级”，三是“生态共建，体系护航”。展望2030年，广汽将进入全球120个国家和地区，建成超2000家海外网点，实现年销量100万辆，全速迈入中国汽车出海主力阵营。



06 2026北京车展趋势：新能源与智驾普及、中国品牌崛起、本地化布局

- 2026年北京车展更清晰地勾勒出行业深度变革的新格局。中国汽车产业正从高速增长“野蛮生长”阶段，迈入以体系化竞争和全球化深耕为特征的“深水博弈”新阶段。

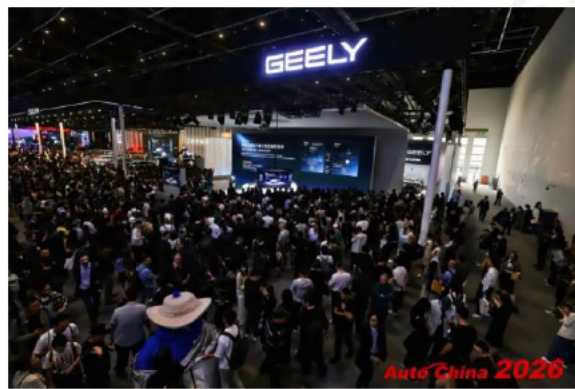
新能源与智驾普及化

2026年北京车展展出新能源车型173款，占所有展出新车77.9%。此外，华为乾崮智驾系统实现了大规模落地，共有45款搭载该系统的车型亮相，标志着智驾已进入全面普及时代。



中国品牌全面崛起

2026北京车展中，自主品牌参展车型达162款，远超欧系、日韩系及美系总和。自主品牌技术输出与生态构建能力也成为核心竞争力，完成了从“跟随者”到“引领者”的身份转换。



战略回归本地化布局

头部车企的战略重心普遍从单纯的产品出口转向“本地化深耕”，以应对不同市场的差异化需求和贸易壁垒。如奔驰宣布至2027年将推出7款专为中国市场打造的新车；大众将小鹏汽车的底层技术融入电子电气架构等。



• 图片来源：北京车展官方网站、盖世汽车

PART
02

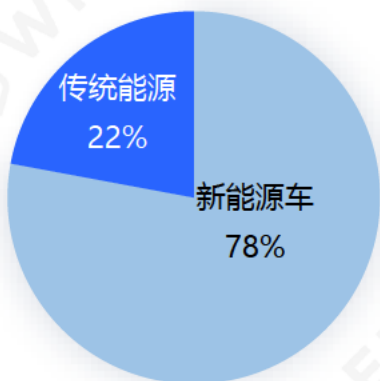
2026北京车展：
新车上市及行业
动态



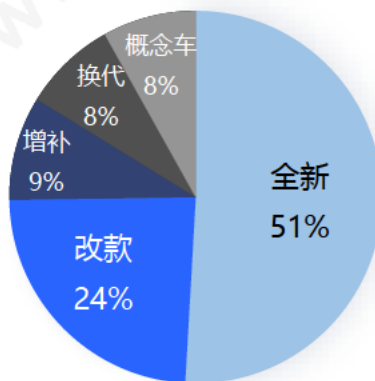
07 2026北京车展：上市新车盘点

- 2026北京车展共计展出新车222款，其中新能源车型173款，占比达78%；
- 其中，全新车型占比超五成，改款車型占比超两成；SUV车型为主流，达118款；
- 按车系国别看，自主品牌参展车型达162款，远超欧系、日韩系及美系总和。

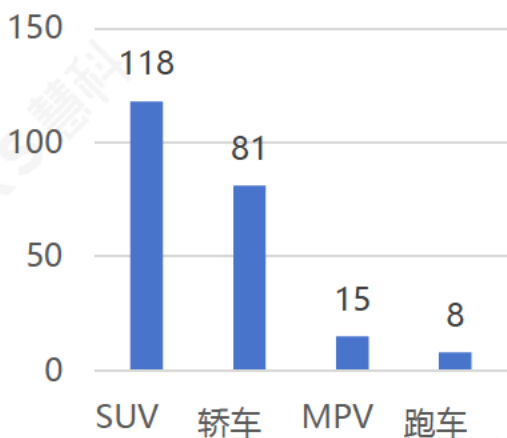
动力类型



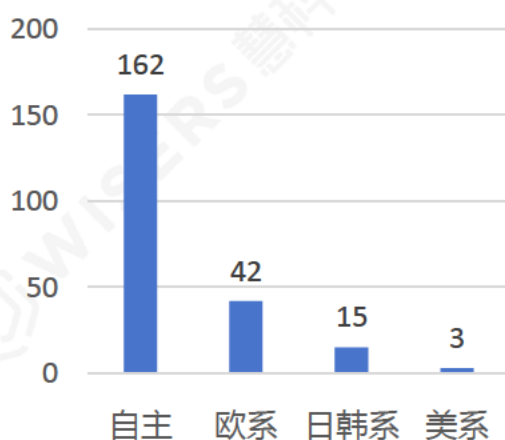
新车类型



新车级别



车系国别

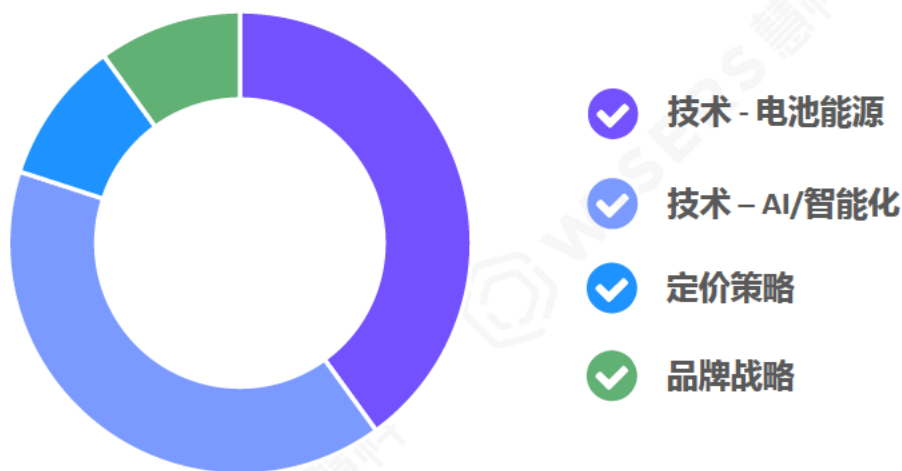
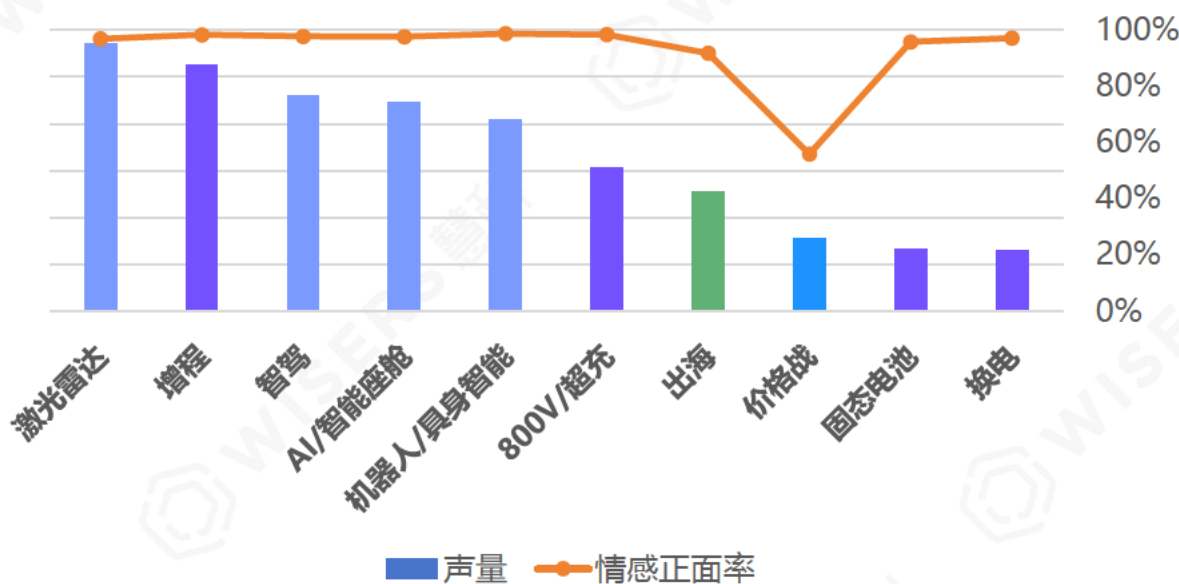


• 数据来源：盖世汽车研究院《2026北京国际车展报告》

08 新车热议集中在技术领先性

- 慧科讯业综合监测全网声量及社交互动，为车企展现消费者对新车的关注重点及热议方向，同时运用四元组关系识别技术，精准解析全网情感正负面。
- 热度话题中，声量前十讨论关键词包括：**激光雷达、增程、智驾、AI/智能座舱、机器人/具身智能、800V/超充、出海、价格战、固态电池、换电**。按讨论维度看，新车技术相关讨论在前十中占八成，反映出消费者关注新车电池能源、AI/智能化等技术领先性。此外，“价格战”在前十热议话题中正面情感偏低，反映出消费者对“卷价格”叙事疲劳且可能产生抵触心理。

新车热议话题TOP10



- 数据范围：2026年4月17日-2026年5月5日，原创+转发，不含评论信息
- 数据来源：WisersOne数据监测平台

08 媒体观点

- 本届车展媒体聚焦：自主品牌构建起完整产业链并加速技术迭代，合资品牌全面拥抱本土技术，车展愈发呈现国际化与专业化，中国汽车引领全球行业的格局正在显现。



技术加速迭代



合资拥抱本土技术



国际化专业化



中国汽车引领全球格局

光明网

从此次北京车展的内容看，在核心技术方面，中国车企已经构建起涵盖矿产资源、关键材料、电芯制造等环节的完整电池产业链，持续加速技术迭代。刀片电池、麒麟电池、800V高压平台等前沿成果，精准破解续航、补能、安全等行业难题，筑牢新能源车型核心竞争力。

界面新闻

在价格体系松动的同时，合资品牌的技术体系也在松动。本届车展上，合资品牌全面拥抱中国本土技术已成趋势。大众将小鹏的底层技术融入电子电气架构；通用把Momenta的智驾大模型嵌入产品核心；丰田宣布中国首席工程师团队由4人扩充至7人。

这意味着，从商品企划、技术选型到量产验证，中国区的决策重要性正在快速上升。

央视财经

正在举行的2026北京国际车展总展出面积达38万平方米，规模跃居全球首位；1400多台展车总数里，首发车181台、概念车71台，国际化与专业化水平再攀新高。作为全球汽车产业的风向标，北京车展汇聚了全球目光，也成为观察中国汽车出海新格局的重要窗口。

北京日报

从36年前首届举办以来，北京车展见证着中国汽车从量的积累迈向质的飞跃，成为观察中国乃至全球汽车产业发展的重要窗口。以开放为底色、以创新为引擎，中国速度正在加速改写全球汽车产业新格局。

如今，车展舞台格局彻底改变。国产新能源车型成为核心看点，自动驾驶、智能座舱、固态电池等前沿技术集中亮相，合资车、跨国品牌追赶中国速度加速智电转型。36年变迁，正是中国汽车工业圆梦世界舞台的生动见证。

09 网友热议观点

- 此次车展网友正面评价居多，评论集中于品牌及新车相关内容。展会层面，网友认可车企大力布局本土化、深耕中国市场，称赞代言明星与品牌契合度高，也点赞中国技术国际领先；在新车及品牌层面，网友既看好传统车企的转型动作，肯定了新技术与新产品的突破，也对新车亮丽的外观大加赞扬。

展会热议



观点1

车企本土化布局值得肯定

久阿梓吖：强大车型矩阵加持AI黑科技，大众在华布局太有远见啦

小神汽同襄遇：少年观智造，初心向未来，东风尽显央企担当

汝卿似浣兮妃：宝马这次真正读懂了中国消费者，把安全、智能、娱乐和个性化完美融合。

观点2

热议代言明星

Wizone卡妙：居然邀请到，一直不参加代言的吴敏霞，蔚来，我已经看到你的未来，也会像世界冠军一样大满贯，荣誉至上！

侯侯命好：#欧拉品牌代言人侯明昊#潮感设计搭配纯电科技，欧拉×品牌代言人@侯明昊 懂得年轻的语言，让出行也能有情绪与风度。

观点3

点赞中国技术

痛快舒畅：好技术就是让大家看得着、摸得到，用得上。

是与非1or0：东风汽车 硬科技[good][good]

王者之狮LionKing：用技术定义安全，用热爱奔赴美好[心]

新车及品牌热议



观点1

看好传统车企的积极转型

萌兔兔2023：奔驰用实力证明自己在电气化时代依然能定义豪华。

小孙的手波日常：大众造增程车，有发动机优势

shawnup：先是奔驰宝马，现在是德国工业协会，德国人拥抱赛力斯

观点2

对新技术与新产品的肯定

有风无风皆自由F：东风汽车加油[good]带领东风系列一起造好车[赞]

我快乐每天天：9系市场有看头，理想率先出牌

应无所住323：点赞所有认真造车的

观点3

点赞车辆外观设计

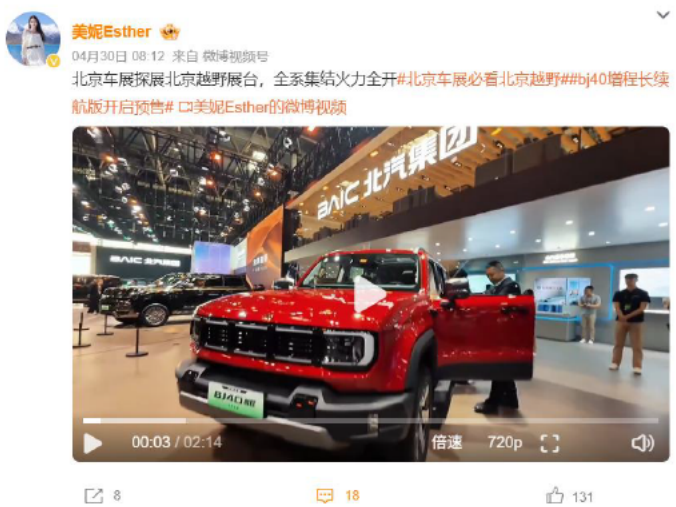
assfdgfgjiv：这辆车完完全全在我的审美上

月lv：配色好好看，质感完全不输合资车

kimi宝贝321：性价比高，跟代言人颜值超配，关键开出去拉风不说还特出片

10 北京越野BJ40增程长续航版，以“通勤+越野”双需求切入


- BJ40增程以“可城可野”的定位成为新能源硬派越野市场的热门车型，2026年北京车展推出的长续航版预售价21.48万元，综合续航达1300公里，兼顾城市通勤与户外越野双重需求。北京车展适逢五一假期，通过与五一出游季结合的营销内容，将户外越野场景具象化，切入消费者心智。




- 晚春航班已取消** 铁粉2: 越野和通勤都能兼顾也太香了
26-4-26 11:03 来自重庆
- 奥利给jjhh** 铁粉1: 超长续航加持，通勤越野出行无焦虑
26-4-26 11:13 来自贵州
- 牛牛牛的一天快乐**: 出门开这车，回头率杠杠的啊
26-4-27 06:20 来自黑龙江



THANK YOU

 400-096-9797

 www.wisers.com.cn

Global Media Monitoring & Analysts
Copyright © 2025 Wisers Information Limited.



慧科讯业Wisers
在线客服



慧科讯业Wisers
官方公众号