

精读 第二届链博会传播影响力报告



2024年11月26日至30日,第二届中国国际供应链促进博览会(以下简称“链博会”)在北京举办。本届链博会以“链接世界,共创未来”为主题,规模达12万平方米,设置了先进制造链、智能汽车链、绿色农业链、清洁能源链、数字科技链、健康生活链等6大链条和供应链服务展区。与首届链博会相比,本届链博会规模更大,国际化程度更高,传播影响力进一步提升。

为持续提升链博会传播质效,助力参展商、采购商等各方共享机遇,链博会主办方中国贸促会对第二届链博会传播情况进行整合分析,发布了《第二届中国国际供应链促进博览会传播影响力报告》。本期《中国贸易报》对该报告的重要内容进行精读,以飨读者。

一、传播概况及特点

报告显示,本届链博会传播呈现出传播热度创新高、传播渠道高规格、传播内容辐射广、舆论评价更热烈、平台价值更凸显等特点。本届链博会延续上一届的传播热度,持续获得各界高度关注,展会预热和集中宣传期间相关信息达19.93万篇/条,较首届链博会增加14.8%,传播效果持续上升。传播渠道实现全媒体覆盖,境内外主流报刊、新闻网站、电视、新媒体等形成传播矩阵,多渠道传播形成合力,增强了传播影响力。央媒、行业媒体、地方媒体从多个维度报道本届链博会,境外媒体报道进一步拓展了境外舆论的传播效果。

舆论普遍认为,链博会的举办正逢其时,为全球供应链稳定运行提供坚实保障,是促进各方加强沟通、深化合作、共谋发展的重要国际经贸平台。链博会的平台价值更加凸显。本届链博会境外参展商占比从首届的26%上升到32%,共有来自69个国家、地区、国际组织的620家中外企业和机构参展,实际参展商超过1000家。据不完全统计,本届链博会共签署合作协议、意向协议210多项,涉及金额1520多亿元,比首届增长1.3%。参展企业现场首发首展首秀91项新产品、新技术、新材料,中国贸促会为参展商和专业观众组织6000余次精准匹配,促成合作意向6700多项。其中,68家企业和机构提前拿到第三届链博会“入场券”。

二、具体传播情况

从传播数据看,本届链博会传播效果突出,数字报刊、电视台等传统媒体,微博、微信、客户端、短视频平台等新兴传播渠道形成合力,主流媒体积极报道,新闻网站、“两微一端”成为传播主力。监测显示,本届链博会信息量较首届明显增长,传播效果持续提升。自2024年10月28日至12月15日,全网相关信息共19.93万条。其中,数字报刊2945篇、网络媒体72408篇、网络视频3374条、论坛博客2536篇、微博44864条、微信19865篇、客户端38358篇、外媒14993篇。网络媒体传播量突出,占比36.32%。微博、微信和客户端等新媒体占比51.72%。

从传播周期看,“集中”“长尾”增强传播效能。本届链博会举办前约一个月,主流媒体纷纷展开预热报道。整个传播周期出现四轮传播高峰,高峰点分别为10月28日、11月28日、12月9日、12月12日。

从传播热词看,充分反映出供应链领域的发展趋势和重点。对全网相关内容进行词频统计发现,除关于展会名称、展区名称的词语传播频次较高外,“链式”“智慧”“科技创新”“新产品”“新技术”“主宾国”“主宾省”“一报告两指数”等也成为颇具影响力的热词。

三、媒体报道情况

央媒报道引领传播,多角度呈现链博会盛况;地方媒体聚焦本地企业,重点报道增强展会强音;行业媒体呈现多样化内容,延伸链博会传播效果;新媒体传播亮点多,短视频提升传播影响力;境外媒体传播质效提升,放大国际影响力。

四、企业商业展传播情况

从链条展区看,传播热度相近,先进制造链成焦点;在百强展商之中,国际展商备受瞩目,国内民企大放异彩;六链一展区各板块报道量前10的参展商均入围前述报道量排名百强名单,从平均报道量来看,数字科技链和智能汽车链排名前10的参展商整体更受关注。

五、主题论坛及配套活动热度

第二届链博会举行了开幕式、贸促智库交流活动暨“一报告两指数”发布会、六链一展区主题活动、中国湖北—匈牙利供应链国际合作对接会等多场次活动。《人民日报》、新华社、总台央视《新闻联播》栏目、《光明日报》《解放军报》《中国青年报》《中国纪检监察报》等中央重点新闻媒体集中报道相关新闻,信息量共18178篇/条,同比上升22.5%。

六、总结点评

(一)本届链博会传播范围更广,舆论评价更高。本届链博会在媒体传播方面取得了显著成效,受到了广泛的关注与报道。据统计,原发报道数量超过2万篇,全景式展现了链博会的独特风采。境外媒体也给予链博会高度关注,纷纷通过采访参展参会企业、机构以及行业研究专家的方式,传递了链博会的现场氛围与感受。这些报道深入剖析了链博会对行业的正面影响力,进一步提升了链博会的国际知名度。同时,境内外舆论高度评价本届链博会的积极意义。中央级媒体《人民日报》、新华社、总台央视等高度评价本届链博会为世界各国构筑起产业互融、创新互促、市场互通的桥梁,肯定本届链博会进一步赋能产业链供应链升级。国际商会秘书长约翰·丹顿也表示,参加链博会不仅能看到产业创新,更能感受到国家与国家、企业与企业之间的协作。

(二)链博会成果亮眼,合作交流“找朋友”成为趋势。一方面,务实成果更多,在展会开幕前,中国贸促会举办专场供需对接会,通过在线平台为参展企业和注册专业观众精准匹配了6000多条需求信息,帮助不少中外企业提前找到合作伙伴。另一方面,合作交流更深,本届链博会共吸引线上线下观众超过20万人次,比首届增加约1/3,其中线下观众超过16万人次,部委和省市代表团、境外代表团均超过100个,高校和科研院所2万余人现场参观和学习交流。本届链博会进一步深化“平台+链”模式,推动参展企业带动供应链上下游“朋友圈”企业一同参展,“找朋友”成为链博会上的热点话题。

(三)首发首秀“链”新意“聚”动能,争先预约“入场券”彰显链博会国际影响力。第二届链博会上,多项新产品新技术迎来首发首秀,比首届增加47%。这一显著增长不仅反映参展企业在技术研发和产品创新方面的强大实力,也体现链博会在推动产业创新升级和促进技术交流方面的积极作用。更为值得一提的是,在2024年11月30日举行的第三届链博会参展签约仪式上,GE医疗、思爱普、马士基、美光科技以及稳健医疗等68家企业和机构已经签署了参展协议,提前锁定了第三届链博会的参展资格。这一积极态势彰显参展企业对链博会的高度认可和期待,也预示着未来链博会在汇聚全球产业资源、促进国际合作与交流方面将发挥更加重要的作用。

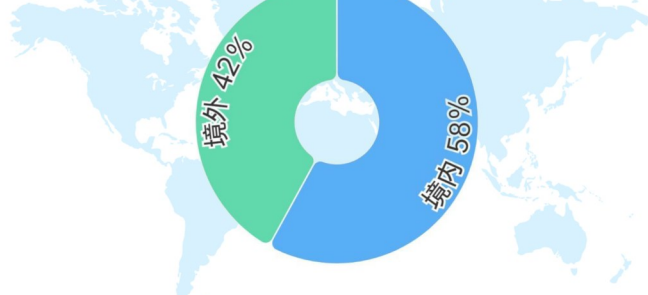
(连晓可 整理)

制图 高志霞

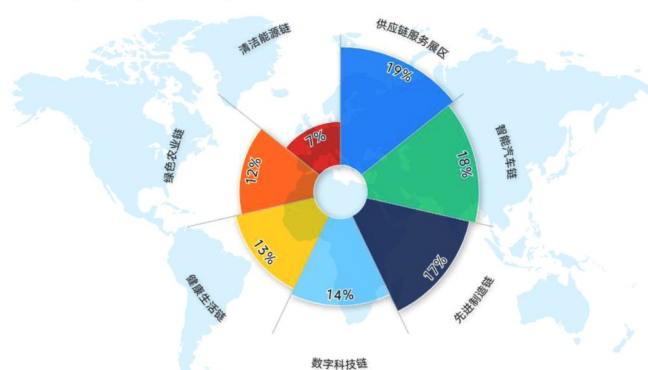
六链一展区相关报道量
(单位:篇/条)



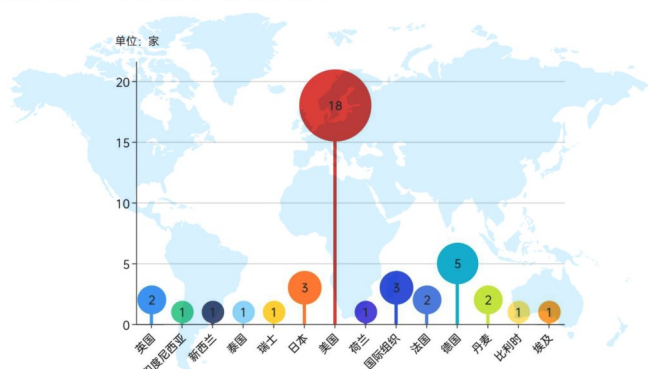
百强展商中境内外占比
(单位:%)



报道量前100名参展商的链条/板块分布



报道量前100位参展商中境外展商分布



链博会主题论坛及相关配套活动热度 TOP10

排名	活动名称	信息量 (篇/条)
1	第二届中国国际供应链促进博览会开幕式	18178
2	贸促智库交流活动暨“一报告两指数”发布会	4366
3	农业贸易政策国际会议	1526
4	中国湖北—匈牙利供应链国际合作对接会	1442
5	智能汽车主题活动	1416
6	先进制造主题活动	1340
7	川渝火锅产业供应链促进活动	1329
8	绿色农业主题活动	1319
9	供应链服务主题活动	1156
10	清洁能源主题活动	1126