

精读第三届链博会传播影响力报告

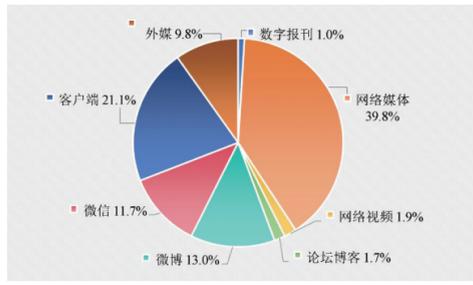
第三届链博会于2025年7月16日至20日在北京举办,这是链博会首次将举办时间提前至夏季。在党中央、国务院坚强领导下,在各方共同努力和大力支持下,第三届链博会简约、务实、精彩,取得了圆满成功。从整体来看,第三届链博会更强调“链式逻辑”,“创新力”“链接度”进一步提升,在前两届成功经验的基础上,通过“线上线下”双轮驱动,利用大数据和人工智能技术,进一步优化企业对接,努力打造起链博会“找朋友”模式的3.0版本。

为进一步强化链博会传播效能、彰显品牌影响力,助力各类主体高效对接、共掘发展潜能,链博会主办方中国贸促会对第三届链博会传播工作进行全面复盘与深度分析,正式发布《第三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》特精读报告核心要点,呈现关键成果,以飨读者。

一、传播概况及特点

第三届链博会延续了第二届的高热度,持续吸引社会各界的广泛关注。在展会预热阶段与集中宣传期间,相关信息量达26.87万篇/条,信息量较第二届链博会增长34.8%,较首届链博会增长54.9%,彰显出链博会传播热度的逐年攀升态势。

从社交媒体平台的实时互动传播,到新闻资讯网站的专业深度解读;从短视频平台的生动形象展示,到搜索引擎的精准信息推送。各个渠道相互配合、协同作战,形成一张严密且高效的信息传播网络。境内新闻网站、“两微一端”和资讯平台成为传播主力,信息传播渠道涵盖中央级媒体、地方媒体、机构网站、资讯平台、论坛博客,以及微信、微博、短视频及各大主流媒体视频号等新媒体。



图：第三届链博会各平台信息占比

本届链博会不仅延续前两届链博会的良好口碑,还呈现出更加积极热烈的舆论反馈。境内外媒体高度评价本届链博会为全球供应链带来的积极意义。《人民日报》发文称,自2023年首届链博会开始,这一全球首个以供应链为主题的国家级展会,是中国为世界提供的又一公共产品;《经济日报》点赞第三届链博会成果丰硕,经过3年探索实践,链博会已经成为中外工商界合作共赢的大舞台;美国《财富》杂志网站称,链博会彰显中国作为全球自由贸易捍卫者的形象,与美国掀起的关税乱象形成鲜明对比;《日经亚洲评论》称,链博会加快推动多链融合与国际合作,彰显中国在重构全球供应链体系中的关键枢纽和引领作用。

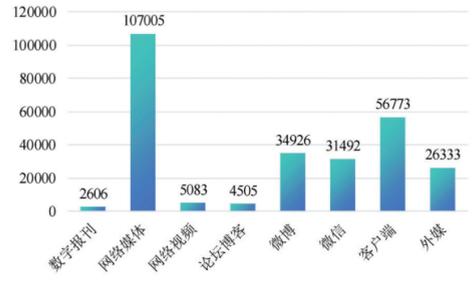
第三届链博会期间,媒体通过电视、网络视频、图文、网络直播等方式,构建起多维立体的传播格局,实现了从信息传递到深度互动的全链条覆盖。如央视《新闻1+1》栏目制作《链博会“链”起怎样的新未来?》特别节目,通过专家访谈和动态数据可视化,分析全球供应链重构趋势;央视《新闻联播》在抖音发布“主播说联播”视频,全方位报道本届链博会“人气特别旺”等。

二、具体传播情况

监测显示,6月15日至7月31日,与链博会相关的信息呈高速增长态势,全网信息量超26.87万条。从传播态势分析,第三届链博会在信息传播方面呈现出展前充分预热、展中热度高涨、展后热度延续的显著特征,链博会相关声音得以广泛传播。从舆论热词看,规模盛、人气旺、国际化特征尽显。

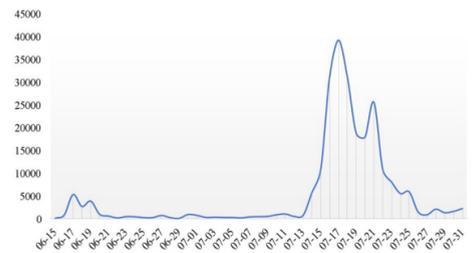
本届链博会的传播成效显著,数字报刊、电视台等传统权威媒体与微博、微信、客户端以及短视频等新兴传播媒介携手并进,共同构建起全方位、多层次的传播矩阵。主流媒体积极投身报道,新闻网站与“两微一端”更是凭借其广泛的覆盖力和强大的影响力,成为本次链博会信息传播的中坚力量。

监测显示,本届展会信息量较2024年明显增长,传播效果逐年提升。6月15日至7月31日,全网相关信息共268723条。其中,数字报刊2606篇,网络媒体107005篇,网络视频5083条,论坛博客4505篇,微博34926条,微信31492篇,客户端56773篇,外媒26333篇。网络媒体传播量突出,占比39.8%。微博、微信和客户端等新媒体共占比45.8%。



图：第三届链博会传播数据(单位:篇/条)

从信息量的变化趋势分析,第三届链博会自筹备以来便备受瞩目,整体展现出高关注度、热点频现且热度持久的特点。2025年6月起,各大主流媒体启动“预热”宣传,舆论关注度自6月17日起显著攀升。纵观整个传播阶段,共形成三轮关注度高峰,具体出现在6月17日、7月17日和7月21日。



图：第三届链博会舆情趋势图(单位:篇)

从媒体报道热词上看,“链博会”及其相近表述如“链博会3.0版本”“第三届链博会”,以及“智能汽车链”“先进制造链”“清洁能源链”等六链一展区,均成为媒体竞相报道的焦点,凸显了链博会在行业内的广泛影响力。



图：传播热词图

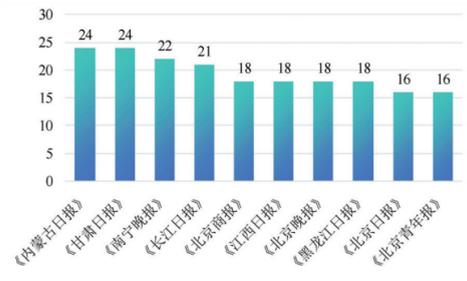
三、媒体报道情况

第三届链博会成为中央级媒体报道的焦点,收获了广泛且深入的关注。众多中央级媒体持续发力,引领传播热潮,展现出发文数量庞大、阅读量可观、转发量众多等特征。



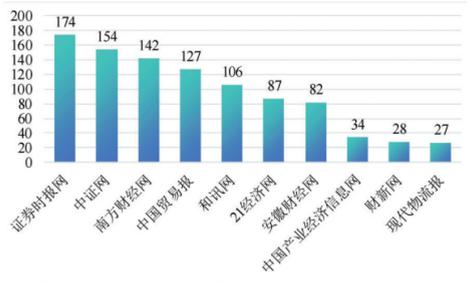
图：中央级媒体报道情况(单位:篇/条)

地方级媒体对链博会相关信息的报道展现出高度积极性。一方面,众多地方级媒体将报道重点放在链博会开幕式以及各大展商的精彩盛况上。另一方面,地方级媒体格外关注本地参展企业的情况。



图：地方报刊信息量TOP10(单位:篇/条)

与第二届展会相比,行业媒体的发稿情况依旧维持着高发布量的态势,达到1302篇/条,同比涨幅达137%。行业媒体凭借自身突出的专业性报道,有力地延伸了链博会的传播效果,助力链博会影响力在更广泛的领域扩散。



图：行业媒体信息量TOP10(单位:篇/条)

第三届链博会举办期间,微博、微信、客户端、短视频等新媒体平台密集发布相关资讯。新媒体平台借助图片、视频等多样化的形式,以高效的可视化表达手段,将链博会各类信息迅速传播至全网,链博会的影响力也进一步扩大。

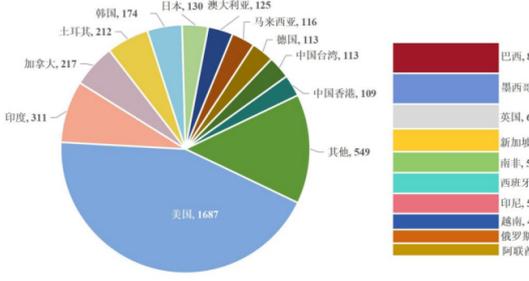
序号	话题	主持人	阅读量
1	#举办链博会展现了担当彰显了能力#	央视新闻	3161.7万
2	#链博会#	——	1201.9万
3	#今年链博会国际范更足了#	央视网	1149万
4	#黄仁勋说第一次用中文演讲很紧张#	中国新闻网	784.3万
5	#中国国际供应链促进博览会#	中国贸易报	769.7万
6	#链博传奇#	中国新闻网	599.7万
7	#产业链上的山东好品牌#	闪电新闻	485.6万
8	#英伟达首次参展链博会#	北京日报	354.9万
9	#第三届链博会#	中国国际商会	313.8万
10	#近50家江苏企业亮相第三届链博会#	江苏新闻	286.1万
11	#第3届链博会#	央视新闻	247.4万
12	#打卡链博会#	中国贸易报	163.7万
13	#链博会2025#	——	143万
14	#黄仁勋穿唐装亮相链博会#	中国新闻网	125万
15	#黄仁勋首次中文演讲#	中国新闻网	115.7万
16	#第三届链博会参展商将达1200家#	央视财经	111.5万
17	#将供应链打造为真正的共赢链#	央视新闻	101.6万
18	#黄仁勋称杭州是中国的硅谷#	新浪科技	35.1万
19	#ai上链博会#	——	25.1万
20	#一图了解第三届链博会有哪些亮点#	中国新闻网	18万

表：微博平台高热话题TOP20

媒体客户端	文章标题	阅读量
新华网客户端	新华全媒+ 扬“链”上之帆,奏共赢乐章——第三届中国国际供应链促进博览会如约启幕	112.8万
新华网客户端	创新潮涌链博会	76万
央广网客户端	九号电动车在链博会上有多火? 工作人员接待不过来、观展商排起小长队	74.4万
新华网客户端	诺和诺德三度亮相链博会:以“链”会友,共筑医药行业可持续发展新生态	72.9万
央广网客户端	当“皮衣哥”黄仁勋穿上唐装	71.7万
央广网客户端	黄仁勋身着唐装链博会演讲:中国开源AI是推动全球进步的催化剂	69.5万
央广网客户端	第三届链博会开幕! 境外展商占比达35%、首创创新链专区	69.2万
新华网客户端	新华全媒+ 第三届链博会开幕	67.1万
新华网客户端	何立峰出席第三届中国国际供应链促进博览会开幕式指出中国将做全球产业链供应链互利共赢的推动者	63.3万
央广网客户端	黄仁勋:下一波浪潮将是物理AI	62.6万
新华网客户端	探访第三届中国国际供应链促进博览会现场	62.5万
新华网客户端	“朋友圈”越来越大 广东供应链彰显强大韧性和活力	58.5万
新华网客户端	新华解码 链博会是个什么会? 如何“链”起你我他?	53.8万

表：客户端平台高热文章

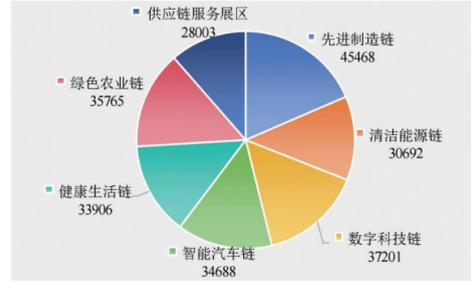
第三届链博会举办期间,境外参展企业数量的显著增加,鲜明地展现了全球市场对中国供应链体系及中国市场本身所蕴含的巨大潜力与稳定性的信心持续攀升。110个国家/地区的4363家媒体发布有关第三届链博会的报道,包括美国彭博社、美联社、英国路透社、法新社等。



图：各个国家/地区参与报道第三届链博会的媒体总数(家) 该图表仅出示参与报道的媒体总数不低于30家的国家/地区

四、企业商业展传播情况

第三届中国国际供应链促进博览会设置了先进制造链、清洁能源链、智能汽车链、数字科技链、健康生活链、绿色农业链等6大产业链和供应链服务展区。与前两届链博会相比,本届链博会“朋友圈”不断扩大、“国际范”更更更足,既彰显各国工商界人士维护产业链供应链稳定的共同诉求,也体现了中国强化全球产业链韧性、凝聚合作共识、推进高水平对外开放的诚意和决心。



图：六链一展区相关报道量(单位:篇/条)

先进制造链绘制科技宏图。第三届链博会期间,先进制造链展区吸睛十足,吸引专业观众、国际企业与媒体齐聚,共话产业升级。先进制造链相关信息45468篇/条。

清洁能源链展现前所未有的活力与潜力。清洁能源链展区展示了清洁能源从供给到消纳的全周期产业链,聚焦光伏、风电、储能、氢能、智能电网、传统能源低碳化及零碳园区的新技术、新产品等。清洁能源链相关内容信息量达30692篇/条。

智能汽车链揭秘未来出行革命。在第三届链博会智能汽车链展区,30余家企业和机构集中展示产业链上中下游的关键技术和产品,生动呈现产业协同创新发展的故事。智能汽车链相关信息量共计34688篇/条。

数字科技链将科技创新具象化。数字科技链相关信息达37201篇/条,信息量同比增长8.6%。人工智能是今年数字科技链展馆的核心主题,馆里的“科技味”格外浓郁,宇树科技、脑机接口和群核科技获得舆论广泛关注,展区聚集了机器人、脑机接口等领域的前沿科技。

健康生活链“链”上健康生活。健康生活链相关信息量达33906篇/条,同比增加7%。健康生活链展区吸引了100余家企业参展,以岭药业、广药集团、赛诺菲、GE医疗、稳健医疗等多家医药健康领域头部企业齐聚,围绕理论突破、科研创新、产业实践、国际化发展等多元主题。

绿色农业链“全链协同”绘就农业新画卷。第三届链博会绿色农业链同样获得舆论广泛关注,相关信息达35765篇/条。绿色农业链展区,参展农业企业超70家,展示了从“田园”到“餐桌”的农业全产业链条。从种子、肥料、种植、养殖到加工、制作。

供应链服务企业是链博会“舞台”展新品。供应链服务展区相关报道共28003篇/条。在本届链博会供应链服务展区中,很多企业展示在物流贸易、智能仓储、国际商贸、供应链运营及跨境金融等领域的新成果,为供应链合作注入新活力。

五、主题论坛及配套活动热度

第三届链博会举行了开幕式、各链条主题活动、上合组织工商论坛、中国(山东)·泰国主题活动暨供应链国际合作推介洽谈会、2025湖北省人形机器人产业链对接会等多场活动。《人民日报》、新华社、中央广播电视总台、《光明日报》、《经济日报》、《法治日报》、《中国青年报》、《科技日报》、《中国纪检监察报》等中央重点新闻媒体集中报道相关新闻。

日期	活动名称	信息量(篇/条)
2025/7/16	第三届中国国际供应链促进博览会开幕式	27437
2025/7/17	先进制造主题活动	2367
2025/7/18	健康生活主题活动	2303
2025/7/16	“投资四川”国际供应链合作大会	2149
2025/7/17	上合组织工商论坛	1852
2025/7/16	2025湖北省人形机器人产业链对接会	1009
2025/7/16	清洁能源主题活动	929
2025/7/16	“粤链粤强,链领全球”广东省国际供应链合作大会	910
2025/7/16	中国(山东)·泰国主题活动暨供应链国际合作推介洽谈会	841
2025/7/17	“可持续市场倡议”中国论坛(受邀参加)	772

表：链博会主题论坛及相关配套活动热度TOP10

六、总结点评

1. 信息量同比增长34.8%,境内外媒体共塑国际影响力

本届链博会在媒体传播层面取得了更为突出的成效,报道总量较前两届显著增长,同比增长34.8%。在传播格局中,以《人民日报》、新华社、中央广播电视总台三大中央权威媒体为引领,带动超过100家主流媒体对链博会进行了全面且深入的报道,形成了强大的主流舆论声势。

2. 国际化水平创新高,“朋友圈”不断扩大

本届链博会国际化水平再创新高,境外参展商占比从上届的32%上升到35%,一大批知名跨国公司首次登上链博会舞台,170多个境外组团前来观展,现场洽谈合作气氛热烈。美国参展企业数量较上届增长15%,继续位列境外参展商数量之首。

3. 首发站与创新链专区联动,共绘全球供应链创新蓝图

本届链博会精心打造的“链博首发站”与“创新链专区”两大特色板块,吸引了全球供应链领域的众多新产品、新工艺、新场景及新生态在此集中亮相,生动展示供应链深度协作如何给人类带来更美好的生活。

4. 跨国企业盛赞本届链博会,供应链合作标杆作用凸显

作为全球首个以供应链为主题的国家级展会,链博会不仅是一个展示供应链领域最新成果的窗口,更扮演着促进国际供应链合作的关键桥梁角色。签约企业普遍认为,经过三年的精心培育,链博会国际化水平不断提升,影响力持续增强,已经成为举世瞩目的国际经贸盛会和全球共享的国际公共产品。

(本报记者 钱颜 整理)