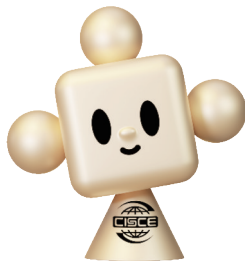


精读首届链博会传播影响力报告



2023年11月28日至12月2日,首届中国国际供应链促进博览会(以下简称“链博会”)在北京成功举行。首届链博会以“链接世界,共创未来”为主题,邀请来自55个国家和地区的上百家全球知名跨国企业参展参会,国际参展商比例达26%。国务院总理李强出席首届中国国际供应链促进博览会开幕式暨全球供应链创新发展论坛时表示,中国国际供应链促进博览会是全球第一个以供应链为主题的国家级展会。中国举办链博会,就是为了顺应时代呼唤,创造一个促进各方加强沟通、深化合作、共谋发展的国际化平台。

为持续提升链博会传播质效,助力参展观展各方共享机遇,中国贸促会对首届链博会传播情况进行整合分析,发布了《首届中国国际供应链促进博览会传播影响力报告》。《中国贸易报》对报告重要内容进行精读,以飨读者。

一、传播概况及特点

链博会举办的五天时间里,来自国内外的政要、专家学者、企业负责人等畅所欲言,515家中外企业和机构参展,观展人数达到15万人次。论坛、展览、配

套活动圆满完成,取得丰硕成果。据不完全统计,本届链博会共签署合作协议、意向协议200多项,涉及金额达1500多亿元。舆论普遍认为,首届链博会是一

届高标准、高质量、高水平的全球经贸盛会,真正让供应链成为国际合作的“共赢链”。国际人士也纷纷表示,首届链博会具有开创意义,传递出中国将更深层

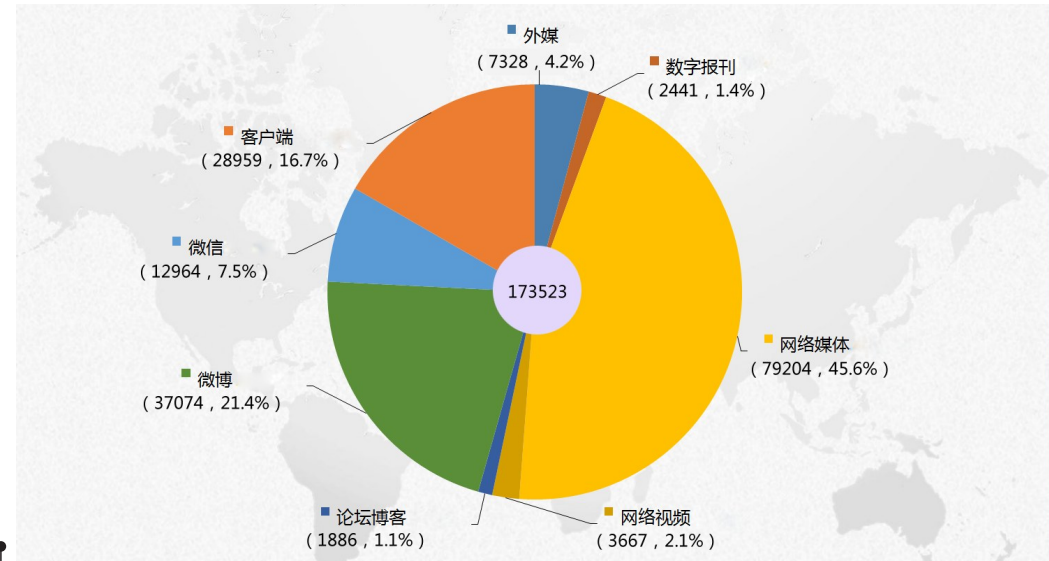
次参与构建全球产业链供应链体系的信号。报告显示,首届链博会传播热度高、舆论声量强、影响范围广、评价反响好,实现了参展企业报道全覆盖。

三、媒体报道情况

纸媒网媒方面,专业视角聚焦链博,权威发布引导舆论;视频媒体方面,传统视频权威发声,短视频传播量突出;地方媒体方面,集中关注本地展商,丰富链博传播内容;行业

媒体方面,聚焦垂直领域发展,深度展现链博价值;新媒体方面,热搜话题贯穿全程,掀起链博关注热潮;境外媒体方面,声势浩大反响热烈,聚焦中外产业合作。

二、具体传播情况



链博会各平台信息数量(单位:篇/条,时段:11月20日-12月15日)、占比(%)



链博会热点词云

传播数据:权威网媒领衔传播,新媒体影响力突出

2023年11月20日至12月15日,全网(境内外)相关信息共173523篇/条。其中,数字报刊2441篇,网络媒体79204篇,网络视频3667条,论坛博客1886篇,微博37074条,微信12964篇,客户端28959篇,外媒7328篇。网络媒体

传播量突出,占比45.6%。微博、微信和客户端等新媒体共占比45.6%。

传播周期:信息三大传播周期,“链博声音”持续释放

在链博会信息集中宣传期间(2023年11月20日至12月15日),“链博声音”广泛传播,总体传播节奏错落有致。展前把握重要节点,

预热宣传效果明显;展会期间主流媒体集中宣传,热度达到高潮;展后评论总结性信息不断释放,链博热度长久保持。分阶段看,链博会相关信息传播分为“预热期”“高热期”和“平稳期”三个阶段。

传播热词:举办意义获得肯定,链博成果赢得赞赏

从媒体报道和相关讨论看,“合

作共赢”“合作链”“共赢链”“链通世界”高频出现,折射出舆论对链博会的关注和肯定。“1500多亿元”“合作协议”“意向协议”等高热词语,反映出舆论对本届链博会丰硕成果的关注度。“绿色化”“国际化”“高标准”被高频提及,反映出舆论对本届链博会展商展品、筹办情况的高度肯定。

四、企业商业展传播情况

首届链博会设置了智能汽车链、绿色农业链、清洁能源链、数字科技链、健康生活链等5大链条和

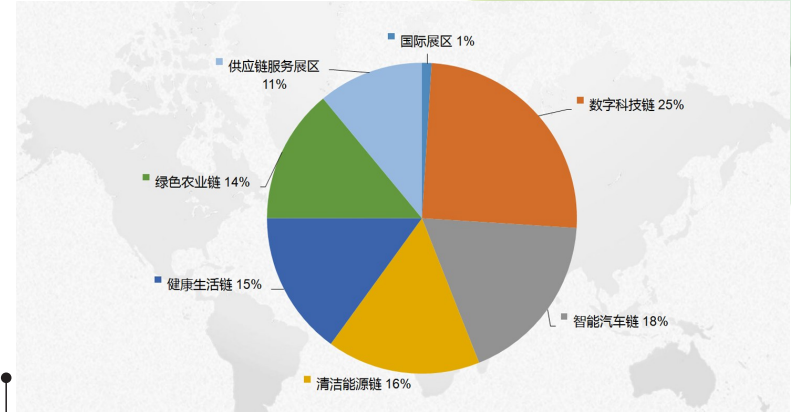
供应链服务展区,产业链供应链智能化、绿色化趋势备受关注。同时,报道量排名靠前的展商中,外资展

商数量占比较高,民营企业相关传播指标亦表现突出。在十强展商

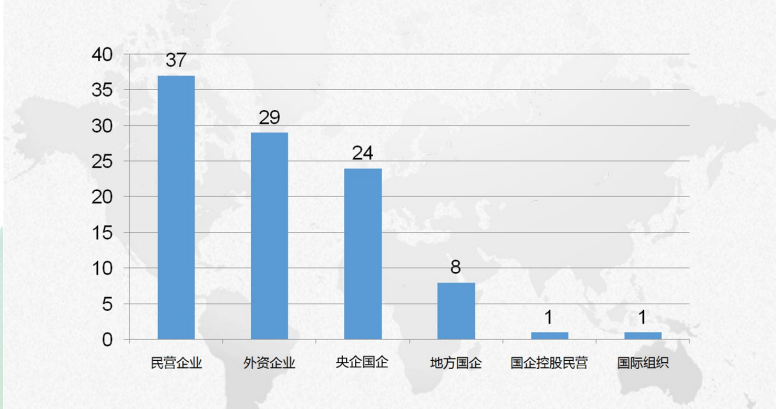
中,跨国龙头齐亮相,“智能”“数字”频提及。



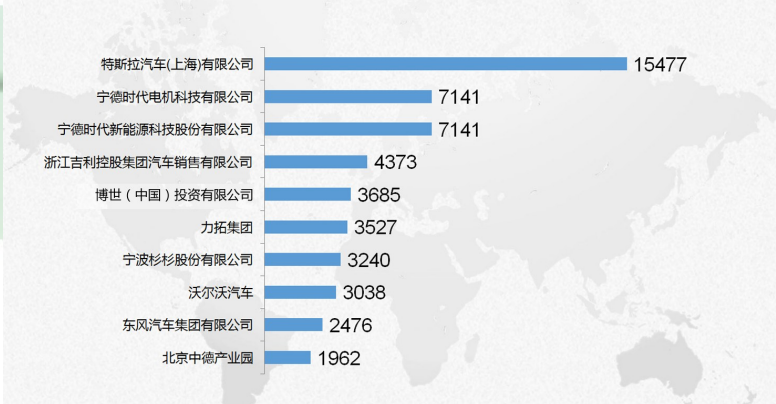
五链一展区相关报道量(单位:篇/条)



报道量前100名参展商的链条/板块分布



信息量前100名参展商的企业类型分布(单位:个)



智能汽车链报道量前10名参展商(单位:篇/次)

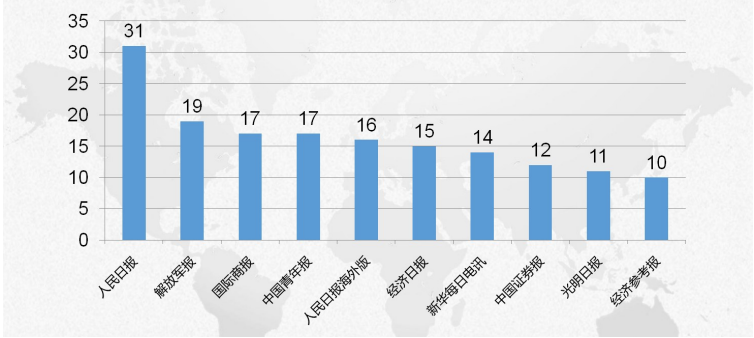
五、主题论坛及配套活动热度

首届链博会举办了开幕式暨全球供应链创新发展论坛、主题论坛等多场活动。11月28日,国务院总理李强出席链博会开幕式暨全球供应链创新发展论坛,并发表主旨演讲。《人民日报》、新华社、总台央视《新闻联播》、《光明日报》

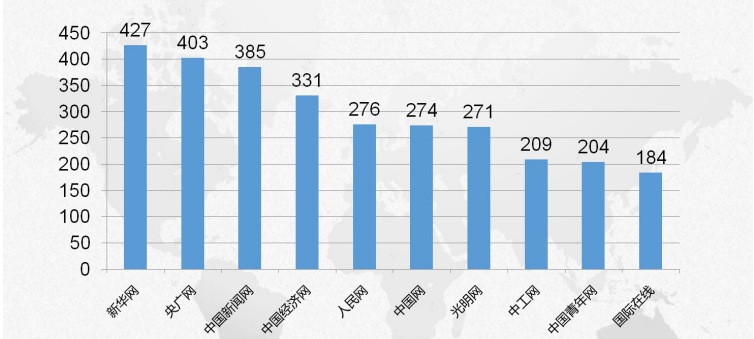
《科技日报》《农民日报》等中央重点新闻媒体集中报道相关新闻,信息量共14835篇/条。论坛上发布的《全球产业链供应链互联互通北京倡议》也获得舆论普遍关注,“北京倡议”“链博智慧”成为媒体报道热词。

排名	活动名称	信息量(篇/条)
1	首届链博会开幕式暨全球供应链创新发展论坛	14835
2	贸促智库论坛暨《全球供应链促进报告》发布会	5711
3	2023京津冀产业链供应链大会	4380
4	绿色农业专题论坛	2318
5	智能汽车专题论坛	1957
6	跨国公司在中国/全球绿色供应链创新实践圆桌对话	1454
7	数字科技专题论坛	1129
8	中国(四川)清洁能源国际推广大会	1105
9	健康生活专题论坛	1097
10	清洁能源专题论坛	1061

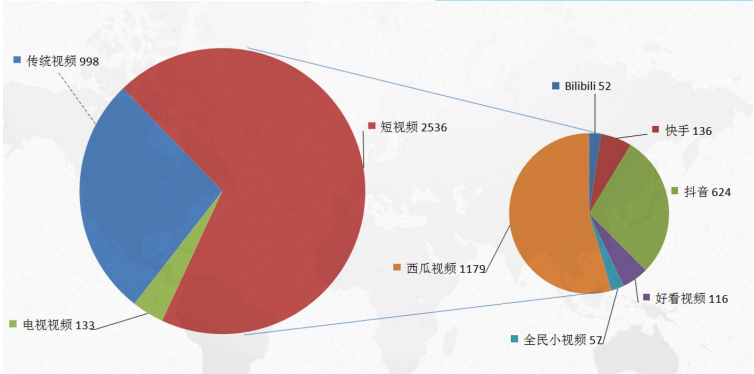
链博会主题论坛及相关配套活动热度TOP10



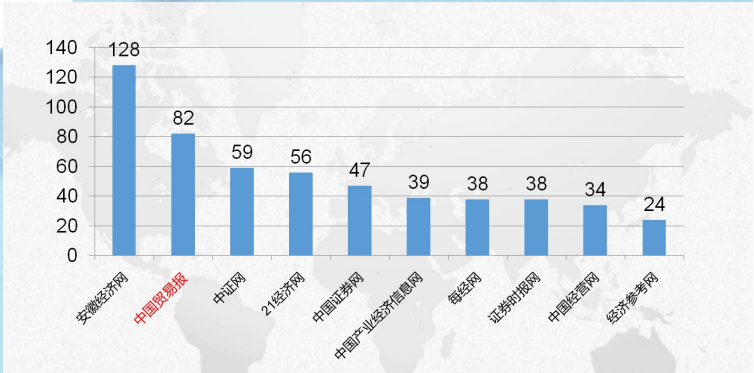
中央级报刊报道情况TOP10(单位:篇/条)



中央新闻网站报道情况TOP10(单位:篇/条)



链博会视频平台传播量(单位:篇/条)



行业媒体信息量TOP10(单位:篇/条)

序号	微博话题	阅读量(万)	热搜榜最高排名
1	#首届链博会让中外企业共享新机遇#	8349.7	第三位
2	#链博会有些什么#	8239.2	第三位
3	#国之重器背后的中国链#	6662.7	第三位
4	#微观链博会#	5991.7	第三位
5	#第一届中国国际供应链促进博览会#	5680	第三位
6	#链博会为国际经贸发展贡献链博智慧#	5340.9	第三位
7	#首届链博会#	5216.4	——
8	#链博会展商开始预约下一届展位了#	3932.2	第三位
9	#举办链博会展现了担当彰显了能力#	3147.9	第三位
10	#链博会展示花式发电方法#	983.5	第三位

微博平台高热话题TOP10

六、总结点评

从首届链博会的传播效果看,高层级、高热度、高专业性等特点突出,充分体现了链博会的平台作用,展会不仅为各展商展品增强传播影响力提供了良机,还有助于全球贸易走出低迷,获得国内国际舆论一致好评。报告梳理总结相关传播经验如下:

一是主流媒体积极引领,传播矩阵形成合力。在首届链博会的宣传过程中,媒体矩阵传播效果突出。主流媒体通过完整、专业的报道矩阵,在不同平台发布不同的内容,将链博会盛况多角度展现出来,增强了链博会影响力。

二是央地媒体合作加深,链博影响大幅提升。链博会十分重视

相关论坛和配套活动的宣传与传播,积极寻求与各级媒体、互联网平台建立合作关系,帮助公众通过链博会的主题论坛和配套活动,进一步了解我国产业链供应链的发展现状为发展方向。

三是传播内容丰富多元,赋能话题强势“出圈”。链博会主办方在传播内容方面不断发力,除链博会现场盛况、参展企业、签约情况等宣传外,也通过主题论坛及配套活动结合公众关心的热点话题开展宣传。链博会还通过企业辅助宣传、专家观点呈现等方式提升传播效果,强化相关会议活动的影响力,实现相关会议活动“破圈”传播。

本版制图:耿晓倩