第二届中国国际供应链促进博览会
传播影响力报告

目录

一、传播概况及特点 3
（一）传播热度创新高 3
（二）传播渠道高规格 3
（三）传播内容辐射广 4
（四）舆论评价更热烈 4
（五）平台价值更凸显 5
二、具体传播情况 6
（一）传播数据：“网媒”“两微一端”推高传播影响力 6
（二）传播周期：“集中”“长尾”增强传播效能 8
（三）传播热词：“链式”“智慧”成为高频词语 13
三、媒体报道情况 13
（一）央媒报道引领传播，多角度呈现展会盛况 13
（二）地方媒体聚焦本地企业，重点报道增强展会强音 19
（三）行业媒体呈现多样化内容，延伸展会传播效果 22
（四）新媒体传播亮点多，短视频提升传播影响力 23
（五）境外媒体传播质效提升，放大国际影响力 28
四、企业商业展传播情况..... 32
（一）链条展区：传播热度相近，先进制造链成焦点 33
（二）百强展商：国际展商备受瞩目，国内民企大放异彩 38
（三）十强展商：跨国龙头齐聚，共话“智能汽车”与“数字科技”新未来 48
五、主题论坛及配套活动热度..... 58
六、总结点评 71

2024年11月26日—11月30日，第二届中国国际供应链促进博览会（以下简称“链博会”）举行。以“链接世界，共创未来”为主题，展览展示面积12万平方米，设置先进制造链、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。国家副主席韩正在北京出席开幕式并致辞，韩正提出三点倡议：一是深化分工协作，推动全球产业链供应链互利共赢；二是突出创新引领，推动全球产业链供应链优化升级；三是实现可持续发展，推动全球产业链供应链绿色转型。11月25日，国务院总理李强在北京同第二届链博会参展参会企业代表座谈。李强表示，希望广大企业做全球产供链的坚定维护者和积极建设者，继续坚定支持经济全球化，在产供链创新合作、绿色转型方面下更大功夫，携手打造更加富有活力、韧性和效率的全球产供链，实现企业更好发展，助力各国共同繁荣。

与首届链博会相比，本届链博会更具规模，国际化程度更高。境外参展商占比从首届的26%上升到32%，涉及69个国家、地区、国际组织的620家中外企业和机构参展。加上参展商带来的400多家产业链上下游合作伙伴，实际参展商超过1000家。同时，第二届链博会实现了促进上中下游衔接、大中小企业融通、产学研用协同、中外企业互动的目标，构筑起推动产业互融、创新互促、市场互通的平台和桥梁。

据不完全统计，第二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，比首届增加1.3%。从整体来看，第二届链博会是一场凸显“链式”思维、展现中国智慧的盛会。此外，“找朋友”成为第二届链博会上的热点话题。第二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中下游朋友圈企业一同参展获境内外媒体一致肯定。

一、传播概况及特点

（一）传播热度创新高

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 19.93 万篇/条**，较上届展会增加 **14.8%**，传播效果持续提升。境内主流媒体充分报道本届展会盛况、展期活动、展商展品亮点；微博、微信、客户端、抖音、快手等境内社交媒体以及短视频平台形成立体化宣传格局，使得链博会亮点内容得到充分展现，多个话题登上热搜榜单，阅读量过亿次。境外媒体方面，本届展会外媒报道量也显著增长，相关境外媒体报道量同比增长超过 **104%**。

（二）传播渠道高规格

传播渠道高规格，实现“全媒体”覆盖。境内新闻网站与“两微一端”成为传播主力。涵盖中央级媒体、地方媒体、机构网站、资讯平台、论坛博客等近 **3412** 家媒体或账号。超过 **4.5** 万家微信、微博、短视频及各大主流媒体视频号等新媒体关注本届展会，延伸传播热度。境外主流媒体彭博社、美联社、路透社等就第二届链博会发布相关报道近 **1.5** 万篇，覆盖 **20** 余种语言、**93** 个国家/地区、**2889** 家媒体。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。

（三）传播内容辐射广

本届链博会受到境内媒体《人民日报》、新华社、中央广播电视总台等**三大央媒**为引领的 **100** 多家主流媒体以及“两微一端”、短视频、中长视频等自媒体平台多渠道全方位报道，撬动上亿的传播流量，超过 **2** 万多篇原发报道，全景展现链博会风采，行业媒体/协会从多个维度，通过“采访+对话+探展”等形式，报道本届展会，对行业趋势做出独到分析和解读，扩大本届链博会的社会影响力。境外美联社、英国路透社、西班牙埃菲社等国际主流媒体以及 Facebook、YouTube、X 等自媒体密集报道，通过采访参展参会企业、机构，以及行业研究专家的方式，传递链博会的现场感受，剖析其对行业的正面影响力，累计触达近 **279** 亿人次[1]，单日最高发稿量达 **1192** 篇，进一步拓展了境外舆论的传播效果。

（四）舆论评价更热烈

本届链博会正逢其时，为全球供应链稳定运行提供坚实保障，成为各方高度关注的焦点。境内媒体积极关注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，本届链博会延续“链接世界，共创未来”主题，为世界各国构筑起产业互融、创新互促、市场互通的桥梁。**中国经济网、央广网**等多家媒体引述中国贸促会会长任鸿斌观点称，与首

[1]触达量指监测到的媒体所发报道的受众触达人数，该数据来自环球舆情专业外媒大数据监测系统。

届链博会相比，本届链博会具有国际化水平更高、互动合作更深入、创新引领更加突出的三个鲜明特点。**《中国青年报》**文章认为，与一般展会重在展示商品和服务不同，链博会更加注重促进产业合作和技术创新。这是为世界提供的“中国方案”。**《经济参考报》**发文指出，中国是全球产业链供应链合作的参与者、受益者，也是坚定的维护者、推动者。链博会正是促进各方加强沟通、深化合作、共谋发展的重要国际平台。链博会突出一个“链”字。此次展会不仅集中展示新技术、新产品和新服务，还充分展现各行业上下游关键环节的紧密协作与深度融合，彰显供应链生态“你中有我、我中有你”的独特优势。境外媒体传播中国主张，高频援引中国领导人相关发言，反复提到中国“反对脱钩断链”“推进高水平对外开放”。多家外媒称赞本届链博会进一步赋能产业链供应链升级。**古巴拉美通讯社**等媒体直接称中国是全球产业链的忠实参与者、受益者、维护者和建设者，为全球经济增长作出了重大贡献。**俄罗斯卫星通讯社**等外媒提到，外商对中国经济充满信心，强调中国市场潜力巨大，全球供应链合作紧密，互利共赢。

（五）平台价值更凸显

本届链博会共有涉及69个国家、地区、国际组织的620家中外企业和机构参展，境外参展商占比从首届的26%上升

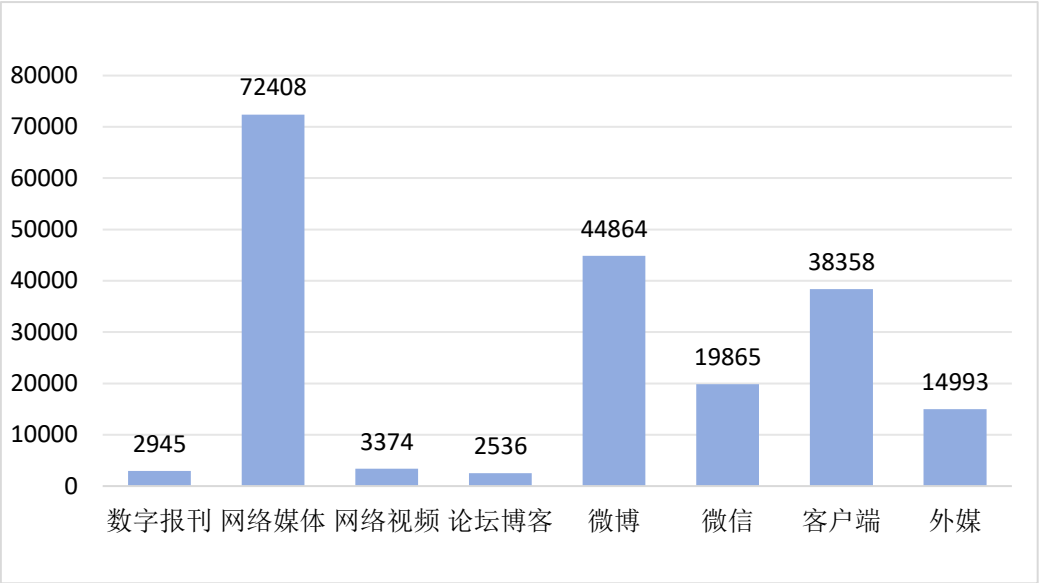
到32%，世界500强和行业龙头企业占比超过60％。参展企业现场首发首展首秀91项新产品、新技术、新材料，比首届链博会增加47%。中国贸促会为参展商和专业观众组织6000余次精准匹配，促成合作意向6700多项。据不完全统计，本届链博会共签署合作协议、意向协议210多项，涉及金额1520多亿元人民币，比首届增加1.3%。包括GE医疗、思爱普、马士基、美光、稳健医疗等68家企业和机构签署参展协议，提前拿到第三届链博会“入场券”。

二、具体传播情况

监测显示，10月28日至12月15日，与链博会相关的信息呈高速增长态势，全网信息量超19.9万条。从传播趋势看，展前预热、展中高热、展后长尾效应特点明显，“链博声音”广泛传播。从舆论热词看，“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”等词获较多关注。

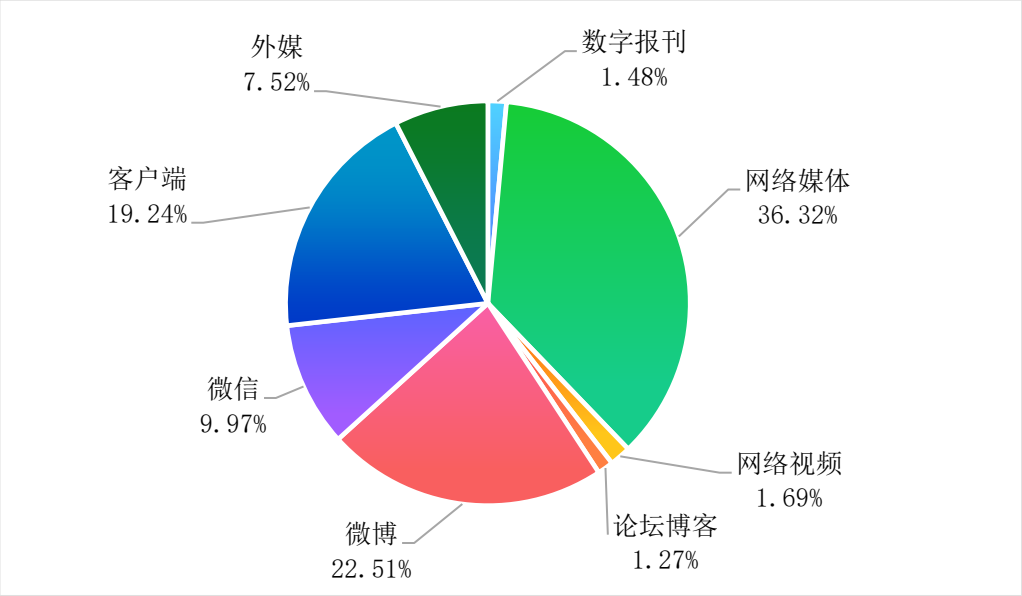
（一）传播数据：“网媒”“两微一端”推高传播影响力

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。



图：第二届链博会传播数据（单位：篇/条）

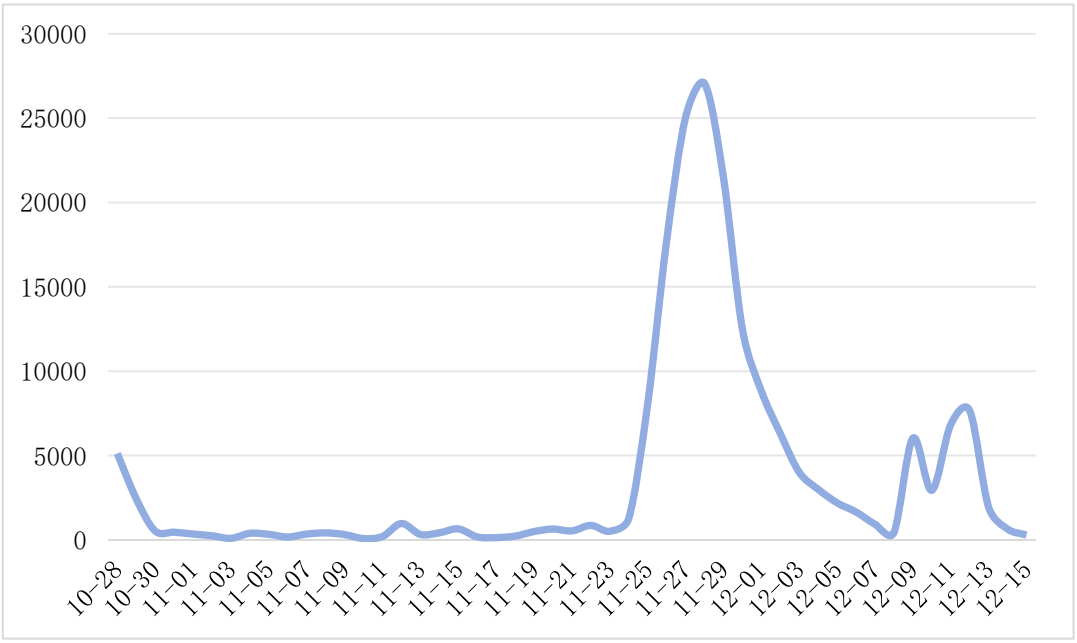
监测显示，本届展会信息量较首届明显增长，传播效果持续提升。10 月 28 日至 12 月 15 日，全网相关信息共 199343 条。其中，数字报刊 2945 篇，网络媒体 72408 篇，网络视频 3374 条，论坛博客 2536 篇，微博 44864 条，微信 19865 篇，客户端 38358 篇，外媒 14993 篇。网络媒体传播量突出，占比 36.32%。微博、微信和客户端等新媒体共占比 51.72%。



图：第二届链博会各平台信息占比

（二）传播周期：“集中”“长尾”增强传播效能

本次展会正式举办前约一个月左右，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。



图：第二届链博会舆情趋势图

10 月 28 日，国务院新闻办公室举行新闻发布会，中国国际贸易促进委员会副会长张少刚在会上介绍第二届链博会筹备情况。他表示，在展台分布和展区设置上，本届链博会更加突出“链式”思维，全流程展示各链条上中下游重点环节，推动大中小企业聚链成群、优势互补。中国国际贸易促进委员会副会长于健龙在会上介绍，本届链博会首次设置主宾国和主宾省，“主宾国遇见主宾省”将成为本届链博会的一大看点。新华社、中央广播电视总台、人民网、中国新闻网、中国青年网、央广网等主流媒体以题为《第二届链博会将于 11 月在京举行》《第二届链博会规模升级：展位供不应求，观展人数预期突破首届》《第二届链博会境外参展商占比上升到 32% 将首发首展首秀 70 多项产品》《中国贸促会：促进发展中国家和新兴经济体深度融入全球供应链》等对本届展会筹备情况、展会亮点、展商数量、参展产品进行解读，提高了展会期待值。

图：媒体报道截图

11 月 28 日，信息最为集中，主流媒体特别是《人民日报》、新华社、中央广播电视总台、《科技日报》《中国日报》等央媒以《以“链”为媒 向“新”而行（走进链博会）》《在第二届链博会清洁能源主题活动中，专家表示——清洁能源展现出前所未有的活力和潜力》《新华全媒+丨先进制造链引领新质生产 探访链博会先进制造链展区》《第二届链博会“链”出开放合作新机遇》等为题探秘各大展区及展会亮点，报道各大企业首发首秀及相关主题活动、本届展会释放的信号，关注各省企业参展情况、活动及本届展会意义，有力提升会期传播效能。

要闻 6

人民日报

以“链”为媒 向“新”而行

走进链博会

2

要闻

科技日报

走进链博会

在第二届链博会清洁能源主题活动中，专家表示——

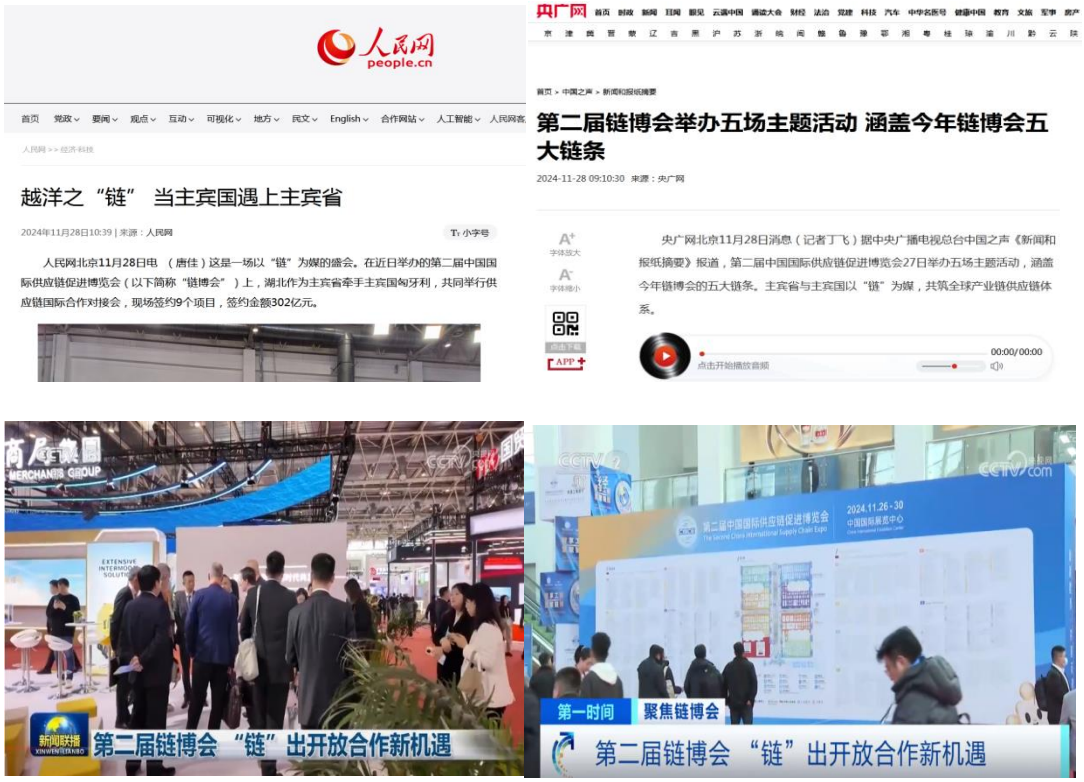
清洁能源展现出前所未有的活力和潜力

先进制造链展区秀出制造业科技含“新”量

我科研团队成功实现像素“分割”成像

建设可信数据空间，打造新型数据基础设施

让医疗数据跨机构、跨区域互通共享



图：媒体报道截图

12 月 9 日，总结评论性、深度报道持续，展商自有新媒体继续关注链博会消息，相关新闻被多渠道积极转发，促进本届展会出现“长尾效应”。《人民日报海外版》发文《中国是全球产供链“稳定器”》，《经济参考报》发文《“链”上合作 央国企聚力“链”接世界》获得央广网、央视网、中国新闻网、中国经济网、光明网等媒体大量转发。微博认证为“松下集团代表董事全球副总裁”本间哲朗发表第二届链博会相关博文经众多网民转发，引发舆论关注。

图：媒体报道截图

12 月 12 日，新华社报道《奋力打开改革发展新天地》中提到第二届链博会，称“通过参加链博会，中外企业和机构相互奔赴、彼此成就，拓展了合作共赢发展新空间”，引发广泛转载，延伸本届展会热度。整体来看，本次展会实现长效传播，各级各类媒体报道形成了合力，集中传播与连续传播呼应，多角度呈现展会的价值与成果。

（三）传播热词：“链式”“智慧”成为高频词语

本届展会的传播热词，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。

图：传播热词图

三、媒体报道情况

（一）央媒报道引领传播，多角度呈现展会盛况

央媒多角度呈现展会现场盛况，关注本届展会意义、亮点、释放的积极信号以及会期成果，相关报道引领传播。《人民日报》、新华社、中央广播电视总台、《中国青年报》《经济日报》等主流媒体积极报道，社会各界充分认可链博会作用。

《中国青年报》本届链博会期间共发表 71 篇报道，是刊发文章最多的中央级媒体。文章《增链强链 链博会更显“国际范儿”》称，本届链博会彰显出中国已成为全球产业链供应链不可或缺的组成部分，并且还在不断提升自身的全球影响力。**《人民政协报》《新华每日电讯》《人民日报》《经济日报》**发文超 20 篇，分别在头版、2 版等重要版面刊载报道。其中，**《人民日报》**刊文《以“链”为媒 向“新”而行（走进链博会）》《第二届中国国际供应链促进博览会在北京举行——产业互融 创新互促 市场互通》报道本届链博会的各大展区及本届展会意义，称科技创新是展区最大特点，本届链博会延续“链接世界，共创未来”主题，为世界各国构筑起产业互融、创新互促、市场互通的桥梁。此外，《人民日报》还刊载中国贸促会党组书记、会长任鸿斌署名文章《推动产业链供应链国际合作》，以及与第二届链博会相关的文章《以“链”为媒 携手同行》《链博会，拓展共赢发展新空间（新时代画卷）》《携手构建更加紧密的全球产供链伙伴关系》《供应链服务推动合作更加紧密（走进链博会）》《韩正出席第二届中国国际供应链促进博览会开幕式并致辞》《李强同第二届中国国际供应链促进博览会参展参会企业代表座谈》等重要报道，引领舆论。

图：《新闻联播》报道“国务院总理李强在北京同第二届链博会参展参会企业代表座谈”截图

综合 10

人民日报

寒潮来袭，记者入户探访山西晋太原市农村居民

用上清洁电　取暖更方便

今冬明春供暖季能源供需总体平衡

可减排二氧化碳1350.8万吨

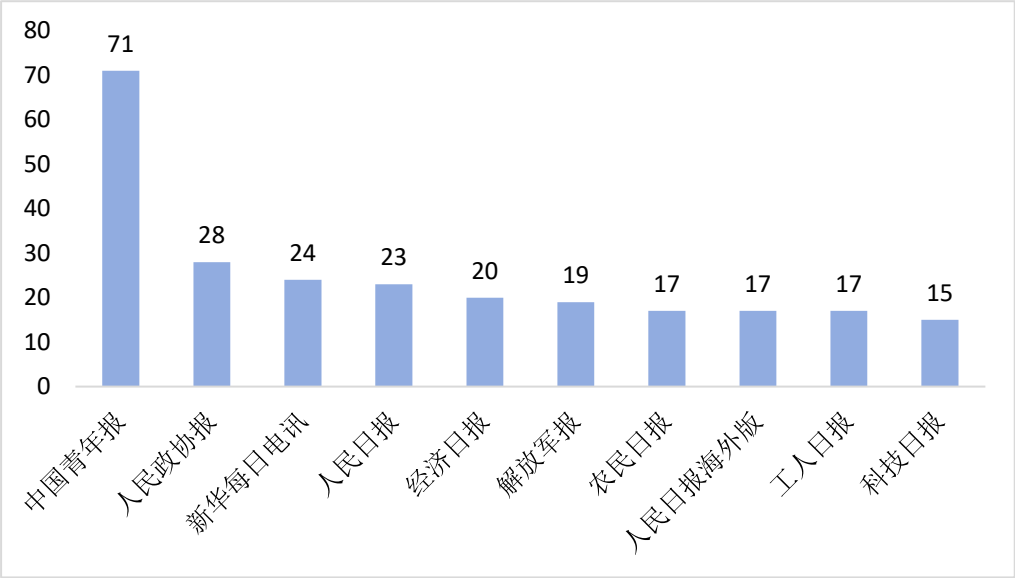
推动产业链供应链国际合作

图：《人民日报》刊载中国贸促会党组书记、会长任鸿斌署名文章《推动产业链供应链国际合作》截图

图：新华社报道于健龙副会长答记者问截图

《每日新华电讯》刊发《李强同第二届中国国际供应链促进博览会参展参会企业代表座谈》《“链”上话合作 携手创未来 写在第二届中国国际供应链促进博览会开幕之际》《打通供应链 打造“共赢链” 中国汽车产业“链”起全球》等文章。**《经济日报》**刊发《深化产业链供应链国际合作》，聚焦本届链博会呈现出国际化水平更高、专业化程度更强、绿色化标准更严三大亮点，必将有力促进全球产业链供应链包容性发展，为链博会开幕营造良好舆论氛围。**《解放军报》《农民日报》《人民日报海外版》《工人日报》《科技日报》**刊文量在 15 篇以上。**《解放军报》**发布图片文章《聚焦第二届链博会》表示，第二届链博会在首届链博会清洁能源链、智能汽车链、数字科技链、健康生活链、绿色农业链和供应链服务展区——“五链一展区”的基础上新增先进制造链展区。该展区展现全球先进制造领域从前端设计到终端产品应用的

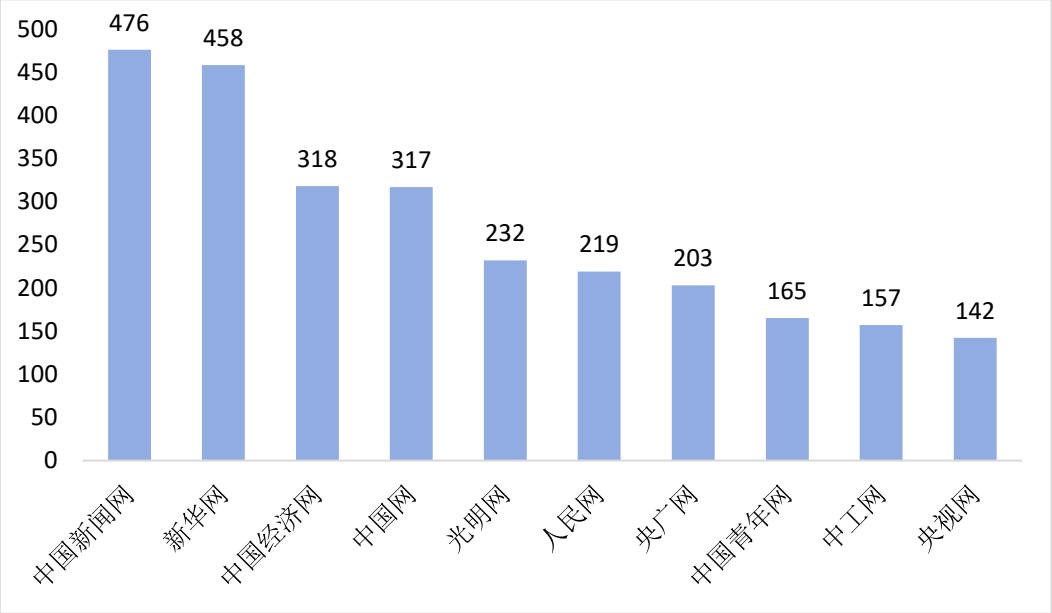
全产业链。**《农民日报》**刊文《外国政企希望进一步参与中国供应链市场》，关注第二届链博会境外参展商占比从首届的26%上升到32%，充分体现了境外政府和企业对中国供应链市场的看好与支持。



图：中央级报刊报道情况 TOP10（单位：篇/条）

中央新闻网站积极进行议程设置，详细解读第二届链博会亮点内容，全面展示链博会盛况。中国新闻网相关信息量最高，超 470 篇/条（含转发，下同）；新华网位列第二，信息量超 450 篇/条；中国经济网、中国网分列三四位，信息量超 300 篇/条；光明网、人民网、央广网信息量均超 200 篇/条；中国青年网、中工网、央视网热度亦较高。**中国新闻网**发文《经济观察丨从链博会看“中国供给”竞争力》称，“中国供给”竞争力相当强劲，这是第二届链博会上传递出的清晰信号。**人民网**发布《以“链”为媒携手同行 共筑全球产业

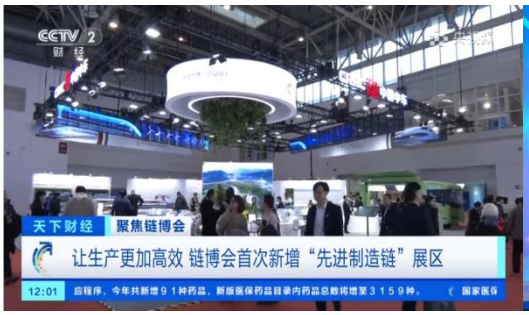
链供应链体系》《第二届中国国际供应链促进博览会在北京开幕》。**新华网**发布《外商争相“赶集”链博会，说明了什么？》。**央广网**发布《第二届链博会亮点纷呈：参展商较首届增加 20% 首发“一报告两指数”》《中国贸促会会长任鸿斌：链博会核心目标是聚集产业上下游伙伴 共同发展、合作共赢》。**中国新闻网**发布《中国贸促会会长任鸿斌：在链博会开设火锅专区是很好的尝试》等。



图：中央新闻网站报道情况 TOP10（单位：篇/条）

中央广播电视总台多频道、多时段滚动播放链博会相关新闻内容，财经频道《天下财经》《正点财经》栏目、《第一时间》栏目、《经济信息联播》栏目；中文国际频道《今日环球》栏目、《中国新闻》栏目；新闻频道《新闻直播间》栏目、《朝闻天下》栏目 24 小时不间断播发第二届链博会开幕情况，介绍链博会各项活动、各大展区的突出亮点，解读举办

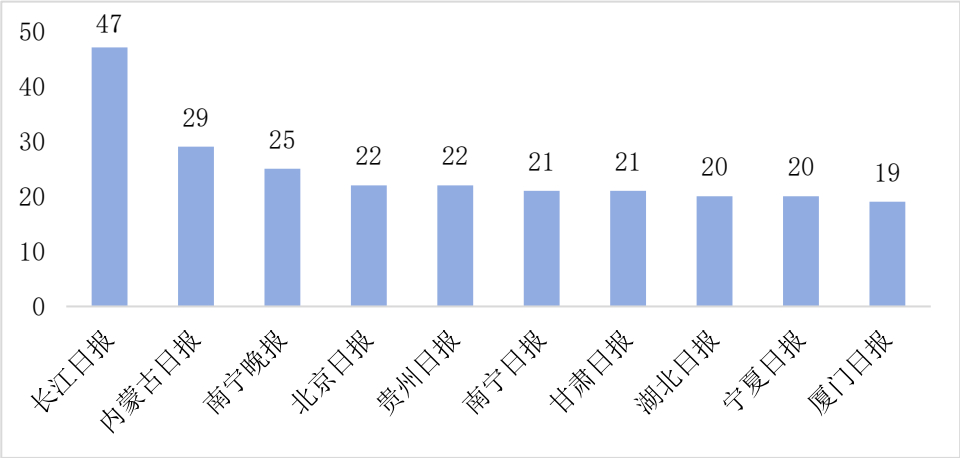
链博会对促进全球产业链供应链包容发展的重要作用。



图：中央广播电视总台报道截图

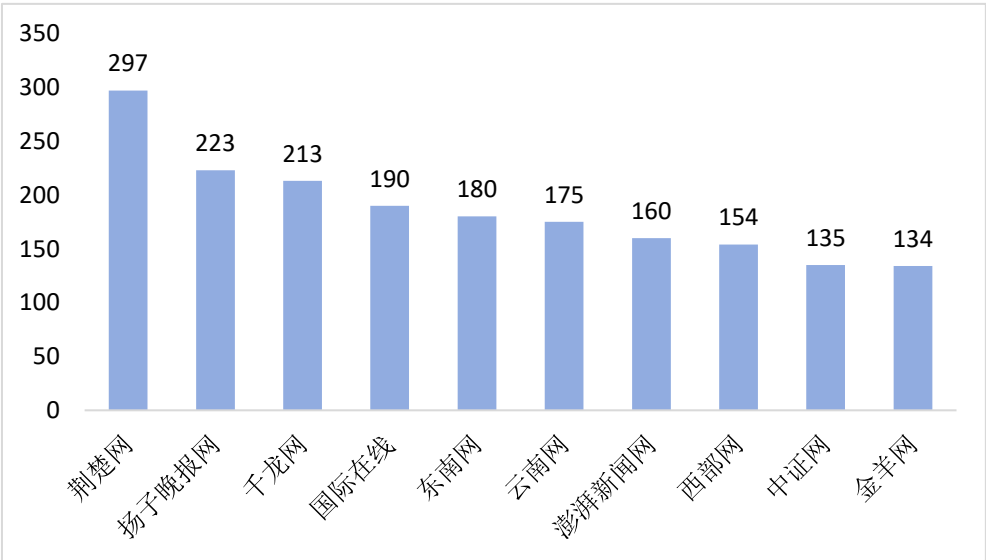
（二）地方媒体聚焦本地企业，重点报道增强展会强音

地方媒体聚焦当地企业组团参展链博会，重点突出参展企业数量多、规模大，组织开展丰富专题活动，合作签约取得丰硕成果等内容，个别地方媒体在展会中期发表评论性文章聚焦展会意义，进一步扩大本届展会传播声量。



图：地方报刊信息量 TOP10（单位：篇/条）

《长江日报》以 47 篇报道居地方传统媒体之首，刊发《链博会湖北馆“芯”产业墙集齐十余项世界第一》《武汉举办 2024 智能汽车链暨数字科技链企业合作洽谈会》《湖北成为第二届链博会主宾省》《主宾省湖北参展企业展品数量翻番》等文章关注湖北以及武汉展商参展情况。《内蒙古日报》《南宁晚报》《北京日报》《贵州日报》《南宁日报》《甘肃日报》《湖北日报》等媒体报道均在 20 篇以上。



图：地方网络媒体信息量 TOP10（单位：篇/条）

荆楚网以近300篇报道排在地方网络媒体第一位，扬子晚报网、千龙网以超200篇报道分列二三位。国际在线、东南网、云南网、澎湃新闻网、西部网、中证网、金羊网报道量亦较高，均超 130 篇。各地媒体采用图文、视频等形式，全面介绍当地参展企业情况及签约成果等内容。

图：地方卫视报道截图

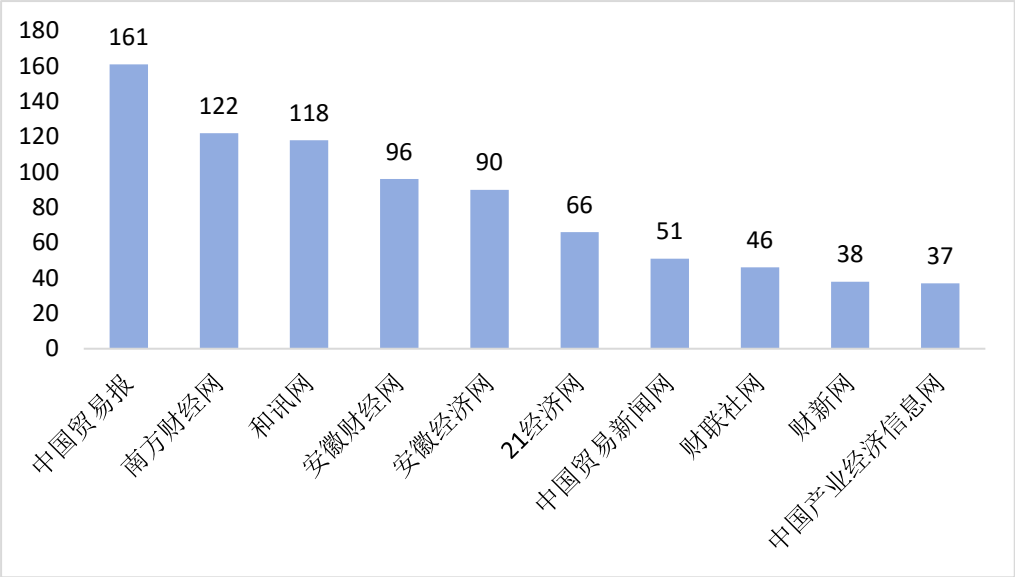
地方卫视频道关注本省市企业借助链博会平台，积极展示各类新技术、新产品和新服务以及展会上取得的成果。**黑龙江卫视－黑龙江新闻联播**播发《江“链” 共赢“链”》，报道本届展会黑龙江展团凭借雄厚的农业底蕴，创新的产业模式赢得了关注。**山东广播电视台**播发《第二届链博会在北京开幕 十家鲁企参展寻商机》报道十家山东企业在本届展会上寻找商机。**辽宁卫视－辽宁新闻**播发《“链”向未来 辽宁

企业打开新思路》，关注本届链博会辽宁参展企业吸引大量观众、企业洽谈，通过与链中的顶尖企业交流，激发出更多的新思路。

图：湖北卫视报道《任鸿斌：第二届链博会将增设“先进制造链”》截图

（三）行业媒体呈现多样化内容，延伸展会传播效果

行业媒体关注内容呈多样化，多场配套活动、工商领域专家学者发言、链博会保障活动、链博会亮点以及意义受到集中报道。与首届展会相比，行业媒体发稿依然保持高原创量，达到 550 篇/条。从数据上看，《中国贸易报》、南方财经网、和讯网报道量突出，均超 100 篇/条；安徽财经网、安徽经济网、21 经济网、中国贸易新闻网等媒体报道量亦较高，均超 50 篇/条。行业媒体以突出的专业性报道，进一步延伸了展会传播效果。



图：行业媒体信息量 TOP10（单位：篇/条）

图：财联社报道《中国贸促会会长任鸿斌：第二届链博会已有 160 多家中外企业确认参展》截图

（四）新媒体传播亮点多，短视频提升传播影响力

本届展会宣传工作中，新媒体可视化表达的特点助力新闻报道形式更加丰富多样，形成立体化宣传格局，链博会亮点内容得到充分展现。**微博**方面，主流媒体设置话题吸引网

民参与讨论，累计阅读量近 3 亿次，其中#微观链博会#、#一展难求的链博会都塞进了啥#、#供应链的发展如何改变我们的生活#等超 20 个话题登上微博热搜，进一步扩大链博会相关信息传播范围。**资讯平台**方面，话题#第二届链博会今天开幕#、#第二届链博会闭幕#、#匈牙利外长：对华合作使匈受益良多#、#直击链博会绿色农业链展区#、#链博会观察：新技术改变传统行业#等话题登上今日头条热搜榜单，最高排名均在前 3 位。其中，#第二届链博会闭幕#以超 40 万阅读量登上今日头条财经榜热榜第 2 位，在榜时长 17 小时 59 分钟。

表：微博平台高热话题 TOP10

序号	微博话题	阅读量	热搜榜最高排名	在榜时长	主持人
1	#微观链博会#	7578. 6 万	3	12 小时 8 分	中国新闻网
2	#一展难求的链博会都塞进了啥#	6320 万	2	/	央视网
3	#供应链的发展如何改变我们的生活#	2362. 2 万	3	8 小时 10 分	新华网
4	#川渝火锅飘香链博会北京现场#	2251. 9 万	/	/	四川日报

5	#川渝火锅在链博会有一个专门展览#	1480.2 万	3	3 小时 8 分	央视新闻
6	#第二届链博会亮点抢先看#	1384.1 万	3	9 小时 54 分	央视一套
7	#链博会上的环环相链#	851.1 万	3	4 小时 6 分	央视网
8	#普通人去链博会能逛什么#	799.6 万	3	4 小时 3 分	央视网
9	#第二届链博会开幕#	296.3 万	10	2 小时 10 分	央视新闻
10	#链博会高人气彰显了中国链的吸引力#	286.6 万	3	1 小时 46 分	央视新闻

客户端方面，**央视新闻客户端**文章《链博会“链”出开放合作新机遇 境外参展商还说了这些》浏览量近 400 万，该文章还在微博中引发网民广泛转载，信息量超 4100 条。**新华社客户端**发布《海报丨链博会，是个什么会？》以一组海报的形式，图文并茂介绍第二届链博会的亮点内容，吸引经济网、证券时报网、科技日报 app、封面新闻等媒体转载，全网传播超 300 次。**新华网客户端**发布《第二届链博会丨新华社经济随笔：“链”上共享发展新机遇》浏览量近 163.5 万次。**微信**方面，环球时报新媒体账号“**环球时报**”发文《他又来中国了，今年第三次》，湖北省委宣传部新媒体账号**“湖北发**

布”发文《11 月 26 日拉开帷幕！湖北担任主宾省》，中国政府网新媒体账号**“中国政府网”**发文《李强同第二届中国国际供应链促进博览会参展参会企业代表座谈》等阅读量较高。

表：客户端/微信平台高热文章

序号	文章标题	浏览量/阅读量	媒体
1	链博会“链”出开放合作新机遇 境外参展商还说了这些	400 万	央视新闻客户端
2	第二届链博会丨新华社经济随笔：“链”上共享发展新机遇	163. 5 万	新华网客户端
3	新华全媒+|助力实现经济社会高质量发展——我国全力推进交通物流降本提质增效	126 万	新华网客户端
4	新华视点丨以“链”会友 “链”出新机——第二届链博会观察	109. 5 万	新华网客户端
5	央广财评|“聚链”“延链”筑就“共赢链” 中国为全球企业“链”接新机遇	69. 7 万	央视网客户端
6	他又来中国了，今年第三次	5. 9 万	环球时报
7	11 月 26 日拉开帷幕！湖北担任主宾省	5. 0 万	湖北发布

8	李强同第二届中国国际供应链促进博览会参展参会企业代表座谈	4. 6 万	中国政府网
9	第二届链博会将增设“先进制造链” 聚焦新质生产力	1. 8 万	政事堂 2019
10	明起 5 天，这个世界级大会在顺义召开！	1. 7 万	北青社区报顺义版

短视频方面，抖音、快手平台持续发挥传播影响力，相关话题播放量超 3300 万次。其中，#第二届链博会#播放量 106.6 万次，#第二届链博会签约金额超 1520 亿#播放量 41.1 万次，#链博会 2024#播放量 26.3 万次，#2024 链博会#播放量 16.2 万次，#第二届链博会亮点抢先看#播放量 7.2 万次。

表：短视频平台播放量较高的话题 TOP10

序号	话题	播放量（万）	平台
1	#链博会#	2722. 4	抖音
2	#链博会#	175. 7	快手
3	#微观链博会#	148. 3	抖音
4	#第二届链博会#	106. 6	抖音
5	#北京链博会#	73. 4	抖音
6	#第二届链博会签约金额超 1520 亿#	41. 1	抖音
7	#链博会 2024#	26. 3	抖音
8	#第二届链博会#	23. 1	快手

9	#2024 链博会#	16. 2	抖音
10	#第二届链博会亮点抢先看#	7. 2	抖音

此外，现场视频及直播方面，**@央视新闻** 转发链博故事《完善产业链建设 中国火锅世界飘香》，视频播放量超 40 万次。**@中国新闻网** 发布第二届链博会主题活动——贸促智库交流活动暨“一报告两指数”发布会现场视频，播放量达 2.8 万次。**新华社**开启直播《创新十足 链接世界 第二届链博会来了》，开播 2 小时内观看人数超过 26 万次。**南方财经**网发布 Vlog《怎么理解链博会？把苹果手机拆了就懂了》，以苹果展位上四家中国供应商为例，展示供应链上下游如何高效协作。**极目新闻**发布《这届“链接世界”的盛会上，主宾省湖北精彩亮相》在报道中插入视频、图片等多种可视化内容，全面展示湖北综合形象展馆中的科技创新展品和展台活动的热闹场景。网络大 V 也积极加入链博会宣传矩阵，如**抖音“尹烨”**（抖音认证为华大集团 CEO）作为链博会特邀体验官，直播链博会逛展现场，吸引超 10 万人观看。

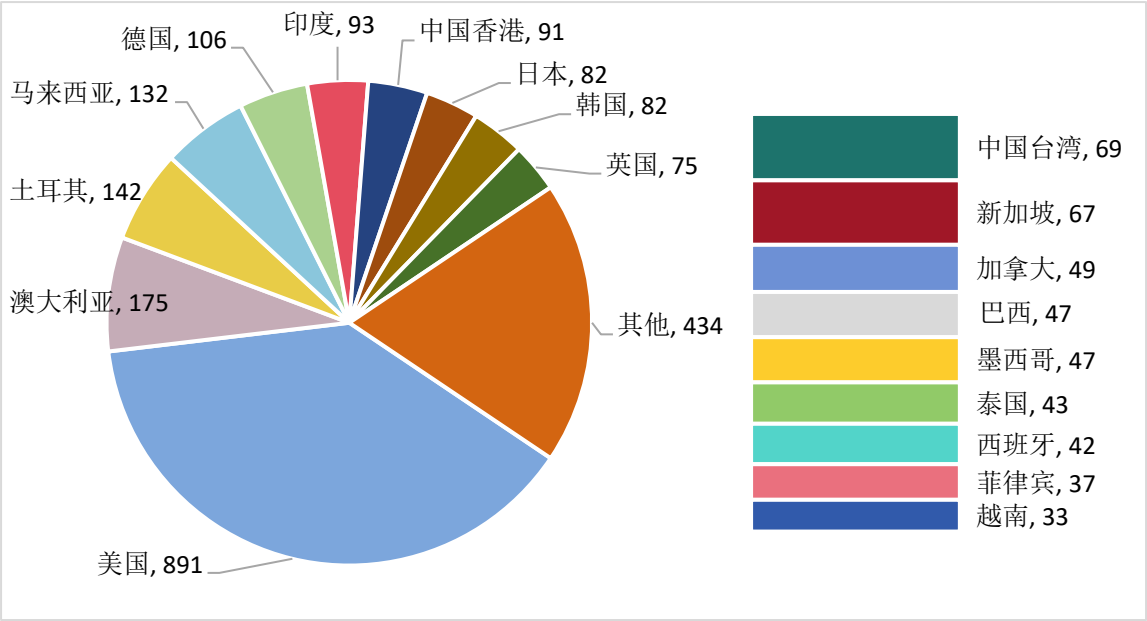
（五）境外媒体传播质效提升，放大国际影响力

监测期间，**93 个国家/地区的 2889 家媒体**发布有关第二届链博会的报道，包括美国彭博社、美联社、美国消费者新闻与商业频道（CNBC）、英国路透社、日本共同社、韩联社、俄罗斯卫星通讯社、西班牙埃菲社、马来西亚马新社、印尼

安塔拉通讯社、阿塞拜疆国家通讯社、巴林通讯社、德国之声、新加坡《联合早报》、印度报业托拉斯等国际知名媒体，**累计触达 279 亿人次**[2]。

境外报道媒体主要来自美国、土耳其、澳大利亚、马来西亚、中国香港、日本等国家/地区。其中，同为境外参展企业主要来源国的美国是本轮境外报道媒体的主要来源，共计891[3]家美国媒体发布链博会相关报道。整体来看，美国媒体呈现出原创报道多、影响力大、渠道覆盖广泛的特点，相关信息覆盖电视、电台、新闻网站、纸媒等多个渠道以及英文、中文、日文、葡萄牙文等多个语种。澳大利亚参与媒体数量排名第二，达 175 家；除当地规模最大的澳新社之外，还包括《悉尼太阳报》《澳洲新报》《今日澳洲》等中英文媒体。报道媒体数量排名第三的是土耳其，包括阿纳多卢通讯社、Hibya 新闻网等当地知名媒体在内的 142 家媒体参与链博会境外传播。该国媒体除关注总统投资办公室领衔的代表团出席链博会、谋求与中国在全球供应链领域的合作机会之外，也积极转发了新华社、CGTN 等媒体报道，紧跟链博会的热点话题。

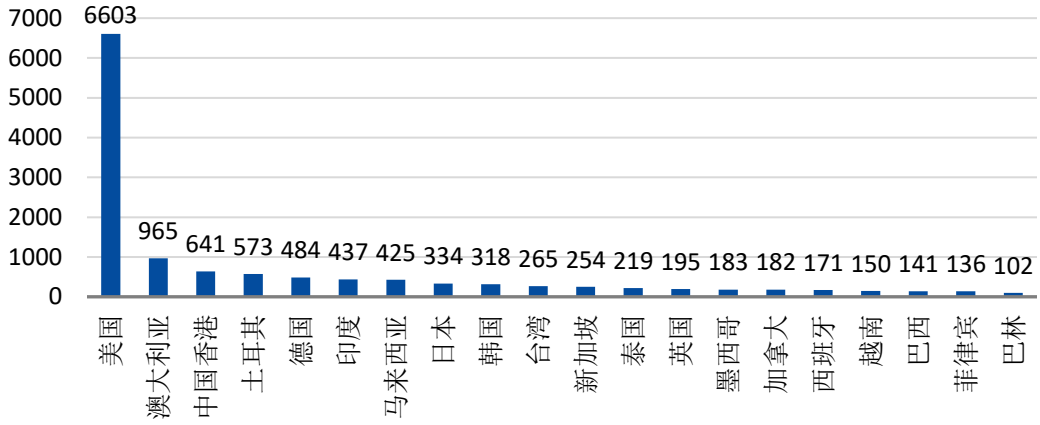
[2]触达量指监测到的媒体所发报道的受众触达人数，该数据来自环球舆情专业外媒大数据监测系统。
[3]本部分数据均来自环球舆情专业外媒大数据监测系统。



图：各个国家/地区参与报道第二届链博会的媒体总数[4]（家）

从国家/地区的报道量分布来看，超半数报道来自美国、澳大利亚、中国香港。其中，美国报道总量遥遥领先，达 6603 篇，占境外媒体报道总量的四成（44.0%）。其次为澳大利亚、中国香港地区，报道量分别为 965 篇、641 篇。土耳其、德国、印度、马来西亚也因参与报道的媒体数量众多，相关新闻总量排名相对靠前。值得注意的是，本届链博会报道量超过百篇的国家和地区达到 20 个，相比首届增加 7 个，显示本届链博会的境外传播广度及深度有明显提升。

[4]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。



图：各个国家/地区媒体发布第二届链博会的报道量[5]（篇）

在监测期间，**中国网**以中文、英文、法文、德文、俄文、西班牙文、葡萄牙文、日文、韩文、泰文、马来西亚文等 10 余种语言发布 13 篇报道《当古老疗法遇上智能科技：帮助实现健康升级》《与 Jason 同行探秘 CISCE：感受绿色农业的多彩魅力》《从厨余垃圾到航空燃料：中国令人叹为观止的能源解决方案》《第二届中国国际供应链促进博览会在北京开幕》《干杯！第二届中国国际供应链促进博览会，畅享“饮料天堂”》《从胶片到现实：科幻电影在第二届中国国际供应链促进博览会上栩栩如生》《香料探索：在第二届中国国际供应链促进博览会上深入探索火锅世界》《第二届中国国际供应链促进博览会 探索未来出行》《中国麻辣火锅瞄准全球市场》《与 Jason 一起参加 CISCE：供应链如何推动未来制造业》《跟随 Jason 一起参加 CISCE（第二季）：中国汽车制造商成

[5]该图表仅出示报道量不低于 100 篇的国家/地区。

功的秘诀》，共被转引 10060 次，覆盖报纸、电视、广播和网络等多平台多渠道，辐射多领域多行业，扩大了本届链博会的影响力与传播力。

其中，11 月 29 日发布的多语种报道《第二届中国国际供应链促进博览会在北京开幕》转引量最高，为 1577 次。11 月 30 日至 12 月 2 日，**中国网**以十余种语言发布 5 篇报道《第二届中国国际供应链促进博览会在北京开幕》《当古老疗法遇上智能科技：帮助实现健康升级》《与 Jason 同行探秘 CISCE：感受绿色农业的多彩魅力》《从厨余垃圾到航空燃料：中国令人叹为观止的能源解决方案》《中国麻辣火锅瞄准全球市场》均被转引 1300 次左右。此外，11 月 29 日发布的英文报道《干杯！第二届中国国际供应链促进链博览会，畅享“饮料天堂”》《从胶片到现实：科幻电影在第二届中国国际供应链促进博览会上栩栩如生》《香料探索：在第二届中国国际供应链促进博览会上深入探索火锅世界》《第二届中国国际供应链促进博览会 探索未来出行》《中国麻辣火锅瞄准全球市场》《与 Jason 一起参加 CISCE：供应链如何推动未来制造业》，均被转引 460 次左右。

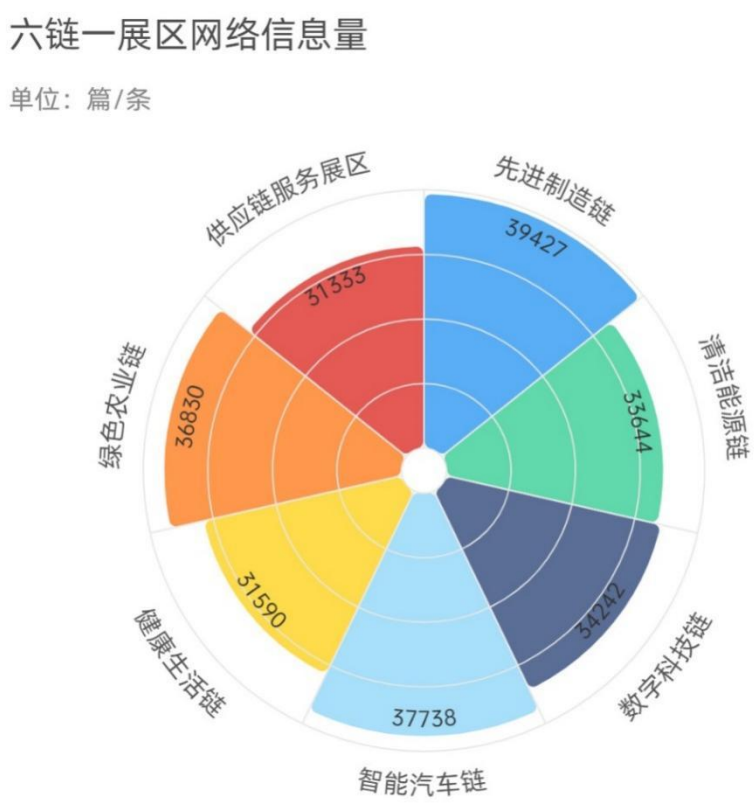
四、企业商业展传播情况

第二届链博会设置了先进制造链、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。共签署合作协议、意向协议210多项，涉及金额1520多亿元人民币。本届链博会人气旺，成果多，彰显“链”接世界的蓬勃力量。《光明日报》评论认为，这场“链”味十足的经贸盛会，将促进供应链上中下游衔接、大中小企业融通、产学研用协同、中外企业互动。与首届链博会相比，本届链博会国际化水平更高、互动合作更加深入、创新引领更加突出，参展企业、机构和国际组织比首届增加20%，境外参展商占比从首届的26%上升到32%。

（一）链条展区：传播热度相近，先进制造链成焦点

与首届链博会不同的是，第二届链博会期间，舆论关注焦点从2023年的智能汽车链、数字科技链和清洁能源链，转向对先进制造链和绿色农业链的关注。数据显示，在六大链条和供应链服务展区中，先进制造链和绿色农业链颇受舆论关注，信息量均超3.6万篇/条。整体来看，六大产业链和供应链服务展区之间的热度差距较小，信息量均超3.1万篇/条。



图：六链一展区相关报道量（单位：篇/条）

先进制造链秀出科技“肌肉”。第二届链博会首次新增先进制造链展区，成为制造业展示科技含量的舞台。先进制造链获得舆论广泛关注，信息量近 4 万篇/条。作为此次展会的亮点，先进制造链展区展示了从前端研发设计、新材料运用、关键零部件及加工到智能制造及高端装备的全产业链过程。《人民日报》、新华社等纷纷聚焦先进制造链展区盛况，其中，中国中化携多款民用航空轮胎亮相展台、中信集团展台观众络绎不绝、中国民营龙头钢企敬业集团展示 3D 金属打印设备等引发舆论聚焦。《科技日报》发文引述中国国际贸易促进委员会副会长于健龙观点称，在本届链博会上，先进制造链

展区从研发设计、新材料运用、关键零部件及加工、智能制造及高端装备等四个方面，展现全球先进制造领域从前端设计到终端产品应用的全产业链，展示制造业的科技“新”含量。

智能汽车链“智”驭未来，“车”链天下。在新能源汽车产业蓬勃发展的背景下，第二届链博会智能汽车链展区成为展现我国新能源汽车发展成就的重要平台和窗口，获媒体广泛关注，相关信息量共计37738篇/条。智能汽车链展区不仅汇聚了众多国内外知名企业，更通过全面展示智能汽车产业链的上中下游创新集聚与协同发展，为全球汽车产业的新一轮变革注入了强劲动力。《人民日报》点赞智能汽车链展区行业龙头企业联袂，绘制汽车产业智能化绿色化升级全景图。

数字科技链“链”出创新活力。数字科技链相关信息达34242篇/条。一大批新技术、新产品新颖亮相数字科技链展区，集中展现了数字科技促进产业链创新发展的成果。《人民日报》评论称，在数字科技链展区，新一代信息技术具象呈现，全方位展示人工智能如何赋能千行百业。总台央视称，来自全球上下游的企业竞相展示数字科技向制造业、加工业等传统行业渗透的科技成果。AI与传统产业相互赋能，促进产业链、供应链升级转型，成了这次链博会数字科技展区的一大亮点。

清洁能源链展现前所未有的活力与潜力。第二届链博会设置了清洁能源链展区，分为电源侧、电网侧、负荷及储能侧三个板块，展示了清洁能源从供给到消纳的全周期产业链。清洁能源链相关内容信息量达 33644 篇/条。在清洁能源链展区，国家电网有限公司、中国石油天然气集团有限公司、华润电力控股有限公司等众多企业汇聚于此，获得媒体广泛聚焦。一众企业不约而同地将新质生产力作为展示的核心内容，带来清洁能源链企业在科技创新、绿色发展、品牌建设、高质量发展等方面的实践。《科技日报》评论称，清洁能源展现出前所未有的活力和潜力。《广州日报》发文《链博会丨中国贸促会副会长于健龙：供应链脱碳化是未来发展方向》，专访中国贸促会副会长于健龙，报道称，于健龙副会长在清洁能源主题活动上表示，面对全球气候变化日趋严峻的形势，以低碳化、无碳化理念为核心的新一轮能源革命正在全球蓬勃兴起，清洁能源作为推动能源转型，应对气候变化的关键领域，正展现出前所未有的发展活力和潜力。

绿色农业链“含绿量”提升发展“含金量”。第二届链博会绿色农业链同比热度显著攀升，获得舆论广泛关注，相关信息达 36830 篇/条。众多中外企业踊跃参展，在绿色农业链展区集中展示了各链条各环节的新技术、新产品、新服务。“绿色农业链强调从‘田间’到‘餐桌’的全程监控。”中国

人民大学教授、国家粮食安全战略研究院院长程国强称，这种链式发展模式能增强农产品供应链韧性，对保障粮食安全、推动农业可持续发展具有深远意义。《中国青年报》评论认为，第二届链博会犹如一扇窗口，让世界看到“绿色”如何成为农业链发展的坚实底色。

健康生活链“链”上健康生活。健康生活链展区，分为医疗健康、品质生活、健康人居、中华精品四个板块，展示从出生到养老的大健康生态圈，更多提倡健康的理念、消费和生活方式，集聚华润、云南白药、GE 医疗、宝洁、阿斯利康等一批世界 500 强及行业龙头企业参展。健康生活链相关信息量达 31590 篇/条。在健康生活链展区，GE 医疗携洛阳轴承、西部超导等十多家核心供应商共同展示其与供应商的深度交融和供应链的稳定畅通。人民网引述 GE 医疗中国总裁兼首席执行官张轶昊观点称，“中国医疗设备供应链体系是一个强有力的解决方案，只有不断推动‘你中有我、我中有你’的协同发展，共融共创，才能维护供应链稳定畅通，让供应链真正变成‘共赢链’，链接世界和未来。”

供应链服务展区推动合作更加紧密。供应链服务展区相关报道共 31333 篇/条，第二届链博会上，供应链服务的展览展示依然是重头戏之一。在全球经济一体化与数字化转型的大潮中，供应链服务作为连接生产与消费的桥梁，其重要性

日益凸显。继首届链博会后，本届链博会继续设置供应链服务展区，围绕“端”到“端”全链路需求进行展示。《人民日报》还关注在供应链服务展区新增高质量共建“一带一路”板块，展现各国企业在“一带一路”框架下的供应链合作模式，分享经验和案例。

（二）百强展商：国际展商备受瞩目，国内民企大放异彩

表：展商热度 TOP100（单位：篇/条）

排名	企业名称	信息量	所属链
1	苹果公司	14759	数字科技链
2	博世（中国）投资有限公司	7390	智能汽车链
3	世界知识产权组织	7105	供应链服务展区
4	松下控股株式会社	6837	健康生活链
5	特斯拉汽车（北京）有限公司	6835	数字科技链
6	霍尼韦尔（中国）有限公司	6109	先进制造链
7	国家能源投资集团有限责任公司	5930	清洁能源链
8	力拓集团	5766	智能汽车链
9	联想集团	5740	数字科技链
10	中国中信集团有限公司	5193	先进制造链
11	比亚迪汽车销售有限公司	5013	智能汽车链
12	马士基（中国）有限公司	4682	供应链服务展区
13	西门子（中国）有限公司	4587	先进制造链
14	麦当劳中国	4488	绿色农业链

排名	企业名称	信息量	所属链
15	宁德时代新能源科技股份有限公司	4477	智能汽车链
16	思爱普（中国）有限公司	4414	数字科技链
17	高通无线通信技术（中国）有限公司	3835	数字科技链
18	稳健医疗用品股份有限公司 深圳全棉时代科技有限公司	3766	健康生活链
19	中国银行股份有限公司	3641	供应链服务展区
20	美光科技	3349	数字科技链
21	赛力斯集团股份有限公司	3294	智能汽车链
22	内蒙古伊利实业集团股份有限公司	3201	绿色农业链
23	恒天然集团	3193	绿色农业链
24	中国资源循环集团有限公司 华润（集团）有限公司	2997	先进制造链
25	华润（集团）有限公司	2997	清洁能源链
26	华润（集团）有限公司	2997	智能汽车链
27	华润（集团）有限公司	2997	健康生活链
28	国际贸易中心	2916	绿色农业链
29	正大集团	2833	绿色农业链
30	先正达集团现代农业科技有限公司	2681	绿色农业链
31	四川省宜宾五粮液集团有限公司	2554	绿色农业链
32	克诺尔集团	2529	先进制造链
33	中粮集团有限公司	2484	绿色农业链
34	中国交通建设集团有限公司	2432	先进制造链

排名	企业名称	信息量	所属链
35	沃尔沃汽车	2381	智能汽车链
36	星巴克企业管理（中国）有限公司	2262	健康生活链
37	吉利控股集团	2257	智能汽车链
38	百胜中国控股有限公司	2201	绿色农业链
39	日本贸易振兴机构北京代表处	2102	智能汽车链
40	嘉吉公司	2081	绿色农业链
41	非洲工商会联盟	2072	供应链服务展区
42	国家电网有限公司	1986	清洁能源链
43	中国惠普有限公司	1737	数字科技链
44	TCL 科技集团股份有限公司	1686	数字科技链
45	阿斯利康投资（中国）有限公司	1597	健康生活链
46	阿里巴巴（中国）有限公司	1580	数字科技链
47	中国铁建股份有限公司	1576	先进制造链
48	耐克体育(中国）有限公司	1533	健康生活链
49	东风汽车集团有限公司	1516	智能汽车链
50	联邦快递（中国）有限公司	1512	供应链服务展区
51	中兴通讯股份有限公司	1444	数字科技链
52	中国东方电气集团有限公司	1410	清洁能源链
53	谷歌信息技术（中国）有限公司	1381	数字科技链
54	国家知识产权局	1363	供应链服务展区
55	康宁公司	1327	先进制造链

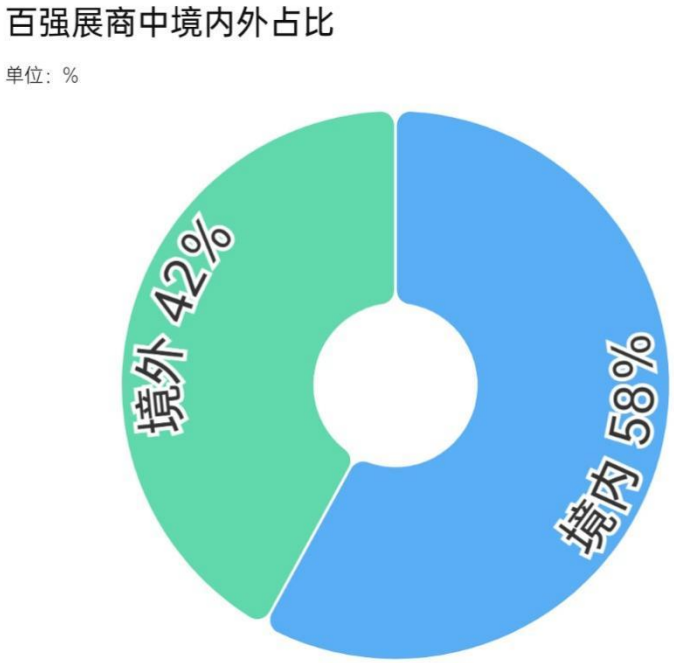
排名	企业名称	信息量	所属链
56	中国石油化工集团有限公司	1303	清洁能源链
57	TOPPAN Group（TekscendPhotomask /Toppan Sensing Electronics（Shanghai））	1298	数字科技链
58	华工科技产业股份有限公司	1243	先进制造链
59	武汉华中数控股份有限公司	1214	先进制造链
60	北京中德经济技术合作先行示范区	1213	智能汽车链
61	交通银行股份有限公司	1175	供应链服务展区
62	宝洁（中国）有限公司	1155	健康生活链
63	敬业集团有限公司	1152	先进制造链
64	中国工商银行股份有限公司	1145	供应链服务展区
65	贝特瑞新材料集团股份有限公司	1098	智能汽车链
66	通用电气医疗系统贸易发展（上海）有限公司	1083	健康生活链
67	纳百川新能源股份有限公司	1036	智能汽车链
68	小米汽车科技有限公司	1020	智能汽车链
69	非洲联盟	1017	供应链服务展区
70	青岛啤酒股份有限公司	1008	健康生活链
71	深圳市长盈精密技术股份有限公司	1006	智能汽车链
72	中国海洋石油集团有限公司	1001	清洁能源链
73	中国国际经济贸易仲裁委员会	994	供应链服务展区

排名	企业名称	信息量	所属链
74	河钢集团有限公司	989	先进制造链
75	金光集团 APP（中国）	979	先进制造链
76	河北陆港集团	957	供应链服务展区
77	中国宝武钢铁集团有限公司	948	智能汽车链
78	国轩高科股份有限公司	927	智能汽车链
79	中华人民共和国北京海关	919	供应链服务展区
80	圆通速递有限公司	901	供应链服务展区
81	诺和诺德（上海）医药贸易有限公司	891	健康生活链
82	中国石油天然气集团有限公司	872	清洁能源链
83	中国中化控股有限责任公司	847	先进制造链
84	赛诺菲（中国）投资有限公司	807	健康生活链
85	招商局集团有限公司	801	供应链服务展区
86	中国航天科工集团第六研究院	790	先进制造链
87	北京市建筑设计研究院股份有限公司	780	数字科技链
88	深圳华大基因科技有限公司	751	健康生活链
89	沃尔玛全球电商	741	数字科技链
90	黑芝麻智能科技有限公司	736	智能汽车链
91	百威中国	734	绿色农业链
92	国家移民管理局移民事务服务中心	696	供应链服务展区
93	中国海事仲裁委员会	660	供应链服务展区

排名	企业名称	信息量	所属链
94	飞利浦（中国）投资有限公司	653	健康生活链
95	中国国际贸易促进委员会专利商标事务所	645	供应链服务展区
96	山河智能装备股份有限公司（广州工控）	639	先进制造链
97	中国中车集团有限公司	624	先进制造链
98	中国专利代理（香港）有限公司	600	供应链服务展区
99	达飞集团	593	供应链服务展区
100	君乐宝乳业集团股份有限公司	570	绿色农业链

1.国际展商备受关注，跨国科技企业尤其吸睛

总台央视《新闻联播》报道称，本届链博会上，境外参展商占比从首届的 26%上升到 32%，其中欧美参展商占境外参展商的比重达到 50%，世界 500 强和行业龙头企业占参展企业的比重超过 60%。百强展商中，来自境外的展商超 4 成，其中，苹果公司、博世（中国）投资有限公司、世界知识产权组织、松下控股株式会社等大型跨国企业备受关注，信息量均超 7000 篇/条。同时，舆论关注度较高的 10 强展商中，有 7 个均为境外展商。



图：百强展商中境内外占比

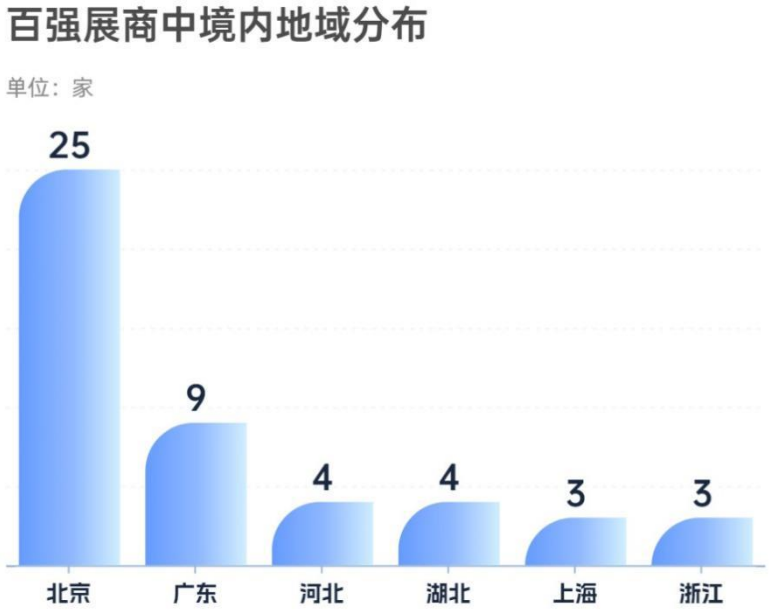
2.供应链服务、智能汽车和先进制造展商获高度关注

百强展商中，供应链服务展区、智能汽车链和先进制造链的展商数量分别占比 19%、18%和 17%，三链企业合计占比过半。此外，世界知识产权组织作为供应链服务展区的参展单位，引发广泛关注，相关报道为 7105 篇次，位居第 3 位，表现亮眼。

图：报道量前 100 名参展商的链条/板块分布

3.北京参展企业获得高度关注

热度前 100 的参展商中，有 25 家企业来自北京或总部设在北京，如联想集团、中信集团、华润集团、小米汽车等。同时，9 家来自广东的企业也备受关注，如比亚迪、TCL、中兴通讯、稳健医疗等。在舆论关注度百强展商中，河北、湖北有四家展商上榜，上海、浙江有 3 家展商上榜。

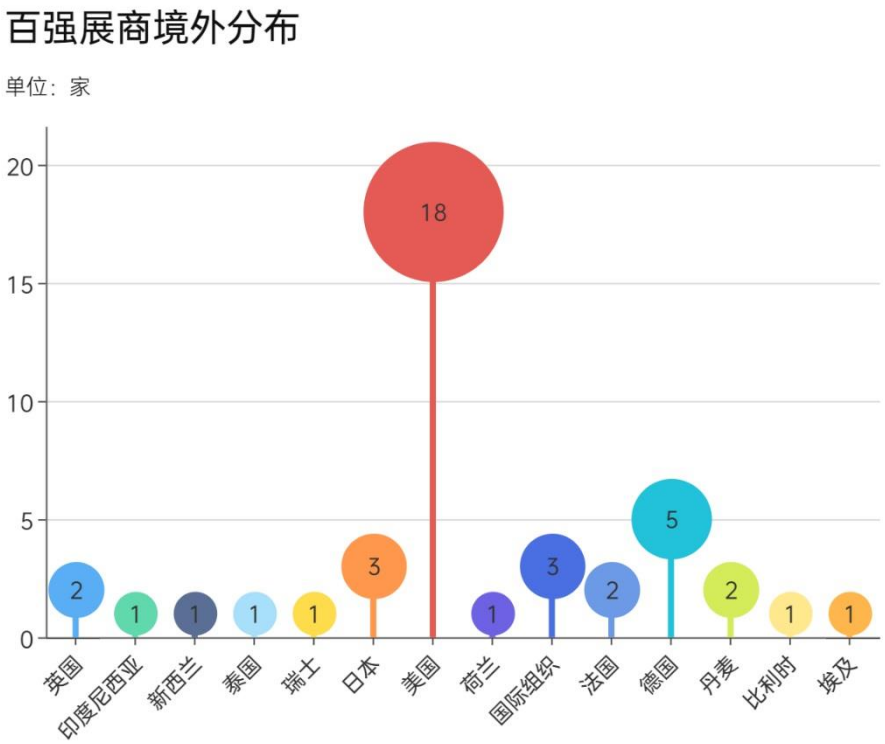


图：报道量前 100 名参展商中境内展商地域分布（TOP5）

4.美、德企业获得较高关注，大型跨国企业获舆论聚焦

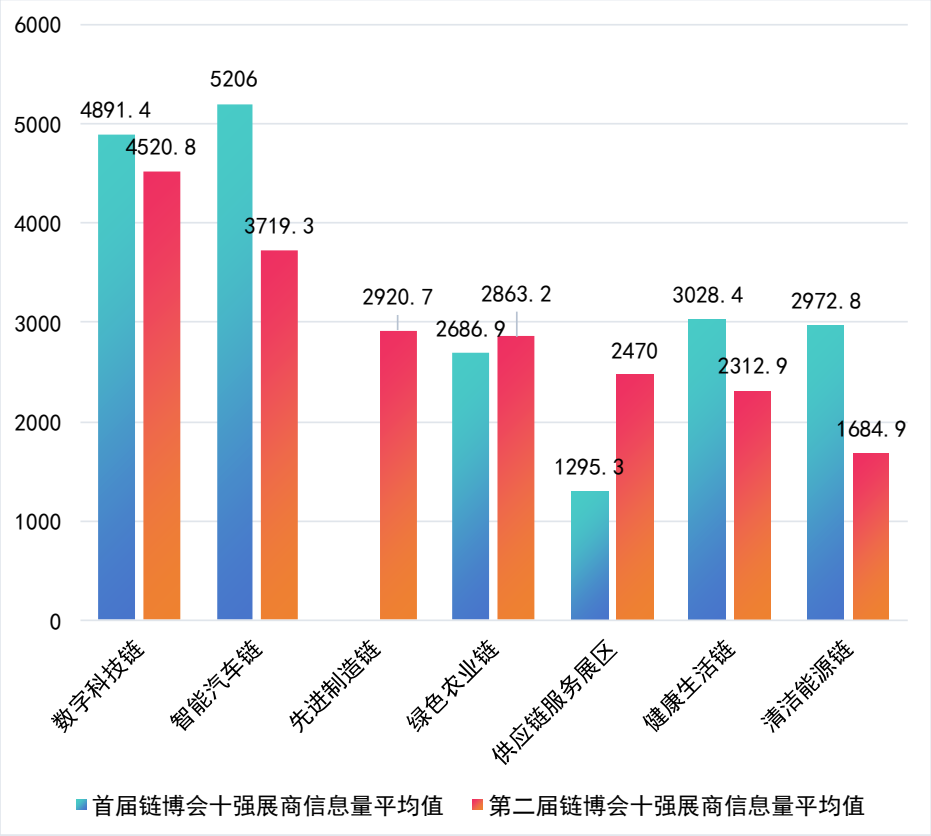
报道量前 100 名参展商中，美国、德国展商备受舆论关注。其中，美国苹果公司、特斯拉汽车（北京）有限公司、霍尼韦尔（中国）有限公司以及麦当劳、肯德基、星巴克等公司获得舆论高度关注。11 月 25 日，美国苹果公司首席执行官库克现身链博会现场，浏览展台。库克高度评价称“没有中国的合作伙伴，苹果就无法取得今天的成就”。相关动态获新华社等权威媒体关注。同时，德国博世（中国）投资有限公司、西门子（中国）有限公司、思爱普（中国）有限公司等备受关注。新京报贝壳财经报道称，2024 年是博世连续第二年参加链博会，在智能汽车链展区，博世与小鹏汽车、力拓集团和中国宝武钢铁集团组成联合展台，展示从原材料、

零部件供应到整车制造的汽车产业供应链上下游协同与合作。



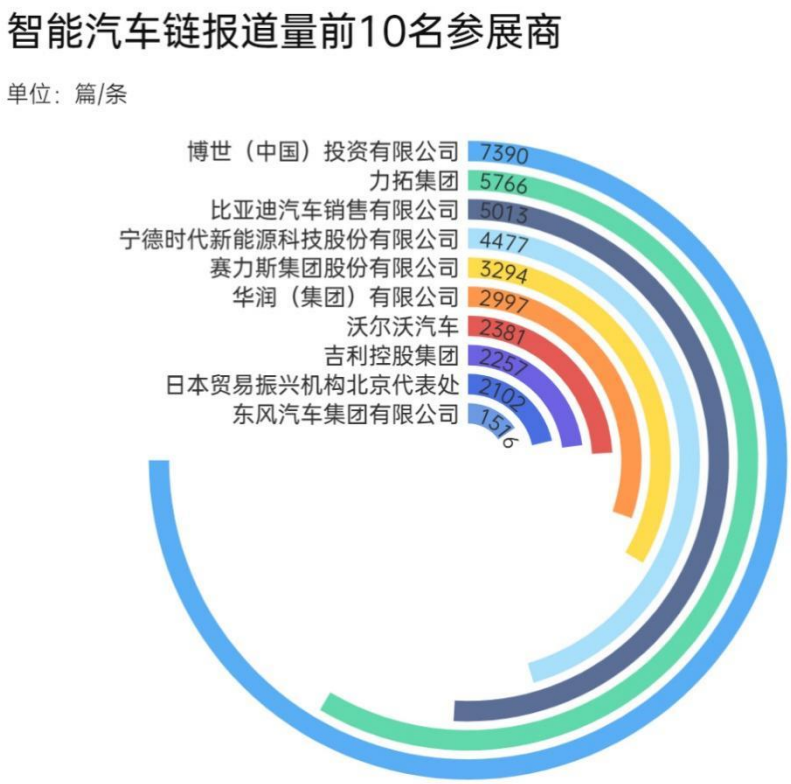
图：报道量前 100 位参展商中境外展商分布

（三）十强展商：跨国龙头齐聚，共话“智能汽车”与“数字科技”新未来



图：分板块排名前 10 参展商的平均报道量（单位：篇/次）

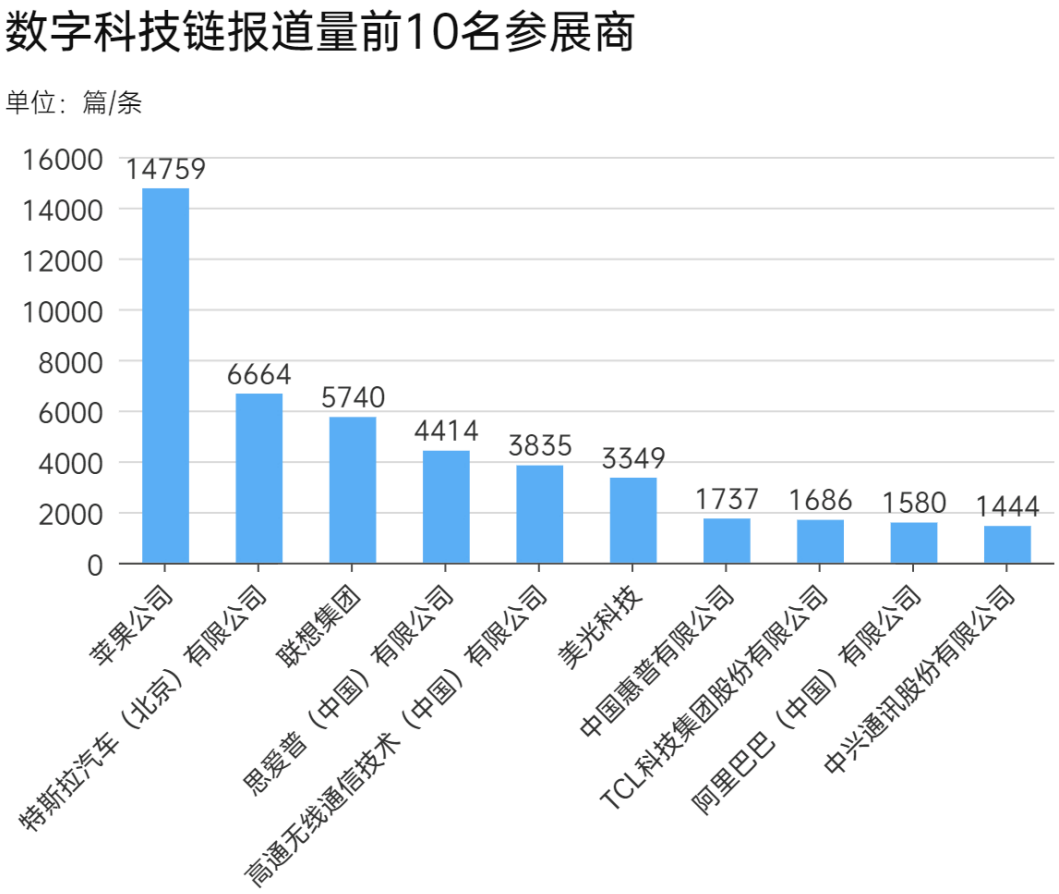
六链一展区各板块报道量前 10 的参展商均入围前述报道量排名百强名单，从平均报道量来看，数字科技链和智能汽车链排名前 10 的参展商整体更受关注，清洁能源链展商关注度稍低。同比来看，第二届链博会上，绿色农业链和供应链服务展区前 10 参展商的平均报道量高于首届链博会，其他板块前 10 参展商的平均报道量低于首届链博会。此外，先进制造链获得高度关注，前 10 参展商的平均报道量为 2920.7 篇。



图：智能汽车链报道量前 10 名参展商（单位：篇/次）

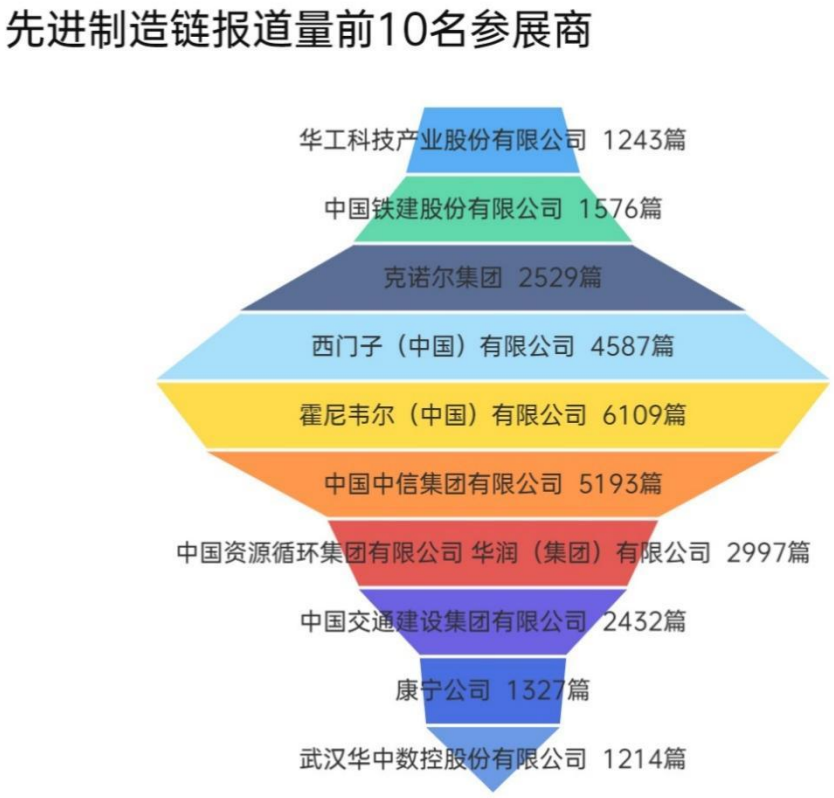
智能汽车链：跨国公司吸引舆论注目，我国民企力量凸显。我国新能源汽车产业在 2024 年迎来历史性的突破，年度产量首次跃升至 1000 万辆大关，成为全球首个达成此里程碑的国家，这标志着我国新能源汽车产业已稳居全球领先地位。在新能源汽车产业蓬勃发展的背景下，本届链博会的“智能汽车链”展区成为焦点。博世（中国）投资有限公司、力拓集团等跨国公司获舆论广泛关注，我国民营企业比亚迪汽车、宁德时代新能源也吸引舆论目光。新华社报道称，“智能汽车链”展区联合展台集中展示了力拓集团的矿石、宝武集团的钢材、博世集团的制动系统、小鹏汽车的智能电车，隔

壁还有宁德时代的电池、统一的润滑油。中新经纬称，博世、沃尔沃、吉利控股、宁德时代、比亚迪等一批中外企业进行新产品、新技术的首发、首展、首秀，全方位展示从核心原材料到关键元器件的整车产品和服务。在这里，智能化相关技术是展出亮点，吸引众多国内外参展商的关注。央视新闻点赞第二届链博会的“智能汽车链”展区成为展现我国新能源汽车发展成就的重要平台和窗口。



图：数字科技链报道量前 10 名参展商（单位：篇/次）

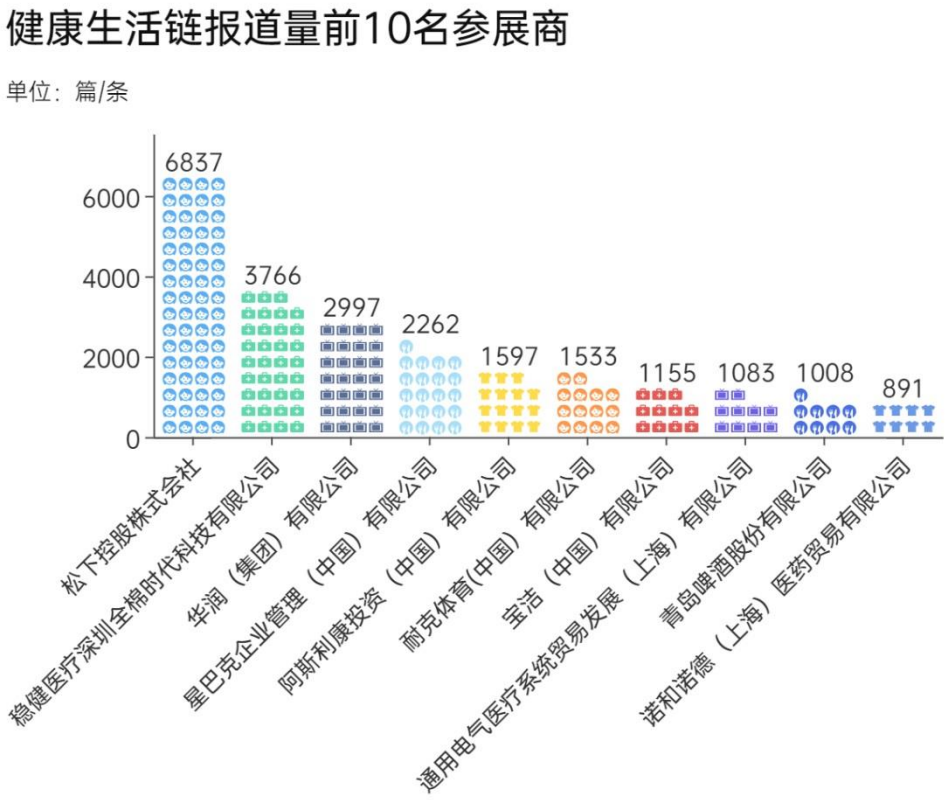
数字科技链：外资彰显主导优势，国内智能终端、半导体显示、新能源光伏产业获舆论聚焦。美国科技巨头苹果公司、特斯拉汽车、高通、美光科技等积极参加，吸引舆论关注。其中，11 月 25 日，美国苹果公司首席执行官库克现身北京参加第二届链博会吸引媒体关注。微博话题#库克称没中国就没现在的苹果#阅读量超 2000 万次，登上热搜榜第 20 位。财联社关注本次链博会上，特斯拉展台的展品包含了电驱、电池、热泵系统、车门限位器等电动车重要部件和 Model 3、Model Y、人形机器人等。同时，国内联想集团、TCL、阿里巴巴和中兴通讯在链博会上的动态也吸引舆论关注。中国日报网称，联想集团携全球供应链智能创新成果、最新款 AI 设备等尖端科技和解决方案亮相数字科技链展区，全面展示联想集团推动全球供应链智能化、数字化转型的实战经验与未来思路。光明网聚焦 TCL 通过 TCL 实业与 TCL 科技两大主体参展，围绕智能终端、半导体显示、新能源光伏三大核心产业，联合产业链上下游支撑构建三大泛半导体供应链，呈现行业领先产品和尖端技术。



图：先进制造链报道量前 10 名参展商（单位：篇/次）

先进制造链：跨国企业深具影响力，物流供应商成绩瞩目。前端研发设计、新材料运用、关键零部件及加工、智能制造及高端装备企业备受关注，霍尼韦尔、西门子等著名跨国企业成为舆论关注焦点。中国日报网报道称，2024 年是霍尼韦尔连续第二年参与链博会，带来的实物展品数量比 2023 年增加了 1/3，其中包含多款根据中国市场需求本土研发和制造的产品和解决方案。霍尼韦尔中国总裁余锋表示，链博会也为我们提供了宝贵的机会，期待借助链博会这一推动高水平开放的平台，更好地展示公司在技术创新推动产业链延伸、转型与升级方面的进展。同时，中信集团、中国资源循

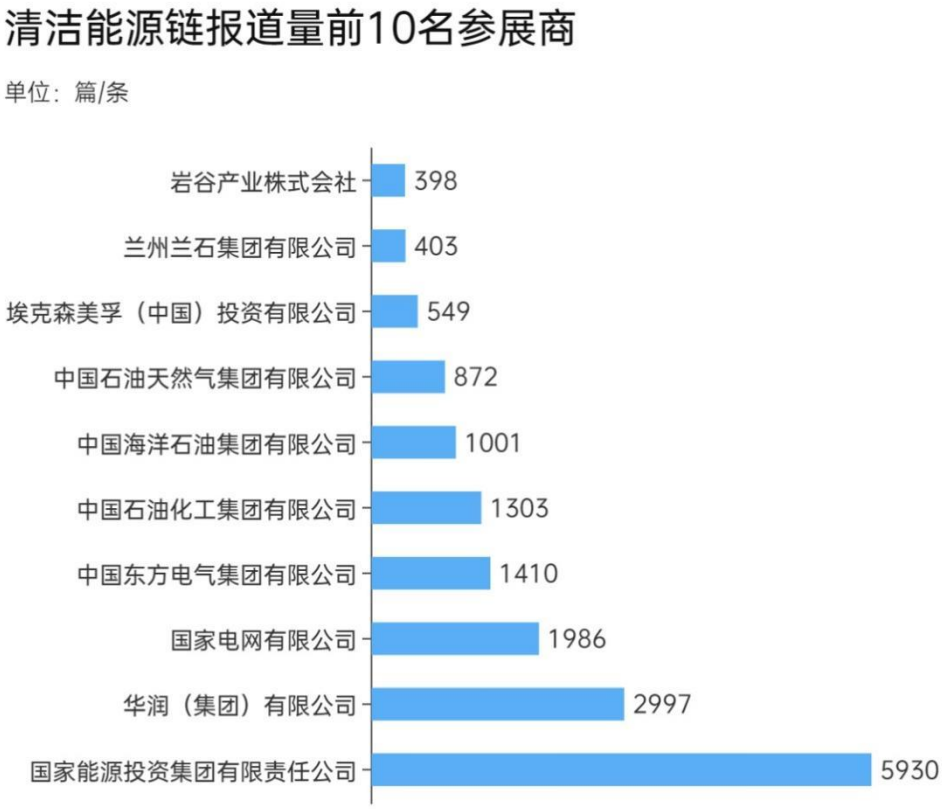
环集团、中国交通建设集团、中国铁建等也获舆论聚焦。《环球时报》报道称，中国铁建、德国克诺尔、中国中车等中外企业携手亮相，共同展示轨道交通产业链上下游中外企业深度合作，完整勾勒出轨道交通产业的全景图。



图：健康生活链报道量前 10 名参展商（单位：篇/次）

健康生活链：外资名企为中国医疗健康供应链投出“信任票”。在健康生活链展区，松下、华润、星巴克、耐克、宝洁、通用电气等跨国企业备受舆论关注。其中，松下、宝洁首次亮相链博会引媒体聚焦。《经济观察报》、新快网等多家媒体称，在本届链博会上，松下首次亮相，并围绕“关护无界 身心如悦”的事业理念，展示了其健康智能住空间和助力

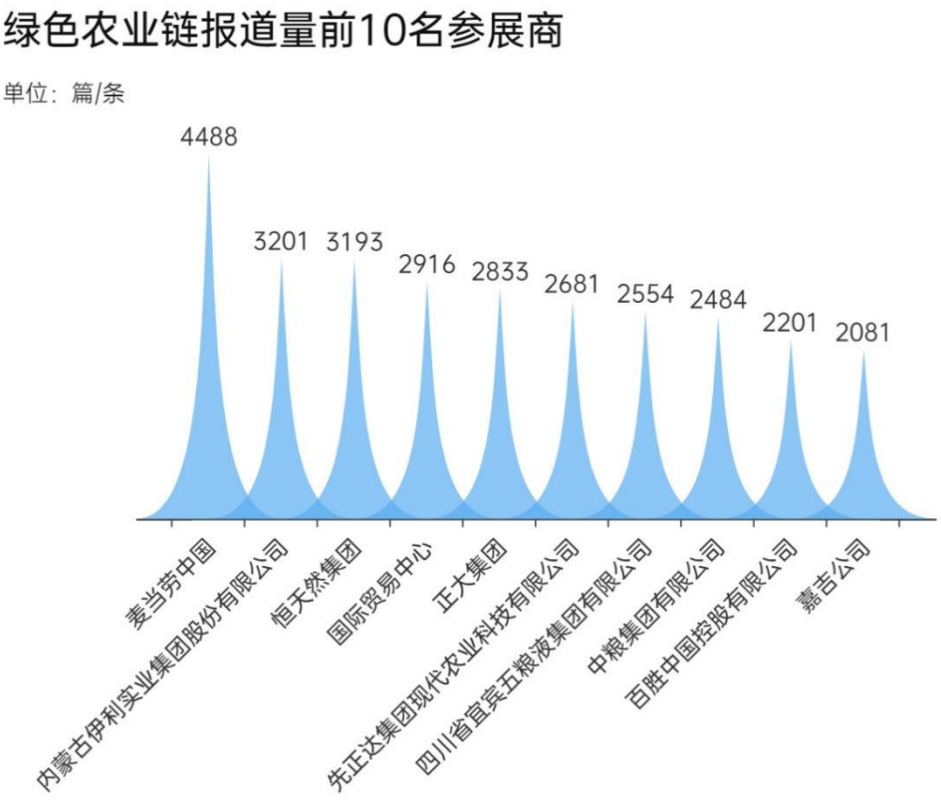
“银发经济”的多元化产品和解决方案。新华社报道称，全球日用消费品企业宝洁首次参展。宝洁围绕“供应链价值共同体——创新·繁荣·绿色”主题，展示了其与国内外合作伙伴在产品研发、原材料革新、包装设计、智能制造、科技物流、新智零售等多领域共同构建的供应链生态实践与前沿成果。展会期间宝洁举办了“供应链价值共同体”战略发布会，于健龙副会长等领导出席发布会并对该愿景予以高度肯定。**同时，国内食药领域知名企业参展情况获关注**，如稳健医疗、青岛啤酒等。央广网报道称，稳健医疗携手旗下“Winner 稳健医疗”和“Purcotton 全棉时代”品牌再次参展，展区聚焦“棉”本身，通过“绿色材料、绿色生产、绿色生活”三大主题版块，展示了其在棉花材料创新、绿色供应链构建方面的成果，也传递了企业对于绿色发展、健康生活、可持续未来的追求。



图：清洁能源链报道量前 10 名参展商（单位：篇/次）

清洁能源链：境内央国企优势突出，国能、华润备受关注。清洁能源链板块报道量前 10 的参展商中，8 家为境内企业。其中，国能、华润电力、国家电网、东方电器集团等备受关注。新华社关注国家能源集团首次在链博会展示“一块煤的旅程”和战略性新兴产业技术一体化沙盘模型。总台央视新闻频道肯定国家电网促进清洁能源产业链供应链高质量发展。《中国青年报》聚焦华润电力展台，2022 年底投产的“苍南 1 号”海上风电项目吸引了大批展客商前来咨询。此外，外企埃克森美孚、岩谷产业株式会社也获舆论高度关注，《中国化工报》称，能源巨头埃克森美孚再次来到链博会

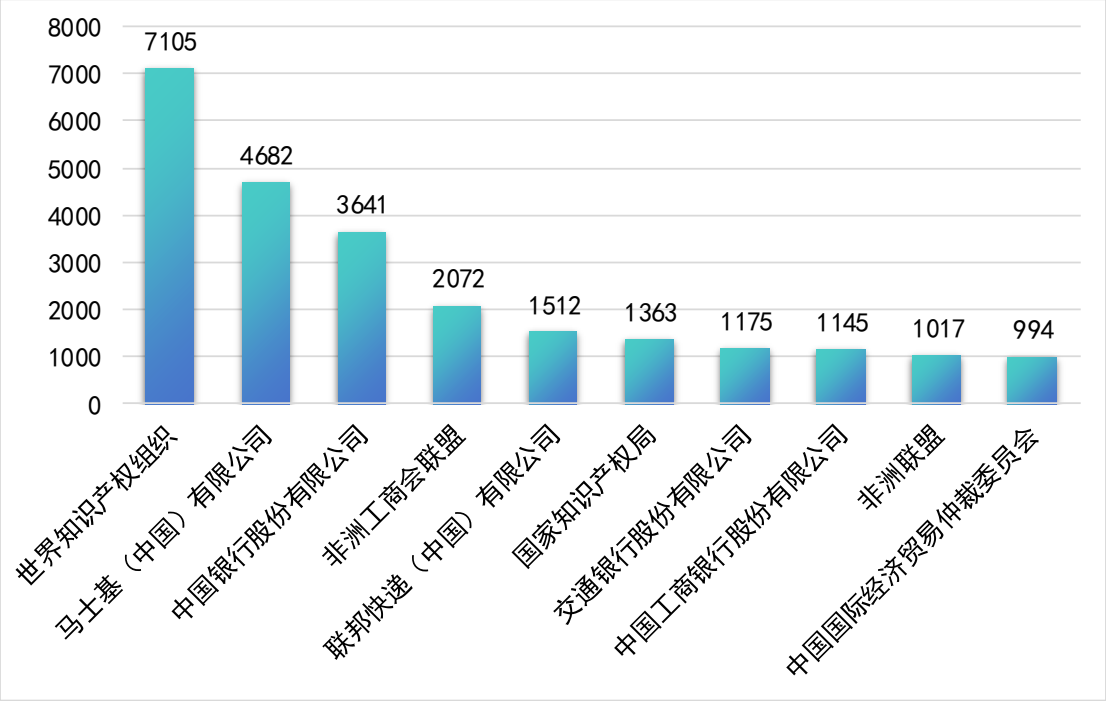
现场，希望与中国能源企业开展全方位合作，共享经验、技术和资源，共同推动清洁能源的发展。《大众日报》称，日本岩谷产业株式会社首次在中国展示从液氢的制造、运输到应用的全产业链业务。



图：绿色农业链报道量前 10 名参展商（单位：篇/条）

绿色农业链：麦当劳产业园闪耀链博会，绿色农业链展翼腾飞。麦当劳、恒天然集团、正大集团和百胜中国等国际知名企业获舆论高度关注。其中，与麦当劳相关的信息量近 5000 篇，为绿色农业链报道量最高的企业。总台央视报道称，以“麦向美好，链接未来”为主题，麦当劳在链博会上搭建近 200 平米展区，聚焦智慧供应链和绿色农业，展览内容涵

盖智慧供应链、绿色农业、自然好食材、食品安全与品质等领域的理念与实践，凸显麦当劳中国携手供应链伙伴，为消费者提供新鲜、自然、安心好食材的承诺。同时，国内企业伊利集团、先正达集团、宜宾五粮液集团以及中粮集团也获舆论聚焦。本届链博会上，伊利展厅通过绿色牧场、绿色制造、绿色包装、绿色物流、绿色消费等，向广大消费者展示伊利在推动奶业供应链绿色发展方面的领先实践与成果，相关动态获《新京报》等媒体关注。在先正达展台，耐盐碱的大豆品种、秸秆可用作饲料的“脆秆水稻”等一个个农业新科技，吸引新华社等媒体关注。



图：供应链服务展区报道量前 10 名参展商（单位：篇/次）

供应链服务展区：外商争相“赶集”，金融、航运成为焦点。中国银行、交通银行、工商银行等金融企业备受关注。

全球三大航运巨头——马士基航运（MaerskLine）、地中海航运（MSC）和法国达飞海运集团（CMACGM）亮相，助力“链接”全球。其中，与马士基航运相关的信息量近5000篇。本届链博会供应链服务展区，金融企业展台展示着供应链金融服务创新的最新成果。交通银行展台通过全息投影、人机交互、LED动态灯光等科技手段，展示该行业推动产业链供应链稳定畅通的最新理念、金融产品和服务案例。马士基、地中海航运、中远海运等企业纷纷展示在供应链建设中的实践经验。供应链服务展区盛况获《人民日报》、新华社、海外网等众多媒体关注。

五、主题论坛及配套活动热度

表：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

第二届链博会开幕式：11 月 26 日，国家副主席韩正在北京出席第二届链博会开幕式并致辞。《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%。开幕式上，各国工商界共同发出《产业链供应链国际合作北京倡议》，携手构筑安全稳定、畅通高效、开放包容、互利共赢的全球产业链供应链体系。

图：《人民日报》报道截图

贸促智库交流活动暨“一报告两指数”发布会：11 月 26 日，第二届链博会主题活动——贸促智库交流活动暨“一报告两指数”发布会在京举办。会上首次发布 2024 版《全球供应链促进报告》、全球供应链促进指数，以及中国贸促会研究

院与中央广播电视总台财经节目中心联合研发的全球供应链连接指数，为推动全球供应链开放合作贡献了中国智慧。《人民日报》、新华社、《光明日报》、人民网等众多媒体纷纷发文关注“一报告两指数”，信息量共4366篇/条。

图：《光明日报》、人民网报道截图

农业贸易政策国际会议：11月25日，作为第二届链博会的首场专题活动，由农业农村部农业贸易促进中心、中国贸促会农业行业分会主办，山东省潍坊市人民政府协办的第十五届农业贸易政策国际会议在北京举办。来自中外政府部门、行业协会、科研机构、相关企业的代表共聚一堂，交流农业贸易的多重作用，探讨农业贸易新趋势、新举措，明确农业贸易未来合作方向。总台央视农业农村频道、《农民日报》等媒体集中聚焦数字技术、人工智能等前沿技术的不断革新

与快速发展，为农业贸易带来了便利，也让农业贸易呈现出新发展形势。同时，农业贸易政策国际会议“高朋满座”，外宾点赞潍坊农业也获得媒体报道。相关信息量共 1526 篇/条。

央视网 > 乡村振兴

第十五届农业贸易政策国际会议在京召开

来源：央视网 | 2024年11月27日 10:57

齐鲁网·闪电新闻11月26日讯 11月25日，由农业农村部农业贸易促进中心、中国贸促会农业行业分会主办，潍坊市人民政府协办的第十五届农业贸易政策国际会议在北京召开。会议以“再全球化背景下的中国农业贸易发展”为主题，邀请多国外宾参加，共商发展大计。

图：总台央视农业农村频道、闪电视频报道截图

图:《农民日报》报道截图

中国湖北-匈牙利供应链国际合作对接会：11 月 26 日，湖北省与匈牙利于开幕当天共同举办“中国湖北-匈牙利供应链国际合作对接会”。这一活动作为本届链博会期间主宾国与主宾省唯一共同举办的盛会，成为双方深化合作的重要契机。相关信息量共 1442 篇/条。国际在线发文《主宾省湖北奏响产业链国际合作强音》，肯定开放发展已成为湖北的鲜明标识。人民网发文《越洋之“链”，当主宾国遇上主宾省》，点赞湖北作为主宾省牵手主宾国匈牙利，共同举行供应链国际合作对接会，现场签约 9 个项目，签约金额 302 亿元。

图：总台央视、国际在线、人民网报道截图

智能汽车主题活动：11 月 27 日，智能汽车主题活动在京举办。主题活动上，中国贸促会发布了《中国新能源汽车海外商标注册和保护研究报告》，帮助我国企业更好评估和制定海外商标保护策略，提升品牌国际竞争力和影响力。总台央视新闻频道、《中国青年报》《现代物流报》等媒体聚焦相关新闻，相关信息量共 1416 篇/条。低碳化、环境感知、人车互联、智能网联汽车等成为报道热词。

直击链博会｜智能网联汽车的未来 如何以“链”取胜？

现代物流报
中国物流与采购联合会 · 2024-11-29 10:57

关注

文 / 本报记者 马敬泽

“智能网联汽车的未来发展速度将超越电动化，其范围也会更加广泛。”在第二届中国国际供应链促进博览会的智能汽车主题活动上，吉利控股集团高级副总裁兼首席技术官沈源的观点得到与会嘉宾的认可。

图：总台央视新闻频道、《现代物流报》报道截图

先进制造主题活动：11 月 27 日，第二届链博会先进制造链主题活动举办。活动聚焦“催动新质生产力，增强发展新动能”主题展开讨论。总台央视《新闻直播间》栏目、《工

人日报》、中国青年报客户端等媒体聚焦相关新闻，相关信息量共 1340 篇/条。数智化、高端化、绿色化、国际化、前端研发设计、新材料运用、关键零部件及加工、智能制造、高端装备成为传播热词。

新闻 首页 >> 即时新闻 >> 正文

搜索

科技创新是提升产业链供应链韧性的关键

发稿时间：2024-11-30 22:05:00 作者：赵丽梅 来源： 中国青年报客户端

中国青年报客户端北京11月30日电（中青报·中青网见习记者 赵丽梅 记者 张均斌）“科技创新是发展新质生产力的核心驱动力，以科技创新推动产业链关键核心技术自主可控是提升产业链供应链韧性和安全水平的关键。”日前，中国中车集团（简称“中国中车”）董事长孙永才在第二届中国国际供应链促进博览会（简称“链博会”）先进制造主题活动上表示，中国中车聚焦数智化、高端化、绿色化、国际化、协同化、品牌化产品特征，把科技创新摆在企业战略核心位置，强化原始创新，立足原创技术，努力实现基础性、紧迫性、前沿性、颠覆性技术新突破。

今年，中国中车携众多明星产品亮相本届链博会，其展区不仅展示了时速600公里高速磁浮列车、高速智能动车组、时速350公里高速货运动车组等产品，还展出了其在清洁能源装备等新领域的局部。

第二届链博会举办先进制造链主题活动

中工网 2024-11-30 15:39

工人日报-中工网记者 杨召奎

日前，第二届链博会先进制造链主题活动举办。先进制造链主题活动聚焦“催动新质生产力，增强发展新动能”主题展开讨论。

发展先进制造业集群，是推动产业迈向中高端、提升产业链供应链韧性和安全水平的重要抓手。为推动全球先进制造业的深度融合与发展，第二届链博会首次增设先进制造展区。

中国贸促会会长任鸿斌表示，第二届链博会聚焦发展新质生产力，新增先进制造链展区，近70家中外知名的企业展示该领域从前端研发设计、新材料运用、关键零部件及加工到智能制造及高端装备的全产业链过程，展现先进制造业在推动产业升级、提升国际竞争力方面的关键作用。

在该主题活动中，高禄峰作为特邀嘉宾围绕“更广泛的制造——先进制造拓展制造业边界”进行发言。高禄峰表示，中国制造在全球供应链中占据着不可或缺的重要地位，连接了

图：中国青年报客户端、《工人日报》报道截图

川渝火锅产业供应链促进活动：11 月 26 日，四川省组

织 73 家企业参展，联合重庆专题举办川渝火锅产业供应链促进活动，从上游的调料、食材，到中游的底料、品牌和配套产品等，全面展示火锅产业链条，为本届链博会增添了浓浓“川味”。总台央视、国际在线、人民网、新华网、《四川日报》等媒体聚焦相关新闻，相关信息量共 1329 篇/条。其中，小火锅、大乾坤、链链有川企等成为传播热词。

重庆火锅天下宴亮相第二届链博会

2024-11-27 16:37:09 | 来源：中央广电总台国际在线 | 编辑：付意菲 | 责编：周利宏

11月26日，第二届链博会绿色农业链川渝火锅产业供应链促进活动在中国国际展览中心（朝阳馆）举行。重庆市农业农村委员会以“汇聚巴渝 链动世界”为主题，打造绿色农业链川渝火锅产业供应链“重庆展区”。重庆火锅品牌、重庆农特产品一齐亮相北京，为链接火锅及农业上中下游，促进各地、各国交流合作，推动农业全产业链绿色融合发展创造机会、链接合作。

2024年11月27日，在第二届中国国际供应链促进博览会上，川渝火锅产业供应链展区展示了一口直径6米的超大火锅。新华网记者 李童 摄

图：国际在线、新华网报道截图

绿色农业主题活动：11 月 27 日，第二届链博会绿色农业主题活动在北京举行，活动以“用农业‘含绿量’提升发展‘含金量’”为主题，来自政府、科研院所、企业的代表共聚一堂，研讨深化农业产业链供应链国际合作推动全球农业绿色发展的方案。《中国青年报》《农民日报》《四川经济报》等中央和地方媒体集中关注主题活动动态，积极发布新闻，相关信息量共 1319 篇/条。

2 综合新闻

为推动巴勒斯坦问题回到正确解决轨道作出积极贡献

——国际社会高度评价习近平主席对“声援巴勒斯坦人民国际日”纪念大会致贺电

农业农村部派出工作组赴小麦油菜主产省开展苗情调查和指导服务

中办国办印发《有效降低全社会物流成本行动方案》

2024年12月03日 星期二

收藏本站

中青在线 www.cyol.com

往期回顾 新闻列表 返回目录 〈 上一期 下一期 〉

中青报系

链博会创新农业链“绿色方案”

中青报·中青网记者 魏婉 来源：中国青年报 （ 2024年12月03日 08 版）

第二届中国国际供应链促进博览会（以下简称“链博会”）犹如一扇窗口，让世界看到“绿色”如何成为农业链发展的坚实底色。

雅苒商贸（上海）有限公司首次揭开肥料低碳解决方案的神秘面纱；新西兰恒天然集团全面展示了“从牧场到餐桌”的全链条可持续供应链；大连金马衡器有限公司首次推出的全产业链数据大屏可显示从原产地到产品流向的精准把控……

众多中外企业踊跃参展，在绿色农业链展区集中展示了各链条各环节的新技术、新产品、新服务。“绿色农业链强调从‘田间’到‘餐桌’的全程监控。”中国人民大学教授、国家粮食安全战略研究院院长程国强指出，这种链式发展模式能增强农产品供应链韧性，对保障粮食安全、推动农业可持续发展具有深远意义。

农业追“绿”成共识 中国方案受期待

当前，全球范围内极端天气频发，气候挑战日益严峻。尽管如今并非完全“靠天吃饭”，但对农业而言最重要的阳光、水等生产资源都源于自然，所以农业依旧是对气候变化最为敏感的行业之一，而它同时也是温室气体排放的重要来源。数据显示，整个农食系统的温室气体排放占全球总量的比例高达三分之一。

“农业绿色发展已经成为我们的必然选择。”中国农业大学经济管理学院教授

四川经济日报
SICHUAN ECONOMICS DAILY
进一步全面深化改革
广安市加快建成川渝合作示范区
达州10个低空经济重点项目集中开工
打造绿色生态产业链
五粮液向世界讲好中国白酒"链"故事

四川经济日报 第一版：要闻 2024年12月09日
打造绿色生态产业链
五粮液向世界讲好中国白酒“链”故事
近日，第二届中国国际供应链促进博览会（以下简称“链博会”）在北京开幕。作为中国白酒典型代表和行业龙头，五粮液以“官方合作伙伴”及“官方指定白酒”身份深度参与本届链博会系列活动，向世界传递其打造绿色生态产业链体系的创新探索与务实实践，助力全球产业链供应链稳定畅通和全球经济可持续发展。
链博会是全球首个以供应链为主题的国家级展会，致力于促进上中下游衔接、大中小企业融通、产学研用协同、中外企业互动，放大贸易促进、投资合作、创新集聚、学习交流平台作用，帮助各国企业更好地融入全球产业链供应链。
创新展陈
从一粒种子到一滴美酒的全产业链之旅
本届链博会以“链接世界，共创未来”为主题，设置了6大链条和供应链服务展区，共有620家企业和机构集中展示各链条上中下游关键环节的新技术、新产品、新服务，涉及69个国家、地区和国际组织，其中境外参展商占比达32%。
在中国国际展览中心（顺义馆），位于“绿色农业链”展区的五粮液主题展厅，以“从一粒种子到一滴美酒的全产业链之旅”为主题，分为“和美种植 品质之基”“千年酿艺 匠心传承”“绿色引领 全链延伸”三大板块，多维度展示了五粮液在“种酿选陈调”美酒五字诀引领下，贯穿育、种、收、储、运、交各环节标准化、精准化、智慧化的科学管理，让观展客商充分领略了“大国浓香”的品质密码和匠心传承。
以美酒五字诀的“种”为例。好酒是酿出来的，更是“种”出来的。为确保原粮品质，五粮液在全国范围内升级建设百万亩酿酒专用粮基地。截至2023年，专用粮基地带动17.2万种植户，户均收入达13198元。2019年，五粮液参与成立国内首家省级以上酿酒专用粮研究平台——四川省酿酒专用粮工程技术研究中心，开展品种培育和品种筛选试验，为酿酒专用粮领域的高质量发展提供了技术支撑。截至2023年，已优选

图：《中国青年报》《农民日报》《四川经济报》报道截图

供应链服务主题活动：11 月 26 日，供应链服务主题活动——“供应链服务数字化转型：新观察和新实践”举行。主题活动中，招商局集团交通物流部部长杨国峰宣读并发布《共同推动全球供应链碳中和转型倡议》。该倡议指出，要聚焦业务转型，将碳中和承诺融入到公司战略、治理体系、指导投资、运营、采购、研发等各个环节。通过实际行动将绿色低碳理念转化为业务实践，实现业务绿色转型。CCTV13《新闻直播间》栏目、《中国青年报》《北京青年报》《中国邮政快递报》等权威媒体参与相关信息的报道传播，相关信息量共 1156 篇/条。

供应链转型展现中国担当

中青报•中青网见习记者 马子倩 记者 魏婉 来源：中国青年报（2024年12月03日 05版）

聚焦数智化升级 探寻可持续发展

——第二届链博会供应链服务主题活动侧记

图：《中国青年报》《中国邮政快递报》报道截图

清洁能源主题活动：11 月 27 日，由世界可持续发展工商理事会(WBCSD)与中国国际商会(CCOIC)联合举办的清洁能源主题活动——“推进能源转型，共谋零碳繁荣”在京举办。此次活动不仅汇聚了全球能源领域的精英与专家，还吸引了众多关心清洁能源发展的各界人士，共同探索清洁能

源的未来发展趋势与路径。国际在线、《科技日报》《广州日报》等众多媒体关注论坛相关信息，相关信息量共 1126 篇/条。低碳化、无碳化、零碳未来等成为媒体报道的关键词。

2 要闻 科技日报

在第二届链博会清洁能源主题活动中，专家表示——

清洁能源展现出前所未有的活力和潜力

先进制造链展区秀出制造业科技含“新”量

我科研团队成功实现像素“分割”成像

建设可信数据空间，打造新型数据基础设施

让医疗数据跨机构、跨区域互通共享

着力提升大宗商品资源配置能力

推进能源转型 共谋零碳繁荣

□ 本报记者 宋岳

11月27日，第二届中国国际供应链促进博览会清洁能源主题活动在北京举行。与会代表聚焦“推进能源转型、共谋零碳繁荣”主题，探讨清洁能源领域的新技术、新展品、新动态和新趋势。

据国际能源署预测，到2030年，太阳能、光伏将成为全球可再生能源发展的主力军。传统的用能技术、工艺、设备将发生颠覆式变革，产业链供应链脱碳化将成为未来发展方向。中国贸促会副会长、中国国际商会副会长于健龙指出，中国积极开展清洁能源国际合作，稳步推进绿色“一带一路”建设，光伏组件产量连续16年位居世界首位，成为稳定全球清洁能源产业链供应链的重要力量。

国家能源局总经济师鲁俊岭透露，我国清洁能源发展驶入了快车道，截至今年9月底，全国风电、太阳能发电装机合计达到12.5亿千瓦，提前6年完成原定目标。新能源发电持续保持95%以上的高利用水平。2024年前三季度，全国可再生能源发电量达到2.51万亿千瓦时，约占总发电量的35.5%。能源绿色技术也实现了新的突破，建成了风电、光伏全产业链研发设计和制造体系，全面掌握了大型三代压水堆和高温气冷堆第四代核电技术。

当前，全球能源格局正在深度调整。面对新挑战、新变化，如何在开放合作中保障能源安全？鲁俊岭建议，构建多元清洁稳定的能源供应体系，是提升能源安全保障能力的重要路径。要抢抓机遇，加大创新投入，培育能源发展新动力，推动新旧动能转换。同时，要携手营造平等开放包容的国际市场环境，推动绿色能源产品和技术自由流动，共同构建安全稳定、畅通高效、开放包容、互利共赢的全球能源产业链供应链体系。

链博会｜中国贸促会副会长于健龙：供应链脱碳化是未来发展方向

广州日报

最好看最好玩的新闻在这里与你分享！ 2024-11-27 18:43

关注

今日，第二届链博会举办清洁能源主题活动，中国贸促会、中国国际商会副会长于健龙先生致辞中表示，面对全球气候变化日趋严峻的形势，以低碳化、无碳化理念为核心的新一轮能源革命正在全球蓬勃兴起，清洁能源作为推动能源转型，应对气候变化的关键领域，正展现出前所未有的发展活力和潜力。据国际能源署预测，到2030年，太阳能、光伏将成为全球可再生能源发展的主力军，预计将推动高达80%的清洁能源增长，传统的技术、工艺、设备将发生颠覆式变革，产业链供应链脱碳化将成为未来发展方向。

于健龙表示，中国是全球最大的清洁能源市场和装备制造国，近年来，中国清洁能源实现跨越式发展，截至2023年底，风电光伏发电装机规模较十年前增长了十倍，清洁能源发电装机占总装机的58%，新增清洁能源发电量占全社会用电增量一半以上。同时，中国积极开展清洁能源国际合作，稳步推进绿色“一带一路”建设，与一百多个国家和地区开展绿色能源项目合作，光伏组件产量连续十六年位居世界首位，为全球提供70%光伏组件和60%风电装备，成为稳定全球清洁能源产业链供应链的重要力量。

图：《科技日报》《中国审计报》《广州日报》报道截图

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。以《人民日报》、新华社、中央广播电视总台这三大中央媒体为核心，引领了超过100家主流媒体进行全面深入的报道。同时，各类自媒体平台，包括微博、微信、客户端、短视频及中长视频等，也积极参与其中，形成了多渠道、全方位的传播矩阵，共同撬动了上亿级别的传播流量。据统计，原发报道数量超过2万篇，全景式地展现了链博会的独特风采。境外媒体也给予了链博会高度的关注。美联社、英国路透社、西班牙埃菲社等国际主流媒体，以及Facebook、YouTube等自媒体平台，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。展会期间，共举办 69 场主题专题活动和 370 多场对接洽谈等。媒体报道称，本届链博会共签署合作协议、意向协议 210 多项，涉及金额 1520 多亿元人民币，比首届增加 1.3%。另一方面，合作交流更深。中国贸促会副会长张少刚介绍，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。众多跨国企业携各国供应链伙伴“组链”亮相，很多参展商派出包括首席执行官、首席供应链官等在内的上百人团队前来洽谈。

（三）首发首秀“链”新意“聚”动能，争先预约“入场券”彰显链博会世界影响力

第二届链博会上，多项新产品新技术迎来首发首秀，知名跨国企业美国宝洁、日本松下、住友电工集团、德国克诺尔、西门子等首次参展，体现了跨国企业对链博会功能作用

的肯定。最新数据显示，此次链博会期间，参展企业现场首发首展首秀91项新产品、新技术、新材料，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。