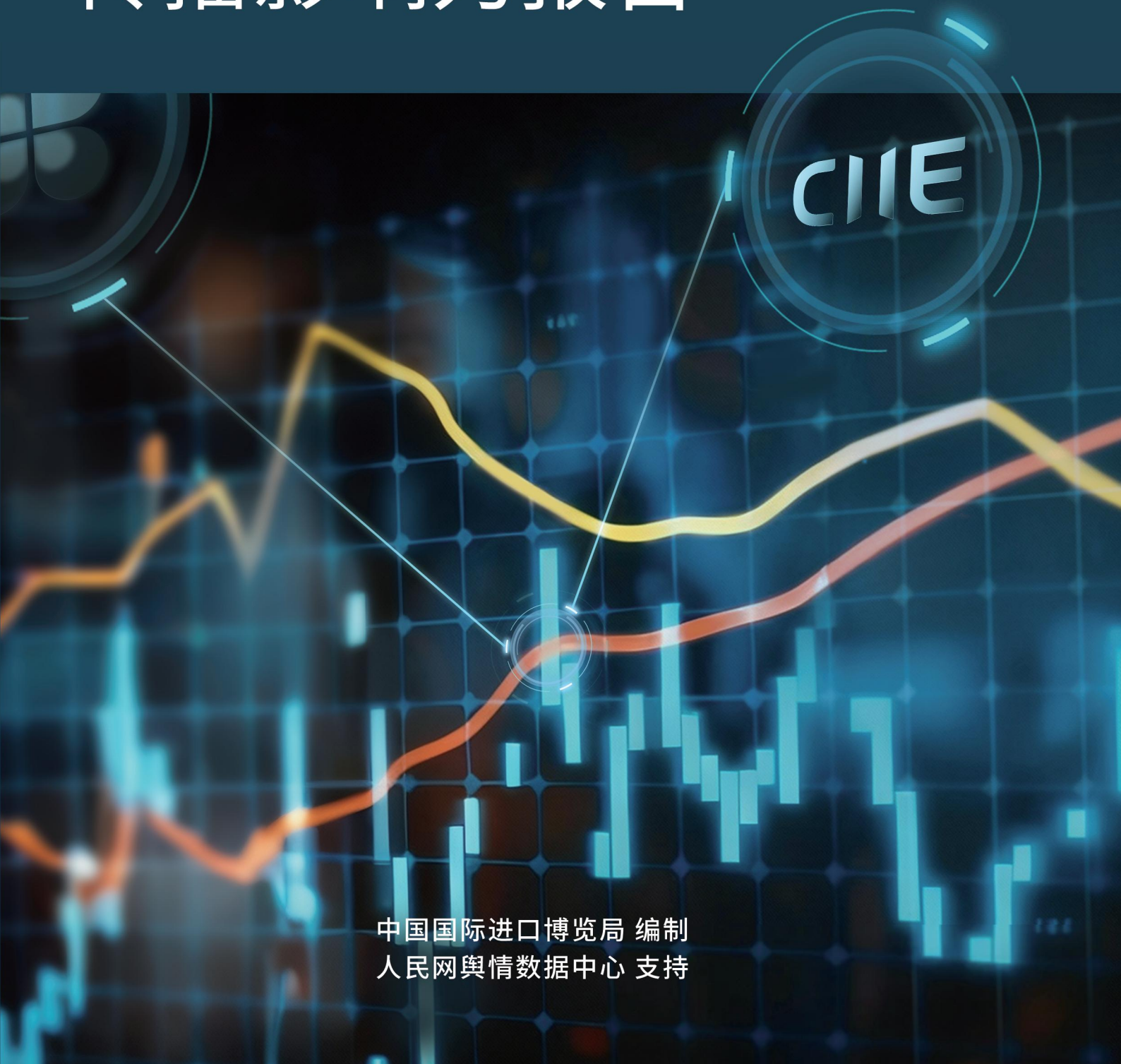
中国国际进口博览会
CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO

CIIE NEW ERA SHARED FUTURE
新时代 共享未来

虹桥国际经济论坛
HONGQIAO INTERNATIONAL ECONOMIC FORUM

第八届中国国际进口博览会
传播影响力报告



中国国际进口博览局 编制
人民网舆情数据中心 支持

CIIE NEW ERA
SHARED FUTURE
新时代 共享未来

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

前言

第八届中国国际进口博览会（下称“进博会”）于2025年11月5日至10日在上海举办。今年，党的二十届四中全会胜利召开，对扩大高水平对外开放作了专章部署，体现了以习近平同志为核心的党中央对开放工作的高度重视，释放了中国坚持开放合作、互利共赢的强烈信号。第八届进博会是全会胜利召开后举办的首场重要经济外交活动。办好本届进博会，是宣传贯彻全会精神的实际行动，是进一步扩大经贸“朋友圈”的重要举措。

为全景式、全方位、立体化展现本届进博会传播情况，科学专业评估进博会在国内外的传播影响力，特编制《第八届中国国际进口博览会传播影响力报告》（下称《报告》）。《报告》共8个篇章，力求通过客观的数据、直观的图表、丰富的内容、专业的分析，全面展现本届进博会总体传播情况，以及国家展、企业展、虹桥论坛、专业配套活动、人文交流活动、服务保障等各领域传播情况。

本次《报告》有三方面亮点：一是更加科学化。研究团队持续精进，专业、全面地评估展会各环节传播情况，科学优化传播影响力评估模型，测算传播影响力指数，进一步提升报告价值。二是更加国际化。报告立足进博会独特定位，力求内容视角国际化、数据来源国际化、研究方法国际化，向国际专业研究报告迈进。三是更加前沿化。展会持续推动共享创新成果，吸引广泛关注。《报告》通过定性定量相结合的方式，多维度呈现展商、展团、展品、虹桥国际经济论坛等主要板块的传播情况；创新增设“进博之星”，直观呈现全年传播热度突出的参与方。

《报告》显示，第八届进博会传播影响力突出，总传播量超60亿次，境内外传播亮点纷呈。

境内传播方面，热度高、周期长、渠道广。展会传播呈现“贯穿全年、多峰叠加”的特点，以主流媒体为核心，社交媒体、资讯平台联动，合力形成传播矩阵。监测数据显示，社交平台相关话题，累计浏览量约30亿次；各级各类媒体报道，累计阅读量超20亿次；全网信息量超过240万条。

国际传播方面，影响力持续提升，展现了坚持对外开放的筹办底色。路透社、美联社、彭博社、华尔街日报、法新社、德新社、英国《金融时报》、意大利安莎社、日本共同通信社、韩联社、新加坡《联合早报》等媒体，高频报道进博会，相关内容触达近100个国家和地区，覆盖海外受众约12亿人次，境外信息量超4.5万条。

进博会兼顾中国之需与世界之盼，传播影响力报告亦为此助力。《报告》已连续8年发布，积累了丰富的数据与研究经验，成为各方了解进博会传播情况的重要渠道，受到广泛关注与充分认可，也为记录进博会传播轨迹、展现中国高水平对外开放实践提供支撑。

前 言 1

一、总体传播情况 4

(一)境内传播 4

1.传播数据:多个渠道传播呈现“高热度” 4

2.传播周期:全年发布打造传播“主阵地” 8

3.高频热词:厚植形象口碑擦亮“金招牌” 10

4.媒体报道:全域覆盖共振奏响“最强音” 11

(二)境外传播 20

1.传播数据:触达近12亿海外受众 20

2.传播趋势:全年呈多峰值传播特点 20

3.传播亮点:主动传播势能更加强劲 26

二、专题策划 29

(一)进博故事:鲜活故事讲述进博发展机遇 29

(二)进博专栏:社会各界共话盛会美好愿景 33

三、国家展传播情况 35

(一)国家综合展:再聚首、多亮点,展示经贸文化魅力 35

(二)中国馆:看发展、增信心,科技创新受期待 36

(三)展台活动:深互动、高诚意,传递合作愿景 37

四、企业展传播情况 38

(一)各展区情况 38

(二)展商传播情况 39

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

目录
contents

1.第八届进博会传播影响力指数——“百佳展商”名录 39
2.第八届进博会传播影响力指数——“进博之星”名录 44
3.第八届进博会传播影响力指数——各展区“十佳展商”名录 45
4.第八届进博会传播影响力指数——“十五佳展团”名录 52
(三)展品传播情况 53
(四)交易团传播情况 54

五、虹桥论坛传播情况 55
(一)整体传播情况 55
(二)具体传播情况 56

六、其他活动传播情况 59
(一)配套活动传播情况 59
(二)人文交流传播情况 61

七、服务保障情况 64
(一)支持企业 64
(二)服务保障话题 66

八、总结 67

附:指标体系等说明 68

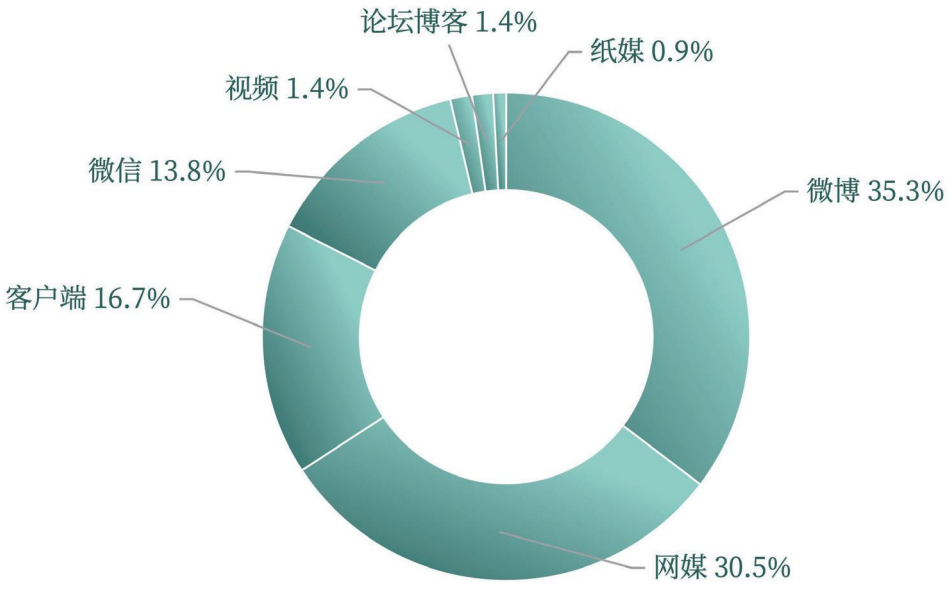
一、总体传播情况

传播数据速览	
总传播量	超60亿次
境内信息浏览量	超50亿次
境外信息覆盖量	超10亿人次

（一）境内传播

1.传播数据：多个渠道传播呈现“高热度”

本届进博会传播数据超60亿次，主要来自境内社交平台、新闻资讯平台。多个话题在微博、抖音等平台广受关注，累计阅读量超30亿次。第八届进博会开展首日，抖音“进博云逛展”线上专场访问量突破800万人次，互动评论超200万条。快手、今日头条、百度等平台中，也有关于进博会的话题进入热搜榜单，吸引广泛关注。



图：境内传播渠道分布情况

全网相关信息量[1]共约246万余条，“网、报、端、微、视”等多渠道矩阵传播，构建全域覆盖、全员触达的全媒体传播格局。人民日报、新华社、中央广播电视总台等央媒，在重点渠道、新媒体渠道精心设置专题专栏，权威发声形成了强大的宣传合力。

今年以来，人民日报及人民网发文2468篇、新华每日电讯及新华网发文3234篇、央视发布3728条，其中《新闻联播》24条。

[1]信息量来自人民网舆情数据中心“众云”平台，监测时间为2025年1月至11月。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

人民日报社新媒体中心“习语”栏目推出短视频《“中国市场这么大，欢迎大家都来看看”》，重温习近平主席在主旨演讲中向世界发出邀约的金句，呈现中国开放包容的大国形象，阅读量超1500万次。人民网“财米油盐看进博”栏目推出短视频《读懂“全球之约”背后的确定性》，相关话题阅读量近200万次。海外网“驻华大使在进博@你”系列报道从多位外国驻华大使的视角聊进博会，总阅读量超1000万次。

新华社推出《进博会大型融媒体直播｜八年之约携手共“进”》，观看量达154万次。新华社第二十四期“中国经济圆桌会”大型全媒体访谈节目邀请参与进博会的政商界嘉宾，共话第八届进博会依托中国大市场为世界经济带来的新机遇，浏览量超过860万次。

总台央视推出《客从海上来》特别节目，中国之声推出融媒体音视频特别直播《“进宝”探宝》，总台融媒体探访节目《这young看进博》累计观看量超1200万次。央视中文国际频道推出《直通进博》特别报道，央视农业农村频道推出《从全球农场到中国餐桌》融合报道，聚焦首次推出的“全球南方农业可持续发展交流对话”分论坛，以及进博会上来自全球的农产好物和特色美味。央视频推出《虹观世界》深度对话国际大咖，报道2025《进博故事》新书发布，纪录短片《进博之旅·你的故事》播放量超过420万次。《工人日报》联动上海劳模策划了“劳模工匠带你进博‘看门道’”3场直播，全网浏览量160万次。抖音电商邀请20多家品牌，以及主持人李小萌、周洲、方琼、胡兵、“老外克里斯”等25位知名人士轮番直播，预计整个展会期间的观看量突破1.7亿人次。上海全市超6万个宣传阵地开展立体化、全天候公益宣传，累计触达受众超1亿人次。

传播数据速览	
总传播量	超50亿次
社交平台及资讯网站	超30亿次
央媒矩阵	超10亿次
地方及行业媒体矩阵	超10亿次
全网信息量	共约246万余条
典型高热传播数据	
抖音话题“第八届进博会”	累计播放量2.6亿次
抖音电商相关直播	累计观看量超1.7亿次
抖音话题“神奇的进博会”	累计播放量1.3亿次
上海市相关宣传	累计触达受众超1亿人次
微博话题“第八届进博会”	累计浏览量超7567.9万次
新华社相关视频	累计观看量4200万人次
海外网“驻华大使在进博@你”系列报道	累计浏览量超1000万次
抖音“进博云逛展”线上专场	访问量突破800万人次，互动评论超200万条



图：人民网、新华网、央视网、中国新闻网、中国网、每日经济新闻网、第一财经专题



图：总台CGTN沉浸式探馆直播《全球好物“进”在眼前》

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

2.传播周期:全年发布打造传播“主阵地”

进博会的宣传声势贯穿全年,实现了“长流水、不断线”的持续曝光,官方权威信息持续释放引领舆论,保障了热度的延续,呈现“重大节点助推波峰,会期热度集中爆发”的显著特征。展会筹备阶段,官网、官微等官方阵地协同发力,通过一系列高质量、高密度的宣介活动,持续释放进博亮点,为第八届进博会成功举办充分预热蓄势。

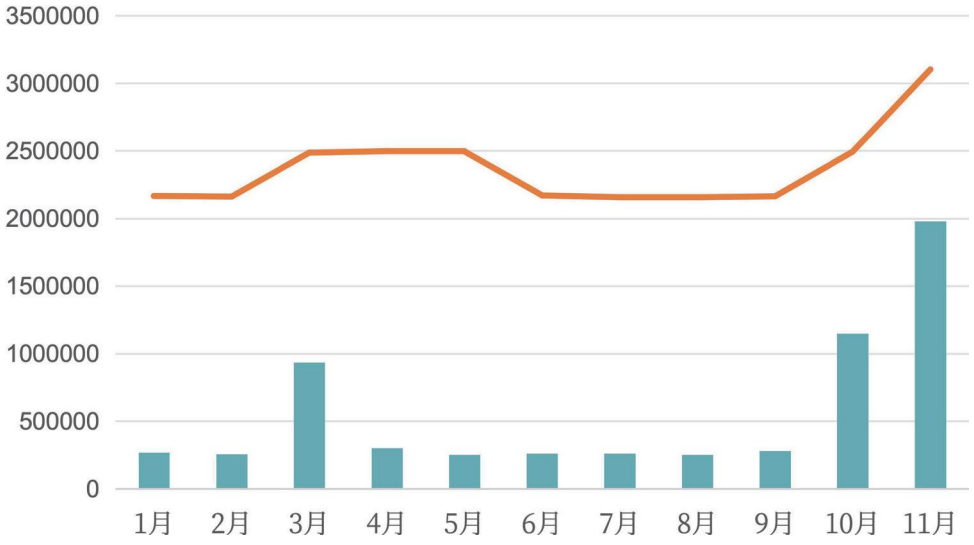


图:2025年1月-11月信息量趋势

第一阶段:1月至3月,第八届进博会各项筹备工作有序推进,媒体重点关注国务院总理李强作政府工作报告时指出高质量办好进博会等重大展会以及第八届进博会筹办进展等内容。

1月,《第七届进博会传播影响力报告》发布;第八届虹桥国际经济论坛筹备工作启动;第八届进博会推介会分别在丹麦和德国举办,多家企业表示希望借助进博会提升在华知名度,开拓中国市场。

2月,《2025年稳外资行动方案》正式发布,商务部外国投资管理司司长朱冰在国务院政策例行吹风会上表示,将更好地发挥进博会等平台作用,举办自贸试验区等主题推介活动;第八届进博会推介活动在马来西亚、墨尔本举行,中国驻当地大使肯定进博会为中国进口海外优质产品搭建平台;第七届进博会相关画面亮相2025央视春晚。

3月,国务院总理李强作政府工作报告时指出高质量办好进博会等重大展会;第八届进博会企业展签约面积超过规划面积的60%;第八届进博会推介活动在加拿大、泰国、巴西、瑞典、越南、老挝、马耳他等地举办;马来西亚对外贸易发展局在第八届进博会推介会上与中国国际进口博览局签署了合作备忘录;“进博会走进地方”活动在湖北武汉举办;第七届进博会多项展品和签约成果落地。

第二阶段：4月至6月，第八届进博会进入倒计时200天，媒体重点关注第八届进博会参展企业签约情况、进博会推介会、招商路演、展前对接会等内容。

4月，第八届进博会迎来倒计时200天，300余家参展商名单公布；第八届进博会推介活动在厄瓜多尔、比利时举办；“进博会服务·消费季”消费品和服务贸易展区专场推介会，农副食品展区乳制品、农产品专区展前供需对接活动举办。

5月，第八届进博会推介活动在智利、卡塔尔、古巴、葡萄牙、爱尔兰、挪威等地举办；第八届进博会招商路演在江西南昌举办、第八届进博会展前供需对接活动在重庆举办。

6月，中国常驻日内瓦代表团与中国国际进口博览局，在联合国万国宫共同举办“助力2030年可持续发展议程——进博会在行动”全球发展倡议主题研讨会，“进博故事”首次走进联合国；第八届进博会推介会在法国巴黎举办、第八届进博会招商路演在苏州、临沂举办；第八届进博会展前供需对接活动在黑龙江哈尔滨举办；第八届进博会正式接受境内外专业观众报名。

第三阶段：7月至8月，第八届进博会进入倒计时100天，进博会成功举办多场宣介活动。

7月，第八届进博会进入倒计时100天，第八届进博会新闻通气会举行，超50个国家和国际组织确认参加国家综合展，企业商业展已签约展览面积超33万平方米；虹桥论坛秘书处发布主题议题，并举办解读会；进博会六大展区及创新孵化专区主题公布，医疗器械及医药保健展区以“健康中国，美好生活”为主题，汽车及智慧出行展区以“出行，无限可能”为主题，技术装备展区以“一起装备未来”为主题，消费品展区以“更高品质，更好生活”主题，农食产品展区以“从全球农场到中国餐桌”为主题，服务贸易展区以“连接产业，连接中国”为主题，“创新孵化专区”以“在中国，切入新赛道”为主题；第九届进博会招展正式启动；第八届进博会配套活动正式接受申办；第八届进博会推介活动在摩洛哥举办；第八届进博会招商路演在天津、湖南、河北、四川举办；第八届进博会汽车及智慧出行展区未来出行专区推介会举办；第八届进博会第二场展前供需对接会举办。

8月，第八届虹桥国际经济论坛第一次组织工作会召开；第八届进博会第三场展前供需对接会顺利举办；第八届进博会招商路演在辽宁沈阳举办。

第四阶段：9月至10月，第八届进博会进入倒计时50天、30天，第八届进博会展品密集抵沪通关，筹办工作进入最后冲刺阶段。

9月，第八届进博会进入倒计时50天，第八届进博会国家展机构名单公布，各展区展位图正式公布；首批进博会展品顺利通关；第八届进博会招商路演在南京举办；第八届进博会开放媒体报名、第八届虹桥论坛开启注册。

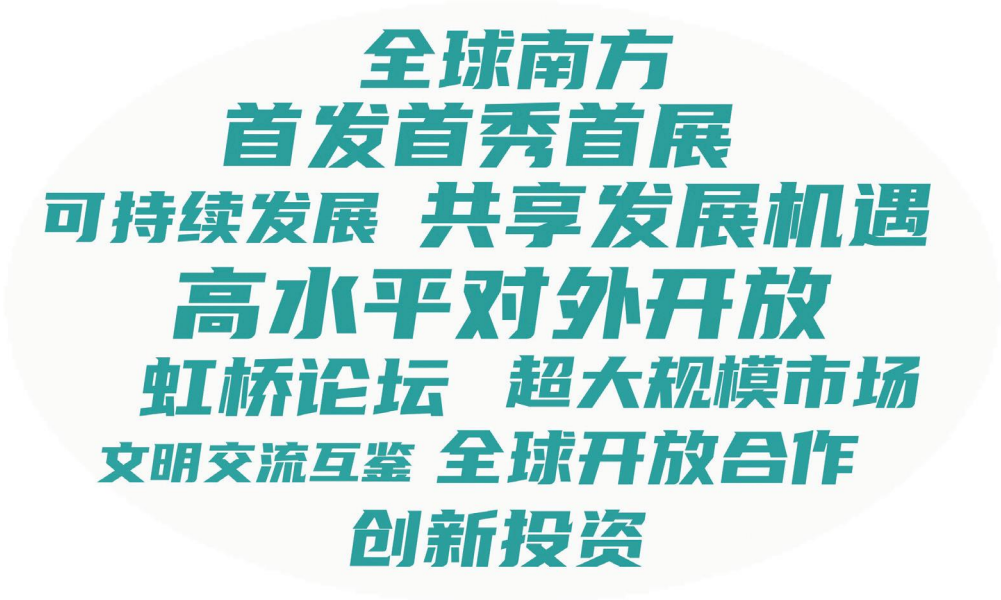
10月，第八届进博会进入倒计时30天，首批远洋海运展品抵沪，首批展品进馆，第八届进博会集中签约排期公布，第八届虹桥论坛公布首批分论坛发言嘉宾名单。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

第五阶段：11月，第八届进博会开幕，信息量激增，超140万条。国务院总理李强在上海出席第八届中国国际进口博览会暨虹桥国际经济论坛开幕式，并发表主旨演讲，引发社会各界热烈反响；多国领导人和国际组织负责人在开幕式上致辞表示，进博会充分彰显中国的开放包容和大国担当；展会期间，媒体聚焦首发首秀的新产品、新技术、新服务，丰富多彩的配套活动展开报道；展会结束后，第八届进博会意向成交金额创新高，进博会溢出效应持续释放、平台作用进一步强化等内容受到媒体持续关注，推动进博会热度延续。

3.高频热词：厚植形象口碑擦亮“金招牌”

从媒体报道和相关讨论看，“高水平对外开放”“共享发展机遇”“超大规模市场”“全球合作开放”成为进博会的“金字招牌”。第八届进博会是党的二十届四中全会胜利召开后举办的首场重要经济外交活动，吸引155个国家、地区和国际组织参与，4108家境外企业参展，以中国市场的确定性应对全球发展的不确定性，让开放合作的共识不断凝聚、深化。“首发首秀首展”“创新投资”成为新热词。本届进博会，461项新产品、新技术、新服务集中亮相，越来越多的企业不仅将进博会作为商品进入中国市场的“快车道”，更希望通过进博会与产业链上下游企业达成合作，更好地深耕中国市场。“全球南方”“虹桥论坛”持续成为高频热词。本届进博会首次为最不发达国家产品打造专区，进一步扩容升级原有非洲产品专区，打造“跨境电商甄选平台”。虹桥论坛首次围绕“增强全球南方经济韧性”和“全球南方农业可持续发展”展开研讨，发布《世界开放报告2025》和最新世界开放指数，关注开放助力全球南方工业化进程。“文化交流互鉴”活动精彩纷呈。进博会不仅是经贸合作的平台，更是文明交流互鉴的重要舞台，本届进博会人文交流展区展览面积超3.8万平方米，人文交流平台的影响力与溢出效益大幅提升。“可持续发展”备受关注。本届进博会将“绿色”“零碳”“可持续”贯穿始终，展会实现100%绿色用能办展，众多参展企业带来绿色发展新成果，“可持续发展”成为重要共识。



图：高频热词

4.媒体报道：全域覆盖共振奏响“最强音”

主流纸媒方面，会期央地媒体积极报道进博会相关信息，全面展现进博会盛况。

中央纸媒	信息量（条）	地方纸媒	信息量（条）
人民日报	250	解放日报	464
新华每日电讯	200	新民晚报	297
经济日报	165	文汇报	291
光明日报	133	浦东时报	203
中国青年报	115	西安晚报	179
人民日报海外版	114	潍坊日报	155
解放军报	86	内蒙古日报	154
中国证券报	66	山西日报	151
工人日报	64	西藏日报	110
人民政协报	61	广州日报	109

图：主流纸媒信息量TOP10

《人民日报》《新华每日电讯》报道量均超200篇，有力引领舆论风向，《开放发展的中国，世界的机遇和信心 开放发展的中国，世界的机遇和信心——从进博会到自贸港》《“这份蓝图让我们看到未来中国新机遇”》《在开放共享中奔赴美好未来》《从八届进博会看中国经济大海浩荡奔涌》等多篇文章均吸引媒体集中转发。《经济日报》《光明日报》《中国青年报》《人民日报海外版》也积极刊发专版专题报道，报道量均超100篇。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

地方纸媒报道量居高，上海媒体充分发挥本土优势，《解放日报》《文汇报》《新民晚报》《浦东时报》报道量均超200篇，多角度呈现进博会“越办越好”。《西安晚报》《潍坊日报》《内蒙古日报》《山西日报》《西藏日报》《广州日报》等多地媒体也对进博会予以较多关注。



图：《人民日报》《新华每日电讯》《光明日报》《中国青年报》报道文章



图：《解放日报》《新民晚报》《文汇报》报道文章

主流新闻网站方面，中央新闻网站利用自身舆论影响力、号召力，为进博会顺利召开奠定良好舆论基础，上榜媒体报道量均超1000篇，其中人民网、新华网报道量超3000篇，中国新闻网报道量超2000篇，《从“东方之约”到“世界机遇”：高水平开放的进博实践》《来进博会看消费新风尚、世界大机遇》等多篇文章转载量均超600次。地方新闻网站也集中报道进博会的多样魅力，进一步扩大进博会宣传覆盖范围和曝光度。上海媒体立足地域信息优势领跑舆论，澎湃新闻网报道量超3000篇，上观新闻网报道量超2000篇。顶端新闻、荆楚网、云南网等其他地方媒体报道量均超1000篇。

中央新闻网站	信息量（条）	地方新闻网站	信息量（条）
人民网	3753	澎湃新闻网	3440
新华网	3675	上观网	2221
中国新闻网	2088	顶端新闻网	1618
中国网	1637	荆楚网	1342
中国经济网	1621	云南网	1250
光明网	1252	千龙网	728
央广网	1249	扬子晚报网	724
国际在线	1208	东方网	665
全国党媒信息公共平台	1139	看看新闻网	661
央视网	1085	东南网	620

图：主流新闻网站信息量TOP10

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net



图：人民网、新华网报道文章



图：澎湃新闻报道文章

新媒体方面，新华社客户端信息量最大，超3000篇，新华网客户端、央广网客户端、人民日报APP、央视新闻客户端报道量均在1000篇以上。地方媒体中，上海媒体持续发力，上观新闻客户端大幅领先，报道量超1000篇，北京青年报客户端、南方+客户端、顶端新闻客户端、北京日报APP也大力宣传进博会对推动全球贸易与经济合作的“含金量”，报道量均在500篇以上。央地媒体利用新媒体技术，通过云直播、探馆视频、VR交互等多种形式将宣传内容全面铺开，让进博会盛况得到更加直观生动地展现，提升宣传质效。

中央新闻单位新媒体	信息量（条）	地方新闻单位新媒体	信息量（条）
新华社客户端	3552	上观新闻客户端	1587
新华网客户端	1848	北京青年报客户端	657
央广网客户端	1608	南方Plus客户端	607
人民日报客户端	1471	顶端新闻客户端	598
央视新闻客户端	1274	北京日报客户端	577
经济日报客户端	978	羊城派客户端	484
中新网客户端	915	东方头条客户端	459
人民网+客户端	629	澎湃新闻客户端	407
环球TIME客户端	619	陕西头条客户端	331
中国网客户端	513	界面新闻客户端	304

图：新媒体信息量TOP10



图：人民日报客户端、新华社客户端报道截图

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net



图：央视新闻客户端、澎湃新闻客户端、上观新闻专题报道截图

电视媒体方面，中央电视台报道量大幅领先，全年播报进博会相关新闻超1400条，全景式、多角度、立体化呈现进博会精彩纷呈，放大"进博声音"。上海广播电视台作为上海本地媒体报道量超600条，通过直播、专题报道等多种形式传播进博活力。凤凰卫视、江苏卫视、广西广播电视台、北京卫视、广东卫视、浙江卫视、湖北卫视等电视媒体也对进博会予以较多关注。

媒体	信息量（条）
中央电视台	1493
上海广播电视台	686
凤凰卫视	53
江苏卫视	37
广西广播电视台	32
北京卫视	27
广东卫视	23
浙江卫视	21
湖北卫视	13
中国教育电视台	10

图：电视媒体信息量TOP10



图:《新闻联播》报道截图



图:央视特别节目《客从海上来》



图:央视农业农村频道《从全球农场到中国餐桌》

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net



图：央视新闻频道、中文国际频道、财经频道报道截图



图：东方卫视报道截图

行业媒体方面，经济金融类媒体积极报道进博会相关信息，其中国际商报报道量超200条，位居第一，金融时报客户端和中国财经报报道量均超50条，分别位列第二、第三位；中华工商时报、中国经济导报等行业媒体亦积极发文报道。

媒体	信息量（条）
国际商报	250
金融时报客户端	68
中国财经报	51
中华工商时报	40
中国经济导报	33
中国民航报	26
中国质量报	26
中国商报	25
中国经营报	22
中国改革报	18

图：行业媒体信息量TOP10



图：国际商报、中国质量报报道截图

社交媒体及短视频平台方面，本届进博会多个相关话题在微博、抖音阅读量超千万次，主要高热话题累计浏览量超22亿次。快手、今日头条、百度等平台上，也有多个进博会相关话题登上热搜榜单，吸引社会各界广泛关注。

序号	话题	主持人	阅读量	平台
1	第八届进博会	-	2.6亿次	抖音
2	神奇的进博会	-	1.3亿次	抖音
3	第八届进博会	@中国国际进口博览会	7567.9万次	微博
4	减重小屋亮相进博会	@南方周末	6794万次	微博
5	中国国际进口博览会	@央视新闻	4902.4万次	微博
6	进博会	-	3998.6万次	微博
7	上海进博会全球风味大赏	@三刻视频	3216.9万次	微博
8	在上海进博会偶遇20多亿岁的老朋友	@小央视频	3215.8万次	微博
9	上海进博会智造黑科技太牛了	@聚时视频	3201.9万次	微博
10	2025第八届进博会	@东方财经	3161.7万次	微博
11	进博故事	-	3000万次	抖音
12	关注第八届进博会	@新华网	2738.3万次	微博
13	上海进博好物宝藏购买地	@021视频	2449.2万次	微博
14	进博会都有啥	-	922.7万次	抖音
15	第八届中国国际进口博览会	-	451.9万次	抖音

图：社交平台高热话题

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

（二）境外传播

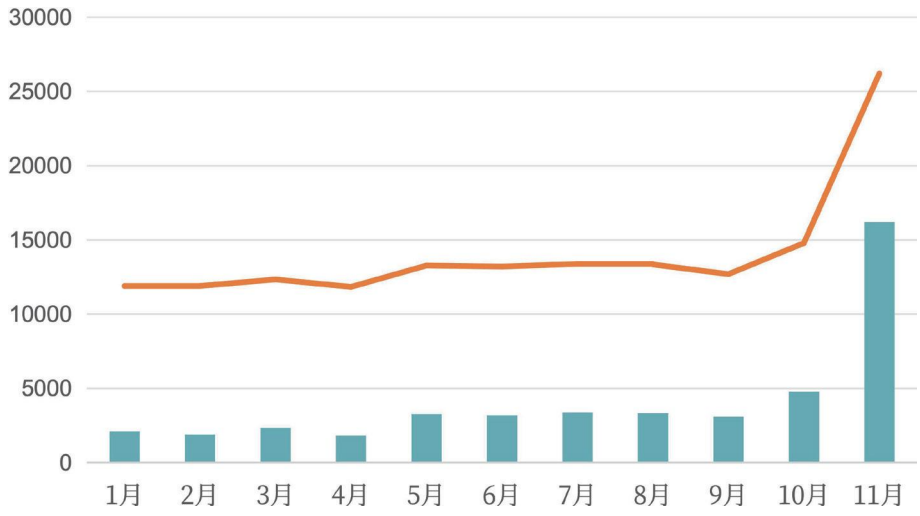
1.传播数据：触达近12亿海外受众

传播数据速览	
触达受众	近12亿人次
外宣媒体探馆直播	浏览量超百万次
海外社交平台	互动量约57万人次
触达范围	近100个国家和地区
境外媒体	近100家
中国驻外使节宣介	超过50位

今年以来，进博会相关境外媒体报道信息超过4.5万条，触达近100个国家和地区的近12亿海外受众。国外媒体中，路透社、美联社、彭博社、华尔街日报、法新社、德新社、英国金融时报、意大利安莎社、日本共同通信社、韩联社、新加坡联合早报等媒体高频关注。港澳台地区媒体中，香港南华早报、澳门日报、台湾联合新闻网等媒体积极报道。从区域看，美国、菲律宾、马来西亚及港澳台地区的信息量较高。

2.传播趋势：全年呈多峰值传播特点

随着进博会在境外受到越来越多的关注，进博会境外媒体报道量全年居高，在倒计时100天，首批海运展品启运等重大关键节点，信息量出现明显峰值。进入11月，随着第八届进博会正式开幕，信息量达到全年最高峰。



图：2025年1月-11月境外信息量趋势（信息量：条）

第一阶段：1月至4月，第七届进博会举办成效和参展收获受到境外媒体广泛报道。第八届进博会境外宣介活动在全球铺开，为第八届进博会境外宣传营造积极氛围。

1月，菲律宾通讯社报道，菲律宾农业部长弗朗西斯科·劳雷尔对本国农业部门出口工作表示赞扬，第七届进博会上，菲律宾成交额近16亿美元。柬埔寨金边邮报网报道，2024年，柬埔寨与中国的双边贸易额达150亿美元，创下历史新高。柬埔寨商会副会长林恒指出，为促进双边贸易，柬埔寨参加了第七届进博会，展出大米、腰果、蜂蜜等100多种优质产品。澳洲新报网报道，2024年，超过70家新南威尔士州企业参加进博会，数量创下历史新高。新西兰自治领邮报报道，新西兰品牌Tracel萃斯通过第七届进博会首次亮相中国市场，其首席执行官接受了多家中国媒体的采访，并在小红书等中国社交媒体平台收获了众多中国消费者的关注。特立尼达和多巴哥卫报报道，2024年中特双边务实合作成果丰硕，特多企业连续第四年参加进博会，成功收获历史大单。塞尔维亚闪电报报道，塞尔维亚工商会和塞尔维亚开发署今年将组织塞尔维亚食品企业参加进博会。

2月，巴西Capital Economico网站报道，巴西马托格罗索州在第七届进博会上精彩亮相，展示了肉类等多种优质农产品并引起广泛关注。马来西亚星报网报道，第八届进博会推介会在马来西亚举办。马来西亚对外贸易发展局在推介会上与进博局签署了合作备忘录。



柬埔寨金边邮报



巴西Capital Economico网站



马来西亚星报网



菲律宾通讯社

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

3月，斯洛文尼亚晚报报道，斯中商务理事会今年将组织经贸代表团参加进博会，并与有关机构进行会见。白俄罗斯通讯社报道，Belinterexpo展览公司表示，今年将组织企业参加进博会，广泛展示白俄罗斯在国际市场上的发展潜力。马来西亚星洲网报道，马来西亚中华总商会发布公告开放第八届进博会参展报名。泰国国民报报道，第八届进博会座谈会在泰国曼谷举办，多家泰国企业及机构代表参会交流。意大利Sicilia Report网站报道，西西里大区生产活动厅厅长艾迪·塔马约会见了进博会活动组织方代表团。南美侨报网报道，第八届进博会宣介活动在巴西圣保罗举行，巴西马托格罗索州现场签约确认参展。

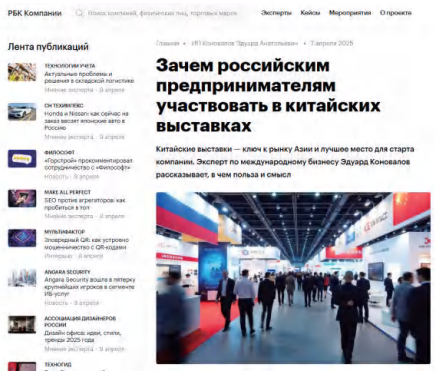
4月，俄罗斯商业咨询报发文称，进博会专注于进口商品和服务，是俄罗斯出口商拓展中国市场的绝佳机会。哈萨克斯坦通讯社报道，哈萨克斯坦贸易和一体化部部长阿尔曼·沙卡利耶夫在华访问期间参观了解哈萨克斯坦进博会展馆相关工作。泰国头条新闻社报道，泰国商务部国际贸易促进厅将开展泰国榴莲系列推广活动，包括积极组织企业参加进博会。柬埔寨高棉时报报道，柬埔寨商务部号召企业积极参加第八届进博会。马来西亚南洋商报报道，马来西亚中华总商会举办进博会中总馆推介会，呼吁企业踊跃报名。



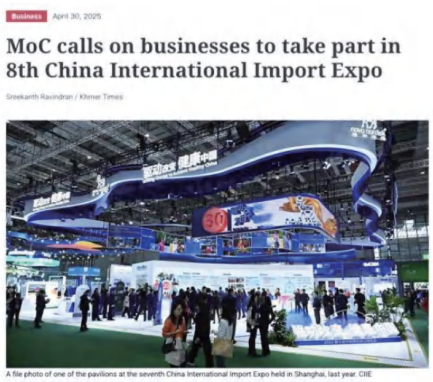
泰国国民报



意大利Sicilia Report网站



俄罗斯商业咨询报



柬埔寨高棉时报

第二阶段：5月至9月，随着海外各参展组织方筹备工作展开，第八届进博会进入倒计时100天，进博会海外传播热度逐渐升温，该阶段月均信息量超3000条。

5月，阿塞拜疆趋势通讯社报道，阿塞拜疆出口和投资促进局表示将积极支持本国食品出口企业参加第八届进博会等大型国际展会，以推广本国产品及品牌。厄瓜多尔民族报报道，第八届进博会推介活动在智利举行，当地众多企业机构参加。保加利亚通讯社报道，保加利亚副总理扎菲罗夫近日来华出席活动期间视察了今年保方筹备参展进博会有关工作。斯洛文尼亚时报报道，斯洛文尼亚投资署表示，将继续努力开拓中国市场，在今年进博会上展示其创新和可持续产品，提高该国及其企业在华知名度。乌干达新愿景网报道，进博会为乌干达咖啡进入中国市场打开大门，2023年进博会上，乌干达公司与中国采购商签署多项协议。土耳其Textilegence网站报道，爱琴海皮革及皮革产品出口商协会正积极组织企业参加第八届进博会。

6月，澳大利亚Winetitles网站报道，南澳大利亚州政府宣布投资500万美元用于支持当地出口商参加进博会等贸易展会。越南工商报报道，越南工贸部表示，支持企业积极参加进博会等国际展会。卢旺达新时代报报道，卢旺达咖啡通过第七届进博会打开了进入中国市场的大门，卢旺达农业部与中国咖啡品牌库迪签署了战略合作备忘录。马来西亚诗华日报报道，马来西亚中华总商会（中总）联合沙捞越中华总商会为第八届进博会举办推介活动。肯尼亚商业日报报道，中国通过进博会等平台以及其他措施，加大对最不发达国家的支持。釜山日报报道，釜山市政府计划聚焦本地优质消费品，积极支持企业参加今年进博会。土耳其世界报报道，第八届进博会推介会在土耳其举办。



乌干达新愿景网



土耳其世界报

7月，俄罗斯塔斯社报道，第八届进博会企业商业展已签约展览面积超30万平方米。拉丁美洲通讯社报道，第八届进博会已有超过50个国家和国际组织确认参加国家展。摩洛哥Barlamane网站报道，第八届进博会推介活动在摩洛哥举行，九家摩洛哥全国性行业机构代表参与活动。香港南华早报报道，在第八届进博会展前供需对接活动上，多位参展商表示将携新品种水果产品亮相进博会。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

8月，洪都拉斯网站“proceso.hn”报道，今年以来，中方已向洪都拉斯采购了7200吨白虾，洪都拉斯还将派遣代表团参加第八届进博会。阿根廷广播电台FM 89.9网站报道，萨尔塔省出口促进局将组织企业参加第八届进博会。哈萨克国际通讯社报道，哈萨克斯坦贸易和一体化部部长沙卡利耶夫与中方代表团举行工作会谈并强调，进博会等展会是推广哈萨克斯坦产品的重要平台。

9月，阿根廷“报告亚洲”网站报道，阿根廷—中国生产、工业和贸易商会（阿中商会）执行主任表示，阿中商会近年来参加进博会等展会，致力于和合作伙伴建立联系。土耳其光明报报道，爱琴海出口商们将在爱琴海出口商协会的领导下参加进博会。巴基斯坦每日新闻报报道，第八届进博会推介活动在巴基斯坦伊斯兰堡举办。巴西第一时间新闻网报道，巴西马托格罗索州投资促进局表示正在加强与中国的合作，将扩大对进博会的参与。白俄罗斯通讯社报道，白俄罗斯工商会表示，正在积极筹备今年进博会的国家展台工作，目前已经有大量企业报名参加。泰国通讯社报道，泰国商业部将继续推动各层次的贸易合作，支持泰国企业参加进博会等中国的重要展会。摩洛哥经济报报道，摩洛哥食品出口协调委员会正在积极筹备第八届进博会参展工作。哥伦比亚共和报报道，哥伦比亚贸易投资旅游局局长卡瓦列罗表示，哥伦比亚将作为主宾国参加第八届进博会。



摩洛哥Barlamane网站



香港南华早报



阿根廷“报告亚洲”网站



巴基斯坦Daily Parliament Times网站

第三阶段：10月至11月，信息量高速增长，11月信息量超过1.5万条，达到全年峰值。

10月，第八届进博会开幕前，澳大利亚人报、拉丁美洲通讯社、阿塞拜疆“趋势”通讯社、阿联酋通讯社、新加坡商业时报、坦桑尼亚公民报、塞尔维亚新闻晚报、斯洛文尼亚24小时报、津巴布韦先驱报、马来西亚国家新闻社、白俄罗斯通讯社、阿联酋通讯社、香港南华早报等众多媒体发文预热第八届进博会参展亮点。

11月5日，第八届进博会正式开幕，国务院总理李强出席第八届进博会暨虹桥国际经济论坛开幕式并发表主旨演讲，吸引路透社、彭博社、韩联社、日本时事通讯社、俄罗斯塔斯社、马来西亚国家新闻社、德国之声、欧洲《现代外交》网站、白俄罗斯通讯社、巴西247新闻网、新加坡商业时报、泰国日报、拉丁美洲通讯社、香港大公报、澳门广播电视、台湾联合新闻网等数十家国际知名媒体关注。



路透社



彭博社

第八届进博会闭幕后，媒体持续关注本届参展成果。俄罗斯卫星通讯社报道，在今年进博会上，俄罗斯出口商取得了令人瞩目的成果。俄罗斯出口中心表示，已签署的协议及合同总价值超6500万美元，成交额超过1.5亿美元。马来西亚国家新闻社报道，马来西亚MIHAS展在进博会的成交额达32亿令吉。菲律宾通讯社报道，菲律宾达沃地区的水果出口企业在第八届进博会上创造了640万美元的销售额。哥伦比亚共和报报道，本届进博会参展的哥伦比亚企业和机构达到29家，创下新高。哥伦比亚成为2025年进博会的主宾国，体现了中国对哥伦比亚的信任和认可。哈萨克国际通讯社报道，今年有超过100家哈萨克斯坦企业参加进博会，参展规模创下新高，据哈萨克斯坦贸易促进局统计，近年来哈萨克斯坦在进博会上签署的合同总额达3.065亿美元。乌干达媒体NilePost报道，今年进博会对乌干达咖啡产业起到了极大的推动作用，乌干达咖啡出口商达成了高达106.2亿先令（约合300万美元）的交易。希腊雅典—马其顿通讯社报道，希腊企业局首席执行官马里诺斯·詹诺普洛斯表示，本届进博会希腊国家馆的参观人次较往年大幅增长，可以看出中国市场对希腊产品有强劲需求。韩国东亚体育报报道，城南市企业在本届进博会上共进行了112次商业洽谈，并签订了价值约970万美元（约合141亿韩元）的合同，总额达2622万美元（约合382亿韩元）的出口咨询成果。南非贸易、

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

工业和竞争部网站发文称，进博会为南非公司带来良好商机。南非铝业联合会（AFSA）首席执行官表示，通过进博会与中国客户建立了联系，未来有望促成进一步合作。伊朗德黑兰时报报道，在本届进博会期间，伊朗和中国公司签署了多项谅解备忘录和协议，涉及石油、天然气、食品等领域。香港文汇报报道，香港贸发局率领54家香港企业参展，促成超过1000场商贸对接，香港食品馆通过线上直播累计获得逾百万次曝光，有效提升港产品牌在内地的知名度。澳门每日时报报道，澳门招商投资促进局（IPIM）表示，本届进博会期间共促成约1200场商业对接会，帮助澳门企业拓展全球市场。


Kazinform International News Agency

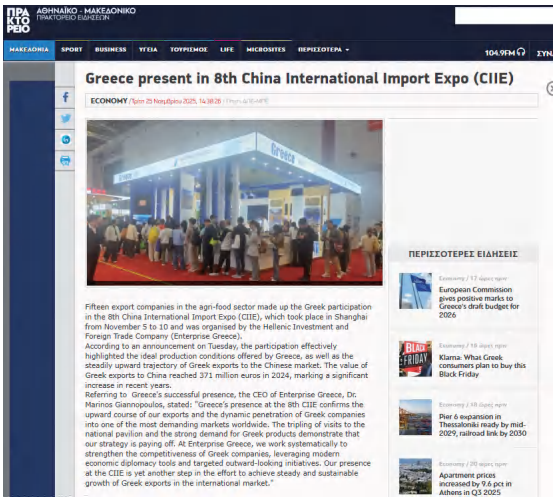
Kazakhstan · President · Politics · Economy

Kazakhstan boasts record presence at Shanghai Import Expo 2025

09:37, 6 November 2025

The 8th China International Import Expo (CIIE) kicked off in Shanghai bringing together 4,100 international companies from 155 countries and attracting over 449,000 professional visitors, Kazinform News Agency learnt from the Kazakh Trade and Integration Ministry.

哈萨克国际通讯社


ΑΘΗΝΑΪΚΟ - ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΟ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ

ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ · SPORT · BUSINESS · ΥΓΕΙΑ · ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ · LIFE · MICROSITES · ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ

Greece present in 8th China International Import Expo (CIIE)

ECONOMY

Fifteen export companies in the agri-food sector made up the Greek participation in the 8th China International Import Expo (CIIE), which took place in Shanghai from November 5 to 10 and was organised by the Hellenic Investment and Foreign Trade Company (Enterprise Greece).

According to an announcement on Tuesday, the participation effectively highlighted the ideal production conditions offered by Greece, as well as the steadily upward trajectory of Greek exports to the Chinese market. The value of Greek exports to China reached 371 million euros in 2024, marking a significant increase in recent years.

Referring to Greece's successful presence, the CEO of Enterprise Greece, Dr. Marinos Giannopoulos, stated: "Greece's presence at the 8th CIIE confirms the upward course of our exports and the dynamic penetration of Greek companies into one of the most demanding markets worldwide. The tripling of visits to the national pavilion and the strong demand for Greek products demonstrate that our strategy is paying off. At Enterprise Greece, we work systematically to strengthen the competitiveness of Greek companies, leveraging modern economic diplomacy tools and targeted outward-looking initiatives. Our presence at the CIIE is yet another step in the effort to achieve steady and sustainable growth of Greek exports in the international market."

ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ

European Commission gives positive marks to Greece's draft budget for 2026

Klarna: What Greek consumers plan to buy this Black Friday

Pier 6 expansion in Thessaloniki ready by mid-2029, railroad link by 2030

Apartment prices increased by 9.6 pct in Athens in Q3 2025

希腊雅典—马其顿通讯社


스포츠동아

성남시, 중국 국제수입박람회 수출 382억원 상담 성과

KOREA HEALTHCARE

韩国东亚体育报


Republic of the Philippines

PHILIPPINE NEWS AGENCY

HOME · NATIONAL · PROVINCIAL · OPINION · BUSINESS · FEATURES · HEALTH · FOREIGN · SPORTS · TRAVEL · ENVIRONMENT · SCITECH

Davao Region secures USD6.4-M sales at China Import Expo

By Che Palicte

November 7, 2025, 4:50 pm

Share

DAVAO CITY – An exhibitor from the Davao Region generated USD6.4 million in sales at the ongoing 8th China International Import Expo (CIIE) in Shanghai, the Department of Agriculture in Davao Region (DA-11) reported Friday.

DA-11 Regional Director Macario Gonzaga said the delegation witnessed the signing of a sales contract between Fruta Asiatica Export and Agri Trading and the Weihai Pure Fruit Food Technology Co., Ltd., for the purchase of 2,000 metric tons of fresh durian.

"This demonstrates how our local producers can thrive in the global arena when given the right market linkages and institutional support," Gonzaga said in a statement.

Fruta Asiatica specializes in fresh fruits and agricultural products, including durian and bananas, sourced from the Davao Region.

It has extensive trading experience in China, Korea, and the United States, among others.

Gonzaga described the partnership as a major milestone in boosting the export of premium durian from the region, highlighting DA's continuous efforts to link local agribusinesses with global markets.

"DA will continue to bridge opportunities that empower our farmers and strengthen the competitiveness of Mindanao's agri-products," he said.

Ten exhibitors represented the region at the six-day expo, which will end Nov. 10, showcasing the richness, diversity and high quality of Mindanao's agricultural products.

The others are Maylong Enterprises Corp., Engseng Food Products, Avante Agri Products Phils. Inc., Ed-Mar Agricultural Ventures Co. Ltd., Gold Standards Farms Inc., VJT Enterprises, Xiang Tai Fruits and Vegetables Corporation, BJM-Plouteo Agricultural Export Trading, and Ahya Coco Organic Food.

SALES CONTRACT. Representatives of Davao Region's Fruta Asiatica Export and Agri Trading (seated, left) and Weihai Pure Fruit Food Technology Co. Ltd. Sign a sales contract for the purchase of 2,000 metric tons of fresh durian valued at USD6.4 million during the China International Import Expo in Shanghai on Thursday (Nov. 6, 2025). The partnership marked a significant milestone in advancing the export of high-quality durian from Davao Region. *(Photo courtesy of DA-Region 11)*

菲律宾通讯社

3.传播亮点：主动传播势能更加强劲

（1）中国外宣媒体开展直播报道反响良好

总台CGTN在官网和海外社交平台推出十场沉浸式探馆直播《全球好物“进”在眼前》，带领全球观众“云”览进博盛会，直播上线三小时海外阅读量超百万次，多个关键词位列谷歌、必应、雅虎等搜索结果首位。总台CGTN泰语、阿语、格鲁吉亚语等多语种账号使用本届进博会主宾国语言开展报道，将主宾国的进博风采传递给本国受众。美籍主持人Jason推出的“Jason的进博奇遇记”系列短视频，通过亲身体验碳中和设备与可降解材料等绿色科技，向全球观众阐释可持续发展理念。阿语、希腊语、世界语、波兰语等多语种网红通过直播探馆、人机互动、拆解机器人技能等多元报道，向全球受众生动呈现进博会的创新活力与市场机遇。新华社在海外社交平台对第八届进博会多个展区进行直播探馆，播放量超十万次。



总台CGTN外籍主持人直播报道



新华社记者直播探馆

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

(2)中国驻外使节宣介进博会推动海外传播

在境外舆论场,中国驻外使节传播的进博声音贯穿全年。据不完全统计,今年以来,超过50位中国驻外使节通过全球近百家境外媒体机构宣介进博会,极大开拓了进博会的海外传播范围。相关媒体包括英国爱尔兰新闻报、意大利安莎社、丹麦哥本哈根邮报、波兰论坛报、孟加拉国每日太阳报、巴布亚新几内亚信使邮报、南非每日新闻报、巴哈马论坛报、亚美尼亚国家通讯社、泰国日报、安哥拉国家报、伊朗德黑兰时报、秘鲁安第斯通讯社、洪都拉斯日报、保加利亚国家广播电台、阿联酋国民报、斐济国家电视台、墨西哥每日报、巴基斯坦观察家报、捷克议会报、埃塞俄比亚资本报等。


A fruitful decade marks a new phase in China-NI relationship

MR LI NAN

英国爱尔兰新闻报


Home Society Economy Politics Sports Culture International Multimedia

By Chinese Ambassador to Iran Cong Peiwu

Seize momentum and write a new chapter in development of Chinese path to modernization

November 2, 2025 - 17:24 Economy

BEIJING- Recently, the Fourth Plenary Session of the 20th Central Committee of the Communist Party of China was successfully held in Beijing, where the Recommendations of the Central Committee of the Communist Party of China for Formulating the 15th Five-Year Plan (2026-2030) for National Economic and Social Development (hereinafter referred to as the Recommendation) was deliberated and adopted, outlining a grand blueprint for China's development over the next five years. Meanwhile, China's "three-quarter economic report" was officially released.

伊朗德黑兰时报


Feng Biao: Směřujeme k „patnácté pětiletce“. Čína s otevřenějším postojem sdílí s celým světem nové příležitosti

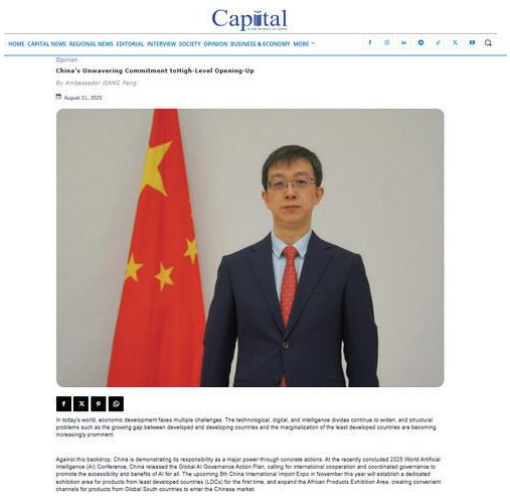
05.11.2025 16:10 | Komentář

Nedávno úspěšně skončilo čtvrté plenární zasedání 20. Ústředního výboru Komunistické strany Číny, které projednalo a schválilo „Návrh Ústředního výboru KS Číny na vypracování patnáctého pětiletého plánu národního hospodářského a sociálního rozvoje“ (dále jen „Návrh“).

Foto: Velvyslanectví Čínské lidové republiky

Popisek: Velvyslanec Čínské lidové republiky v České republice Feng Biao

捷克议会报


Capital

China's Unwavering Commitment toHigh-Level Opening-Up

By Ambassador JIANG Feng

August 21, 2025

埃塞俄比亚资本报

(3)进博会海媒矩阵效应持续放大

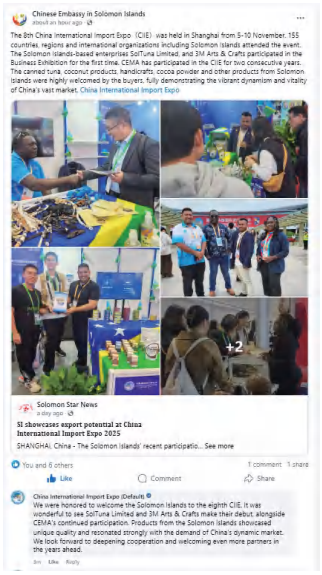
进博会六大海外社交媒体平台(Facebook、X、LinkedIn、Instagram、YouTube、TikTok)为海外人群关注了解进博会打开了渠道,通过高频发帖,并积极与有影响力的机构及人士建立互动,使进博会的国际知名度不断提升。今年以来,进博会海媒平台矩阵粉丝量共约217.9万,帖文互动总量约57万人次。



X平台与哥伦比亚总统佩德罗互动



LinkedIn平台与阿联酋对外贸易部长互动



Facebook平台与中国驻所罗门群岛大使馆互动



Instagram平台发帖

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

二、专题策划

（一）进博故事：鲜活故事讲述进博发展机遇

“进博故事”传播数据速览	
“进博故事”全球征集活动正式启动以来	全球总传播量近26亿次，累计发布220余个案例，覆盖62个国别和地区
2025年进博故事传播量	约1.8亿次
2025年进博故事报道量	约1.5万条
纪录短片《进博之旅·你的故事》	海内外播放量超420万次
微博话题“进博之旅让机遇跨越山海相逢”	阅读量超314万次
海外社交媒体平台	总浏览量超250万次
微博话题“2025进博故事新书发布”	阅读量超210万次
新华社相关微纪录片	播放量超114.5万次
《进博故事》新书发布活动	相关文章总浏览量超40万次
人民日报客户端相关报道	阅读量超36.3万次
微信公众号相关文章	累计阅读量超23万次，推文100余篇

今年，生动鲜活、底蕴深厚的“进博故事”继续引领宣传，IP亮点纷呈、备受关注。最新一辑《进博故事》图书精心构建“纾发展之困·启机遇之门”“汇合作之力·筑繁荣之桥”“聚创新之势·驱未来之擎”“谋共享之福·绘和美之景”四大篇章，系统梳理进博历程中的珍贵片段，以生动的故事扬起“开放之帆”。从“进博故事”全球征集活动正式启动以来，已累计发布220余个案例，覆盖62个国别和地区，全球总传播量近26亿次。这些故事用一个个鲜活的温暖叙事与宏大的全球视野相融相交，不断书写着“全球共享”的实干篇章。今年以来，进博故事相关信息约1.5万条，传播量约1.8亿次。“进博之旅让机遇跨越山海相逢”“2025进博故事新书发布”等微博话题累计阅读量近530万次；官方微信公众号发布相关推文100余篇，累计阅读量超23万次；“神奇的进博会”进入快手、抖音热搜，最高排名分别为第2位和第3位。

进博会期间，进博故事成为全网关注的热门话题，《人民日报》刊发《非洲“生命之树”结出共赢之果》《小果干带来大合作》《进博会，让“火腿之都”更红火》等多篇进博故事，讲述进博会为各国企业进入中国、展示创新产品提供了宝贵机遇，相关文章全网转载超600次。人民日报客户端发文《“与中国市场一起定义好咖啡”》，阅读量达36.3万次。新华社发布微纪录片《三个拉美出口商的进博故事》，播放量达114.5万次。抖音平台上，网民热情参与“进博故事”“神奇的进博会”等接力挑战活动，通过视频展现所见所闻，讲述自己的进博故事，相关话题新增播放量达1.6亿次。新浪微博@央视频 发布《进博之旅·你的故事》纪录短片，播放量达268万次。



图：媒体报道截图

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net



图：媒体报道截图

进博故事新书宣传情况

11月8日，“进博之旅 你的故事”——2025《进博故事》新书发布活动在国家会展中心（上海）举行，最新一辑《进博故事》中英文版图书正式发布。新书发布后，人民日报客户端、新华社客户端、央视新闻频道、央视新闻客户端等发布《2025〈进博故事〉新书发布》《第八届进博会|2025〈进博故事〉中英文版图书在“四叶草”发布》《〈进博故事〉中英文图书上新 累计全球总传播量近26亿次》等，报道2025《进博故事》新书发布，“进博故事”系列记录了大量企业、机构与个人的“开放”足迹，相关文章总浏览量超40万次。



图：进博故事新书报道截图



图：进博故事新书报道截图

进博故事海外宣传情况

推动“进博故事”主动“走出去”，从“讲述故事”到“引发共鸣”，并与国际组织同频共振，形成外宣合力。进博会海媒账号在LinkedIn、X、Facebook、Instagram等各大海外社交媒体平台发布进博故事海报、图文，总阅读量超250万次，吸引多国重要商贸机构、企业积极点赞、评论、转发，进一步扩大进博故事传播覆盖范围。如1月14日至1月20日，进博会海外社交媒体6大平台发帖有关内容获得商务部、世界贸易中心协会都柏林分会及国际贸易中心（ITC）等官方账号的关注和互动。1月15日，进博故事“醉”美进博篇在海媒全平台发布，总浏览量超过8.4万次，总互动量超过6022次。2月17日，进博故事赞比亚篇在海媒全平台发布，总浏览量超过3270次。9月19日，进博故事澳洲流量篇于进博会海媒全平台发布，总浏览量超2万次。11月，纪录短片《进博之旅·你的故事》生动展现进博舞台的新故事，海内外播放量超420万次。



图：进博会海媒平台发布进博故事海报

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

（二）进博专栏：社会各界共话盛会美好愿景

今年，进博会推出《政要话进博》《使节话进博》《外商话进博》《寰球话进博》等栏目，聚焦参展参会的国际组织负责人、外国政府机构官员、外国专家及境内外专业观众，生动呈现社会各界参与进博会的独特经历与真切感受，透过多元视角展现“进博声音”，见证中国以开放胸襟拥抱世界的生动实践。官方微信公众号设置“使节话进博”“外商话进博”“寰球话进博”三个合集共收录推文30余篇，阅读量达3.5万次。此外，今年首次推出《进博聚光灯》栏目，提前预热本届展会各版块亮点看点，官方微信公众号设置“进博聚光灯海报”“进博聚光灯：CIIE-NOVA”“进博聚光灯：CIIE-MOVE”“进博聚光灯：CIIE-LIFESTYLE”“进博聚光灯：CIIE-SERVICE”“进博聚光灯：CIIE-TECH”“进博聚光灯：CIIE-FOOD”“进博聚光灯：CIIE-HEALTH”“进博聚光灯-国家展”九个合集共收录推文65篇，阅读量达7.3万次。

多国政要、展商接受媒体采访，介绍当地参展的企业展品，肯定进博会已成为加强国际经济合作的重要平台。如总台央视《高端访谈》栏目采访库克群岛总理布朗，微博平台上该视频播放量达72万次。新华网客户端发布《“进博红人”名片｜欧莱雅集团叶鸿慕：八届“全勤生”，与进博共赴“无限”美》，浏览量达50万次。每日经济新闻以“进博零距离”为主体，采访汉高大中华区总裁安娜、霍尼韦尔大中华区总裁余锋、波士顿科学中国区冠脉介入及结构心脏瓣膜事业部高级总监龚文浩等多位展商，讲述企业借助进博会这一国家级平台，展示其扎根中国市场的坚定承诺与本土化成果。

多名驻外使节在海外主流媒体上发表署名文章，充分肯定进博会助力各方拓展合作空间，为中国扩大高水平对外开放作出重要贡献，传递中国愿与世界共享机遇的积极信号。如中国驻俄罗斯大使张汉晖在《论据与事实报》发表署名文章《美国经济不能内病外治》表示，中国坚定推进高水平开放，持续扩大进口。自2018年起连续7年举办进博会，关税总水平降至7.3%的全球较低水平。中国驻罗马尼亚使馆临时代办华亚芳在罗《九点钟报》发表署名文章《共筑友谊 共谋发展》指出，越来越多的优质产品借助进博会等登陆中国市场，丰富老百姓生活。中国驻悉尼总领事王愚在澳主流媒体《澳金融评论报》发表署名文章《贸易战之际：中国的开放市场将为澳大利亚带来机遇》表示，欢迎更多澳大利亚企业参加第八届进博会，来感受真实、立体、全面的中国。











图：新华网、总台央视、每日经济新闻采访视频

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

三、国家展传播情况

国家展传播数据速览	
新华社客户端相关报道	累计浏览量超450万次
央视新闻客户端相关报道	累计浏览量超120万次
央视新闻频道《高端访谈》相关报道	累计观看量超80万次
相关微博话题	累计互动量超55万次
中国新闻网相关报道	累计阅读量超40万次
全网信息	各渠道信息共约6.2万条
CGTN相关视频	累计观看量累计超5.7万次

国家综合展作为进博会的重要组成部分，今年共有67个国家、地区和国际组织参加，展览面积3万平方米。各参展方展台特色鲜明、展示形式丰富新颖，呈现本国发展水平高、合作潜力大的行业和领域，也集中展示多双边合作成果。17个非洲国家参加国家展，多款非洲特色优质产品集中亮相；首次设立友城联展，南京市与德国斯图加特市作为首对参展友城，共同呈现“南京—斯图加特友好合作城市30周年联展”。展览以“双城匠心·共赢未来”为主题，系统回顾了两市三十年来从产业协同到人文交流的丰硕成果，展现了南京以斯图加特为支点、持续推进对德合作走深走实的稳健步伐。

（一）国家综合展：再聚首、多亮点，展示经贸文化魅力

今年进博会国家展相关信息超过6.2万条，本届进博会瑞典、阿联酋、格鲁吉亚、哥伦比亚、尼日利亚、泰国等6国担任主宾国。6个主宾国都派出高级别代表团，积极推介本国优势产业，并开展国家馆馆日活动。除泰国外，其余5个国家均为首次担任主宾国。

国家展展品与活动精彩纷呈，媒体通过图文、视频、直播等形式，全方位报道、全景记录国家展盛况。如新华社客户端发布《进博Walk|在国家展感受“朋友圈”热烈氛围》《第八届进博会｜第八届进博会国家展人气旺》等视频，累计播放量超100万次。央视新闻客户端发布《走！打卡进博会国家展 感受各国诚意满满》《67个国家和国际组织齐聚 进博会国家综合展有四大亮点》《进博会国家展藏着哪些宝藏？记者变身“寻宝人”带你云逛展》。《人民日报》刊发《67个国家和国际组织参加第八届进博会国家展，6个国家担任主宾国 在开放的大舞台上相向而行、相互成就》等多篇文章，以图文视频并茂的形式，展示国家展的盛况，相关文章累计阅读量近120万次。@CGTN和@澎湃新闻在新浪微博直

播《环球“奇遇”，一站体验！CGTN带你“云”逛2025进博会国家馆》《一起“淘”进博丨国家展穿越记》，观看量累计达5.7万次。格鲁吉亚是主宾国之一，央视新闻频道《高端访谈》栏目专访格鲁吉亚总理科巴希泽，直播观看人次达11.2万次，微博话题“总台专访格鲁吉亚总理”阅读量达71.1万次。

（二）中国馆：看发展、增信心，科技创新受期待

第八届进博会中国馆以“中国新发展 世界新机遇”为主题，重点展示中国“十四五”期间全面深化改革、推进高水平开放的最新成就，汇集展品570件，展品数量创新高。全球最快高铁CR450、人工智能海洋装备、6G应用场景裸眼3D展示、北京亦庄冠军系列机器人、月球科研站沙盘和嫦娥五号、六号月壤样本、脑机接口技术等一大批“十四五”期间我国在高端制造、航空航天、人工智能等领域的重大科技成果亮相。《经济日报》《科技日报》刊发《“中国创新超乎想象”——第八届进博会中国馆见闻》《“科技感”十足 “人气值”拉满——第八届进博会中国馆亮出创新发展“成绩单”》等文章称，无论是展现国家硬实力的“大国重器”，还是贴近生活的创新成果，中国馆处处洋溢着科技的力量，前沿科技加速从“远观”走向“尽享”。

中国馆受到各级媒体广泛关注，人民网、新华社、总台央视、东方卫视、澎湃新闻、文汇报等20余家主流媒体进行报道，采取连线直播、视频报道、图文报道、知名主持人探馆等形式对中国馆进行全方位宣传，全网信息量达1.6万余条。如央视新闻频道播发《第八届进博会开幕 记者探访中国馆 科技带来无限可能》《非侵入式脑机接口让肢体随心“想”动》等多个记者探馆视频，多角度展示中国馆内的创新产品和技术，立体化呈现中国发展的成就和动能。新华社客户端视频《进博Walk|在中国馆感受创新发展魅力》《进博会中国馆“大国重器”展示非凡成就》累计播放量达210.5万次。社交平台上，媒体积极设置议题，吸引网民广泛参与讨论。如@央视网 在微博平台发布视频，展示CR450动车组模型体验、沙盘模型互动装置、全球首款载人近地飞行器等多项创新科技，播放量达3万次，微博话题“世界最快高铁模型入驻进博会中国馆”“进博会中国馆570件展品历届最多”阅读量约50万次。



图：中国馆报道截图

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

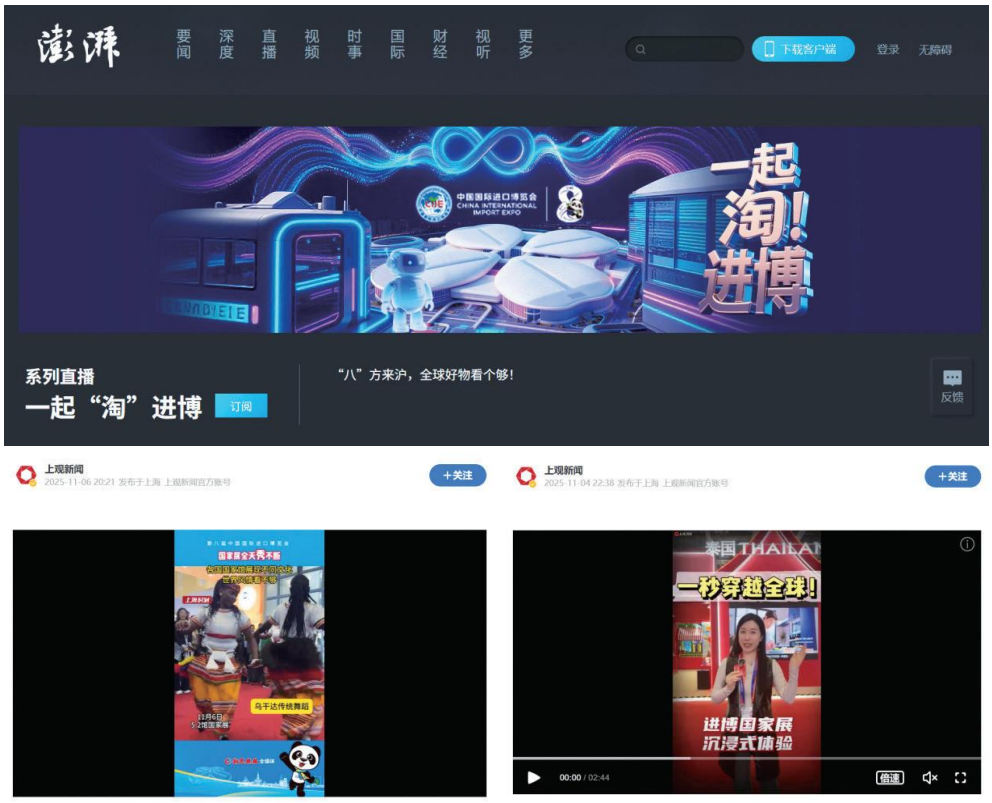


图：中国馆报道截图

（三）展台活动：深互动、高诚意，传递合作愿景

今年国家展的互动性进一步增强，20余个参展方开展了约280场展台活动，不仅展示国家形象、文化特色和综合实力，也拉近与中国消费者的距离。消费日报网文章《聚焦进博会｜经贸盛会+文化盛宴 进博会国家馆展现双重魅力》指出，各国艺术与文化在国家展交汇融合。参展方通过特色鲜明的展台设计与丰富新颖的展示形式，呈现发展水平高、合作潜力大的行业和领域。上观新闻发布报道《进博会国家展 全天秀不断｜进距离》《一秒穿越全球！进博国家展沉浸式体验》《全球顶尖好物集结进博会国家展》，以图文、视频等形式，介绍今年国家展不仅有特色美食、文化展品，还设置了大量的体验交互项目，如乌干达、格鲁吉亚、柬埔寨、阿联酋、斐济、委内瑞拉等国家都带来了各自的传统歌舞、民族乐器表演。新民晚报直播《在进博会，云逛国家综合展》直观展示各国展台的丰富活动。澎湃新闻直播《一起“淘”进博丨国家展穿越记：从“全球最快高铁”到“亚马逊雨林”，发车》，在微博平台播放量达4.7万次。中国新闻网报道《歌舞鼓点添活力！第八届进博会国家展人气旺》，阅读量超40万次。

本次国家展还侧重于帮助参展国家进行产业对接。挪威、白俄罗斯、格鲁吉亚、亚美尼亚、乌兹别克斯坦、阿塞拜疆、吉尔吉斯斯坦、巴西、阿根廷、越南、蒙古、泰国、伊朗、斯里兰卡等14个国家组展机构既在国家展展示各自的国家形象，又在企业展组织本国优秀企业参展。央视中文国际频道报道《进博会国家展：67国及国际组织同台 科技与文化共舞》。新华社发布视频《俄语国家展商：在进博会发现中国大市场和新机遇》，阅读量超150万次。



图：澎湃新闻、上观新闻报道截图

四、企业展传播情况

（一）各展区情况

本届进博会积极促进各方务实合作。企业展进一步扩容，展览面积超过36.7万平方米，参展企业在去年3496家的基础上新增了600余家，有290家世界500强和行业龙头企业参展，展览面积和企业总数均创历史新高。组建了43个交易团、700多个交易分团到会洽谈采购。专业观众注册达到44.95万人。

展区策划上，更加注重前沿引领。企业展设置医疗器械及医药保健、汽车及智慧出行、技术装备、消费品、农食产品、服务贸易六大展区和创新孵化专区的整体架构，积极呼应“冰雪经济”“银发经济”等新兴消费理念，创新打造“进博体育公园”“国际汽车文化展示区”等亮点板块。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

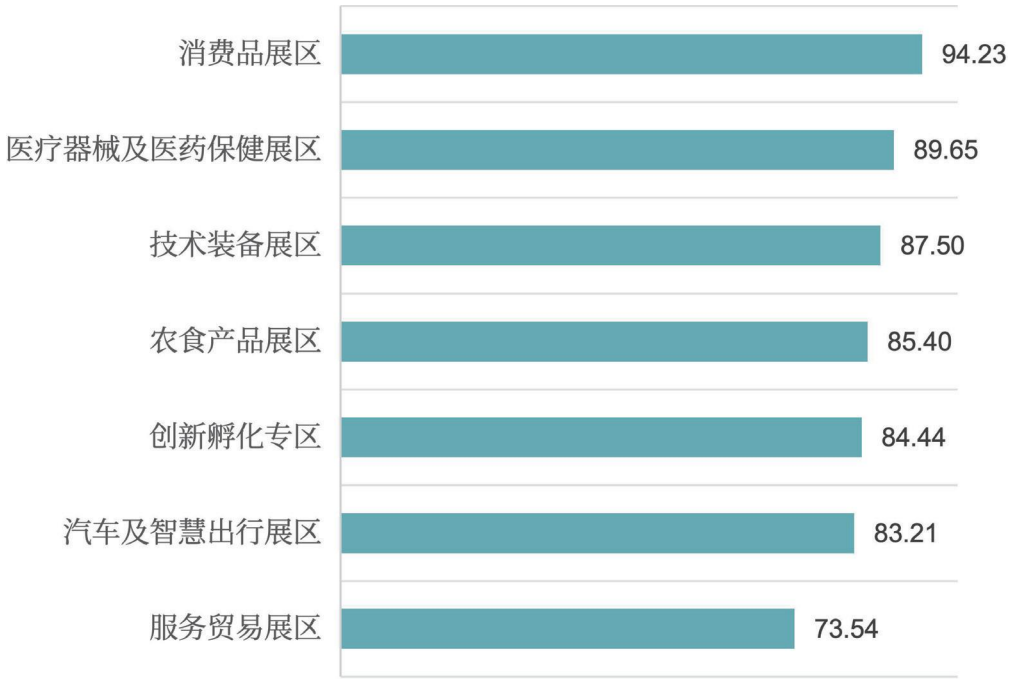


图:六大展区及创新孵化专区传播影响力指数

(二)展商传播情况

1.第八届进博会传播影响力指数——“百佳展商”名录

本届进博会,138个国家和地区的4108家企业参展,全球头部企业齐聚进博会。全球十大工业电气企业、四大粮商等行业龙头企业持续参与,多家医疗领域跨国企业携多款聚焦慢性疾病、罕见病治疗的医疗产品重磅亮相,多个细分领域领军企业首次参展,美国企业参展面积连续7年保持第一,共同体现了国际社会对中国经济的坚定信心,传播效能持续放大。

进博会在“南方国家”的影响力进一步提升。123个共建国家的企业参展,同比增长23.1%;来自最不发达国家的企业达163家,同比增长23.5%;支持非洲建交国用足用好100%税目产品零关税政策,非洲企业参展数量同比增长80%,国际反响积极。

全面监测、梳理所有参展企业传播情况,测算“展商传播影响力指数”,列表如下:

序号	展区	展商	传播影响力指数
1	消费品展区	欧莱雅*[1]	29.40
2	消费品展区	松下*	28.84
3	汽车及智慧出行展区	大众汽车集团*	28.73
4	汽车及智慧出行展区	特斯拉	28.70

[1]进博会全勤生,指从第一届到第八届中国国际进口博览会均连续参展的企业或机构。

5	医疗器械及医药保健展区	拜耳*	28.45
6	农食产品展区	纽仕兰*	28.31
7	技术装备展区	西门子*	28.28
8	技术装备展区	索尼	28.24
9	汽车及智慧出行展区	丰田汽车*	28.23
10	医疗器械及医药保健展区	美敦力*	28.22
11	医疗器械及医药保健展区	赛诺菲*	28.16
12	技术装备展区	高通*	28.13
13	医疗器械及医药保健展区	罗氏制药*	28.09
14	技术装备展区	AMD	28.08
15	汽车及智慧出行展区	米其林	28.07
16	消费品展区	宜家*	28.06
17	汽车及智慧出行展区	宝马*	28.06
18	医疗器械及医药保健展区	阿斯利康*	28.05
19	技术装备展区	霍尼韦尔*	28.05
20	医疗器械及医药保健展区	西门子医疗*	28.04
21	医疗器械及医药保健展区	诺和诺德*	28.03
22	消费品展区	资生堂	28.02
23	技术装备展区	欧姆龙*	28.02
24	技术装备展区	施耐德电气*	28.01
25	技术装备展区	英特尔	28.01
26	医疗器械及医药保健展区	强生*	27.98
27	技术装备展区	三星*	27.91
28	医疗器械及医药保健展区	辉瑞	27.87

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

29	消费品展区	乐高*	27.82
30	农食产品展区	达能*	27.81
31	消费品展区	花王*	27.58
32	农食产品展区	嘉吉公司*	27.55
33	农食产品展区	正大集团*	27.48
34	技术装备展区	海克斯康	26.95
35	技术装备展区	ABB*	26.71
36	医疗器械及医药保健展区	GE医疗*	26.60
37	医疗器械及医药保健展区	诺华*	25.74
38	医疗器械及医药保健展区	飞利浦*	25.66
39	医疗器械及医药保健展区	波士顿科学	25.12
40	汽车及智慧出行展区	日产汽车	24.94
41	服务贸易展区	SGS 集团	24.71
42	消费品展区	露露乐蒙	24.51
43	医疗器械及医药保健展区	勃林格殷格翰	24.39
44	农食产品展区	路易达孚*	24.08
45	消费品展区	MUJI無印良品	24.05
46	汽车及智慧出行展区	博世	24.01
47	服务贸易展区	毕马威	24.00
48	消费品展区	耐克	23.80
49	医疗器械及医药保健展区	雅培	23.79
50	汽车及智慧出行展区	梅赛德斯-奔驰*	23.36
51	医疗器械及医药保健展区	复星医药*	23.24
52	技术装备展区	陶氏*	23.05

53	技术装备展区	立邦	22.78
54	农食产品展区	雀巢*	22.74
55	消费品展区	雅诗兰黛	22.73
56	消费品展区	乔山	22.51
57	技术装备展区	江森自控	22.42
58	医疗器械及医药保健展区	默沙东	22.35
59	技术装备展区	空中客车	22.33
60	汽车及智慧出行展区	本田*	22.32
61	医疗器械及医药保健展区	葛兰素史克	22.32
62	医疗器械及医药保健展区	礼来	22.27
63	汽车及智慧出行展区	福特汽车*	21.61
64	服务贸易展区	太古集团	21.42
65	消费品展区	路威酩轩	21.40
66	医疗器械及医药保健展区	欧加隆	21.35
67	医疗器械及医药保健展区	吉利德	21.13
68	消费品展区	开云	21.02
69	消费品展区	海丝腾	21.01
70	技术装备展区	罗克韦尔	20.98
71	医疗器械及医药保健展区	安利	20.96
72	消费品展区	宝洁	20.95
73	技术装备展区	蔡司*	20.84
74	服务贸易展区	安永*	20.81
75	消费品展区	爱茉莉太平洋*	20.48
76	消费品展区	迅销(优衣库)	20.31

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

77	农食产品展区	佳沛*	20.21
78	技术装备展区	3M*	20.04
79	医疗器械及医药保健展区	依视路陆逊梯卡*	20.02
80	技术装备展区	卡赫*	19.80
81	医疗器械及医药保健展区	多特瑞*	19.73
82	消费品展区	阿迪达斯	19.54
83	技术装备展区	汉高	19.42
84	技术装备展区	阿法拉伐	19.34
85	消费品展区	历峰	19.21
86	技术装备展区	力拓	18.79
87	医疗器械及医药保健展区	医科达*	18.77
88	技术装备展区	兄弟*	18.76
89	技术装备展区	阿斯麦	18.75
90	农食产品展区	沃尔玛	18.50
91	技术装备展区	肖特*	18.47
92	消费品展区	汉斯希尔*	18.35
93	服务贸易展区	普华永道*	18.18
94	服务贸易展区	德勤*	18.15
95	农食产品展区	艾地盟	18.15
96	技术装备展区	三菱电机*	18.09
97	技术装备展区	东芝*	17.99
98	技术装备展区	艾默生*	17.84
99	农食产品展区	先正达	17.76
100	农食产品展区	a2牛奶	17.31

2.第八届进博会传播影响力指数——“进博之星”名录

2025年以来，进博会持续受到各方关注，参展商积极传播，全年形成多轮传播热潮，更加体现出进博会的影响力、带动力。参展商普遍认可，“举办进博会，就是要扩大开放，让中国大市场成为世界大机遇”。

为全面体现参展商全年传播情况，本报告增设“进博之星”。监测梳理全年有关信息，测算“年度传播影响力指数”，列表如下：

2025年“进博之星”

序号	展商名称	传播影响力指数
1	欧莱雅	94.29
2	西门子	93.90
3	大众汽车集团	93.56
4	拜耳	92.96
5	丰田汽车	92.80
6	高通	91.83
7	松下	90.12
8	美敦力	90.05
9	乐高	90.03
10	罗氏制药	89.67

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

3.第八届进博会传播影响力指数——各展区“十佳展商”名录

社会各界高度关注六大展区及创新孵化专区的展商情况，统计相关信息，测算传播影响力指数，具体如下：

医疗器械及医药保健展区		
序号	展商名称	传播影响力指数
1	拜耳	28.45
2	美敦力	28.22
3	赛诺菲	28.16
4	罗氏制药	28.09
5	阿斯利康	28.05
6	西门子医疗	28.04
7	诺和诺德	28.03
8	强生	27.98
9	辉瑞	27.87
10	GE医疗	26.60

医疗器械及医药保健展区，拜耳的传播影响力指数位列第一，达28.45。人民网报道称，拜耳携旗下处方药（及影像诊断）、健康消费品、作物科学三大事业部亮相，展示了26款亮点展品，其中包括5个“全球首展”、8个“中国首展”和13个“进博会首展”，凸显了对中国市场创新潜力的高度重视。

美敦力以28.22的数值位列第二。新华社报道称，基于对中国市场的坚定看好，美敦力今年带来100多个创新产品，包括一个全球首展、一个亚太首展，以及5个中国首展。目前，美敦力已有33款在进博会首秀的“明星展品”转化为“中国商品”。

汽车及智慧出行展区		
序号	展商名称	传播影响力指数
1	大众汽车集团	28.73
2	特斯拉	28.70
3	丰田汽车	28.23
4	米其林	28.07
5	宝马	28.06
6	日产汽车	24.94
7	博世	24.01
8	梅赛德斯-奔驰	23.36
9	本田	22.32
10	福特汽车	21.61

汽车及智慧出行展区，大众汽车集团的传播影响力指数为28.73，位列第一。新华社报道称，大众汽车集团（中国）旗下软件公司CARIAD与智驾科技企业地平线联合成立的合资公司酷睿程，将在中国自主设计与研发系统级计算方案，为集团的高级驾驶辅助和自动驾驶系统提供有力支持。大众汽车集团坚信，通过在中国设计与研发，将进一步巩固企业的长期创新能力。

特斯拉位列第二，传播影响力指数为28.70。《人民日报》报道称，11月5日，特斯拉携明星产品——赛博无人驾驶电动车亮相进博会汽车展区，这也是该款车型的亚太首秀。特斯拉全球副总裁陶琳表示，选择在进博会上进行首秀，是因为进博会是国际合作与创新交流的重要平台。希望通过进博会平台向公众展示特斯拉在人工智能、智能制造和绿色能源方面的前沿技术与创新能力。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

技术装备展区		
序号	展商名称	传播影响力指数
1	西门子	28.28
2	索尼	28.24
3	高通	28.13
4	AMD	28.08
5	霍尼韦尔	28.05
6	欧姆龙	28.02
7	施耐德电气	28.01
8	英特尔	28.01
9	三星	27.91
10	海克斯康	26.95

技术装备展区，西门子以28.28的传播影响力指数位列第一。新华社报道称，来到西门子展台，处处能感受到“人工智能+工业”的魅力：智能装配设备将刹车生产线建设耗时压缩近一半；软硬件结合让工业控制像抓娃娃一样直观易用；通过AI赋能的沉浸式研发平台，用户只需“动动嘴”就能完成设计。

索尼位列第二，传播影响力指数为28.24。《经济日报》介绍称，今年进博会，索尼全球首发触感沉浸自然空间《虫鸣幻林INSECTOPIA》，整合超广角LED屏幕、特制触觉反馈地板、坐姿触感振动系统并同步精准控制风效与光影，让参观者以微观昆虫的视角感受自然。

消费品展区		
序号	展商名称	传播影响力指数
1	欧莱雅	29.40
2	松下	28.84
3	宜家	28.06
4	资生堂	28.02
5	乐高	27.82
6	花王	27.58
7	露露乐蒙	24.51
8	MUJI無印良品	24.05
9	耐克	23.80
10	雅诗兰黛	22.73

消费品展区，欧莱雅传播影响力指数高达29.40，位列第一。《人民日报》文章称，连续8年参与进博会的欧莱雅用一个个新产品、一项项新合作，展现对中国市场的坚定信心。“进博会既是经贸交往的桥梁，更向世界传递着中国共享机遇、共同发展的理念。”欧莱雅集团首席执行官叶鸿慕表示，企业已提前预约了第九届进博会的入场券。

松下的传播影响力指数位列该展区第二。《人民日报海外版》报道称，走进消费品展区的松下展台，搭载AI的智能家电陈列在醒目位置。松下控股株式会社全球副总裁、集团中国东北亚总代表本间哲朗表示，“公司正将生成式AI技术应用于家电、智能住宅产品，对接中国市场的新消费需求。”

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

农食产品展区		
序号	展商名称	传播影响力指数
1	纽仕兰	28.31
2	达能	27.81
3	嘉吉公司	27.55
4	正大集团	27.48
5	路易达孚	24.08
6	雀巢	22.74
7	佳沛	20.21
8	沃尔玛	18.50
9	艾地盟	18.15
10	先正达	17.76

农食产品展区，纽仕兰传播影响力指数达28.31，位列第一。《人民日报》文章称，连续参加7届进博会，首发新品、洞察市场、拓展网络。纽仕兰全球执行总裁罗伊·范登赫克表示，“纽仕兰跟随进博会共同成长，我们始终看好中国市场、看好进博会。”

达能位列展区第二，传播影响力指数为27.81。《经济日报》报道称，连续8年参展的达能以“呵护全生命周期，共创健康美好未来”为主题，携130余款科研创新产品亮相，覆盖了不同生命周期群体的营养需求。达能中国、北亚及大洋洲总裁谢伟博介绍，“中国是达能全球第二大市场，更是开启‘振新达能’战略新篇章、迈向健康与营养未来的重要市场。”

服务贸易展区		
序号	展商名称	传播影响力指数
1	SGS集团	24.71
2	毕马威	24.00
3	太古集团	21.42
4	安永	20.81
5	普华永道	18.18
6	德勤	18.15
7	渣打银行	16.31
8	淡水河谷	16.25
9	联邦快递	16.15
10	汇丰	15.73

服务贸易展区，SGS集团位列第一。《国际商报》刊文称，作为进博会“老朋友”的SGS，此次围绕“品质有形·信任无界”主题展示新消费时代、可持续成长、数字信任、出海新征程四大板块。

毕马威位列第二。新华网发文称，毕马威中国客户及业务发展主管合伙人江立勤表示，跨国公司已不满足于将产品带入中国，更有信心将自身核心优势与中国在可持续发展等领域的长期目标对接，实现真正的同频共振。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

创新孵化专区		
序号	展商名称	传播影响力指数
1	云帆智控	16.19
2	欧莱雅BIG BANG美妆共创计划	16.08
3	越凡医疗	15.16
4	气味王国	14.60
5	英国EGG孵化器	12.75
6	北欧创新中心	12.36
7	颐高国际创新中心	11.56
8	百联科创中心	10.18
9	巴西中心	10.07
10	奥地利奥中音乐协会	9.65

创新孵化专区，云帆智控以16.19的传播影响力指数位列第一。中国网报道称，云帆智控公司展出具备双臂协同30公斤负载能力的电力具身智能机器人，可轻松拎起两桶5升的矿泉水。这款机器人可应用于工业场景，双臂协同能够达到30公斤的负载，底盘续航能力超6个小时。

欧莱雅BIG BANG美妆共创计划位列第二，传播影响力指数为16.08。中国经济网报道称，全球知名美妆集团欧莱雅以“美无限，耀八方”为主题，连续第八年亮相进博会。在创新孵化专区，欧莱雅揭晓了今年从北亚BIG BANG美妆科技共创计划中脱颖而出的19家获胜企业。

4.第八届进博会传播影响力指数——“十五佳展团”名录

展团将分散的海外企业组织起来，共同开拓中国市场，传播影响力进一步提升。《人民日报海外版》发文《多国组展机构持续看好进博会—— 我们是“回头客”，更是“同路人”》称，除了一家家独立参展商，还有来自多国的组展机构“组团”亮相。这些组展机构涵盖多国官方贸促机构、商会及行业协会等，他们将分散的海外企业组织成有规模的展团，共同开拓中国市场。不少组展机构连续多年“带团”，用行动对中国大市场投出“信任票”。多家组展机构表示，他们不仅致力于降低企业参展门槛，也提供从商务对接到市场推广的“一条龙”服务，助力企业有备而来，精准开拓中国市场。直播带货等创新推广方式，正成为众多展团吸引消费者的新选择。全面监测、梳理所有展团传播情况，测算“展团传播影响力指数”，列表如下：

序号	展团名称	热度
1	联合国国际贸易中心	★★★★★
2	巴西出口投资促进局	★★★★★
3	新加坡工商联合总会	★★★★★
4	香港贸易发展局	★★★★★
5	上海美国商会	★★★★★
6	瑞士中心	★★★★★
7	马来西亚中华总商会	★★★★★
8	加拿大国际贸易促进会	★★★★
9	澳大利亚贸易投资委员会	★★★★
10	马来西亚对外贸易发展局	★★★★
11	日本贸易振兴机构	★★★★
12	意大利中国理事基金会	★★★★
13	秘鲁出口商协会	★★★★
14	俄罗斯出口中心	★★★★
15	新西兰中国商会	★★★★

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

（三）展品传播情况

本届进博会共发布461项代表性新产品、新技术、新服务。其中，全球首发201项、亚洲首展65项、中国首秀195项，涵盖生物医药、绿色低碳、技术装备等行业，助力中国大市场进一步成为全球创新的试验场、应用场、利润场。

综合媒体报道，本届进博会上，首发首展首秀“大军”持续壮大，涵盖消费、装备、食品等多个领域。人形机器人参与工作、生活的新场景，吸引大批观众围观。特斯拉无人驾驶电动车、西门子医疗全新血管造影系统、依视路陆逊梯卡Nuance Audio创新助听眼镜等，首发首秀首展引发大量关注。雅培带来10余款首发首秀产品；波士顿科学首展的血管内超声系统在上海试点本土生产；丹麦力奇首次带来大型场所洗扫一体机，与鞍山钢铁等多家企业达成合作意向；艾纳诗深睡小屋集团展台，蓝色便携式慢波睡眠机引人驻足；霍尼韦尔在多届进博会首发的智慧建筑领域解决方案，已在中国的写字楼、酒店、工厂广泛应用；复合材料综合解决方案提供商HRC，带来全球首发的相关结构设计及制造技术；拜耳作物科学展台上，9款为本届进博会首发的玉米种子新品种；欧莱雅首发新品数量达26项，规模为历届之最。8年来，全球好物在进博会持续涌现。通过进博会，阿富汗的松子、坦桑尼亚的芝麻、厄瓜多尔的麒麟果等农产品首次大规模进入中国市场；达能、雀巢全球首发针对中国市场的婴幼儿配方奶、健康零食，在细分领域打开市场空间；法国夏洛莱牛肉、韩国鳕鱼肠等进博会爆品赢得越来越多消费者认可。建立合作关系、整合优质研发资源，借助进博会平台，越来越多展品加速落地。

序号	展品名称	传播影响力指数
1	特斯拉无人驾驶电动车	78.93
2	秘鲁蓝莓	71.59
3	欧莱雅首发韩国第一皮肤学级护肤品牌Dr.G	70.30
4	波士顿Orbera365内镜引导胃减容球囊	68.80
5	三星人工智能家庭解决方案AI Home	67.21
6	可立克魔科技陪伴机器人ClickCopilot	67.13
7	益海嘉里金龙鱼植物甾醇蛋白乳	67.08
8	盈康一生超速离心机	66.28

9	丰田、小马智行L4级无人驾驶Robotaxi	66.03
10	松下四筒全热泵洗烘护一体机Alpha G5	65.66
11	宜家弗斯达2026年中国新年系列展品	65.12
12	飞利浦AI悦光伴系列解决方案	64.74
13	碧迪医疗疝气裤	64.63
14	美敦力闭环可充电脊髓神经刺激系统Inceptiv	64.50
15	嘉吉首发新一代液态煎炸油融佳清炸油和清荟低饱和乳基底专用油	64.35
16	依视路陆逊梯卡搭载星趣控2.0镜片的智能眼镜	64.25
17	汉斯希尔家用双罐中央软水机	63.24
18	碧迪医疗福玛密闭式防针刺伤型静脉留置针	63.06
19	盈康一生太阳能疫苗冰箱	63.02
20	依视路陆逊梯卡Nuance Audio创新助听眼镜	62.85

（四）交易团传播情况

本届进博会展客商交流对接务实高效，洽谈签约成果丰硕。媒体积极报道交易团情况。如《人民日报》称，“第八届进博会上，由43个交易团、700多个交易分团组成的‘买手团’”“中央企业、国家卫生健康委和相关地方交易团的近200家采购商，举办70余档集中签约活动”。

综合梳理并测算发现，上海交易团、国资委中央企业交易团、北京交易团、江苏交易团、浙江交易团热度较高。媒体主要关注“上海交易团采购商规模已达12万人，进一步加强供需精准对接，促进现场采购成交”“近百家中央企业组织超2万人报名参会，组建58个专业团组对接会商，从中央企业进博会‘购物车’清单，可以看出当前中央企业正加快培育新质生产力，推动人工智能与传统产业深度融合”“浙江省交易团首日签下145亿元大单”“北京交易团的1600多家企业，来进博会平台上寻找合作伙伴、促成新的合作”等情况。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

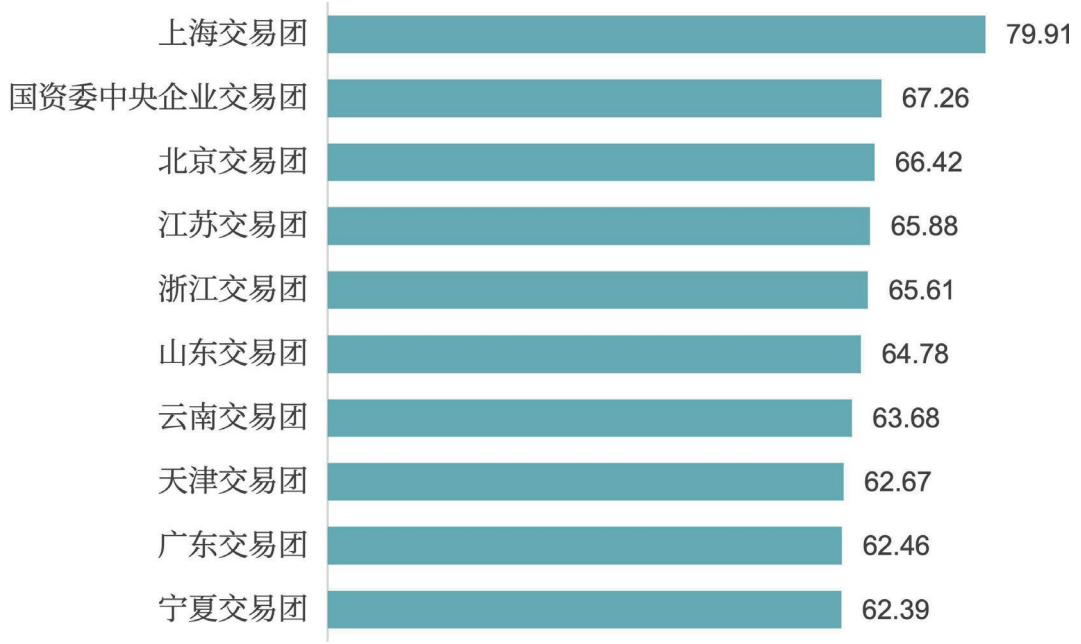


图 传播影响力指数——“十佳交易团”名录

五、虹桥论坛传播情况

（一）整体传播情况

第八届虹桥论坛以“开放共创新机遇 合作共享新未来”为主题，举办1场主论坛、25场分论坛及若干闭门会等活动。论坛发布的《世界开放报告》和世界开放指数，引发了专家学者的广泛关注与讨论。

论坛注册总规模首次超过1万人，450多位政商学界权威嘉宾参与讨论，其中包括8位诺贝尔奖得主等顶尖学者，共形成5大传播热词：

传播热词：开放。第八届虹桥国际经济论坛发布《世界开放报告2025》指出，新兴市场和发展中经济体开放步伐加快，推进区域经贸合作，深化南南合作，推动普惠包容的经济全球化，为全球发展注入新动力。全网相关信息约1.1万条，人民日报、人民日报海外版、光明日报、人民网、新华网等予以关注报道。《人民日报》刊文《第八届虹桥国际经济论坛举行——为推动构建开放型世界经济贡献智慧力量》，《光明日报》刊文《在开放联通中共谋发展》，诠释开放的意义。新华社文章《遇见进博会｜虹桥论坛的思想碰撞》阅读量超过250万次。

传播热词：创新。新华社、人民日报、光明日报、人民网等中央级新闻媒体累计推出200余篇相关报道。新华社文章《第八届进博会｜开放·创新·合作——聆听“虹桥声音”》，阅读量超255万次。

传播热词：改革。论坛围绕“开放共创新机遇 合作共享新未来”主题，举办了主论坛、“1+4”板块分论坛等活动，与会人士深入探讨全球经济治理体系改革新思路，为推动构建开放型世界经济贡献智慧力量。在“全球贸易重构与世贸组织改革”分论坛上，与会嘉宾围绕当前贸易动荡局势的影响、全球贸易重构的机遇与挑战、世贸组织改革等议题展开交流。相关微博话题阅读量超2万次。

传播热词：合作。本届虹桥论坛将“重振多边合作”置于突出位置，聚焦全球贸易重构、产业链供应链韧性、深化全球南方合作等议题。众多外企高管、业内人士为促进全球开放合作、推动全球健康事业发展建言献策，获人民日报、解放军报、光明日报、新华网等积极报道，

传播热词：可持续。本届虹桥论坛首次围绕“增强全球南方经济韧性”和“全球南方农业可持续发展”展开研讨。在与会嘉宾的精彩发言和积极互动中，虹桥论坛迸发出开放合作、创新共享的强大力量，赋予“合作共赢”更多新方向、新价值。微博话题“全球南方农业可持续发展交流对话”，阅读量达65.3万次。

（二）具体传播情况

序号	论坛名称	主办单位	热度
1	《世界开放报告2025》发布暨国际研讨会	中国社会科学院世界经济与政治研究所、虹桥国际经济论坛研究中心	★★★★★
2	全球贸易重构与世贸组织改革	商务部	★★★★★
3	《2025年世界贸易报告》研讨暨中文版发布会	商务部	★★★★★
4	开放贸易与安全发展	商务部	★★★★★
5	保护知识产权 打击侵权假冒国际合作	商务部、市场监管总局、世界知识产权组织、全球服贸联盟	★★★★★
6	深化全球南方合作 迈向共同繁荣 专题二：全球南方农业可持续发展	商务部	★★★★★
7	人工智能产业高质量发展	工业和信息化部、商务部	★★★★★

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

8	人形机器人创新发展合作	工业和信息化部、商务部	★★★★★
9	智能制造助力中国式现代化	工业和信息化部、商务部	★★★★★
10	合规与全球制造业共赢发展	工业和信息化部、商务部	★★★★★
11	全球药品安全治理与 中国药品监管创新	国家药监局、虹桥论坛秘书处	★★★★★
12	中澳自贸协定生效实施10周年	商务部	★★★★
13	企业开放合作提升全球产业链供应链韧性	国务院国资委、商务部	★★★★
14	金融活水融通全球产供链合作 专题一：金融助力全球经贸发展	商务部、上海市人民政府	★★★★
15	金融活水融通全球产供链合作 专题二：金融支持全球产供链稳定畅通	商务部	★★★★
16	金融活水融通全球产供链合作 专题三：航贸金融支持跨境贸易高质量发展	商务部	★★★★
17	深化全球南方合作 迈向共同繁荣 专题一：践行多边主义 增强全球南方经济韧性	联合国贸发会议、商务部	★★★★
18	科技创新与青年担当	商务部、联合国儿童基金会	★★★★
19	人工智能驱动数字经济创新	商务部、浙江省人民政府、国际贸易中心	★★★★
20	人工智能国际标准赋能产业升级	商务部、市场监管总局（国家标准委）	★★★★

21	推进绿色贸易自由化加速全球绿色转型	商务部	★★★★
22	新型储能高质量发展促进全球能源转型	国家能源局、商务部	★★★★
23	自贸园区建设助力工业创新与全球贸易	联合国工发组织、商务部	★★★★
24	韧性与创新：不确定外部环境下的农业国际贸易高质量发展	农业农村部、商务部	★★★★
25	提振消费：世界共享中国市场机遇	商务部	★★★★
26	加快发展银发经济培育经济发展新动能	国家发展改革委、商务部、联合国人口基金	★★★★
27	浦东与世界：共筑开放之路 共绘产业新图景	上海市人民政府、商务部	★★★★
28	虹桥国际开放枢纽建设分论坛暨2025虹桥HUB大会	上海市人民政府、商务部	★★★★
29	“投资中国”自贸试验区专场推介活动	商务部	★★★★

表 虹桥论坛各分论坛活动传播热度

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

六、其他活动传播情况

（一）配套活动传播情况

本届进博会配套现场活动80余场，涵盖政策解读、对接签约、投资促进、行业研讨、产品发布等类型。《人民日报》、新华社、央视总台等媒体积极报道，获得较好传播效果。统计各媒介对配套活动的关注情况，得出传播热度如下：

序号	名称	主办单位	热度
1	第八届中国国际进口博览会贸易投资对接会	中国银行、中国国际进口博览局、国家会展中心（上海）	★★★★★
2	第八届中国国际进口博览会重要采购商选品会	中国国际进口博览局、国家会展中心（上海）、中国工商银行	★★★★
3	2025山东与跨国公司产业生态合作伙伴对话会	山东省人民政府	★★★★
4	新能源车生态发展论坛	中国太平洋财产保险股份有限公司	★★★★
5	上海国际养老产业与金融发展促进会	交通银行股份有限公司、上海市浦东新区政府、中国老龄产业协会	★★★★
6	国际银行保险高峰论坛	中国太保寿险	★★★
7	新形势下我国乳业优化升级发展政策宣讲会	中国食品土畜进出口商会、进口博览局、国家会展中心（上海）、中国国际进口博览会参展商联盟乳业专业委员会	★★★
8	中欧企业家大会	中欧企业联盟	★★★
9	中华老字号国际交流活动暨第五届中华老字号创新发展大会	商务部	★★★
10	中美农产品贸易合作论坛	美国大豆出口协会、美国谷物协会、中国食品土畜进出口商会	★★★

11	“品牌，让世界更美好”——中外品牌论坛	中国新闻发展有限责任公司	★★★
12	侨连五洲·沪上进博——与中国机遇同行	中国侨联	★★★
13	第七届上海国际仲裁论坛	上海市司法局、上海市国际贸易促进委员会、上海仲裁协会	★★★
14	上海交易团大型零售采购商联盟集中采购签约仪式	百联集团	★★★
15	创新赋能 开放融合 ——上海国资国企高水平开放合作高峰对话	上海市国资委	★★★
16	2025（第六届）碳中和与绿色投资大会暨（第四届）零碳城市论坛	中国投资协会	★★★
17	2025年海淀区“两区”建设长三角推介会	北京市海淀区人民政府	★★★
18	中国—中亚贸易畅通合作平台推介会暨中国（江苏）—中亚经贸合作交流会	江苏省人民政府	★★★
19	健康上海进博会演播厅	上海报业集团海上名医（上海晨昕文化传媒有限公司）	★★
20	“遇建进博 领航全球”助力跨境经贸与投资发展服务发布暨签约仪式	中国建设银行股份有限公司上海市分行	★★
21	第八届进博会可持续消费论坛	中国国际进口博览局、国家会展中心（上海）	★★
22	未来出行•全球发展论坛	蓝鲸新闻	★★
23	第十六届中国国际肉类大会	中国食品土畜进出口商会	★★

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

24	临港新片区高水平对外开放——自由贸易试验区的使命与实践	中国(上海)自由贸易试验区临港新片区管理委员会、国家会展中心(上海)、中国国际进口博览局	★★
25	阿联酋—中国贸易与经济合作论坛	阿拉伯联合酋长国驻华大使馆	★★
26	聚力养老金融,颐享银发未来——养老金融主题论坛	长江养老保险股份有限公司	★★
27	国际贸易知识产权保护交流会(进博会专场)	上海市闵行区司法局	★★
28	“投资新疆”—招商引资推介暨产业合作对接会	新疆交易团	★★
29	国际绿色贸易政策解读及案例分享会	中国国际进口博览局、国家会展中心(上海)、中国报关协会、进博会展盟能源低碳及环保技术专委会、国际绿色经济协会	★★
30	ESG与可持续发展领导力主题活动	《可持续发展经济导刊》杂志社	★★

(二)人文交流传播情况

第八届进博会着力提升人文交流平台的影响力与溢出效益,人文交流活动全面升级,在展示中华老字号、非物质文化遗产、全国示范步行街、旅游资源等内容的基础上,首次重点打造“进博美食荟”“进博精品荟”“进博文艺荟”及“魅力友城”四大特色专区,全新打造专场人文展演活动,促进人文交流与商旅文展深度融合。

同时,本届进博会扩大了与国外省州市的合作,加拿大萨斯喀彻温省、哈萨克斯坦阿拉木图市等首次入驻。新增国内外友好城市合作题材,打造特色联合展台,为中外友城搭建全方位展示平台,进一步拓宽中外合作与文明互鉴的桥梁。南京与德国斯图加特、拉萨与尼泊尔加德满都、德州与匈牙利皇宫堡、重庆与德国杜塞尔多夫4对友好城市以“双城联展”形式参展,共同呈现友城交流的多样风采。主要传播情况如下:

“中华老字号”展示专区	
传播量级	★★★★★
报道摘选	《湖南日报》：中华老字号国际交流活动暨第五届中华老字号创新发展大会在第八届进博会期间举行。活动现场发布的《中华老字号年度发展报告（2025）》显示，2024年，中华老字号企业实现营业收入超2万亿元、利润额超3500亿元，海外营收超500亿元，展现出强大的市场价值和品牌活力。 《光明日报》：进博会上集中展现“中华老字号”，进一步成为各省市展示魅力、拓展经贸合作的窗口。美食+文创、非遗+现代、地方+国际……在这里，文化成为联结彼此的纽带，奏出一曲曲动人的交响。

非物质文化遗产专区	
传播量级	★★★★★
报道摘选	《人民日报》：第八届进博会上，国家级非遗锡雕代表性传承人盛一原在“灵动浙江”展厅开设“非遗小课堂”，手把手指导观众体验锡雕制作，现场摆设的兼具实用价值与艺术美感的锡雕作品，吸引了不少国外商家驻足洽谈。 中国医药网：第八届进博会期间，走进位于人文交流展区的“中医药非遗会客厅”，浓郁的药香与文化韵味迎面而来。在这里，中医药非物质文化遗产正以更加开放、自信的姿态，扬帆启航。中医药正以其独特的价值与魅力，在进博会的舞台上，谱写“出海”新篇章。

“魅力友城”专区	
传播量级	★★★★★
报道摘选	新华网：“魅力友城”专区作为本届进博会人文交流的全新亮点，首次集中展示中外地方合作的丰硕成果。江苏南京与德国斯图加特、西藏拉萨与尼泊尔加德满都等四对友好城市以“双城联展”形式携手参展，共同呈现友城交流的多样风采。

进博美食荟专区	
传播量级	★★★★
报道摘选	东方网：“进博美食荟”依托地方展台及城市会客厅资源，形成以固定餐饮区为核心、临展品鉴点为补充的立体化格局，苏州大闸蟹、内蒙古羊肉烧麦、新疆传统馕饼、湖南酱板鸭等各地代表性美食齐聚一堂，中外嘉宾在进博现场一站式品尝各地特色。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

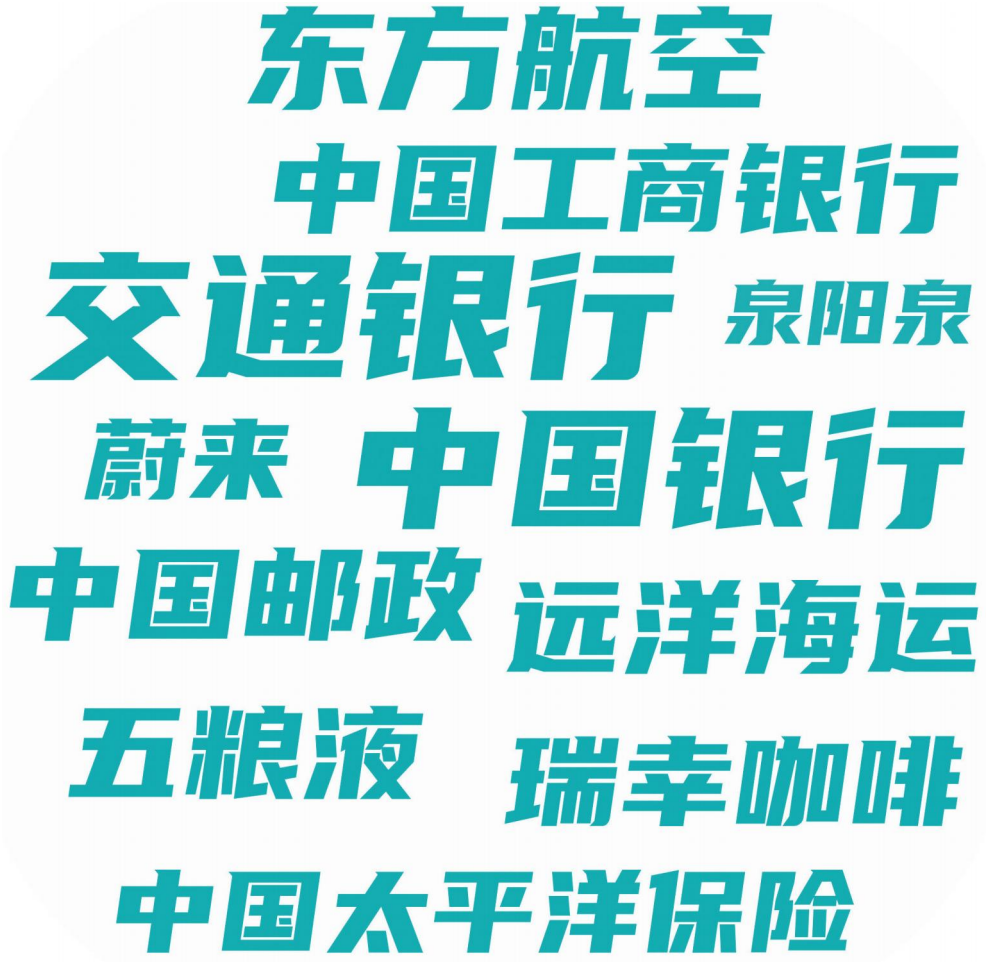
进博精品荟专区	
传播量级	★★★
报道摘选	新华网：“进博精品荟”聚焦地方优质特色产品，在各省市“四大主题”人文展台内专设展示区域，集中呈现中华老字号、非遗手工艺品、地理标志产品、乡村振兴名优特产品等，广西梧州人工宝石、内蒙古蒙字标优品等特色好物悉数亮相，尽显中国地方产业魅力与文化底蕴。 《吉林日报》：我省连续第四年参加进博会人文交流活动，参与营造“进博精品荟”品牌，搭建吉林外贸优品展区，围绕汽车及零部件、装备制造、光电信息、生物医药、农产品等领域，邀请中国一汽、中车长客、长光卫星、吉林化纤、希达电子以及光机所衍生企业展览展示新产品、新技术，组织总计21户吉林省名优特色企业，携百余款产品展览展销，彰显吉林省发展成效。

进博文艺荟专区	
传播量级	★★★
报道摘选	东方网：“进博文艺荟”以中央广场人文舞台为核心，实现功能、内容、影响、溢出“四个升级”，全新构建“宣介发布、文化展演、专场活动”三大功能载体，整合品牌发布、合作签约、城市推介、媒体传播与中外文化交流等功能，打造集多元内容于一体的高水平文化交流平台。平台目前成为各地推介的重要渠道，上海交易团“首单”签约、广东老字号品牌发布、多省区文旅推广等活动接连登场，生动展现“商旅文”融合带来的联动与溢出效应。

虹桥国际城市“会客厅”	
传播量级	★★★
报道摘选	《郑州日报》：本届进博会设置了“城市会客厅”展示区，河南许昌馆坐落其中。瑞贝卡假发、胖东来食品等河南“特产”在许昌馆悉数亮相，引来观众围观。 西安网：第八届进博会上，200余场中外文艺表演在中央广场轮番上演，虹桥国际城市“会客厅”展示各地风土人情，不同文明在这里相遇相知、互鉴共生。

七、服务保障情况

（一）支持企业



图：支持企业传播高频词

中国银行：8年来，中国银行助力进博会越办越好。本届进博会舞台上，中国银行推出“你好，中国”3.0、展盟进中银、进博促消费等十大亮点服务；承办虹桥国际经济论坛“金融助力全球经贸发展”分论坛；连续第八年联合主办贸易投资对接会，继续为企业搭建精准撮合对接平台；首次设立跨境电商服务专区，为外贸新业态发展注入金融动能。相关情况获《人民日报》、央广网等媒体关注。

中国工商银行：作为进博会全面合作伙伴，今年中国工商银行升级推出“第八届进博会全球展客商综合金融服务方案”，举办中欧企业家大会。中国工商银行上海市分行“四叶草之约”进博青年志愿服务队再度集结，首次新增上海长三角一体化示范区支行、浙江长三角一体化示范区支行、苏州长三角一体化示范区分行的志愿者，形成了“分行+驻沪机构+长三角”的三维服务矩阵。《人民日报》、新华网等媒体关注。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

中国太平洋保险：作为本届进博会高级合作伙伴和指定保险服务商，中国太保提供“产、寿、健”一站式综合保险保障方案和一体化风险管理服务。进博会首日，中国太保1000平方米的智慧康养展台亮相进博会医疗器械及医药保健展区；精彩呈现3场高水平论坛，为行业交流合作搭建了高质量平台。《人民日报》、证券日报网等媒体关注。

交通银行：作为连续参加进博会的“核心支持企业”，交通银行再次以全方位金融服务深度参与贸易盛会，不仅带来覆盖全链条的金融解决方案，更以“金融+科技+场景”的融合创新，诠释赋能全球贸易的金融实力。《人民日报》、新华网等媒体关注。

中国邮政：中国邮政作为第八届进博会高级合作伙伴和指定寄递服务商，以全方位的服务保障和多元化的业务展示，深度融入这一全球贸易盛事，展现出现代化邮政服务的新风貌。从9月24日正式启动进博会证件寄递服务工作，上海邮政高效运转，平均日出件量达2万件，并于10月30日圆满完成全部证件寄递任务；到进驻“四叶草”场馆，为八方来宾提供从物流寄递、文创销售到跨境解决方案的全方位服务保障。《中国邮政报》、中国经济网等媒体关注。

中国远洋海运：从首届进博会至今，中远海运集团已连续八年坚守“护航者”角色，累计保障数千件国际展品顺利参展进博会。相关负责人表示，企业将继续依托大数据与深度学习算法优化航线规划，进一步实现“降本提速”，为跨洲际货物运输提供高效保障。新华网、上观新闻网等媒体关注。

东方航空：在第八届进博会中央企业交易团集中签约现场，中国东方航空股份有限公司作为首个签约的中央企业，与来自9个国家和地区的15家供货商集中签署19份采购协议，总金额达12.11亿美元。其中，一年期展位成交金额达3.3亿美元，较去年增长23.3%，达历届进博会东航一年期展位成交最高。中国新闻网、中国民航网等媒体关注。

五粮液：五粮液连续八年携手进博会，以“高级合作伙伴”及虹桥国际经济论坛“钻石会员”身份深度参与系列活动。本届进博会，五粮液专属文化体验中心焕新升级。央视频、《四川经济日报》等媒体关注。

瑞幸咖啡：瑞幸在本届进博会上，有一定“品牌外交”属性，入驻巴西、印度尼西亚等多个国家馆，呈现咖啡经贸与文化合作成果。《北京商报》、中国经济新闻网等媒体关注。

吉林森工集团泉阳泉饮品：“第八届进博会指定用水”的标识醒目，不少观众驻足取水。中国吉林网等媒体关注。

蔚来汽车：蔚来旗下车型蔚来ES8、乐道L90、L60等车型成为第八届进博会官方指定用车，向参会嘉宾提供安全、舒适、绿色、智能的高品质出行服务。这是蔚来旗下车型连续第三届成为进博会官方指定用车，也是乐道品牌车型首次成为国家级大型活动指定用车。人民日报客户端等媒体关注。

（二）服务保障话题



图：服务保障领域传播高频词

志愿服务：《新华每日电讯》报道，共有3865名志愿者参与了第八届进博会，首次联合上海市9所高校共同组建小语种志愿人才库，并成立进博会小语种志愿者联盟。本次进博会招募小语种志愿者129人，涉及德语、法语、西班牙语、俄语、阿拉伯语等12类语种。

交通保障：央广网报道，本届进博会交通保障聚焦“保障精准、运行有序、安全可靠”总体目标，从提升用户便利性、提升设施运能利用效率、放大进博交通溢出效应角度，优化各类线路运行方案。展会期间，累计双向运送进博会客运量140万人次，日均双向运送23.3万人次，较上届增长5%，单日最高双向运送32.6万人次。

食品餐饮：中国新闻网报道，第八届进博会“交易团之家”全面升级的服务模式，使参展参会人员能够更全身心投入洽谈、采购等核心工作，用餐体验也受到好评。

住宿服务：《中国青年报》报道，10月底，上海举办旅游住宿业服务质量提升专项培训，为进博会接待服务“蓄力充电”。如有酒店针对进博会推出“文旅+住宿”特色模式，设计“电影主题下午茶”“评弹文化体验”等特色项目，让宾客在繁忙行程中感受文化魅力。

智慧网络：《人民邮电报》报道，青浦区服务保障进博会一网统管平台，是将政府城市治理数字化转型和一网统管体系全面运用于重大跨部门指挥协同工作的实战平台。平台搭建指挥体系、进博体征、进博预警、事件分析、进博应用、进博之眼六大板块，每个板块又含有多个“数字体征”数据，围绕进博会10平方公里核心区，突出城市交通、城市环境、城市安全等管理要素，尽可能全面、准确、及时地向值守人员反映进博场馆内外的保障情况，做到早发现、早处置。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

离境退税：中国新闻网报道，第八届进博会期间，在展会现场首次推出离境退税“即买即退”集中退付点，为全球展商及外籍旅客提供高效便捷的退税服务。集中退付点配备多语种专业服务团队，提供多语种退税信封，覆盖英语、日语、韩语等，全程协助旅客完成申请单开具、预授权办理等流程。

智能通关：新华网报道，为提升外籍人员通关体验，上海机场边检站不断优化勤务模式，自主研发“精准勤务辅助系统”，实时分析客流并动态调整查验通道设置与数量，高峰时段提前开足通道等候旅客受检。同时，推行“入境外国人前置分流+过境申请前置审核+入境过境同台办理”新模式，减少旅客候检时间。

八、总结

本届进博会传播影响力突出，实现了“越办越好”的目标，赢得了境内外高度关注。媒介融合深化、新媒体传播力强劲的背景下，主流声量持续扩大，进博会的行业影响力、社会影响力更加突出。

进博会已举办8年，不断变化的报道形式，折射了传播格局的嬗变。多家媒体采取长短结合，化整为零，以微策划和碎传播为主要特色的报道方式，建立用户链接，增强传播影响力。

各级各类媒体协同联动，推出一大批形式丰富、语言鲜活的报道，既立足高站位深刻阐明进博会的重要意义，也从小切口和多元视角创新讲好进博故事。采用充满趣味性、信息量和情绪价值的短视频方式，寻找展台的亮眼镜头，通过多样化的素材，丰富了报道内容，多层次多角度展现了进博会的精彩内容。

移动互联网时代，提高传播力，需要新技能；提高影响力，仍需要深度价值。展会传播中，一方面，有必要积极研究社交媒体算法推荐机制，生产符合用户行为习惯的内容；另一方面，需要坚持守正创新，积极搭建交流互动平台，持续放大展会综合效应。

展会更加注重发展赋能。一是引入新流量。首次设立“跨境电商优选平台”及“跨境电商服务区”，做实细分领域“重要采购商选品会”，为电商平台、新零售渠道商等打造专场活动。二是依托“数字进博”平台实现智能匹配，助力境外展品精准对接中国市场。三是引入国际知名专业展会资源，实现展商资源共享和效应叠加，为展客商带来更加精准高效的体验。

附:指标体系等说明

1.数据来源及计算方式

本报告采用的传播数据,来自人民网舆情数据中心,信源范围涵盖网媒、纸媒、论坛、博客、微博、微信、客户端、视频等渠道。指标权重使用人民网舆情数据中心传播热度通用权重标准。该通用标准基于各传播渠道的话语权威性、受众信任度、覆盖人群数、原创能力等维度综合评估得出,最终热度值与各渠道信息量、权重等因素正相关。

2.指数说明

展区传播影响力指数(Exhibition area communication influence index, EACII)是基于全网传播数据,综合呈现各展区传播效果的指标。数据来源于人民网舆情数据中心监测的全网各渠道数据,并进行归一化运算,通过以100为最大值的数据标准化处理,得出EACII指数。专区及板块部分,亦采用"展区传播影响力指数"的计算方法。

展商传播影响力指数(Exhibitors' important communication influence index, EICII)是基于全网传播数据,综合呈现展商在重要媒体渠道传播效果的指标。数据来源于人民网舆情数据中心数据库内,"中央级报刊""中央级新闻网""中央级新闻客户端""电视视频""传统视频"五个监测站点集;站点分类依据《互联网新闻信息稿源单位名单》。测算中,将五个监测站点集相关数据,合计为重要媒体报道数据,进行归一化运算,通过以100为最大值的数据标准化处理,得出EICII指数。本指数由人民网舆情数据中心,基于自采数据和研究经验原创。

论坛及展期活动传播影响力星级,依托指数化的传播数据,结合人民网舆情数据中心"社会评价"经验,将评价结果体现为不同星级。数据来源于人民网舆情数据中心监测的全网各渠道数据,并进行归一化运算,以100为最大值做标准化处理,数据在[80, 100]区间的为五星,[65, 80)为四星,[60, 65)为三星。本指数及评级由人民网舆情数据中心原创。

本报告使用的评价体系,均由人民网舆情数据中心,基于自采数据和研究经验原创。

3.具体维度说明

广播电视报道量为中央电视台、各地方电视台播报相关新闻的条次。

数字报刊报道量为各级报刊杂志刊发的相关新闻数量,原创报道和转载报道均计算在内。

网络媒体报道量为各媒体网站、资讯网站、政府机构网站、企业网站发布的相关新闻篇次,原发和转载均计算在内。

微博报道量为含有相关关键词的博文数量,跟评不计算在内。

微信报道量为微信公众号发布的相关新闻数量,原发和转载均计算在内。

客户端报道量为各新闻客户端、资讯聚合类APP发布的相关新闻篇次,原发和转载均计算在内。

论坛报道量为各网络论坛、社区、问答平台等发布的含有相关关键词的主帖数量,跟评不计算在内。

博客报道量为各博客平台发布的相关文章数量,原发和转载均计算在内。

4.免责声明

人民网舆情数据中心出具的各类网络舆情分析报告均基于互联网上的各类公开信息数据撰写,力求但无法保证上述信息数据的完整性、真实性和准确性。人民网舆情数据中心提供的各类网络舆情分析报告仅作为贵单位舆情工作的参考素材,并不构成对贵单位的决策建议,请贵单位自行斟酌。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

中国国际进口博览会
CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net