

中国世界遗产新媒体传播力指数发布

6月6日,文旅产业指数实验室发布中国世界遗产新媒体传播力指数榜单。该榜单评价对象为中国已有的55项世界遗产,评价维度分别为微信传播力、微博传播力、网络媒体传播力和国际新媒体传播力。综合各项指标,2020年中国世界遗产新媒体综合传播力TOP10分别为:北京故宫、泰山、黄山、长城、苏州古典园林、杭州西湖、武陵源、青城山-都江堰、布达拉宫、颐和园。

中国世界遗产新媒体传播力指数研究由中国旅游报社、中国社会科学院中国舆情调查实验室和阿里巴巴集团共同组建的文旅产业指数实验室主导,联合清博大数据、抖音、问卷网等新媒体与大数据联盟成员机构共同实施。

一 综合传播力指数

截至目前,中国已有55项世界遗产被列入《世界遗产名录》。其中,世界文化遗产37项(世界文化遗产32项、世界文化景观遗产5项),世界自然遗产14项,世界文化与自然双重遗产4项,与意大利并列世界第一。

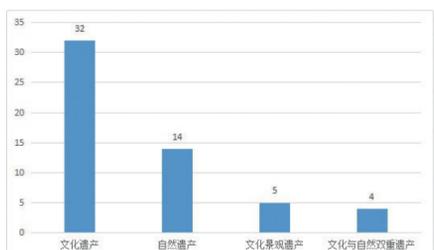


图1 中国世界遗产的构成

世界文化遗产是文化保护与传承的最高等级。中国的32项世界文化遗产包括:长城,莫高窟,明清皇宫,秦始皇陵及兵马俑坑,周口店北京猿人遗址,布达拉宫,承德避暑山庄及周围寺庙,曲阜孔府、孔庙、孔林,武当山古建筑群,丽江古城,平遥古城,苏州古典园林,天坛,颐和园,大足石刻,龙门石窟,明清皇家陵寝,青城山-都江堰,皖南古村落,云冈石窟,高句丽王城、王陵及贵族墓葬,澳门历史城区,安阳殷墟,开平碉楼与村落,福建土楼,郑州天地之中历史建筑群,元上都遗址,中国大运河,丝绸之路,土司遗址,鼓浪屿,良渚古城遗址。世界文化景观遗产从属于世界文化遗产,庐山、五台山、杭州西湖、哈尼梯田和花山岩画是中国世界遗产中的5项世界文化景观遗产。

中国的14项世界自然遗产包括:黄龙、九寨沟、武陵源、三江并流、四川大熊猫栖息地、中国南方喀斯特、三清山、中国丹霞、澄江化石地、新疆天山、神农架、青海可可西里、梵净山、黄渤海候鸟栖息地。

中国的世界文化与自然双重遗产共4项,分别是泰山、黄山、峨眉山-乐山大佛、武夷山。

根据55项中国世界遗产在微信、微博、网络媒体和国际新媒体等方面传播情况的综合评价,传播影响力TOP10的排序为:北京故宫、泰山、黄山、长城、苏州古典园林、杭州西湖、武陵源、青城山-都江堰、布达拉宫、颐和园。

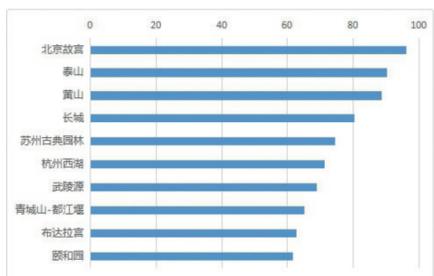


图2 中国世界遗产新媒体综合传播力TOP10

二 微信传播力指数

微信公众号传播指数(WCI)的评价维度包括整体传播力、篇均传播力、头条传播力和峰值传播力四个方面,对与中国世界遗产相关的微信公众号传播情况进行分析,TOP10依次为:微故宫、三清山旅游、五台山管委会、莫高窟、颐和园、泰山景区、峨眉山景区、苏州园林旅游、中国黄山、杭州西湖风景名胜区。

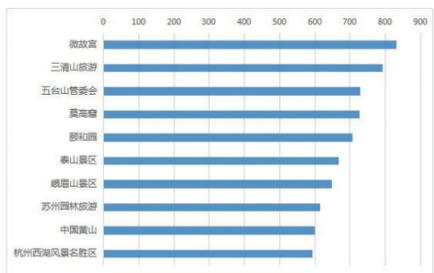


图3 微信传播力TOP10

从排名前10的微信公众号2020年5月的传播数据来看,“泰山景区”发布文章数量最多,为140篇;其次是“峨眉山景区”,为69篇;“中国黄山”居第三,为38篇。传播力排名第一的“微故宫”只发布了5篇。

从阅读总数看,排名前10的微信公众号均超过10万,最多的是“三清山旅游”,为28万;其次是“泰山景区”,为27万;“微故宫”和“峨眉山景区”均为19万。

从每篇文章阅读数看,“微故宫”最高,接近4万,“五台山管委会”“颐和园”和“莫高窟”的篇阅读数也都超过了2万。

三 微博传播力指数

微博传播力指数(BCI)通过微博的活跃度和传播度来反映账号的传播能力和传播效果,传播度的衡量指标包括转发数、评论数、原创微博转发数、原创微博评论数和点赞数等。通过分析与中国世界遗产相关的微博账号传播情况,其传播力指数得分排序为:故宫博物院、沈阳故宫博物院、秦始皇帝陵博物院、苏州园林、张家界旅游、青城山-都江堰景区官方微博、宏村景区官方、峨眉山景区、颐和园、梵净山景区。

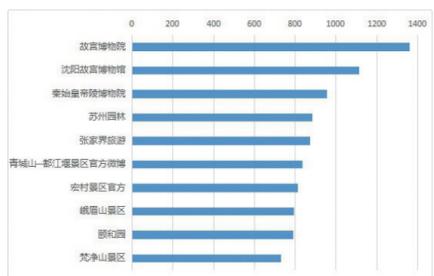


图4 微博传播力TOP10

表1 中国世界遗产新媒体传播力指数一览表

| 综合传播力 | 微信传播力 | 微博传播力 | 网络媒体传播力 | 国际新媒体传播力 |
|---------|-----------|---------------|---------|----------|
| 北京故宫 | 微故宫 | 故宫博物院 | 长城 | 长城 |
| 泰山 | 三清山旅游 | 沈阳故宫博物院 | 黄山 | 北京故宫 |
| 黄山 | 五台山管委会 | 秦始皇帝陵博物院 | 泰山 | 庐山 |
| 长城 | 莫高窟 | 苏州园林 | 青城山-都江堰 | 泰山 |
| 苏州古典园林 | 颐和园 | 张家界旅游 | 龙门石窟 | 少林寺 |
| 杭州西湖 | 泰山景区 | 青城山-都江堰景区官方微博 | 九寨沟 | 杭州西湖 |
| 武陵源 | 峨眉山景区 | 宏村景区官方 | 平遥古城 | 黄山 |
| 青城山-都江堰 | 苏州园林旅游 | 峨眉山景区 | 布达拉宫 | 武陵源 |
| 布达拉宫 | 中国黄山 | 颐和园 | 武夷山 | 布达拉宫 |
| 颐和园 | 杭州西湖风景名胜区 | 梵净山景区 | 曲阜三孔 | 平遥古城 |

“故宫博物院”和“沈阳故宫博物院”在传播力上分别排在第一和第二。其中,“故宫博物院”在2020年5月的原创微博数虽然只有66条,但原创转发达15521条,原创评论为8519条,总点赞数超过7万条。

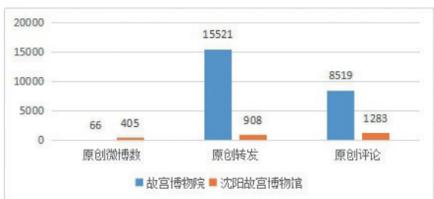


图5 “故宫博物院”和“沈阳故宫博物院”的传播数据对比

四 网络媒体传播力指数

中国世界遗产的网络媒体传播力评价指标包括传播指数和互动指数两部分。传播指数的衡量指标包括月度发文章量、转载量、阅读总数和篇均阅读量;互动指数的衡量指标则由评论数、点赞数和分享数构成。综合各项数据进行评价,网络媒体传播力TOP10排序为:长城、黄山、泰山、青城山-都江堰、龙门石窟、九寨沟、平遥古城、布达拉宫、武夷山、曲阜三孔。

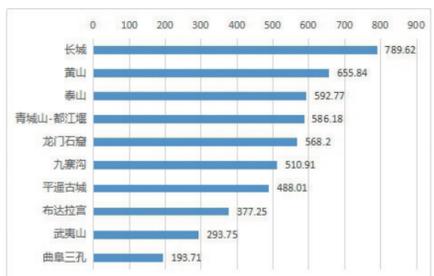


图6 网络媒体传播力TOP10

在各类网络媒体中,短视频在中国世界遗产的传播方面发挥着越来越大的作用。2020年5月17日-5月19日,在国家文物局的支持下,抖音联合14家博物馆、美术馆及新华社等媒体共同发起“抖音云端博物馆”博物馆日主题活动,旨在通过“大咖讲国宝”的方式引导更多的人了解和走进博物馆。截至5月17日,活动通过抖音开屏、发现页展示位、搜索优化、直播广场展示位、重点场次弹窗、流量加推、H5专题页、热点运营等全站优势资源进行了推广,活动整体曝光量超过6.8亿。其中,北京故宫的直播间曝光2767674次,看播总人数达156427人。

五 国际新媒体传播力指数

55项中国世界遗产中,很多都在国际社交媒体和

网络媒体进行了推广。通过对中国世界遗产在Facebook、Twitter、Instagram、YouTube四大国际社交媒体平台开设的账号传播情况和国际网络媒体发布的图文信息传播效果进行分析,国际新媒体传播力排在TOP10的是:长城、北京故宫、庐山、泰山、少林寺、杭州西湖、黄山、武陵源、布达拉宫、平遥古城。

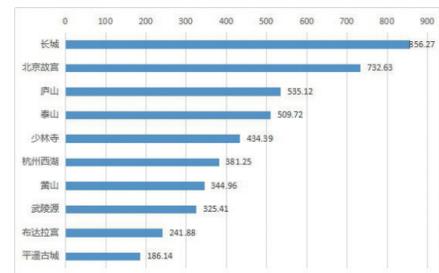


图7 国际新媒体传播力TOP10

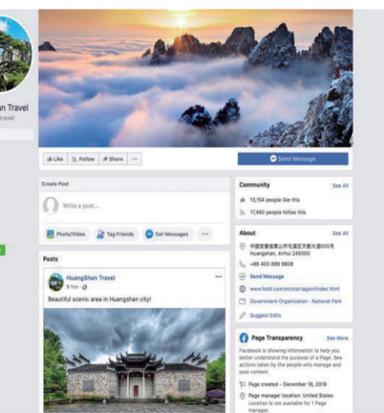
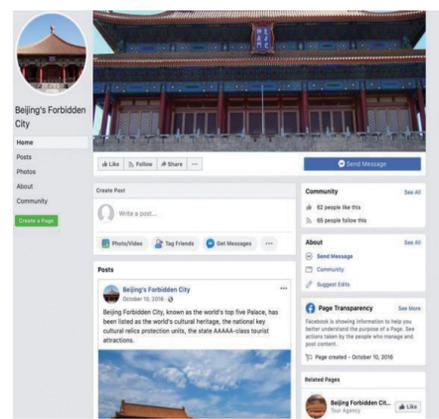


图8 北京故宫、黄山在Facebook的账号主页

中国世界遗产新媒体传播力指数研究课题组成员构成:

- 孙若风 全国旅游标准化技术委员会主任委员、文化和旅游部科技教育司原司长
- 刘志明 中国社会科学院中国舆情调查实验室首席专家
- 班若川 中国旅游报社策划总监
- 郎清平 清博大数据CEO
- 宗利军 清博大数据文旅事业部总经理
- 王博 北京字节跳动内容与合作运营总监
- 郭晓波 问卷网(北京)CEO,城市文旅大数据中心主任
- Sandy SANDY国际社交媒体工作室CEO