

2020 年 12 月全国省级文化和旅游新媒体国际传播力指数 TOP10 榜单发布

1 月 8 日,文旅产业指数实验室基于对省级文化和旅游部门在 Facebook(脸书)、Twitter(推特)、Instagram(照片墙)、YouTube 及 Google(谷歌)平台上的传播情况进行综合评价,发布 2020 年 12 月全国省级文化和旅游新媒体国际传播力指数 TOP10 榜单,排序为:北京市、江苏省、陕西省、四川省、上海市、安徽省、福建省、内蒙古自治区、西藏自治区、广东省。

文化和旅游新媒体国际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,联合国内外大数据研究机构共同实施。本期全国省级文化和旅游新媒体国际传播力指数(2020 年 12 月)共包括综合传播力指数、Facebook(脸书)传播力指数、Twitter(推特)传播力指数、Instagram(照片墙)传播力指数、YouTube 传播力指数和 Google(谷歌)平台传播力指数 6 项指标。

一、综合传播力指数

全国省级文化和旅游新媒体综合国际传播力指数的评价维度由 Facebook(脸书)传播力、Twitter(推特)传播力、Instagram(照片墙)传播力、YouTube 传播力及 Google(谷歌)平台传播力 5 个指标构成,权重分别为 30%、25%、10%、15%、20%。

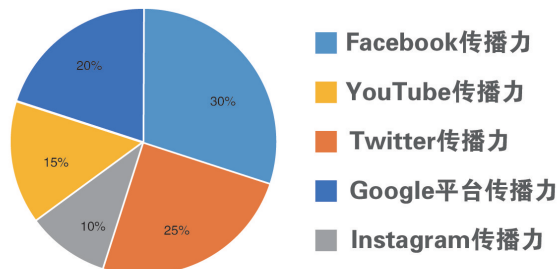


图 1 全国省级文化和旅游新媒体综合国际传播力指数指标权重示意图

通过对 31 个省、市、自治区(不含港澳台、新疆生产建设兵团)文化和旅游部门 2020 年 12 月份在 Facebook(脸书)、Twitter(推特)、Instagram(照片墙)、Youtube 4 个国际社交媒体平台和 Google(谷歌)平台上的传播数据进行综合分析,2020 年 12 月全国省级文化和旅游新媒体综合国际传播力指数 TOP10 分别为:北京市、江苏省、陕西省、四川省、上海市、安徽省、福建省、内蒙古自治区、西藏自治区、广东省。

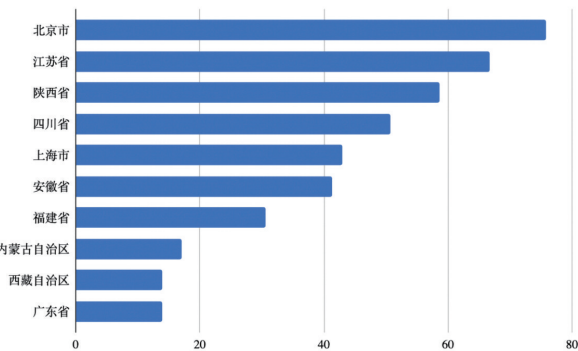


图 2 2020 年 12 月全国省级文化和旅游新媒体综合国际传播力指数 TOP10

和 2020 年 11 月全国省级文化和旅游新媒体综合国际传播力指数 TOP10 榜单相比,北京市、江苏省、陕西省继续位居前三,安徽省排名略有下降。

二、Facebook(脸书)传播力指数

Facebook(脸书)成立于 2004 年 2 月,目前月活跃用户 22.7 亿,每分钟点赞数 400 万,每天登陆用户达 10 亿,75% 的用户来自美国之外,视频流量达 80 亿。作为世界上最大的社交网络,Facebook(脸书)的用户群还在不断增长中。与其他国际社交媒体平台相比,Facebook(脸书)用户通常使用真实姓名沟通,个人资料十分全面。Facebook(脸书)是全球最大的旅游社交平台,42% 的贴文与旅游相关。平台覆盖受众众多,可精准定位目标人群。旅游目的地可通过 Facebook(脸书)平台进行精准营销,打造旅游目的地品牌。

目前,多数省级文化和旅游部门(不含港澳台、新疆生产建设兵团)都在 Facebook(脸书)上开设了官方账号。还没有开设账号的省级地区有 6 个,分别是广东省、黑龙江省、河北省、青海省、西藏自治区、新疆维吾尔自治区。

根据对各省省级地区 Facebook(脸书)账号 2020 年 12 月的粉丝数、发文量、点赞量、评论量和转载量等指标进行综合分析,2020 年 12 月全国省级文化和旅游 Facebook(脸书)传播力指数 TOP10 的排序为:江苏省、北京市、陕西省、四川省、上海市、内蒙古自治区、安徽省、云南省、贵州省、山东省。

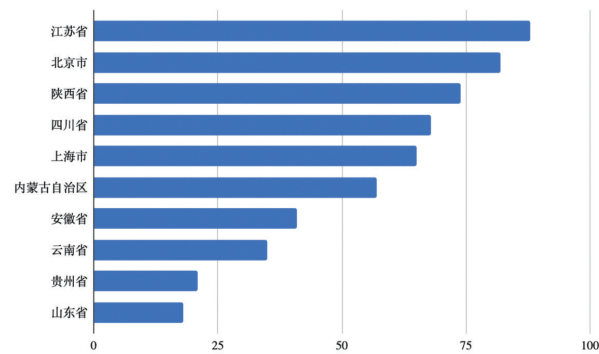


图 3 2020 年 12 月全国省级文化和旅游 Facebook(脸书)传播力指数 TOP10

与 2020 年 11 月全国省级文化和旅游 Facebook(脸书)传播力指数 TOP10 榜单相比,江苏省继续保持第一。

三、Twitter(推特)传播力指数

Twitter(推特)成立于 2006 年 3 月,月活跃用户 3.36 亿,每分钟的发帖量超 35 万条,每月独立访问次数超 10 亿,7.6% 的用户来自亚太地区。Twitter(推特)可以让用户更新不超过 140 个字符的消息(除中文、日文和韩文外,其他语言已提高上限至 280 个字符),这些消息也被称作“Tweet(推文)”。Twitter(推特)被形容为“互联网的短信服务”,用户通常使用 Twitter(推特)来分享想法,发布对某件事情的看法。这些往往是高度真实的 Tweet(推文),直截了当地表达了用户的真实感受。通过 Twitter(推特)平台,可以更好地和用户互动,提升旅游目的地的知名度。

全国(不含港澳台、新疆生产建设兵团)约三分之二的省级地区都在 Twitter(推特)平台上开设了官方账号,还没有开设 Twitter(推特)账号的省级地区有河北省、黑龙江省、青海省、西藏自治区、新疆维吾尔自治区。

根据对各省省级地区 Twitter(推特)账号的粉丝数、发文量、点赞量、评论量和转载量等指标进行综合分析,全国省级文化和旅游部门 2020 年 12 月在 Twitter(推特)平台上的传播力指数 TOP10 分别为:陕西省、北京市、安徽省、江苏省、福建省、四川省、天津市、江西省、甘肃省、贵州省。

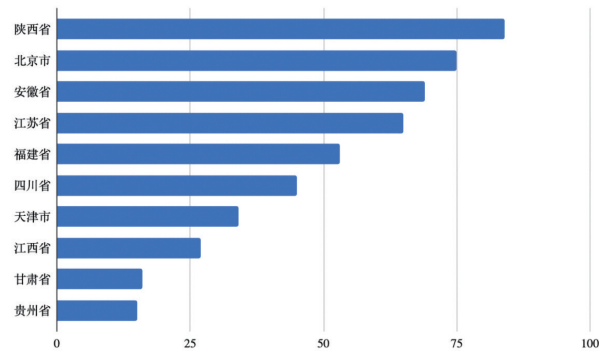


图 4 2020 年 12 月全国省级文化和旅游 Twitter(推特)传播力指数 TOP10

与 2020 年 11 月全国省级文化和旅游 Twitter(推特)传播力指数 TOP10 榜单相比,陕西省继续保持第一。

四、Instagram(照片墙)传播力指数

Instagram(照片墙)成立于 2010 年 10 月,两年后被 Facebook(脸书)以 7.15 亿美元收购,是四大国际社交媒体平台中发展最快的平台。目前,Instagram(照片墙)月活跃用户超 10 亿,每日发帖数 9500 万,每月独立访问次数超 10 亿。Instagram(照片墙)67% 的用户年龄在 30 岁以下,平均每日使用时间近 1 小时,因此非常适合那些想要在青少年中树立知名度的品牌进行推广。

许多旅游自媒体红人主要专注于 Instagram(照片墙)上做推广,通过 Instagram(照片墙)平台可以加强与粉丝的粘性,提升旅游目的地的曝光率和知名度。

目前,全国(不含港澳台、新疆生产建设兵团)有 28 个省级文化和旅游部门在 Instagram(照片墙)平台上开设了官方账号,还没有开设账号的地区有河北省、黑龙江省和西藏自治区。但总体来看,已开设账号的省份对 Instagram(照片墙)账号的运营投入力度偏小,活跃度普遍不高。

根据对各省省级地区 Instagram(照片墙)账号的粉丝数、发文量、点赞量、评论量等指标进行综合分析,2020 年 12 月全国省级文化和旅游在 Instagram(照片墙)平台上的传播力指数 TOP10 排序为:安徽省、陕西省、江苏省、上海市、北京市、四川省、贵州省、重庆市、福建省、海南省。

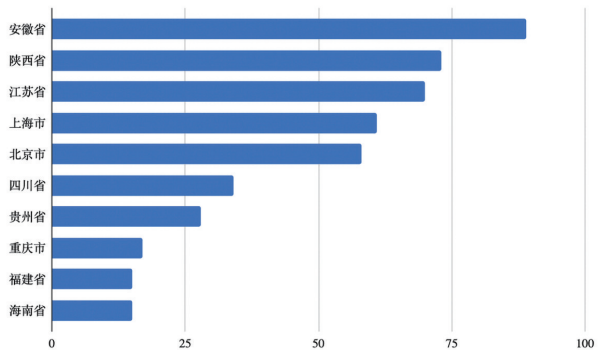


图 5 2020 年 12 月全国省级文化和旅游 Instagram(照片墙)传播力指数 TOP10

与 2020 年 11 月全国省级文化和旅游 Instagram(照片墙)传播力指数 TOP10 榜单相比,安徽省继续保持第一。

五、YouTube 传播力指数

YouTube 是全球最大的视频网站,上线于 2005 年 2 月。2006 年 11 月,Google 公司以 16.5 亿美元收购了 YouTube。目前,YouTube 月活跃用户 19 亿,每分钟上传 400 小时的视频。YouTube 平台拥有众多有影响力的社交媒体红人,他们在 YouTube 上制作并推广高质量和高频率的视频。通过 YouTube 平台,可为用户提供沉浸式的感官体验,以第一视角动态化展现旅游目的地的全貌。

在全国 31 个省、市、自治区(不含港澳台、新疆生产建设兵团)中,没有开设 YouTube 账号的地区有 12 个,分别是安徽省、河北省、黑龙江省、浙江省、江西省、辽宁省、内蒙古自治区、青海省、上海市、天津市、西藏自治区、新疆维吾尔自治区。

根据对各省省级地区 YouTube 账号的粉丝数、点赞量、评论量等指标进行综合分析,全国省级文化和旅游在 YouTube 平台上 2020 年 12 月的传播力指数 TOP10 排序为:福建省、四川省、北京市、江苏省、陕西省、山东省、重庆市、云南省、安徽省、甘肃省。

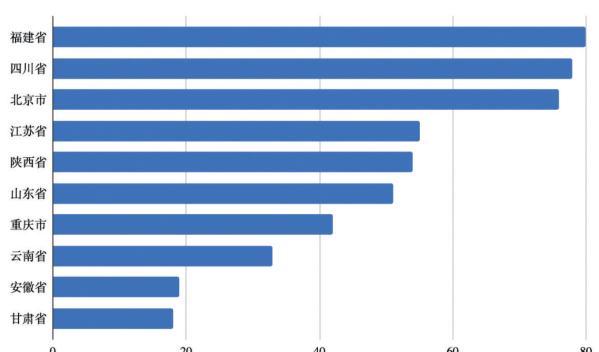


图 6 2020 年 12 月全国省级文化和旅游 YouTube 传播力指数 TOP10

六、Google(谷歌)平台传播力指数

Google(谷歌)成立于 1998 年 9 月 4 日,是全世界公认的第一搜索引擎平台。Google(谷歌)每秒约有 63000 次搜索,每小时 2.27 亿次搜索量,每天搜索量约 54 亿次。目前,Google(谷歌)平台在全世界拥有四千万的活跃用户。游客通常使用 Google(谷歌)平台搜集有关旅游目的地的各种信息。旅游目的地可通过 Google(谷歌)平台进行宣传推广,提升知名度。

根据对各省省级地区(不含港澳台、新疆生产建设兵团)文化和旅游在 Google(谷歌)平台上的搜索数据进行综合分析,2020 年 12 月全国各省省级地区文化和旅游在 Google(谷歌)平台上的传播力指数 TOP10 排序为:上海市、北京市、西藏自治区、广东省、浙江省、山东省、江苏省、重庆市、四川省、福建省。

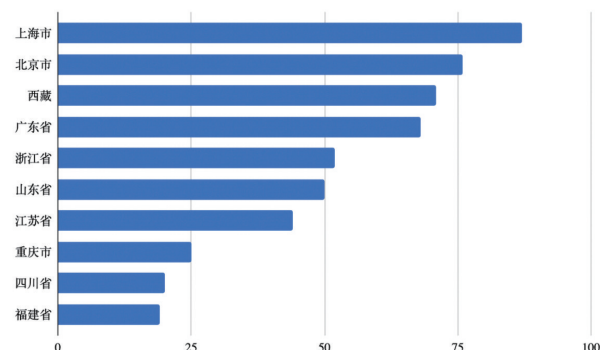


图 7 2020 年 12 月全国省级文化和旅游 Google(谷歌)平台传播力指数 TOP10

文化和旅游新媒体国际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
张洪忠	北京师范大学新媒体传播研究中心主任
刘洋	超凡集团目的地营销总经理
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
刘嘉琪	中国社会科学院新闻与传播研究所助理研究员

温馨提示:各省(区、市)及地级市文化和旅游主管部门如需加入文化和旅游新媒体国际传播力指数研究,请提供 Facebook(脸书)、Twitter(推特)、Instagram(照片墙)、YouTube 等国际社交媒体账号准确信息,以便于核对监测范围。

联系电话:010-85168096



更多内容请下载中国旅游新闻客户端,查阅指数频道。