

2021年2月全国省级文化和旅游新媒体传播力指数TOP10榜单发布

3月15日,文旅产业指数实验室发布2021年2月全国省级文化和旅游新媒体传播力指数TOP10榜单。基于对省级文化和旅游部门的微信传播力指数、微博传播力指数、头条号传播力指数和抖音号传播力指数的综合评价,2021年2月全国省级文化和旅游新媒体传播力指数TOP10排序为:山东省、四川省、江苏省、福建省、浙江省、上海市、北京市、吉林省、山西省、西藏自治区。

文化和旅游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,联合微博、微热点大数据研究院、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。本期省级文化和旅游新媒体传播力指数(2021年2月)榜单共包括5项,分别为综合传播力指数、微信传播力指数、微博传播力指数、头条号传播力指数和抖音号传播力指数。

表1 2021年2月全国省级文化和旅游新媒体传播力指数一览表

排名	综合传播力指数	微信传播力指数	微博传播力指数	头条号传播力指数	抖音号传播力指数
1	山东省	江苏微旅游	四川文旅	好客山东	山西省文化和旅游厅官方账号
2	四川省	诗画浙江文旅资讯	文旅山东	四川文旅厅	好客山东
3	江苏省	好客山东之声	清新福建文旅之声	北京旅游网官方号	中国西藏旅游
4	福建省	河北旅游	江苏微旅游	悠游吉林	四川文旅
5	浙江省	四川文旅厅	文旅北京	宁夏文化和旅游	悠游吉林
6	上海市	湖北文旅之声	吉林省文化和旅游厅	一部手机游云南App	江西风景独好
7	北京市	乐游上海	黑龙江省文化和旅游厅	微游甘肃	北京旅游
8	吉林省	清新福建 文旅之声	中国西藏旅游	河南省文化和旅游厅	百县千碗
9	山西省	重庆市文化和旅游发展委员会	海南省旅游和文化广电体育厅	福建文旅发布	水韵江苏
10	西藏自治区	山西省文化和旅游厅	文化上海	江西风景独好	如意甘肃

一、综合传播力指数

全国省级文化和旅游新媒体综合传播力指数评价维度由微信传播力、微博传播力、头条号传播力和抖音号传播力四个指标构成,权重分别为40%、25%、15%、20%。

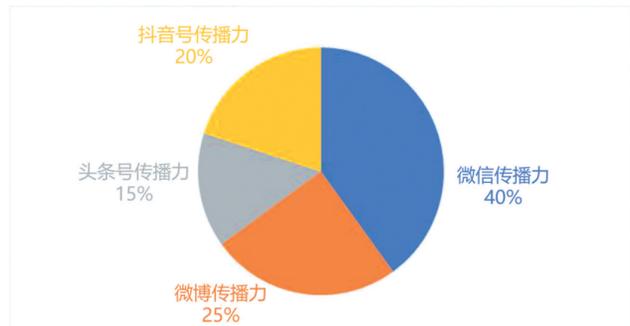


图1 全国省级文化和旅游新媒体综合传播力指数指标权重示意图

基于对2月全国各省省级文化和旅游部门的微信传播力、微博传播力、头条号传播力和抖音号传播力的综合评价,2021年2月全国省级文化和旅游新媒体综合传播力指数TOP10排序为:山东省、四川省、江苏省、福建省、浙江省、上海市、北京市、吉林省、山西省、西藏自治区。

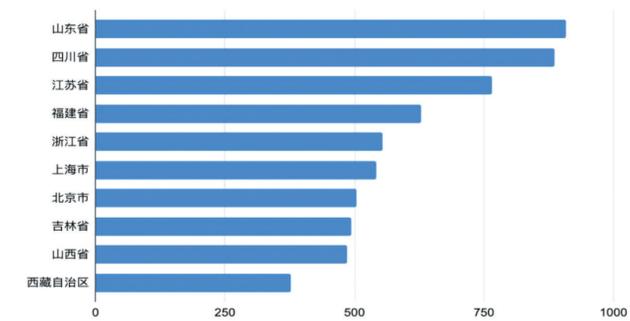


图2 2021年2月全国省级文化和旅游新媒体综合传播力指数TOP10

二、微信传播力指数

截至2019年12月31日,微信和海外版WeChat合并的月活跃账户数达11.648亿,相比2018年同期增长6.1%。自2012年腾讯推出微信公众号以来,文化和旅游政务微信公众号的队伍不断壮大,运营模式趋于成熟,成为微信舆论生态中的重要一员。文化和旅游政务微信公众号搭建起了政府与民众沟通的桥梁,承担着政策解读、沟通民意、服务百姓等多重功能,同时还在重大舆情事件中发挥着信息公开、回应质疑、澄清误解等作用。如今,文化和旅游政务微信公众号运营不只停留在与网民互动这一层面,而是通过提供实用性更强的服务信息,加强与网民之间的联系。

微信公众号是各级文化和旅游部门开展传播的主要途径。目前,所有省级文化和旅游部门都开通了微信公众号。有些地区将政务公众号与资讯公众号分开,有些则合为一体。微信公众号传播力指数主要从“整体传播力”“篇均传播力”“头

条传播力”“峰值传播力”四个维度进行评价,所占权重分别为30%、30%、30%、10%。

2021年2月,31个省区市(不含港澳台、新疆生产建设兵团)文化和旅游部门的微信公众号共发布文章2863篇,平均每个公众号92篇,前三位是“青海省文化旅游”“阳光海南网”“河北旅游”,均超过150篇。“美好辽宁文旅之声”“江西文旅发布”和“云南旅游”发布文章较少,低于30篇。从阅读总量来看,高于10w+的微信公众号共16个,“江苏微旅游”最高,为44w+。

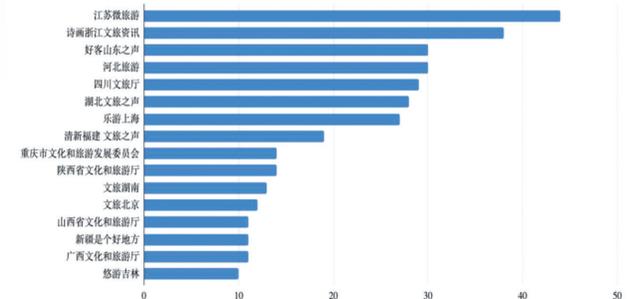


图3 2021年2月阅读量超10w+的省级文化和旅游微信公众号(单位:万)

从2021年2月各省省级文化和旅游部门的微信公众号的传播数据来看,传播力指数TOP10排序为:江苏微旅游、诗画浙江文旅资讯、好客山东之声、河北旅游、四川文旅厅、湖北文旅之声、乐游上海、清新福建 文旅之声、重庆市文化和旅游发展委员会、山西省文化和旅游厅。

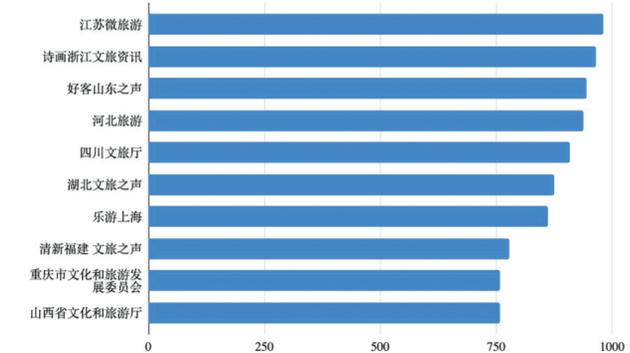


图4 2021年2月全国省级文化和旅游微信公众号传播力指数TOP10

三、微博传播力指数

作为具有影响力的中文社交媒体平台,微博拥有超过2.29亿的日活用户,5.23亿的月活用户,是一个全媒体内容形式的社交传播平台,文字、图片、视频等构成了一个信息获取、内容传播、观点交流的多元化的价值平台。2月,微博举办了不同的推广活动:

一、#直播中国年#结合文化和旅游部资源开发司主办的“云游合家欢,就地过大年”全国旅游宣传推广活动,2月4日—2月28日,微博开启#直播中国年#大型活动。邀请机构、企业、明星、大V发出“在地过年”倡议,重点联动各地文旅厅局、景区、博物馆等文旅账号参与活动,深度“种草”特色体验。通过直播、图文和视频等多种内容形式,激发普通用户参与热情。以微博之力助力实现云归乡、云串门、云旅行,挖掘展示全国各地特色玩法及年味体验,推动全民在线上共度特殊而难忘的春节。#直播中国年#话题阅读量12亿人次,讨论量76万人次。

二、到乌镇过不一样的春节项目:为了积极响应“留浙过年”相关政策,新浪浙江通过粉丝精准推送,以banner、边图等形式,将微博用户引流至飞猪旗舰店,为店铺拉新引流、输血造新,通过微博“种草”促进流量转化,打响社交电商尝试的第一炮。同时,邀请多位优质KOL在微博及各大平台分享乌镇旅游攻略及在乌镇的美好瞬间,为景区和酒店搜索结果沉淀优质内容,有效提升用户出行决策的影响力。

全国省级文化和旅游微博传播力指数的评价数据和评价方法由微博方面提供,衡量指标有发博数、原创微博数、转发数、评论数、原创微博转发数、原创微博评论数、点赞数等。

从2021年2月全国各省省级文化和旅游部门的微博账号的传播力指数得分情况来看, TOP10排序为:四川文旅、文旅山东、清新福建 文旅之声、江苏微旅游、文旅北京、吉林省文化和旅游厅、黑龙江省文化和旅游厅、中国西藏旅游、海南省旅游和文化广电体育厅、文化上海。

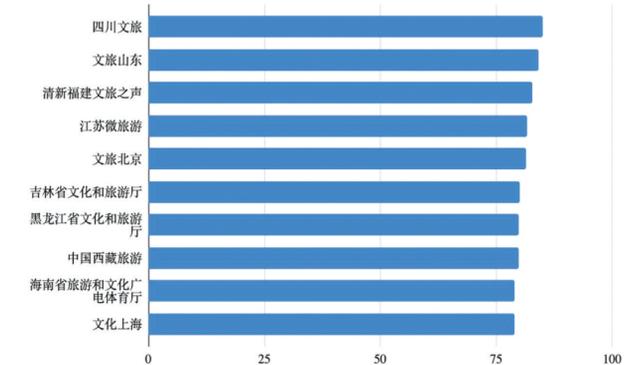


图5 2021年2月全国省级文化和旅游微博传播力指数TOP10

以排名第一名的四川省官方微博四川文旅的具体数据来看,在监测时间范围内,共发博1242条,其中原创微博1152条,转发7067次,评论10249条,原创微博被转发6218次,原创微博评论有9882条,总点赞数达58861次。

四、头条号传播力指数

全国省级文化和旅游头条号传播力指数综合考量了每个头条账号在一段时间内的发文指标、传播指标、互动指标,同时结合扣分及原创指数进行加权,可较为客观地反映每个头条号在某段时间的整体传播质量。

头条号传播力指数= $A * \ln(a+1) + B * \ln(b+1) + C * \ln(c+1) + D * \ln(d+1) + E * \ln(e+1) + F * \ln(f+1) + G * \ln(g+1) + Z * \ln(z+1) * \{(h+i+j) / 3\}$

其中,a为发文章量,b为阅读量,c为图文分享量,d为图文评论量,e为微头条评论量,f为微头条收藏量,g为直播评论量,z为涨粉量,h为系统扣分系数,i为系统原创系数,j为账号评级得分。

从2021年2月全国各省省级文化和旅游部门的头条号传播力指数得分情况来看, TOP10的排序为:好客山东、四川文旅厅、北京旅游网官方号、悠游吉林、宁夏文化和旅游、一部手机游云南App、微游甘肃、河南省文化和旅游厅、福建文旅发布、江西风景独好。

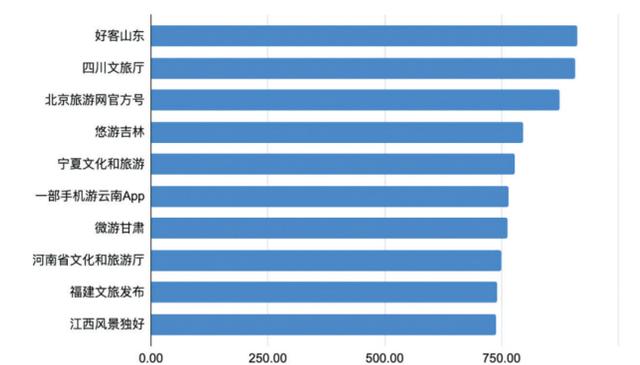


图6 2021年2月全国省级文化和旅游头条号传播力指数TOP10

以排名第一的好客山东的各项数据来看,2月共发文305篇,总阅读4410725次,总点赞429601次,评论量为3957条,粉丝增长4460个。

五、抖音号传播力指数

全国省级文化和旅游抖音号传播力指数的评价数据和评价方法由抖音方面提供。其计算公式如下:

抖音号传播力指数= $A * \ln(a+1) + B * \ln(b+1) + C * \ln(c+1) + D * \ln(d+1) + E * \ln(e+1) + F * \ln(f+1)$

其中,a为发布视频数,b为累计播放量,c为点赞量,d为分享量,e为评论量,f为涨粉量。

从2021年2月全国各省省级文化和旅游部门的抖音号传播力指数得分情况来看,排在TOP10的是:山西省文化和旅游厅官方账号、好客山东、中国西藏旅游、四川文旅、悠游吉林、江西风景独好、北京旅游、百县千碗、水韵江苏、如意甘肃。

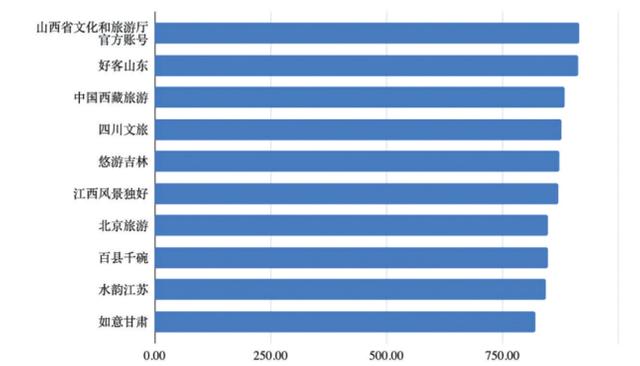


图7 2021年2月全国省级文化和旅游抖音号传播力指数TOP10

2月,山西省文化和旅游厅官方账号发布视频32个,累计播放23275710次,累计点赞409884次,累计评论27791条,累计分享13643次,粉丝增加24694个。

文化和旅游新媒体传播力指数研究课题组成员构成

- 孙若凤 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
- 汪抒 微博副总编辑、微博智库主编
- 高成 微热点大数据研究院副院长
- 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