

2024年4月全国省级文旅国际传播力指数报告

由中国旅游报社、中国社会科学院中国舆情调查实验室等单位联合成立的文旅产业指数实验室，从2020年9月开始对全国省级文化和旅游行政部门在Facebook(脸书)、Twitter(推特)、Instagram(照片墙)、YouTube(油管)、TikTok(抖音国际版)等5个平台运维的国际新媒体账号进行监测和数据汇总，定期发布《全国省级文化和旅游新媒体国际传播力指数报告》，为文旅行业国际传播提供专业化的效果评估。

2024年，文旅产业指数实验室联合中国外文局亚太传播中心、华东政法大学新媒体数据研究院等国际传播和科研机构，基于实验室3年多来对文旅国际传播的研究成果，针对当前国际媒体发展趋势，从2024年1月开始对指数报告进行优化和升级，调整有关评价维度及权重，提高监测数据的精确性，使报告更具科学性和专业性，为我国各级文化和旅游行政部门进行国际传播提供更有价值的参考。

2024年4月全国省级文化和旅游国际传播力指数报告共包括七项内容，分别为综合国际传播力指数、Facebook传播力指数、TikTok传播力指数、X(原Twitter)传播力指数、Instagram传播力指数、YouTube传播力指数和国际新闻媒体传播力指数。

一、综合国际传播力指数

全国省级文化和旅游综合国际传播力指数的评价维度由Facebook传播力、TikTok传播力、X传播力、Instagram传播力、YouTube传播力和国际新闻媒体传播力六部分构成，权重分别为20%、20%、15%、15%、15%、15%。

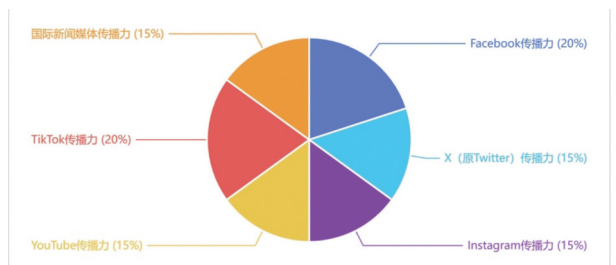


图1 全国省级文化和旅游综合国际传播力指数评价维度比例

基于以上各个评价维度的综合评价，4月，全国省级文化和旅游行政部门综合国际传播力指数排在前列的为：江苏省、江西省、安徽省、北京市、辽宁省、新疆维吾尔自治区、山东省、福建省、吉林省、重庆市。



图2 2024年4月全国省级文化和旅游综合国际传播力指数TOP10

二、Facebook传播力指数

4月，全国省级文化和旅游行政部门Facebook平台账号新增粉丝49万个，发布帖文1510篇，互动总量为211.2万次。4月，全国省级文化和旅游行政部门Facebook传播力指数排在前列的为：北京市、江苏省、江西省、辽宁省、安徽省、新疆维吾尔自治区、山东省、重庆市、吉林省、福建省。

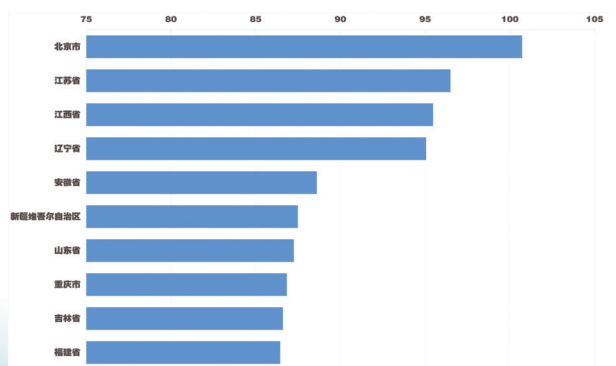


图3 2024年4月全国省级文化和旅游Facebook传播力指数TOP10

江苏省文化和旅游厅Facebook账号(Visit Jiangsu)4月3日发布的寒食节主题帖文，通过传统小吃“青团”介绍中国

传统文化，共获得1.8万余次点赞，130条评论。



图4 江苏省文化和旅游厅Facebook账号截图

4月11日，辽宁省文化和旅游厅Facebook账号(Discover Liaoning)发布的一组医巫闾山春季山景图文，向海外网友呈现了医巫闾山的独特面貌，共获得点赞2万余次，49条评论，123次转发。

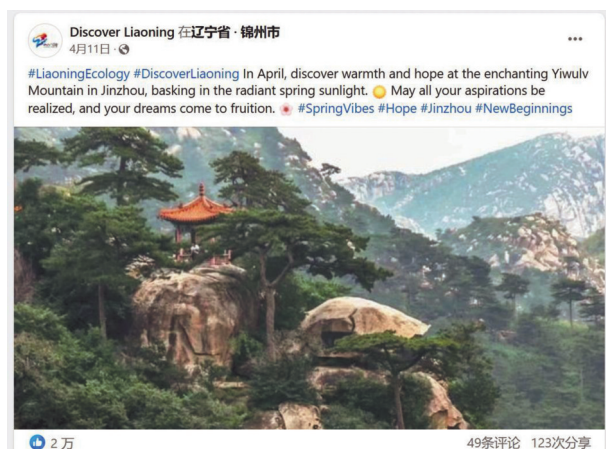


图5 辽宁省文化和旅游厅Facebook账号截图

三、TikTok传播力指数

4月，全国省级文化和旅游行政部门账号在TikTok平台共发布248条短视频，观看总量为1618万次。4月，全国省级文化和旅游行政部门TikTok传播力指数排在前列的为：江苏省、辽宁省、安徽省、江西省、天津市、山东省、新疆维吾尔自治区、云南省、北京市、福建省。

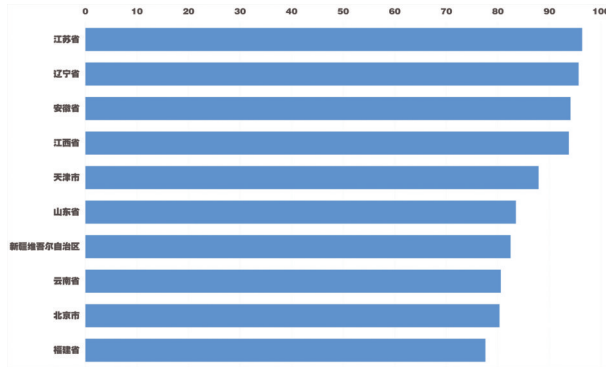


图6 2024年4月全国省级文化和旅游TikTok传播力指数TOP10

云南省文化和旅游厅TikTok账号(visityunnan)4月12日发布的系列短视频，借助AI技术，以动画的方式向海外网友推介云南的文化和旅游资源，相关视频累计播放量27万余次。



图7 云南省文化和旅游厅TikTok账号截图

四、X传播力指数

4月，全国省级文化和旅游行政部门X平台账号新增粉丝3万个，发布帖文1285篇，互动总量为14.5万次。4月，全国省级文化和旅游行政部门X传播力指数排在前列的为：安徽省、江西省、江苏省、辽宁省、北京市、福建省、新疆维吾尔自治区、山东省、吉林省、浙江省。

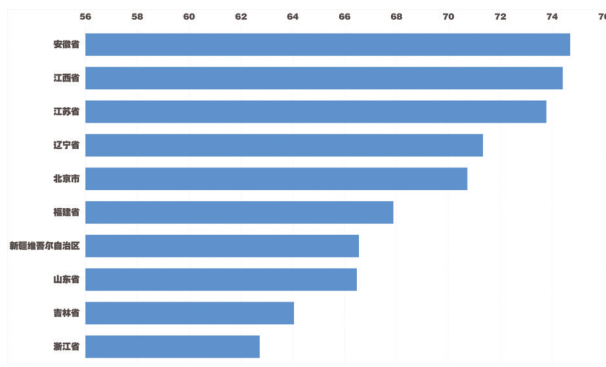


图8 2024年4月全国省级文化和旅游X传播力指数TOP10

4月3日，北京市文化和旅游局X平台账号(Visit Beijing)发布的长城花景组图，结合“144小时过境免签”标签，吸引了大量海外网友关注，浏览量达14.9万次，点赞1561次，转发109次。



图9 北京市文化和旅游局X账号截图

江西省文化和旅游厅X平台账号(Discover Jiangxi)4月16日发布的婺源油菜花田图文，展示了婺源花海景色，获得海外网友点赞2974次。



图10 江西省文化和旅游厅X账号截图

五、Instagram传播力指数

4月，全国省级文化和旅游行政部门Instagram平台账号新增粉丝3.6万个，发布1219篇帖文，互动总量为183.5万次。4月，全国省级文化和旅游行政部门Instagram传播力指数排在前列的为：北京市、辽宁省、江西省、安徽省、江苏省、山东省、新疆维吾尔自治区、福建省、重庆市、吉林省。

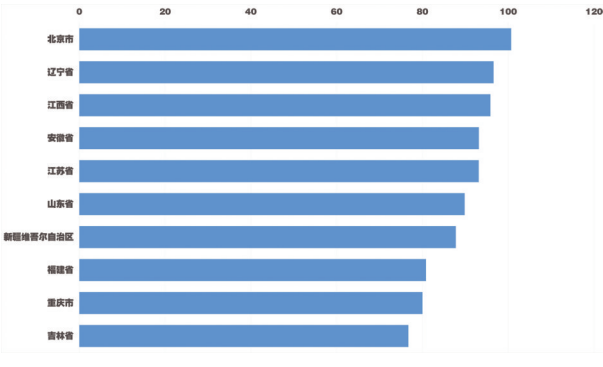


图11 2024年4月全国省级文化和旅游Instagram传播力指数TOP10

安徽省文化和旅游厅Instagram账号(anhui_travel)4月24日发布的图片，以生活化的场景，向海外网友展示了查济古镇独特风貌，共获得点赞9.4万余次。



图12 安徽省文化和旅游厅Instagram账号截图

4月11日，山东省文化和旅游厅Instagram账号(travel_shandong)发布的一组古建筑图，对称的线条勾勒出中国古典建筑的秩序感与和谐感，收获点赞1万余次。



图13 山东省文化和旅游厅Instagram账号截图

六、YouTube传播力指数

4月，全国省级文化和旅游行政部门账号在YouTube平台共发布235条视频，观看总量为60.8万次。4月，全国省级文化和旅游行政部门YouTube传播力指数排在前列的为：安徽省、新疆维吾尔自治区、北京市、西藏自治区、江西省、辽宁省、重庆市、江苏省、吉林省、山东省。

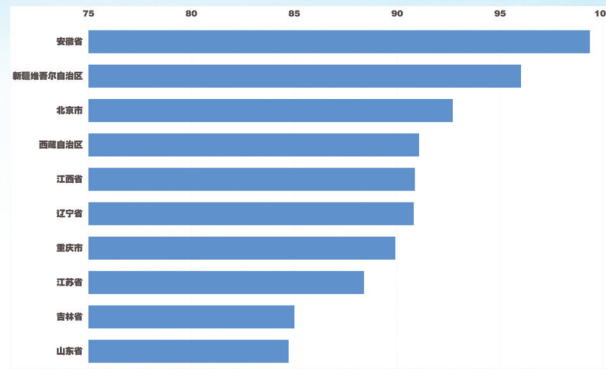


图14 2024年4月全国省级文化和旅游YouTube账号传播力指数TOP10

新疆维吾尔自治区文化和旅游厅YouTube账号(Visit Xinjiang)4月8日发布的“新疆之声”视频，通过声音与镜头语言的结合，向海外网友展现新疆之美，视频累计播放量超过9.2万次，获得点赞5000余次。

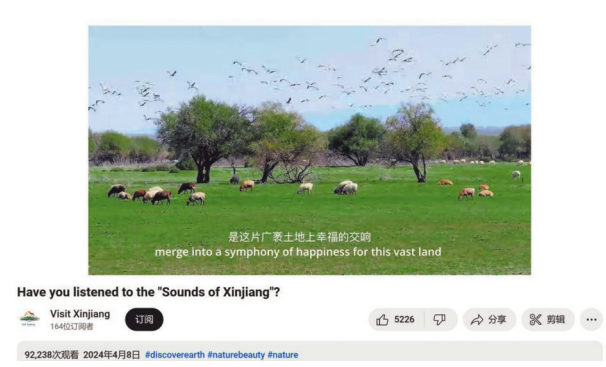


图15 新疆维吾尔自治区文化和旅游厅YouTube账号截图

福建省文化和旅游厅YouTube账号(Refreshing Fujian)4月21日发布的视频，展示了木偶戏、压脚鼓、高甲戏、南音等晋江市非物质文化遗产，吸引了海外网友的关注，视频累计播放量1.7万余次。

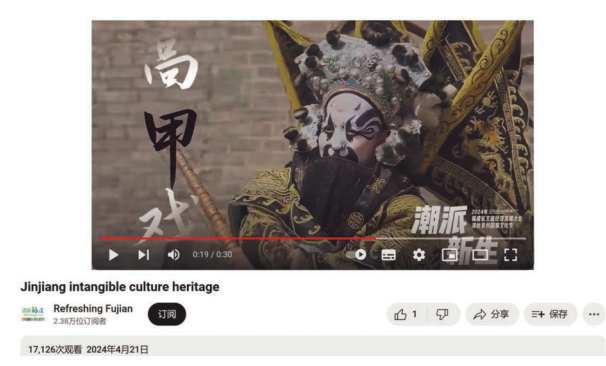


图16 福建省文化和旅游厅YouTube账号截图

七、国际新闻媒体传播力指数

监测结果显示：2024年4月，世界主要媒体上一共有297篇与中国各省份文化和旅游相关的宣传内容。经综合计算，4月全国省级文化和旅游国际新闻媒体传播力指数排在前列的为：上海市、河南省、贵州省、甘肃省、云南省、西藏自治区、江苏省、山东省、新疆维吾尔自治区、湖南省。

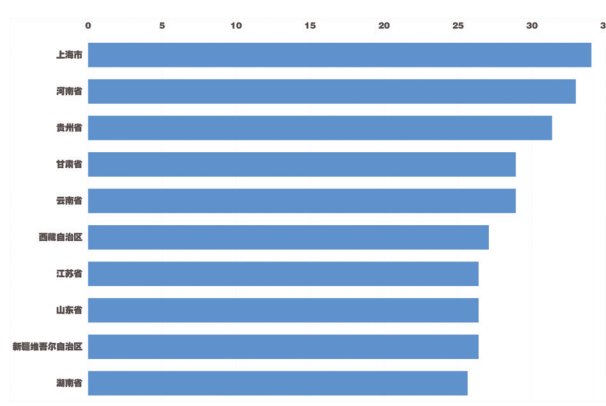


图17 2024年4月全国省级文化和旅游国际新闻媒体传播力指数TOP10

基于以上监测结果，4月国内文化和旅游在国际新闻媒体传播上呈现四大亮点。

文旅热潮展现信心。清明假期和五一假期成为国际舆论观察中国文旅市场和社会信心的重要节点。对于清明假期旅游热潮，媒体用“火爆”“激增”等字眼来描述；五一假期，“旅游高峰”“稳定增长”“提振信心”“政策友好”“支付便捷”等成为国际媒体观察中国文旅的关键词。

精品活动各美其美。4月，我国各省份借助春暖花开大好时节，因地制宜、因时制宜、因节制宜，积极推动人文历史和自然资源出圈。河南、山东、浙江、江苏等多地举办牡丹节、风筝节、梨花节、沙雕节等经典文化和旅游活动，云南、贵州、福建、海南等地举办“三三节”带动东南亚入境游持续升温。

创新服务构筑亮点。多地将创新旅游宣传与提升旅游体验结合起来，创新服务场景，构筑宣传亮点。如四川推出“大熊猫专线”、贵州推出贵阳至老姥万象旅游专列为游客提供特别旅程，青甘藏大环线旅游专列实现了游客“车随人走、景随车移”的旅游愿望，上海推出“国际中转旅客半日游”让“旅客”变“游客”，秦始皇帝陵博物院推出海外游客网上购票平台、打通境外游客购票通道等。

海外推介持续发力。多地精心策划各类活动，面向国际市场加强传播交流。“美丽安徽走向世界”文化旅游推介活动、江西东南亚文化和旅游推广活动、“华夏古文明 山西好风光”文旅推介活动、“你好！中国”2024大运河主题旅游海外推广活动、多彩贵州文化海外推广活动等纷纷亮相，为推动“文化走出去、旅游走进来”营造良好氛围。

各省(区、市)文化和旅游行政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、X(原Twitter)、Instagram、YouTube、TikTok等国际社交媒体账号信息，以便核对监测范围。本文版权归中国旅游报社所有，如转发请联系我社，并注明来源。

联系电话：牛老师 010-85168071