

2024年7月全国省级文旅新媒体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、X、Instagram、YouTube、TikTok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》，为文化和旅游行业国际传播提供专业化的效果评估。

文旅产业指数实验室近日发布2024年7月全国省级文化和旅游新媒体国际传播力指数报告。本期指数报告共包括6项内容，分别为综合国际传播力指数、Facebook传播力指数、X传播力指数、Instagram传播力指数、海外视频平台（YouTube和TikTok）传播力指数和国际新闻媒体传播情况分析。

综合国际传播力指数

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传播力、X传播力、Instagram传播力、海外视频平台传播力4个部分构成，权重分别为30%、20%、20%、30%。

通过对全国各省级文化和旅游行政部门运维的国际新媒体账号进行综合评价，7月，综合国际传播力指数排在前列的为：江苏省、安徽省、北京市、江西省、辽宁省、新疆维吾尔自治区、山东省、陕西省、吉林省、重庆市。

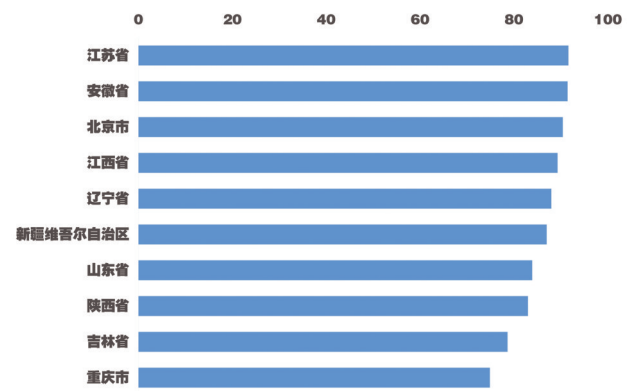


图1 2024年7月全国省级文化和旅游新媒体综合国际传播力指数TOP10

Facebook传播力指数

7月，全国省级文化和旅游行政部门开通并正在运营的Facebook账号有26个，新增粉丝近41万个，发布贴文

1510个，互动总量为222.2万次。

综合分析，7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：安徽省、北京市、江苏省、江西省、山东省、陕西省、辽宁省、新疆维吾尔自治区、重庆市、吉林省。

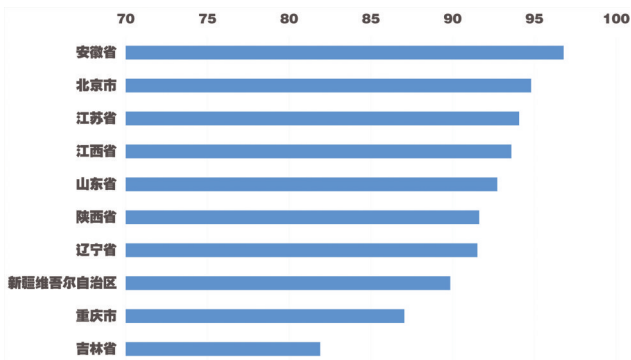


图2 2024年7月全国省级文化和旅游行政部门Facebook传播力指数TOP10

山东省文化和旅游厅Facebook账号（Friendly Shandong）7月23日发布的贴文，展示了济南大观园早市这一极具本地生活特点的场景，以在地文化吸引海外民众关注，获赞4.5万余次。

X传播力指数

7月，全国省级文化和旅游行政部门开通并正在运营的X账号有26个，发布贴文1247个，互动总量为16.7万次。

综合分析，7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：辽宁省、江苏省、江西省、安徽省、北京市、新疆维吾尔自治区、吉林省、陕西省、广西壮族自治区、黑龙江省。

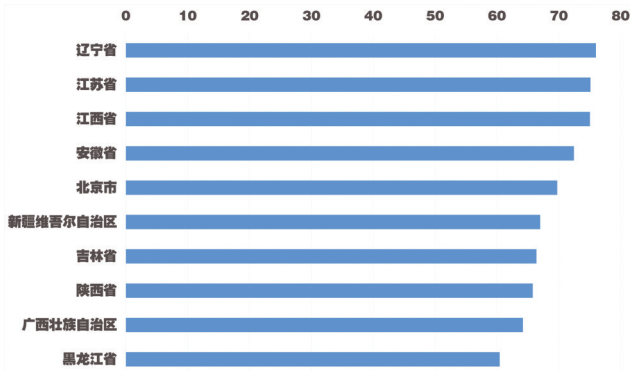


图3 2024年7月全国省级文化和旅游行政部门X传播力指数TOP10

辽宁省文化和旅游厅X账号（Discover Liaoning）7月13日发布的贴文，展示了辽宁省为提升境外游客旅游体验推出的多项举措，包括新增外币卡POS机、外币兑换点、ATM机，辅助开通微信支付、支付宝等移动支付服务，共获94.3万余次浏览，互动量超1500次。

Instagram传播力指数

7月，全国省级文化和旅游行政部门开通并正在运营的Instagram账号有24个，新增粉丝14.5万余个，发布贴文1234个，互动总量为206.7万次。

综合分析，7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：安徽省、北京市、江西省、陕西省、江苏省、新疆维吾尔自治区、辽宁省、山东省、广西壮族自治区、吉林省。

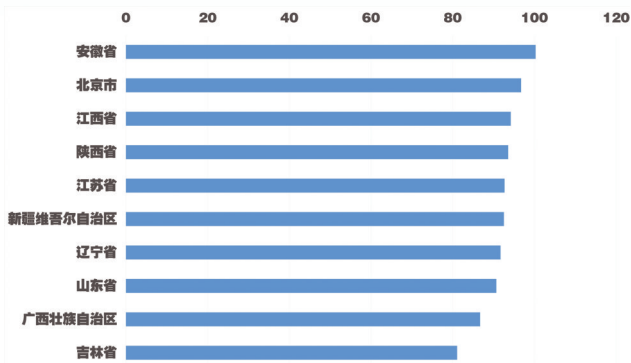


图4 2024年7月全国省级文化和旅游行政部门Instagram传播力指数TOP10

安徽省文化和旅游厅Instagram账号（anhui_travel）7月2日发布的贴文中，在晚霞的映照下，安庆振风塔熠熠生辉，以独特的中式美学呈现城市变迁，共获赞7.8万余次。

海外视频平台传播力指数

全国省级文化和旅游行政部门开通并正在运营的YouTube账号有24个，开通并正在运营的TikTok账号有17个。

综合分析，7月，全国省级文化和旅游行政部门海外视频平台传播力指数排在前列的为：江苏省、北京市、新疆维吾尔自治区、安徽省、江西省、辽宁省、山东省、天津市、吉林省、上海市。

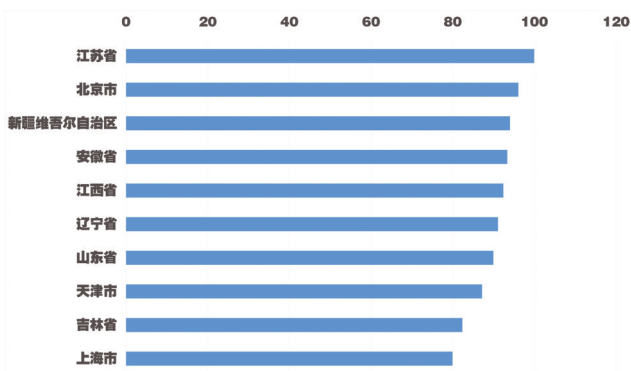


图5 2024年7月全国省级文化和旅游行政部门海外视频平台传播力指数TOP10

江西省文化和旅游厅TikTok账号（discoverjiangxi）7月15日发布婺女洲度假区非遗火壶表演视频，以非遗项目所呈现的中式美学、中式浪漫吸引海外网友关注，视频累计播放量36万余次。

江苏省文化和旅游厅YouTube账号（Visit Jiangsu）7月26日发布的视频，以拼贴画的方式将奥运会元素与项羽等历史人文元素及江苏省内多个城市进行融合，契合当下热点的同时，以有趣生动的方式展现了江苏省的优质文旅资源，获海外网友6.1万余次观看。

北京市文化和旅游局YouTube账号（Visit Beijing）7月发布的系列视频——“Beijing Expat Travel Guide”（北京外籍人士旅游指南）得到大量海外网友关注，其中，外籍博主与北京当地居民在公园中交流、锻炼的视频，以生活化的场景展现北京丰富的文化内涵，累计播放量超3.6万次。

国际新闻媒体传播情况分析

基于国际媒体宣传情况，总结了7月文化和旅游国际

新闻媒体传播呈现的3个特点。

一、中国入境游市场亮眼答卷备受国际媒体关注。随着各项惠及国际游客的举措带来持续正向反响，不少国际媒体聚焦上半年中国入境游市场数据，如“张家界上半年接待国际游客数量增长569%”“上半年中国接待国际游客1464万人次，同比增长152.7%”“上半年中国免签入境人数达854.2万人次，同比增长190.1%”“国际游客预计拉动消费超1000亿元”等。国际媒体认为，便捷的文化和旅游政策、社交媒体的传播动员和人性化的服务措施是中国文旅市场火爆的3个主要原因。在此背景下，舆论认为，“中国将吸引更多国际游客和商务访客，巩固其作为全球旅游和经济活动中心的地位”。

二、入境游火爆促进中外文化交流成为国际媒体关注的新话题。入境游持续升温不仅活跃了国内旅游市场，也进一步促进了中外文化交流。“法国游学团来到成都学习中医”“南京多个景点接待的海外研学团队游客数量显著增长”“在‘未来5年邀请5万名美国青少年来华交流学习’倡议下，越来越多美国学生前往中国各地研学”等成为国际媒体关注的新话题。国际舆论认为，青少年是中外友好交往的天然使者，通过文化交流互鉴，实现深层文化价值观念的相互尊重，最终实现弘扬全人类共同价值的倡导目标。

三、中国游客对国际旅游市场复苏贡献显著引起国际媒体热议。国际媒体聚焦中国加大对外开放背景下，中国出境游游客对国际旅游市场的贡献。如，中国继续成为马尔代夫最大的旅游市场，占13%的国际份额；中国成为韩国、泰国等亚洲国家的第一大客源国；受中法建交60周年、中法文化旅游年、巴黎奥运会、欧洲杯等因素影响，中国赴欧游客数量大幅增加。

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，需提供Facebook、X、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：姚老师 010-85166013

南宁映瑾食品厂举办月饼文化研学活动

9月3日，由广西健康美食协会、广西旅游商品行业协会、广西数字文旅发展协会、广西研学旅游发展促进会联合主办的“首届月饼文化与食品工业研学旅游启动仪式”在广西壮族自治区南宁市拉开帷幕。各界领导与嘉宾齐聚映瑾食品厂，开启一场融合传统文化与现代时尚的精彩研学体验活动。

活动中，嘉宾们参观了映瑾食品厂的制作车间、烘焙车间、内包外包间、成品间和化验室，全面了解食品制作流程和质量检测方法。研学体验环节，映瑾专业师傅进行月饼、面包、粽子制作教学，嘉宾们亲身体验制作食品的乐趣，并进行分享交流，探寻传统美食的制作奥秘，品尝月饼和其他传统美食的独特美味。

广西研学旅游发展促进会会长、南宁市映瑾食品有限公司董事长薛小玲介绍，广西物产丰富，民俗文化多样，开展融合“工业+文化+旅游”的研学活动，让孩子们通过制作传统美食及参观工业生产线，有效地锻炼时间掌控能力、专注能力、探索力、坚持力和观察力，在研学中劳动，在劳动中学习，在学习传承中华优秀传统文化。

看广西如何深耕东盟旅游客源市场

8月26日至29日，来自马来西亚、印度尼西亚、新加坡、越南、泰国等东盟各国的百名旅行商代表齐聚广西，参加由广西壮族自治区文化和旅游厅主办的2024“你好！中国——发现广西”百家东盟旅行商踩线活动。这是广西大力推动入境游市场加快恢复，助力广西世界旅游目的地建设的重要举措。

发现广西精彩

踩线活动期间，旅行商代表们走进南宁市青秀山、广西壮族自治区博物馆、邕州古城·三街两巷历史文化街区，体验夜游邕江百里秀美邕江，前往巴马百鸟岩、长寿岛，南丹洞天酒海、瑶望天下、南丹矿物温泉度假区等景区，深度体验壮美广西的山水风光和独特魅力。“南宁方特东盟神画的《千岛之歌》十分精彩。”来自印度尼西亚Super9旅游公司的负责人Evy Chou介绍，节目以印尼民族艺术和民俗文化等内容为创作背景，打造出一幅可沉浸式体验的风情画卷。

在河池期间，考察团感受了桂西地区奇特的自然景观和传统文化的独特魅力，河池市副市长翟红玲唱起山歌欢迎来自东盟各国的旅行商代表。

“通过这次考察，我发现南宁、巴马和南丹的旅游资源各具特色，串联起来可以推出一条新的旅游线路。”参加此次旅行社踩线活动的越南永久国际旅

行社营销总监黎文儒说。

“来到这边真是让我大开眼界，这里的风景、这里的山水，都非常的漂亮，回去以后，我会马上启动包机，把印尼、新加坡和马来西亚的游客带到巴马来，带他们来感受大自然的美好。”马来西亚毓琉假期有限公司总经理钟兴祥说。

“广西风景奇特秀丽，文化开放包容，人民热情友善，令人印象深刻，我们享受了一段愉快而难忘的旅行时光。”马来西亚毓琉假期有限公司执行董事拿督威拉陈德泉说，踩线活动结束后，将会和广西的旅游业界同行们一起，积极开发和设计优质的旅游产品，组织更多的旅游团队来中国、来广西。

今年上半年，马来西亚到广西的游客近6.2万人次。广西零距离国际旅行社董事长李美嘉介绍，这次面向马来西亚等国家推出的旅行商考察线路，时间是6至8天。

“文旅资源互补性强，合作潜力巨大。”广西壮族自治区文化和旅游厅副厅长班华勤介绍，广西将积极推动区内旅游企业与东盟国家旅行商紧密合作，共同抢抓入境游市场机遇，加强文化和旅游资源推介。

政府大力扶持

广西是我国唯一与东盟国家陆海相连的省份，是中国与东盟合作交流的前沿窗口。近年来，广西立足区位和资

源优势，多管齐下发展面向东盟的入境游市场，取得明显成效。

2024年新年到来之际，广西文化旅游宣传推介代表团出访马六甲州，并参加了2024年马来西亚马六甲州旅游年开年仪式暨元旦跨年倒数活动。在2024新年钟声即将敲响之际，广西壮族自治区人民政府主席蓝天立视频致辞，向马六甲州旅游年举办表示祝贺，并表示广西与马六甲州文旅资源互补性强，合作潜力巨大。

广西壮族自治区人民政府在《关于推进文化旅游业高质量发展的若干措施》中明确提出，大力发展入境旅游。优化入境旅游产品和线路，推出更多受入境游客欢迎的旅游产品和服务。提升外籍游客和港澳台居民持有效证件预订景区门票、购买车（船）票、在旅馆办理住宿登记便利化水平。强化导游以及景区、酒店等服务人员外语培训，完善景区、机场、车站、酒店、购物商店等场所的多语种标识及导览设施。

广西壮族自治区文化和旅游厅把发展入境游作为重点工作，今年以来，分别组团赴马来西亚、新加坡、泰国等地举办旅游推介会，与当地文旅企业进行深入友好交流，共谋合作发展，探讨合作空间，达成广泛共识。

广西制定了优化支付服务实施方案，助推外籍来桂游客支付更加便利。“集中攻坚机场、口岸、旅游等重点场



明天更加美好

8月29日，参加2024“你好！中国——发现广西”百家东盟旅行商踩线活动的越南广宁省旅游协会副会长、鸿基国际旅行社总经理阮河海介绍，9月2日是越南国庆日，越南从8月31日至9月3日放假4天，越南的旅行社利用这个假期，组织民众出国度假。今年越南的国庆假期期间，他们将连续3天每天发送40至80名越南游客通过广西凭祥口岸到中国旅游。

统计显示，今年前7个月，广西接待越南入境过夜游客约5.68万人次，同比增长244.5%。越南入境人数大幅度增长，是双方文旅业共同努力的结果。

“随着越南经济的发展，民众生活水平不断提高，出游的热情也越来越

高，越南游客从广西入境中国的人数不断增多。”20多年来一直深耕越南客源市场的广西寰海国际旅行社总经理周寰说。

为发挥地缘优势，吸引更多越南游客，广西壮族自治区文化和旅游厅与越南广宁省旅游厅签订合作备忘录，明确提出共同将旅游业打造成中越边境旅游合作的典范。

南宁作为面向东盟的旅游集散中心，到各东盟国家首都的航程都在4小时以内，具有发展入境旅游的区位优势。今年以来，南宁市组织专业旅行商代表团到邕踩线考察，多次组织旅游协会、旅行社、旅游包机商等召开加快推进入境旅游工作调研座谈会，重点探索开辟越南、泰国等主要入境客源地文旅交流合作新路径，进一步激发入境旅游市场的活力。南宁市今年已邀请5批越南专业旅行商来邕考察踩线并进行交流座谈，推动中越跨境旅游合作走深走实。今年南宁市接待了一个由1000名越南游客组成的大型旅游团，该团是广西今年规模最大的入境旅游团。

“日前发表的《中越联合声明》提出，2025年为‘中越人文交流年’，鼓励更多游客赴对方国家旅游。随着中越德天（板约）瀑布跨境旅游合作区即将正式运营，广西发展越南入境客源市场迎来大好机遇。”广西旅游协会秘书长高琳说。