**小故事大力量，探讨“中国城市旅游国际推广新模式”**

2018年3月27日下午，由蓝海云平台与首都文化产业协会联合举办的“小故事,大力量—中国城市旅游国际推广新模式”主题沙龙活动在蓝海电视大楼进行。本次活动围绕“城市文化旅游结合，如何进行有效的国际传播”内容展开，邀请山水盛典、天桥盛世集团、北京东方文化资产经营公司、中国网+、北京品牌协会、中国质量协会、环青海湖自行车赛事有限公司等30多位代表参加，围绕城市文化旅游深度融合的国际传播等相关问题，共同探讨如何建立国际受众对于国内城市的有效认知和寻找到最具传播潜力的文化元素进行国际传播。

图1

旅游的本质就是文化体验、文化认知和文化分享的重要形式，文化与旅游的深度融合为文化”走出去“迎来新机遇。融媒体时代的中国也向世界提供了一个深入了解中国城市文化的契机，相比北京和上海这样国际大都市的国际知名度，更多中国城市和景区在国际上尚未形成认知，应该以什么样的传播方式让世界建立起中国城市的基本认知，让中华文化的海外传播更容易被海外接受、理解和欣赏。沙龙现场原山东国际台台长谈翀介绍了国际传播中的语境和国内城市景区国际传播的现状，他认为跨文化传播的“信达雅”——信：说出我的话；达：说出我的话的意思；雅：把我的话的意思用你的话说出来，传播的是价值观念、风俗习惯、表达方式等，因为文化差异，中国文化在向国际传播时往往存在不被理解的问题，这就需要在国际传播时国际表达，用当地能理解能接受的方式来表达中国故事。

图2：原山东国际台台长 谈翀

CCTV发现之旅《与大使对话》总制片人王磊从电视节目角度介绍了“走出去”传播经验，蓝海云国际市场副总裁Ashley介绍了海外一些国家城市，比如加拿大、迪拜、荷兰等，是如何进行城市传播的案例，以及采用短视频进行城市旅游宣传的制作和传播需要注意的要点，以及非常重要的一点，不要假设受众对所传播的城市和景区已经很了解了，其实他们一无所知。

图3：CCTV发现之旅《与大使对话》总制片人 王磊

图4：蓝海云平台国际市场副总裁 Ashley

蓝海云平台国际传播负责人诺娜邀请现场嘉宾观看了一些蓝海云向国际传播的来自城市的短纪录片故事，并分享了这些城市作为国家经济和社会的组织细胞，如何与蓝海云合作，邀请BBC、美联社、国家地理等国际媒体协助进行国际化选题、情感导向的内容制作、并利用国际大型通讯社、电视台、门户网站、当地报纸和当地自媒体等海外主流媒体和新媒体渠道进行广泛多层次传播，从而提升城市的国际认知度和好感度，实现城市品牌和入境游数量的提升，在向世界传播中国城市旅游文化的同时，向世界讲述着中国故事

图5：蓝海云平台国际传播负责人 诺娜

例如武汉讲述了“用爱和音乐点亮盲童心灯，武汉市盲童学校音乐教师”的故事，乌海讲述“独腿骑士为完成梦想骑越沙漠的故事”等一个个充满了人性力量，鲜明传达着城市文化特点的故事。这些能代表城市核心价值的真实故事在蓝海云平台发布后，收到众多海外媒体人的积极反馈，也在国际上建立了对这些城市文化和旅游的新的认知。

图6：首都文化产业协会代表 刘劲辉

“沙漠牧民新生活：巴布的一天”故事案例，通过讲述牧民巴布一家治沙前后生活的对比展示亿利集团30年在库布其沙漠治沙的故事，现场嘉宾都被这个故事案例所打动，认为蓝海云以人性化小故事的方式促进文化旅游的国际推广方式很新颖，是中国城市旅游国际推广一种全新模式。首都文化产业协会的代表刘劲辉认为，“以后跟媒体合作的方向更加明确，要结合产业方向，体现我们首都特色，向世界讲述更多北京人文小故事，打造北京名片”。

“小故事,大力量—中国城市旅游国际推广新模式”主题沙龙，通过与文化旅游行业人士探讨如何以讲述城市故事来表现所在城市和景区的核心价值的国际推广形式，从而从零到一的建立中国城市的国际形象，促进中国城市文化和旅游走出去。

项目：其他

标签：蓝海云；城市；旅游；文化；海外传播