



创新融媒体机制 强化新媒体引领

河北省多措并举叫响文旅品牌

近日,省文化和旅游品牌推广捷报频传:官方微博粉丝数突破710万,影响力在第一季度全国文旅微博中排名第一;与抖音联合发起的“疫去春来 Dou 赞河北”抖音挑战赛,视频播放量超过3.4亿次;“河北旅游”抖音号名列全国文旅新媒体指数传播力第一……

创新打造河北文旅融媒体宣传联动机制,筑牢主流媒体阵地的同时,打造新媒体“爆款”产品,拓展跨界联合宣传,省文化和旅游厅通过一系列全角度、创新性的媒体宣传和活动推广,有力提升了“京畿福地 乐享河北”品牌形象。

① 强化融合创新,壮大新媒体宣传声势

今年年初,新冠肺炎疫情突如其来,给文旅行业带来重创。省文化和旅游厅做好疫情防控的同时,在全国率先开展“云游”系列文旅宣传,展现了河北文旅行业面对疫情“停业不失志”“蓄力迎复苏”的状态。

从大年初一开始,以“互联网+文旅”的形式,在厅属及合作新媒体平台同步推出“云游河北 平安过年”宣传活动。丰富的景区VR全景影像让游客犹如身临其境,互动直播为游客第一时间呈现金山岭长城花开美景,各地博物馆“云展”将展陈拉近至观众眼前……多样的文旅图文及视听内容,满足了群众居家期间文化旅游需求,发挥了文旅宣传在特殊时期的独特作用。

省文化和旅游厅官方微博在“云

游河北”主题宣传中,推出“非遗河北”“文旅生活”“文旅夜读”等特色话题,通过视频、图解、九宫格等多样化形式,吸引网友关注和阅读。第一季度日均阅读量超100万,转赞评总数超20万,粉丝数突破710万。在人民网等联合发布的第一季度政务微博影响力报告中,获得了“全国十大文旅微博”第一名。省文化和旅游厅联合抖音共同发起的“疫去春来 Dou 赞河北”抖音挑战赛,也吸引了大量景区经营者和网友积极参与。

强大的新媒体宣传声势,为河北文旅聚集了超高的人气。在今年“文旅产业指数实验室”发布的五月、六月新媒体传播力指数中,省文化和旅游厅运营的“新媒体平台连续跻身TOP10榜单”。



河北博物院推出的线上云展“石器时代的河北”。

② 深化战略合作,筑牢主流媒体宣传阵地



省文化和旅游厅推出“动听河北”百期音频节目。

3月20日,一组名为《英雄武汉“冀”在心上》的海报在河北人的微信朋友圈里刷屏。就在两天前,武汉市文化和旅游局发出了致敬全国支援武汉的医护人员城市名片海报,而这组《英雄武汉“冀”在心上》,正是省文化和旅游厅联合“学习强国”河北学习平台推出的“回礼”。18处河北“高颜值”景致,配以暖心文案,邀请武汉人民疫情过后,来河北赏花、看景、听海、品美食,显示了两地同舟共济的情谊,也打响了河北文化旅游的名气。

这是省文化和旅游厅重视发挥主流媒体的传播影响力和融媒体宣传优势,努力实现文旅宣传声量放大的举措之一。

今年以来,省文化和旅游厅与省内三大主流媒体集团河北日报报业集团、河北广播电视台、长城新媒体集团进一步深化战略合作。

在河北卫视《河北新闻联播》开辟“京畿福地 乐享河北”版块,每周末及时报道省内旅游热点;与河北广播电视台交通广播联合策划推出百期“动听河北”节目,联手河北日报报业集团开展了“名牌导游带您游河北”活动,与“学习强国”河北学习平台、长城新媒体集团合作开展了摄影作品和短视频征集活动,助力省内游、周边游率先回暖。

同时,在中央重点媒体刊发的报道数量和质量得到双提升。2019年以来,仅在“学习强国”总平台上就刊发了河北文旅稿件200余篇,对我省文旅资源、文艺精品、产业发展、旅游扶贫等进行了多角度宣传。在省委宣传部发布的中央媒体宣传河北年度综合评分排名中,省文化和旅游厅连续三年位居省直单位第一名。

④ 强化精准营销,拓展重点客源市场

去年以来,河北省整合宣传、精准营销,以多样的主题活动打响河北旅游品牌,促进旅游消费持续增长。2019年的“这么近 那么美 周末游河北”活动,极大地激发了京津市民来河北旅游的热情,带动旅游品牌影响力和游客接待量双提升,被中国文旅品牌影响力大会评为2019中国文旅营销案例典范,并获得中国旅游风云榜年度营销大奖、博鳌国际旅游“年度整合营销奖”;举办的“2019金山岭长城·全球旅行商推介活动”,拓展了中远途和境外客源市场,带动我省入境旅游逆势增长,国际旅游收入增长10.18%,万人客源国和地区增至27个。

今年,根据疫后旅游市场复苏趋势,省文化和旅游厅启动了“爱家乡 游河北 发现身边的美”系列推广活动。省文化和旅游厅宣传和对外交流合作处相关负责人表

▶ 2019金山岭长城·全球旅行商推介活动。

▼ 布置“这么近 那么美 周末游河北”形象宣传的北京公交车。

示,目前正筹备推出全省自驾游活动,出台对旅行社的补贴措施,率先启动本地游、省内游市场,谋划打造“夜游河北”活动,整合全省各地夜游项目和线路,推出特色主题活动,活跃夜游市场,繁荣夜经济。

新一季“这么近 那么美 周末游河北”系列活动也正在筹备当中。活动期间,将联合省内环京津七市开展全媒体宣传和主题营销,深耕京津及周边市场。还将与中国石油河北分公司跨界合作,发放500万张总价值1亿元的“周末游河北·中石油为您加油”惠民加油券,给游客带来实实在在的优惠。



2019“这么近 那么美 周末游河北”活动现场的摩托车巡游。



唐山南湖的特色夜游活动——灯光水舞秀。

③ 拓展跨界联合,形成宣传推广合力

为推进文旅市场恢复振兴,今年4月,省文化和旅游厅联合20家媒体与品牌推广合作伙伴,共同发起为期2个月、价值超亿元的“亿元+公益广告大联播”活动,不仅包括人民网、新华网、长城网、河北新闻网等媒体,也包括高铁电视、携程集团、中国铁路旅行社、河北航空、中国石油河北分公司、中国移动河北公司、中国联通河北公司等合作伙伴的各类宣传平台资源,开启了河北旅游宣传推广的又一次大规模跨界联合。

与多行业、多领域的职能部门、知名企业开展的跨界合作,不仅让宣传形式和内容耳目一新,也构建起合作共赢宣传的大格局,有力提升了河北文化和旅游品牌影响力。

去年以来,省文化和旅游厅不

断拓展跨界推广,与河北省文明办合作,在全省公益广告上印制“京畿福地 乐享河北”角标,让河北文旅宣传借助公益广告遍布城乡;与省商务厅及省移动、联通、电信等合作,通过欢乐购、欢迎短信等形式宣传河北旅游品牌;与中石油合作,在近500座加油站设立河北旅游品牌宣传站;与河北航空合作,设立河北文旅主题航班,开展大兴机场首航等主题宣传活动;与北京铁路局及上海铁路局合作,进行列车冠名营销,投放“乘高铁游河北”主题《高铁乘车安全指南》。

河北旅游宣传遍布北京大兴机场候机楼、北京西站进站通道、石家庄机场、石家庄火车站、机场、高铁的巨大客流量让“京畿福地 乐享河北”品牌影响力不断提升。



◀ 省文化和旅游厅与河北航空合作设立的河北文旅主题航班。



▶ 河北旅游冠名高铁。

⑤ 突出文旅融合,提升对外交流实效



在马耳他举办的“欢乐春节·美丽河北”综艺演出和旅游推广活动。

1月17日至19日,“欢乐春节·美丽河北”综艺演出和旅游推广活动在马耳他举行。开幕式当天,马耳他中国文化中心热闹非凡,来自河北艺术团的家人们献上了二胡独奏《战马奔腾》和双人太极表演等节目,令现场观众感受到浓浓的新春气息,博得了阵阵掌声。马耳他总统乔治·维拉夫妇等嘉宾亲临活动现场,并对演出给予高度评价。

在接下来的两天里,代表团还参加了在马耳他中国静园和马耳他地中海文化中心举办的两场演出,直接受众累计超过4000人,营造了马耳他的春节文化氛围,拉近了中马两国人民的心灵距离。

省文化和旅游厅高度重视对外文化交流和旅游推介。去年,先后组团赴25

个国家和地区开展文化交流和旅游推介活动,我国驻德国、瑞士、特立尼达和多巴哥等7个国家使领馆分别致函外交部、文旅部、省政府、省委宣传部等,高度肯定了交流做法和成果。河北省杂技团赴美巡回商演,在11个州的28个城市演出36场,观众达32000人次,演出到哪里,河北文化和旅游的影响

力就到哪里,既弘扬了我省传统文化,又展示了我省独特的旅游资源魅力。从去年11月到今年1月,“2019河北国际演出季”在河北艺术中心、石家庄大剧院、邯郸大剧院上演。省文化和旅游厅采取“政府引导、企业主体、市场运作”的方式引进美国、俄罗斯、德国、意大利等11个国家13部经典剧目,进一步促进了中外文化交流,推进文化惠民,激活文化消费。

在常态化疫情防控形势下,省文化和旅游厅将通过线上宣传与线下活动相结合的方式,全力实现防控不松懈,宣传不断档,大力强化文化创意,促进河北文旅品牌影响力持续提升,助力全省文旅业加快恢复振兴,实现高质量发展。

亿元+

公益广告大联播

助力河北文旅 疫后振兴

河北省文化和旅游厅携手20家合作伙伴共同发起

广告形式 | 图文、视频
投放时间 | 2020.4.20-6.20

公益广告发布平台

省文化和旅游厅携手20家合作伙伴共同发起“亿元+公益广告大联播”活动。