

传播力体现了城市魅力与活力

——2021全国城市品牌传播百强榜解读

■刘正良

随着新媒体和自媒体等传播渠道快速发展,社会各方在发展变化的同时被“网”人万人瞩目之中。好的典型可以一夜间步入闪亮的“星河”,不雅的言行也可以随时遭受公众的鞭挞。在这种情势下,生活在社会中的每个人、每个团体,既可以随时抢抓机遇,乘势腾飞,也可能因一招不慎而陷入无限被动的漩涡。城市亦是如此。

影响城市传播热度的主要因素有哪些?城市传播热度与城市发展间存在着怎样的关系?如何提升传播热度以促进城市加快发展,从而提升城市的品牌价值?为回答这些问题,并从中找出对加快城市发展带具有借鉴性、指导性的内涵和规律,近日,中国城市报社联合清华大学国家形象传播研究中心、微热点研究院等单位,发布了城市传播热度百强城市名单。

四大因素影响品牌传播

一是人口总量和人口密度。一般来说,人口大市对新闻信息事件反馈量较多,拉升了指数。中国人都有家乡情结,即便人在异地他乡,最牵挂、最关注的仍然是家人、家乡。特别是家乡发生的重大事件,自己了解后,还要分享给亲人朋友,亲人朋友再分享给亲人朋友,便会促成信息的裂变式传播。

二是经济发展水平。经济基础好、体量大、发展快的城市,居民的经济条件相对较好,文化素质相对较高,开放包容性相对较强,同国内外社会各方接触交往相对较多,人均信息传播量会更大。同时,

经济发达的城市企业集中,信息集中,外来人员多,会拉动更多人流、物流、信息流。因此,江苏省苏州市,广东省东莞市和佛山市,江苏省无锡市,浙江省温州市这5个经济发达城市占据了本次传播热度前5名的席位。

三是重大活动和重大事件。在全国具有重大影响的重大活动和重大事件在拉动大量人流、物流的同时,必定推动信息的超常传播。在这方面河南省洛阳市、山东省潍坊市、江苏省无锡市等城市作出表率。特别是河南省洛阳市,这个素以国际历史文化名城著称的中原城市曾沉寂一时,近年来通过举办国际牡丹花会、承办央视2020中秋晚会等重大活动,重新回到人们的视野,在本次全国地级城市传播热度评价中排名第6、河南省地级城市排名第1。

四是名人名景等旅游资源。在进入本次全国地级城市传播热度前20名的城市中,广东省中山市、河南省洛阳市及南阳市分别借助了革命先行者孙中山、一代女皇武则天、谋圣诸葛亮的影响力;而江苏省苏州市、广西壮族自治区桂林市、江苏省无锡市则分别同“人间天堂”“山水甲天下”“国际影视城”等著名旅游资源有关。居于本次传播热度前十名的城市,都是在国内外较有影响的旅游城市。

传播热度评价 对城市发展的启示

从对全国地级市城市传播热度的综合评价分析中,可以发现传播热度对现代城市发展的一些启示。

城市发展要有亮点。从

上世纪八十年代开始,起自山东省潍坊市的风筝越飞越高,吸引了70多个国家和地区的有识之士走进潍坊,成就了潍坊人多年的梦想,也成就了潍坊市“世界风筝之都”的城市品牌。在风筝升起的同时,潍坊人把每天餐桌上离不开的蔬菜种出了新特色、新规模,铸就了“世界蔬菜瓜果之乡”的又一个潍坊城市品牌。接着,随着“国家特色农业对外开放综合试验区”“山东省第一个综合保税试验区”“国际高端制造产业基地”等一张张耀眼的城市名片依次推出,让人们重新认识了潍坊,也让世界记住了潍坊。

城市发展要有特点。虽然位居本次传播热度评价前10名的城市多为全国重点旅游城市,但苏州市的看点是古典园林,洛阳市的看点是历史文化遗迹,桂林市的看点是甲天下的自然山水,无锡市的看点则是现代国际影视城……这些城市内涵丰富多彩,看点各有千秋。其中,嘉兴市以红色历史为引领打造的“红蓝绿青金”五彩之城的发展战略,促成其在江南众多经济发达城市中异军突起。

城市发展要有热点。要充分发掘利用自身优势,不断推出规格高、影响力大的大动作,举办重大活动,上马重大项目,以吸引媒体,吸引人流,带动物流,集聚优势资金和人才。嘉兴市连续五年承办世界互联网大会·乌镇峰会、举办乌镇戏剧节、西塘汉服文化节;乐山市有已被列入世界文化遗产名录的乐山大佛;黄山市举办黄山论剑、国际武术大赛、黄山国际龙舟公开赛、黄山国际登山大会等活动,都为提高城市知名度、扩张城市影响力、提升城市品牌价值等方面发挥了很好的作用。

面发挥了很好的作用。

城市发展要有增长点。注意培育发展后劲,保持长期持续的发展速度。山东省菏泽市五年前经济发展水平还居于山东省地级市的末位。近年来,在山东省“菏泽突破”政策的支持下,瞄准牡丹做足文章,精心制定了《菏泽市牡丹产业发展规划》,通过鼓励设立牡丹产业发展基金,鼓励农民有计划发展牡丹种植,组织牡丹品质优化和产业开发的科技攻关,积极引进牡丹深加工企业,建设中国牡丹博物馆,创建国家牡丹种质资源菏泽库,举办世界牡丹大会等重大举措,促进了菏泽牡丹经济的跨越式发展,全市牡丹种植面积已达3.2万公顷,带动了牡丹科研,牡丹观赏、牡丹花茶、牡丹精油、牡丹鲜花露、牡丹食品、牡丹花面膜等众多产业的开发生产,大步向着实现牡丹产值100亿元、其中工业加工值10亿元的目标进军。一朵花成就了菏泽市经济、文化、生态、科技、旅游等多内涵的大产业,拉动菏泽经济迅速实现末位突破,昂首跨入山东省地级市经济发展的中上游行列。

中国城市报总编辑杜英姿介绍,城市传播热度百强城市名单是市域研究最为权威的排行榜之一,常常成为衡量城市宣传工作的重要参考。传播热度指数是国家标准《品牌评价 城市》37项指标之一,这次发布是为国家品牌日全国城市品牌评价发布做好准备。

杜英姿表示,好的舆论环境是政治、经济、文化和谐互动,对地方发展至关重要。有利于资本聚集、展现示范效应,吸引投资,形成城市品牌效应,提升城市竞争力。

这份榜单意味着什么

中国城市报社副总经理、清华大学国家形象传播研究中心智库专家常亮解析,上榜城市有以下特点:城市经济、社会、政治、文化、生态协调发展,为宣传报道提供了丰富素材。上榜城市媒体守正创新,工作出彩。传播热度指数不仅包含了新闻媒体发稿量,还包含了微博、微信、客户端、论坛等全网信息多项子指标,体现了网民对城市的关注度。所以,城市传播力也反映了城市的魅力与活力。

常亮表示,在市场经济条件下,一切生产要素都可以引进,唯舆论环境只能靠自身营造。所以,传播力也是竞争力和生产力,舆论环境也是营商环境和发展环境。

对于如何营造好舆论环境,清华大学教授范红等专家认为,要发挥新闻媒体主力军作用。市委书记、市长要把城市品牌建设作为重要任务。传播是手段,品牌才是内容。

■巩静 张芸帆

3月27日,中国城市报举办全国城市传播经验交流会,就2021城市传播和城市品牌评价听取城市代表意见。会议认为,传播是手段,品质是内容。城市品牌是“一把手”工程,是城市高质量发展的主要“抓手”。

中国经济报刊协会会长、经济日报原总编辑冯并以浙江省衢州市为例,说明城市品牌内聚人心,外树形象,促进了衢州市全面发展,是城市品牌打造的“中国样板”。

中国城市报副总经理常亮在会议上介绍,世界标准化组织建议中国城市报选择一些具有中国特色的城市作为城市国际标准研制基地,为全国乃至世界创造城市品牌经验。

河南省巩义市委副书记邓英文表示,巩义市作为中国城市的发源地,政通人和,科学发展,具备了创建中国一流品牌城市的基础。欢迎与会专家给巩义市提供规划策划的宝贵建议,努力打造城市品牌。

潍坊市委宣传部分副部长李传江、延吉市委财经办主任金光浩出席了本次会议并发言。中国城市品牌研究院副院长刘正良在衢州分会场发言。

中国城市报优选品牌城市 共研国际标准

福建永春: 天气晴好制香忙

福建省泉州市永春县至今已有300多年的制香历史,现有制香企业近300家,制香从业人员有3万多人,产品达300多种,永春香成为当地重要的产业。图为3月30日,永春县达埔镇兴隆香业公司内,工人利用传统工艺“擀香花”进行晒香。

人民图片

