



“当代中国与世界研究”丛书
当代中国与世界研究院选编

对外 传播

优秀案例研究 (2015—2017)

于运全 主编



外文出版社
FOREIGN LANGUAGES PRESS



“当代中国与世界研究”丛书
当代中国与世界研究院选编

对外 传播

优秀案例研究
(2015—2017)

于运全 主编



外文出版社
FOREIGN LANGUAGES PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

对外传播优秀案例研究. 2015-2017 / 于运全主编.

— 北京: 外文出版社, 2018.8

(“当代中国与世界研究”丛书)

ISBN 978-7-119-11621-1

I. ①对… II. ①于… III. ①中外关系-传播学

-案例-2015-2017 IV. ①G219.26

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 192277 号

项目策划: 对外传播杂志社

责任编辑: 谭 震 曹晓娟

内文设计: 杰瑞设计

封面设计: 北京维诺传媒文化有限公司

印刷监制: 冯 浩

对外传播优秀案例研究 (2015—2017)

主 编 于运全

副主编 谭 震

©2018 外文出版社有限责任公司

出 版 人: 徐步

出版发行: 外文出版社有限责任公司

地 址: 北京市西城区百万庄大街 24 号

网 址: <http://www.flp.com.cn>

电 话: 008610-68320579 (总编室)

008610-68995852 (发行部)

印 刷: 北京飞达印刷有限责任公司

经 销: 新华书店 / 外文书店

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

字 数: 250 千

印 张: 23

装 别: 平装

版 次: 2018 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-119-11621-1

定 价: 58.00 元

邮政编码: 100037

电子邮箱: flp@cipg.org.cn

008610-68996144 (编辑部)

008610-68996183 (投稿电话)

“当代中国与世界研究”丛书编委会 研究文集编委会

主 任 陈 燕

副主任 于运全 杨 平

编委会成员

王 虹 王 眉 王育宁 宁曙光

孙 明 孙敬鑫 范大祺

根植在新时代坚实的大地上

方正辉 中国外文局副局长

示例以说事论理，可以收到举一反三的效果。这既是中国传统文化的一大特点，也是当代社会科学研究的重要方法和路径。《对外传播优秀案例研究》一书，顾名思义，就是通过展示大量成功案例来探讨新时代对外宣传的方式方法和一些基本原理。显然，这一研究别开生面，具有重要的理论和实践价值。

党的十八大以来，在以习近平同志为核心的党中央领导下，对外传播战线紧紧围绕讲好中国故事，传播好中国声音，阐释好中国特色，不断创新方式方法，在对外传播实践中创造出不少生动、鲜活的成功案例。作为外宣工作者，我们既要做这些案例的积极参与者、实践者，又要做好研究者和推广者。我们要做有心人，要善于归纳总结、提炼分析，使其从特殊上升到一般，从经验上升到理念，阐明其成功价值，开掘其未尽意义，从而更好地为我们做好外宣工作提供借鉴和帮助。

当代中国与世界研究院编辑出版的《对外传播优秀案例研究》(2015—2017),收录了49个优秀案例,这是从过去三年获奖的“对外传播十大优秀案例”(年度)以及《对外宣传通讯》《对外传播》等刊发的500余个案例中遴选出来的,涉及部委、央媒、央企及各地的外宣工作,具有比较广泛的代表性。

案例研究具有很多优势。一个好的案例,要见人见事,有情有景,有叙述有分析,其成功中或有可商之处,其不足中或有可鉴之处,或正或反,但都能从不同侧面予人启迪、引人深思。这就是案例分析的价值。案例具有故事性,引人入胜;案例具有启发性,引人深思;案例具有直观性,易于借鉴。本书所收取的一个个鲜活的对外传播案例,就是一个个真实的当代中国故事。这些案例当中,蕴含着新时代中国对外传播“为什么”“怎么干”的答案,蕴含着对现实工作的重要启示。随着这本书的出版以及此后相关工作的深化和延伸,将会对于建成立足实际、贴近实情、紧跟实践的“新时代对外传播案例库”打下良好的基础。

这些成功案例,是在习近平新时代中国特色社会主义思想指导下,外宣工作不断开创新局面的生动写照和实践印证。我们要牢记习近平总书记的一系列重要指示,着力构建对外传播话语体系,找准不同文明的最大公约数,在融通中外上下功夫,用世界听得懂、能接受的话语,讲好中国故事,向世界展示步入新时代的大国形象。希望以本书的出版为契机,与各界同仁共勉同行,从案例中找方法,从实践中悟原理,深化对新时代外宣工作的思想认识,提高实际工作本领。

这些成功案例,也是对外宣工作者的激励和鞭策。我们要从这些案例中汲取力量和智慧,努力做坚持不懈的奋斗者,为新时代外宣工作创造更多的成功案例。我们正处在一个伟大的新时代,中国为全球发展创造的机遇越来越多,中国对世界各国开放的大门越开越大,“一带一路”获得世界越来越多的认可,中国与世界的联系越来越紧密,中国与不同文明的交流

互鉴越来越广泛。这正是对外宣传工作者努力奋斗、大有可为的历史机遇。我们从来也没有像今天一样，拥有如此广阔的舞台、丰富的资源、肥沃的土壤、充分的自信来做好对外传播工作。我们需要更大担当、更有作为、更多创造，靠奋斗创造新鲜经验，靠奋斗担起外宣使命。

当代中国与世界研究院继承了中国外文局的优良传统，通过艰苦奋斗和努力拼搏，取得了显著成绩。该院承担了一系列国家重点研究课题，开展了连续性对外传播专题调研和全球民意调查，建成了国内知名的国际舆情研究基地，建设了国际传播翻译人才数据库，培养和锻造了一支高水平外宣研究队伍，已经成为重要的国家外宣高端智库。

新时代、新形势、新征程为对外传播研究工作提出了新任务、新期待、新挑战。对外传播理论研究必须立足中国当下，具备全球眼光，放眼人类未来，在人类命运共同体理念指导下，研究新现象、关注新技术、直面新问题。希望借本书的出版，推动对外传播工作不断由自发到自觉，从实践到理论，深化升华。

我相信，根植在新时代坚实的大地上，我们的案例实践和研究，必定会栉风沐雨，成长壮大，为新时代对外传播发展研究与实践提供更深刻的理论启迪、更丰富的经验储备和更强大的智力支持。

2018年8月

目 录

第一部分：多元丰富地讲好中国故事

003 / 让中国普通百姓的故事走向世界

——《中国梦——365 个故事》“微纪录”作品的外宣探索

009 / 世界中国学论坛走进美国讲述中国故事

015 / 逐梦他乡重庆人

——全媒体大型人物故事寻访活动侧记

022 / 向世界讲好中国高铁的故事

——中国“高铁梦之旅”传播活动分析

030 / “中美智库南海问题对话会”的启示

038 / 国际影星秀出外宣新范式

——以“体验中国：阿米尔·汗四川行”外宣活动为例

044 / 打造一支“洋故事员”队伍

049 / 以美传情 以文化人

——“美丽中国”图片展的思考和启示

055 / 让山西在世界面前“动”起来

——《读懂中国，从山西开始》多语种 MG 动画制作与传播启示

063 / 充分发挥国际友人作用

——吉林创新方法讲好中国故事

第二部分：多姿多彩的对外文化交流

073 / 用西方观众熟悉的形式 传播精彩的中国故事

——江苏文化“走出去”的实践与思考

081 / 品“湖南味道” 展“文化湘军”

——“感知中国——湖南文化走进法国”成功举办

085 / 打造文化“走出去”的湖北样本

——荆楚文化丝路行活动体会与思考

091 / 借力乡团联谊 助推文化外宣

——“海南文化澳新行”活动案例分析

098 / 实现对外文化交流可持续

——以国际艺术家设计师南京驻地计划为例

107 / 以“孙中山文化”，凝聚华人华侨

——大型交响组歌《孙中山》海外巡演探析

113 / 留下一片足迹，带走一份乡情

——海外华裔青少年“中国寻根之旅”夏令营活动分析

121 / 探索未来精英群体的精准对接

——以北京大学“一带一路”友好使者项目为例

129 / “讲好共同故事”与记者外交

——以中国人民大学“巴基斯坦青年记者访学项目”为例

第三部分：创新探索媒体策划报道之路

139 / 让中国故事传向世界

——宁夏卫视访谈节目《解码一带一路》的策划与思考

145 / 聚焦“一带一路”大战略 助推企业“走出去”

——安徽创新开展“安徽企业在海外”系列采访调研活动

152 / “中国环境威胁论”的国际舆论引导及应对

——以云报集团应对景洪水电站开闸放水事件为例

159 / 娓娓道来讲述中国故事 端庄大气传播中国观点

——中国网《中国3分钟》节目的探索与实践

166 / 借西方主流媒体之口 讲述中国的创新故事

——为国际顶级科学期刊《自然》撰稿的思考和启示

172 / 《精英对话》：独家对话 APEC 秘书长博拉尔德

179 / 《印度家庭中国寻亲记》的多媒体融合报道

186 / “第六声”的中国讲述

190 / 巧用外国人声音传播真实中国形象

——双语短视频《中国是世界上最安全的国家之一》回顾

第四部分：借外宣活动发出各地声音

201 / 促民心相通 展北京风范

——“丝路大V北京文化行”活动侧记

206 / 尼罗河畔吹来中国风

——中阿博览会走进埃及活动对外传播思考

215 / 提升国际社会认识西藏新高度

——“2016·中国西藏发展论坛”在拉萨成功举办

223 / 南博会展彰显“国际范儿”

——提升第四届中国—南亚博览会国际影响力的做法与思考

231 / 共同的胜利 共同的责任

——我国首次在国外举办“中国改造日本战犯纪实展”侧记

239 / 让南京大屠杀史实真正成为世界记忆

——《共同见证：1937 南京大屠杀史实展》走进法国的思考

248 / 亚太地区翻译的明天

——中国外文局成功举办第八届亚太翻译论坛

254 / 汉字，中国文化的“密码”

——第一届“汉字之美”全球青年设计大赛的举办与影响

262 / 探寻中日文化公约数

——以“悟空杯”中日漫画大赛 2016 为例

第五部分：合作共赢的影视交流

273 / 打造丝路电视国际合作共同体

279 / 向东盟奏响“春天的旋律”

——南宁市举办“春天的旋律”跨国春节晚会的启示与思考

287 / 让汉字“活”起来

——以《汉字心之音》跨文化传播为例

第六部分：特色鲜明的城市形象塑造

297 / 在“家门口”做外宣

——“重庆与世界·文化嘉年华”活动的体会和思考

305 / 将美丽的广东影像带到欧洲

——记“2015年欧洲摄影家看广东”活动

311 / 合作传播 美丽浙江与世界相约

——“相约”系列宣传片境内外播出广受好评

318 / 立足“花城”品牌 打造城市新形象

——广州“花城”品牌形象对外传播的策略与经验

326 / 国家战略和城市形象相结合的良好范本

——“一带一路”上的武汉设计跨国寻访系列活动侧记

332 / 把握城市文化精髓 挖掘城市特色亮点

——《中国名片·沈阳》城市形象宣传片的思考和启示

337 / 移动互联时代的城市形象国际传播新方向

——以“Discover Nanjing”境外社交媒体平台运营为例

346 / 江西抚州打好汤显祖“国际牌”

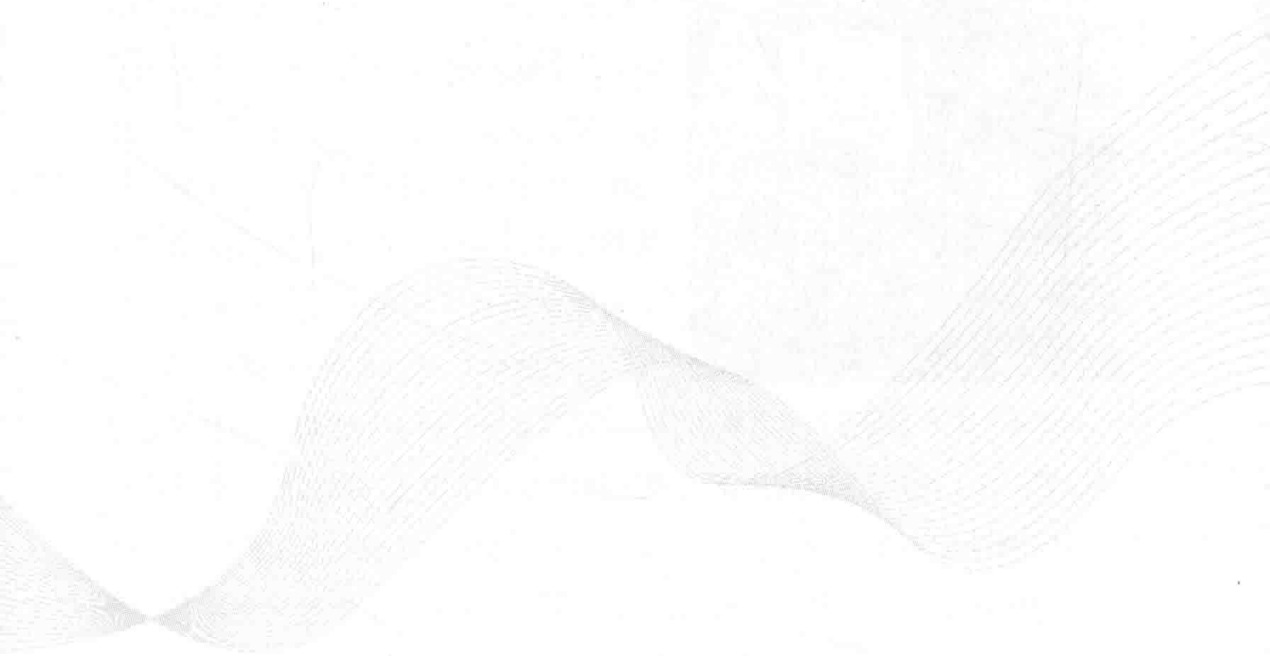
351 / 打造九江名片，认识不一样的中国

——“中国—东盟共建21世纪海上丝绸之路”联合采访活动侧记

第一部分



多元丰富地讲好中国故事



让中国普通百姓的故事走向世界

——《中国梦——365 个故事》“微纪录”作品的外宣探索

北京市委对外宣传办公室

2017 年 1 月 23 日,《中国梦——365 个故事》100 集电视片(法文版)再次登陆欧洲,继在英国、德国播出后,又面向法国观众播出。《中国梦——365 个故事》是北京市委宣传部为“讲好中国故事、传播好中国声音”,指导北京电视台制作的全景展现当代中国普通百姓故事的“微纪录”作品。按照北京市委宣传部总体部署,北京市外宣办借助海外华文媒体平台,积极推动该片本土化译制推广,英文



版、法文版、德文版连续三年在英国、德 非洲用户用手机收看《中国梦》
国和非洲电视台播放,取得良好传播成效,覆盖欧洲和非洲近 60 个国家、3900 万电视网络用户,为境外观众提供了一个了解中国真实面貌的新视角,了解中国普通百姓生活的新平台,为讲好中国故事,向世界传播中国社会主义核心价值观和“中国梦”,探索出了一条新路径。

一、播放情况

StarTimes Media RDC a partagé la photo de Startimes SeriesNovela F1.
30 septembre



Startimes SeriesNovela F1

30 septembre

#LeRêveChinois365contesordinaires

Toute personne ordinaire peut accomplir son rêve en Chine.

On galope, on bondit

On grandit et on s'épanouit

On fait de notre ...

《中国梦——365 个故事》微纪录片将镜头聚焦普通中国人的日常工作和生活，用小故事、小人物生动展示蕴含在普通百姓中的真、善、美，把个人的梦想、奋斗同国家民族发展联系在一起，展现当下真实、生动的中国社会生活样貌，表现普通中国人在大时代中的追求、经历与命运。

2014 年 7 月和 2015 年 2 月，该片英文版分两批各 50 集通过普罗派乐卫视播出，覆盖欧洲 45 个国家和地区 3000 余万用户，收视率达 0.8%，许多观众对该片主题很感兴趣，认为人物故事引人入胜，使

刚果（金）官方账号转载《中国梦——365 个故事》

他们了解到今天中国百姓的生活和文化风情；2016 年 10 月 3 日至 11 月 21 日，该片法文版在四达时代非洲平台播出 50 天，覆盖法语区国家刚果（金）、刚果（布）、布隆迪、几内亚、卢旺达、马达加斯加、喀麦隆、科特迪瓦等近 900 万非洲用户，单集最高收视率达到 1.1809%，APP 网络视频点击率达 17.1%，许多观众被纪录片里平凡而伟大的小人物感动，对中国人、中国梦和中国故事产生了很大热情；2016 年 11 月 10 日至 12 月 15 日，该片德文版在德国莱茵美茵、萨沃、杜塞尔多夫和城市视角四家电视台，以及《来看吧》栏目每天连续播出三集，覆盖德国及整个欧洲德语区，受到观众好评，认为纪录片讲述了普通中国人的真实故事，很有趣、很感

人，“提升了中国普通劳动者在欧洲德语区的良好形象”，“是让外国观众进一步了解中国、了解北京的好节目”。2017年1月23日该片法文版通过欧洲中谊文化传媒集团法国华人卫视在法国播出，覆盖法国18个大区101个省。节目播出后，很多法国人都对中国的快速发展表示赞叹。特别是法国华侨后代，他们认为人物故事平实、生动有趣，尽管自己生在海外，但是通过纪录片能够最直观了解到中国的生活和文化风情，使自己心系祖国。

二、传播效果

综合分析《中国梦——365个故事》传播效果，不同地域、不同人群关注点不同，使用媒介不同。电视是非洲很多家庭了解外面世界的重要窗口，也是一个重要的学习途径。父母希望孩子们能够通过电视了解世界上不同的文化，学习更多的知识与技能。对于年轻且受教育程度较高的群体，APP和脸书成为收视主要媒介。从使用人群来看，男性用户使用APP较多，对文化、体育、娱乐类的微纪录片点击率高，而在脸书上参与互动的女性粉丝相对更多。从播出内容看，非洲观众对人与自然关系、传统文化，以及情感内容最感兴趣；德语区观众的兴趣点则集中在“默默坚守在平凡岗位无私付出、保障城市及国家重点项目平稳运行的劳动者，中国传统美德的践行者，历史溯源工作者”三种题材；法国观众对文化艺术、政治时事内容最感兴趣，有更高的接受性与调动性。据统计，英国播出时，当地大学生群体抽样调查显示，电脑与电视为主要媒介，选择量分别占43%、34%。非洲播出时，“Star Times APP”专门开辟了《中国梦——365个故事》专版，观众可随时进行点播，这一平台的视频点击率达到17.1%。德国莱茵美茵、萨沃、杜塞尔多夫和城市视角四家电视台官网和《来看吧》官网实时播出，全天候展示。