

“当代中国与世界研究” 丛书
当代中国与世界研究院 选编

讲好中国故事 传播好中国声音

 “第五届全国对外传播理论研讨会”论文集

于运全 主 编

翟慧霞 副主编



China Foreign Languages
Publishing Administration
中国外文出版发行事业局



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



讲好中国故事 传播好中国声音

——“第五届全国对外传播理论研讨会”论文集

于运全 主编

翟慧霞 副主编

贵州师范学院内部使用



China Foreign Languages
Publishing Administration
中国外文出版发行事业局



外文出版社
FOREIGN LANGUAGES PRESS

图书在版编目(CIP)数据

讲好中国故事 传播好中国声音：第五届全国对外传播理论研讨会论文集 / 于运全主编. — 北京：外文出版社，2019.7

ISBN 978-7-119-12119-2

I. ①讲… II. ①于… III. ①中外关系—传播学—文集 IV. ①G219.26-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第156088号

“当代中国与世界研究”丛书

责任编辑：刘嘉辉 杨璐

装帧设计：北京维诺传媒文化有限公司

印刷监制：冯浩

讲好中国故事 传播好中国声音 ——“第五届全国对外传播理论研讨会”论文集

于运全 主编 翟慧霞 副主编

© 2019外文出版社

出版人：徐步

出版发行：外文出版社有限责任公司

地址：中国北京西城区百万庄大街24号 邮政编码 100037

网址：<http://www.flp.com.cn>

电话：010-68320579 / 68996067 (总编室)

010-68995844 / 68995852 (发行部)

010-68327750 / 68996164 (版权部)

印制：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

印张：44.5

字数：600千字

装别：平装

版次：2019年7月第1版 2019年7月第1版第1次印刷

书号：978-7-119-12119-2

定价：68.00元

版权所有 侵权必究 有印装问题可随时调换

出版说明

2017年7月，第五届全国对外传播理论研讨会在山东烟台成功召开。研讨会由国务院新闻办公室主办，中国外文局当代中国与世界研究院承办。这次研讨会共收到论文335篇，本书从中优选88篇结集成册。

本书分为六大议题，分别是讲好中国故事、“一带一路”的国际传播、构建融通中外的话语体系、创新国际传播方式方法、国家与城市形象传播、传播效果与受众研究等。来自各党政部门、业界和学界的专家学者围绕这些主题进行了深入思考，形成了丰富的研究成果。

本书向读者呈现了2016—2017年国内外对“讲好中国故事 传播好中国声音”的研究积累。随着综合国力不断提高，中国在海外的影响力日趋扩大，日益走进世界舞台中央，国际社会希望更加深入、全面地了解中国。讲好中国故事、传播好中国声音，是习近平总书记对外宣工作提出的重要要求，是新时期外宣工作面临的重大课题。讲好中国故事需要主动发声，增强国际话语权，需要加强话语体系建设，重视议题设置，要把握好时度效、善用新媒体新技术，需要创新国际传播方式方法，需要加强外宣理论研究，为讲好中国故事提供智力支持。与以往相比，近年来中国国际传播能力日益增强，中国海外形象好感度持续提升。同时也要看到，国际舆论“西强我弱”格局还没有根本扭转，让世界认识一个真实、立体、全面的中国，仍然任重道远。

本书编辑过程中仅对论文的篇幅进行了适当压缩，统一编辑体例，部分作者的单位名称做了更新，尽可能如实反映研究原貌。希望本书的出版能对新时代讲好中国故事提供有益的借鉴。

当代中国与世界研究院

2019年6月

肩负使命 创新进取 努力对外讲好中国故事

中宣部部务会议成员、国务院新闻办公室副主任 郭卫民

如何对美国人讲中国故事

十三届全国政协文史和学习委员会副主任 叶小文

坚守使命 继往开来 持续讲好中国故事

辽宁省委常委、宣传部长，时任中国外文局局长 张福海

中国对外传播的精准化转型

中国教育电视台总编辑、中国传媒大学教授，时任中国传媒大学校长 胡正荣

目 录

大会发言

肩负使命 创新进取 努力对外讲好中国故事 / 1

中宣部部务会议成员、国务院新闻办公室副主任 郭卫民

如何对美国人讲中国故事 / 6

十三届全国政协文史和学习委员会副主任 叶小文

坚守使命 继往开来 持续讲好中国故事 / 9

辽宁省委常委、宣传部长，时任中国外文局局长 张福海

中国对外传播的精准化转型 / 14

中国教育电视台总编辑、中国传媒大学教授，时任中国传媒大学校长 胡正荣

入选论文

讲好中国故事

面向全球讲好中国网络文化强国故事 / 21

中央广播电视总台央广网 伍刚 张春梅

中国故事 世界赋彩

——以“茶与爱”国际微电影大赛为例论对外文化交流创新 / 27

中央广播电视总台 黄廓 张平

用年轻的话语讲好中国故事

——“中美大学生对话”案例分析 / 35

中央广播电视总台 徐扬

建好中国治理案例 讲好国家传播故事

——以中国政府管理案例库为例 / 41

中国政府管理案例库编委会主任 彭铁元

中国故事的创意传播

——北京城市形象推广的外宣实践与思考 / 47

北京月讯杂志社

外国青年讲中国故事

——以非政府组织项目“看中国·外国青年影像计划”为例 / 53

北京师范大学 黄会林 杨卓凡 罗军

讲好中国故事 促进对外传播

——以杭州G20峰会文艺晚会的文化创意及主场外交运作为例 / 60

四川大学文学与新闻学院 侯洪 刘婕 毕小慧

用自然电影讲好中国故事

——《我们诞生在中国》海外传播启示 / 66

国防大学政治学院 杜钰 潘颖

春节故事对外传播战略研究 / 72

华中科技大学新闻与信息传播学院 胡建斌 陈先红

在海外儒学传播中讲好中国故事 / 80

四川大学儒学研究中心、宜宾学院四川思想家研究中心 吴龙灿

在对外宣传中如何讲好熊猫故事 / 89

四川省大熊猫生态与文化建设促进会 谭楷

如何在图书封面中借“中国符号”讲好中国故事

——基于海外涉华畅销书的封面研究 / 95

中国传媒大学 崔潇

“一带一路”的国际传播

“一带一路”记者外交目标与传播模式探析

——以中国人民大学“巴基斯坦青年记者访学项目”为例 / 105

中国人民大学新闻学院 钟新

国际传播视角下“一带一路”建设的民心相通

——以数字可视化传播为例 / 111

澳门科技大学 郭明

“一带一路”国际合作高峰论坛的国际报道分析 / 118

中国传媒大学新闻学院 杜巧梅

“一带一路”与对外传播智库建设

——知识外宣的视角 / 126

当代中国与世界研究院 张久安

“一带一路”国际传播中的问题：理念、心态与话语策略 / 132

陕西科技大学设计与艺术学院 田龙过

“一带一路”背景下中国与中东地区跨文化传播：机遇、挑战与策略 / 138

中南大学商学院 田晖 孟彩霞

美国主流媒体视野中的“一带一路”高峰论坛

——基于《华盛顿邮报》相关报道的文化话语研究 / 145

山东青年政治学院 王硕

《联合早报》“一带一路”专网的政治传播学研究 / 153

广西大学新闻传播学院 邢永川 孙菲

话语实践：“一带一路”的国际话语建构与传播

——以“一带一路”国际合作高峰论坛为例 / 159

北京工商大学艺术与传媒学院 吕清远

“一带一路”倡议下中华优秀传统文化的对外传播 / 165

重庆邮电大学马克思主义学院 郑洁

“一带一路”倡议背景下我国文化对外传播力提升策略研究 / 172

昆明理工大学艺术与传媒学院 李昌

构建融通中外的话语体系

中国特色大国外交核心话语对外传播路径与效果

——以“新型大国关系”为例 / 181

郑州大学中国外交话语研究中心 杨明星

文化“走出去”的符号陷阱与话语设计
——以孔子学院13年的国际舆情分析为例 / 195

当代中国与世界研究院 朱文博

澳门大学传播学系 吴玫

党政文献民族语文翻译与周边国家对外宣传研究 / 207

中国民族语文翻译中心 唐超 晓亮

话语权在中国软实力建设中的重要作用 / 217

上海大学 江时学

国际传播视域下的中央文献意象翻译

——以十八大以来《求是》英文版中部分文本为例 / 225

中央党史和文献研究院 孙宁

提升中国话语国际影响力案例研究

——以“G20与中国”系列多语种外宣品为例 / 232

中国外文局外文出版社 熊冰岷

“命运共同体”与中国国际话语权建设

——以中非“命运共同体”为视角 / 237

中央党史和文献研究院 潘敬国

中国在国际人权领域的话语权现状与提升策略 / 243

对外经济贸易大学国际关系学院 邱昌情

“中国梦”的意义争夺与重构

——基于美国三家主流媒体“中国梦”报道的框架分析 / 250

山东大学（威海）文化传播学院 张超

西方媒介话语中的中国朝核立场再现

——以2003年至2017年《纽约时报》相关报道为例 / 262

国防大学政治学院 吴伟超

地方政府网站新闻外译的受众实证研究初探

——以“中国上海”门户网站为个案 / 276

上海外国语大学英语学院 叶颖

国家战略话语译文即为政策

——从“一带一路”倡议的英译反思我国战略性话语外宣翻译 / 283

中国矿业大学 翟石磊

华东政法大学 方芳

BBC纪录片中国叙事话语的转变

——基于《中国新年》和《中华故事》的探讨 / 291

中国人民大学新闻学院 战泳霖

跨文化传播中提升我国纪录片的对外传播力

——以CCTV版《春晚》与NGC版*Inside China's Biggest Gala*为例 / 298

中国地质大学艺术与传媒学院 谢雅 孙茜

中非故事的建构性叙事解读

——以独立性质的自媒体播客平台“中非项目”为例 / 305

中国传媒大学传播研究院 张艳秋 张耀兰 Simon Matingwina

创新国际传播方式方法

创新“走出去”方式 讲好中国故事

——以开办海外本土化中国时段和频道为例 / 321

中国国际电视总公司 唐世鼎

创新融合 集中讲好“中国财富故事”

——从人民日报新媒体融合发展实践谈国际传播新路径 / 330

人民网 厉振羽

人民日报社 施明慎

公共外交视角下国家领导人媒体外交初探

——以习近平海外署名文章为例 / 340

清华大学新闻与传播学院 杨虹艳 周庆安

国际知名媒体社交平台视频报道影响力研究

——以RT的YouTube英文主帐号为例 / 350

新华社国家高端智库传播战略研究中心 蒋玉鼎

中国政法大学 罗寰昕

中美电视国际传播策略比较及新兴媒体背景下新特征 / 362

中央广播电视总台中央电视台海外传播中心 李宇

中美智库“南海问题对话会”的启示 / 369

中国人民大学 王文

新媒体时代全球智库社交网络影响力研究 / 375

上海外国语大学 相德宝 张文正

地方新型智库的国际传播能力建设研究

——山东社科院对外学术交流与合作的探索与实践 / 383

山东社会科学院 管典安 黄晋鸿

国际传播中的议题设置与引导研究

——以新华网“2016美国大选”报道为例 / 390

新华网 孙茜

由“9·3阅兵”视频的“他者”解读看我国对外传播效果的提升路径 / 400

汕头大学长江新闻与传播学院 周翔

重庆市巴南区网络信息中心 付苇

新媒体环境下主流媒体对外传播能力建设的挑战和对策

——基于中美潜航器事件Twitter报道的案例分析 / 409

北京大学新闻与传播学院 蒋齐光

社会网络分析视域下美军社交媒体组织传播效果考察

——以2016环太平洋军演美军Twitter帐号信息传播为例 / 418

国防大学政治学院 刘轶

南部战区空军某部政工处 张辉

国家与城市形象传播

全球媒体中的中国：新形象、新形势、新机遇 / 435

当代中国与世界研究院 王洪波

试析中国国家形象对外传播的制约因素与改善策略 / 444

中国外文局融媒体中心 李莉娟

国际民意调查构建中国国家形象的路径探析 / 450

当代中国与世界研究院 瞿慧霞

从《中国国家形象全球调查》看中国国家形象的变化与建构 / 456

当代中国与世界研究院 张楠

国家形象传播中的议程设置与仪式设置 / 463

四川文化产业发展研究中心 张学勤

观照中国的新视角

——《超级中国》与《运行中国》对中国国家形象的塑造 / 469

西安外国语大学新闻与传播学院 杨致远

东北亚共同体内民众建构彼此国家形象认知的非理性倾向探究

——基于以中国和日本为中心的考察 / 475

华中科技大学新闻与信息传播学院 张铁云

新华社推特传播国家形象的修辞策略分析 / 483

苏州科技大学人文学院 李斌

中国文化对外传播中的文化图景呈现与缺失

——以欧洲三大电影节中获奖的内地电影为视角 / 490

山东大学新闻传播学院 邱凌 丁金阳

影视剧“走出去”与我国文化价值观对外传播 / 503

北京市社会科学院 赵玉宏

中国军队“听党指挥”形象国际传播浅析 / 509

国防大学管理学院 连小童

国防大学政治学院 顾黎

案例展示权威发布,设计主题立体传播

——北京技术创新行动计划专项成果系列发布创立新闻发布新范式 / 515

北京市外宣办

广州“花城”品牌形象对外传播的策略与经验 / 520

广州市社会科学院国际问题研究所 伍庆 胡泓媛 鲍雨

广州市委对外宣传办公室 章淑华

中国地方外宣活动的SWOT分析及策划建议

——以2016“微秀吉林”主题活动为例 / 527

吉林省委对外宣传办公室 车函

北京第二外国语学院国际传播学院 刘晖

地方外宣如何参与国际传播话语实践

——以“丝绸之路今日行”报道为例 / 534

青岛大学新闻与传播学院 刘斌

青岛市委宣传部文明实践工作处 娇艳

传播效果与受众研究

中国图书海外影响力评测指标的创设构想

——基于网络数据的采集视角 / 543

辽宁大学新闻与传播学院 张岩

国际民调、国际指数类涉华舆情与中国国家形象的构建

——兼论零点有数集团的国际民调实践与比较研究 / 553

零点有数集团国际关系与社会发展研究中心 赵雷 崔婷

上海积极探索和实践国际传播精准化 / 565

上海市人民政府新闻办公室 冀宇平

反腐败国际传播“一举转为战略主动”的思考和启示 / 576

北京日报社北京晚报评论部 贾亮

部委新闻发布会传播效果评估研究

——以2017年“两会”前夕11场中央部委新闻发布会为例 / 582

人民网舆情监测室 张力 杨卫娜

突发事件中我官方信息对外传播效果评估体系的建立探析

——以“中国捕获美无人潜航器”事件为例 / 592

国防大学政治学院 崔远航

绘制新的“南海图画”

——议程设置理论对我国媒体涉南海报道的启示 / 603

新华社国家高端智库传播战略研究中心 谭林茂

世界政治新生态与软实力较量 / 610

中国社会科学院信息情报研究院 张树华 祝伟伟

从历史维度看美国国际传播策略及对中国的启示 / 616

中国社科院日本研究所 陈静静

西方“看不见的宣传”理念、方法及案例拾举 / 623

华东师范大学 贾敏

外国人对西藏形象的认知

——基于对留学生的调查 / 629

华东师范大学 叶淑兰

《纽约时报》涉藏报道的平衡性研究 / 639

辽宁师范大学 古俊伟

巴西主流媒体中的中国国家形象研究

——以《圣保罗页报》为例 / 648

北京外国语大学 张颖 颜露

金砖国家的共识与分歧：基于五国主流印刷媒体相关报道的分析 / 662

上海交通大学国际与公共事务学院 郑华 杨露

对外传播中的创新宣传案例研究

——以《中国日报》杭州G20峰会期间Facebook平台短视频与直播视频为例 / 670

中国传媒大学电视学院 刘枫铃

肩负使命 创新进取 努力对外讲好中国故事

郭卫民¹

随着综合国力不断提高，中国在海外的影响力日趋扩大，加快走进世界舞台中心，来到世界的聚光灯下。国际社会希望更加深入、全面地了解中国，他们不仅关注中国的发展取得了哪些成就，而且越来越关注背后的原因是什么；他们不仅渴望了解 13 亿多中国人是如何辛勤劳动、追求梦想的，而且也关注中国人民未来如何前行；他们不仅关心日益强大的中国在世界舞台上扮演什么角色，而且期待中国在全球化及全球治理进程中发挥更大的作用。讲好中国故事、传播好中国声音，是习近平总书记对外宣工作提出的重要要求，是新时期外宣工作面临的重大课题。

一、讲好中国故事为新形势下对外传播指明了方向

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视对外宣传工作，作出一系列重大决策和部署。习近平总书记在一系列重要讲话中，对新时期外宣工作作出重要指示，要求讲好中国故事。他指出，要精心做好对外宣传工作，创新对外宣传方式，着力打造融通中外的新概念新范畴新表述，讲好中国故事，传播好中国声音。他指出，要重点展示中国的文明大国形象、东方大国形象、负责任大国形象、社会主义大国形象。

习近平总书记提出“讲好中国故事”这一重大命题，体现了坚定的道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，体现了对当代中国所处历史方位的准确把握，赋予了对外宣传工作新的责任和使命，为我们做好新形势下外宣工作指明了方向。

¹ 郭卫民：中宣部部务会议成员、国务院新闻办公室副主任。

学习领会贯彻总书记讲好中国故事的重要论述，要着力把握好以下几个方面：

讲好中国故事，要主动发声，增强国际话语权。随着我国经济社会发展和国际地位提高，国际社会对中国发展道路和发展模式的理性认识逐步加深，同时误解也还不少，我们往往有理说不出，或者说了传不开。我们要主动发声，让国际社会和广大公众知道中国做了什么，还要做些什么。争取国际话语权是我们必须解决好的一个重大问题。

讲好中国故事，要加强话语体系建设，重视议题设置。要创新对外话语表达方式，研究国外不同受众的习惯和特点，采用融通中外的概念、范畴、表述。要提高议题设置能力，善于提出既体现中国立场、中国价值，又能够被外国受众理解和接受的观点、主张，真正做到“中国话语、国际表达”。

讲好中国故事，要开展多种形式对外传播，增强影响力。要用好新闻发布机制，用好高端智库交流渠道，用好重大活动和重要节展赛事平台，用好中华传统节日载体，用好海外文化阵地，用好多种文化形式，让中国故事成为国际舆论关注的话题，让中国声音赢得国际社会理解和认同。

讲好中国故事，要把握好时度效。时度效是检验新闻舆论工作水平的标尺，要抓住时机、把握节奏、讲究策略，从时度效着力，体现时度效要求，增强中国故事的吸引力感染力，让人爱听爱看。

讲好中国故事，要善用新媒体新技术。随着新媒体快速发展，国际国内、线上线下、虚拟现实等界限日益模糊，构成了越来越复杂的大舆论场。讲好中国故事，既需要生动精彩的内容，也需要有影响力的传播渠道。要强化互联网思维，构建起立体多样、融合发展、联通世界的现代化对外传播体系。

习近平总书记率先垂范，在对外交往中亲自讲中国故事、发中国声音。总书记讲中国故事，注重摆事实、讲道理，善于运用生动的语言和鲜活的故事阐述深刻的思想，产生直抵人心的力量。在总书记的引领和示范下，讲好中国故事、传播好中国声音形成了声势、兴起了热潮。我们要认真贯彻总书记关于“讲好中国故事”的指示要求，学习“讲好中国故事”的方式方法，努力对外讲好中国故事。

二、讲好中国故事推动对外传播迈上新台阶

党的十八大以来，在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，对外宣传坚持围绕中心、服务大局，坚持国家站位、全球视野，以讲好中国故事、传播好中国声音为己任，着力在提升国际传播能力、增强国际话语权上下功夫，各项工作取得长足发展、迈上了新台阶。

加强顶层设计和大外宣格局建设，为讲好中国故事明确了目标、提供了支撑。围绕对外新闻舆论工作、国际传播能力建设、媒体智库交流合作、文化“走出去”等，制定

一系列文件、实施一系列重要举措。积极构建大外宣格局，有效整合宣传资源和力量，充分发挥政府、企业、研究机构、社会组织、公民个人等不同主体的作用，形成了全方位、多元化、立体式对外传播体系。

重大主题对外宣传精彩纷呈，中国故事赢得世人瞩目。利用各种重大活动和时间节点，制定专门方案，精心组织习近平总书记系列重要讲话精神和治国理政新理念新思想新战略、中国梦、“四个全面”战略布局等重大主题对外宣传，深入宣介“一带一路”建设、脱贫攻坚等重大政策措施。精心组织构建人类命运共同体、正确义利观等重大外交理念的对外宣传，着力塑造中国负责任大国形象。热点问题舆论斗争坚决有力，有效维护了我国家利益和国家形象。

领导人高访外宣取得突破，大大提升了中国故事的国际影响力。精心组织习近平总书记出访对外宣传，通过新闻报道媒体合作智库交流、文化活动等多种形式及时充分报道习近平总书记重要活动，深入宣传阐释习近平总书记重要讲话和战略思想，阐释中国道路、中国理念、中国贡献，充分展示习近平总书记大国领导人的魅力和风采。

新闻发布水平进一步提升，打造了讲好中国故事的权威平台。紧紧围绕党和国家中心工作，精心组织开展新闻发布活动，增加权威信息发布“含金量”。加强新闻发布制度建设，通过制度性安排和刚性要求，推动各部门各地区建立权威信息发布机制。认真做好特重大突发事件新闻发布和境外媒体现场服务管理工作，有效回应外界关切，应急新闻报道水平进一步提升。

中外媒体和智库交流合作深入开展，合作讲好中国故事成效明显。大力推动中外媒体交流合作，中央和地方媒体积极走出去，与境外媒体广泛开展合作，形成了中央和地方媒体双层次、常态化、全媒体、多语种的合作传播格局。积极探索“智库+外宣”模式，通过中外智库交流互访、联合研究等方式开展学术外宣，产生了积极广泛的国际影响，开拓了讲好中国故事的新渠道。

有力推进国际传播能力建设，中国声音在全球传播更快更远。集中资源和力量打造外宣媒体，中国国际电视台（CGTN）已于2017年1月1日正式开播。中央媒体海外机构建设不断加强，基本覆盖全球热点地区和重点城市，海外采用率、转载率、收听率、收视率有了新提高。网络外宣破题推进，积极用好推特、脸谱等境外社交平台开展对外传播。

中华文化走出去向深度和广度拓展，提升了中国故事的亲和力。充分利用中华文化的国际知名度和影响力，积极开展文化外宣。深化中国文化年、感知中国、欢乐春节等品牌活动，在国外掀起感知中华文化魅力的热潮。积极推进海外中国文化中心、中国馆、孔子学院等建设。在影视剧拍摄、图书出版销售等领域加强与境外机构合作，为中华文化传播拓宽了渠道。

通过持续努力，中国的海外形象好感度持续提升，在美国皮尤研究中心等多家国际

民意调查机构发布的数据中，对中国持有积极评价的占比连年升高。同时也要看到，国际舆论“西强我弱”格局还没有根本扭转，让世界认识一个客观真实、立体多彩的中国，仍然任重道远。对外传播在加强统筹协调、节目海外落地及有效收听收视阅读、在海外社交账号的影响力、人才队伍建设等多个方面，还需要不断加强和改进。

三、讲好中国故事谱写对外传播新篇章

当前，世界正处于百年未有之大变局。做好对外宣传工作，既面临着复杂形势和严峻挑战，同时也具有前所未有的有利条件。党中央的高度重视和坚强领导，为讲好中国故事提供了坚强保证；我国综合国力和国际地位不断提升，为讲好中国故事提供了有力依托和丰厚资源；多年来外宣工作积累了丰富的理论和实践经验，培养了大批讲故事人才，为开展工作奠定了基础。我们要抓住有利时机，进一步加强对外传播理论与实践创新，以创新精神谱写讲好中国故事新篇章。

一是推动话语体系创新，增强中国故事的感染力影响力。现在，国际社会理解中国共产党和社会主义制度的人越来越多，对中国治国理政理念感兴趣的人越来越多。要抓住这个有利的“时”和“势”，进一步发出中国声音。要精心研究梳理，把中国的成就、中国的理念、中国的立场与国际社会的关注结合起来，形成我们的话语体系，形成我们的议题话题。要注重寻找中外利益交汇点、话语共同点、情感共鸣点，把中国国情、中国特色与国外受众的表述习惯和接受心理结合起来。

二是打造多元传播主体，为讲好中国故事壮大力量。讲好中国故事要把政府主导与公众参与结合起来，党委政府要做好引领、统筹协调。媒体、新闻发言人、国际新闻评论员、专家学者、文化交流使者是讲好中国故事的骨干。每个普通的中国人，既是中国故事的主人公，也是讲好中国故事的主体。要充分调动中央各部门和各地方、官方和民间、机构和公民、外交外事、内宣外宣等各方面的力量，努力形成对外讲好中国故事的交响乐章。

三是构建立体传播格局，为讲好中国故事拓宽渠道。要进一步提升媒体对外传播能力，构建中央媒体和地方媒体相互配合、传统媒体和新兴媒体相互借力、中国媒体和外国媒体合作传播的媒体对外传播体系。要充分发挥好走出去企业作用，推动他们把开展经营活动、履行社会责任与开展宣介结合起来，把树立企业形象与展示国家形象结合起来。要利用好现有智库资源，打造一批中外智库高端对话交流平台，增强我国在国际涉华议题上的主导权。

四是要把握分众化传播趋势，增强讲好中国故事的精准性。讲好中国故事面对的是不同国家、不同群体，不同受众对中国的看法和认识不尽相同，对有关中国的信息需要也不尽一致。讲好中国故事，要深入研究不同国家、不同群体受众思维习惯和对中国信息