

沈阳加强国际传播的必要性及路径分析

罗学敏

沈阳城市学院辽河文化研究院

摘要：作为国家规划定位的东北亚国际化中心城市，沈阳市不仅要在政治、经济、科技等硬实力方面，而且要在文化传播等软实力方面，充分发挥强大的国际辐射力和影响力。就沈阳市国防教育传播的现状来看，在平台建设、传播深度、城市形象塑造和综合影响力指数等方面，与先进副省级城市还存在诸多差距，与沈阳国际化发展战略不相匹配，需要尽快改变这种状况。本文通过相关数据对比分析，尝试为沈阳加强国际传播提供一些思考和路径。

关键词：沈阳市；国际传播；国防教育；发展战略

一、沈阳国际传播的格局与现状

沈阳作为东北地区对外开放的门户城市，近年来在国际传播领域取得了显著进展，其国际传播声量呈现出快速增长的态势。通过多维度数据分析，可以清晰描绘沈阳当前的国际传播格局和发展态势。

（一）传播平台建设与用户覆盖

沈阳市自 2017 年率先开设 Facebook (@Shenyang_China)、Twitter (@Shenyang_CN) 官方账号以来，逐步构建起海外社交媒体矩阵。截至 2022 年底，这两大平台累计发布帖文 5355 篇，吸引海外活跃粉丝 180 万人。2024 年，沈阳市在海外短视频平台 TikTok 上线了 @Shenyang Vibe（魅力沈阳）、@Amazing Shenyang（大美沈阳）、@Global Shenyang（国际沈）三个账号，分别聚焦城市综合、文旅垂直、国际化生活内容，吸引了 263 万粉丝。2023 年以来，沈阳市陆续布局多语种海外社交媒体平台，在 Xing、TikTok 平台设立德语账号，在 VK、Telegram 平台设立俄语账号，在 LINE、Twitter 平台设立日语账号，在 KakaoTalk 平台设立韩语账号。至 2024 年底，沈阳市海外社交媒体官方账号总粉丝数突破 460 万，涉及 12 个语种，重点覆盖欧美和东北亚地区，其中工业遗产活化、冰雪经济等话题在海外媒体曝光量超 10 亿次。

（二）内容产出与传播效能

沈阳已建立较为系统的国际传播内容生产体系，围绕城市形象、产业优势、文化特色等核心主题，持续产出多语种传播内容。沈阳市的英文门户网站、英文微博和英文微信公众号由沈阳日报社、沈阳网等市属媒体进行内容生产和日常运营。沈阳市在海外社交媒体 Facebook、X（原 Twitter）上的官方账号委托人民网美国公司运营，TikTok 平台的官方账号委托中国日报社运营。沈阳市还与新华社辽宁分社合作共建海

内外全媒体传播展示平台，与环球网合作共建“全球传播基地”，通过央媒的海外传播平台和社交媒体账号传播沈阳声音。2022 年春节前夕，沈阳冰雪美景视频登陆纽约时报广场“中国屏”循环播放，有效提升了沈阳的国际知名度。2024 年，沈阳承办央视春晚分会场、秋晚主会场，通过全球直播展示沈阳故宫、浑河夜景，海外社交媒体曝光量超 50 亿次。同年，沈阳市在全球 12 个城市举办“你好，沈阳”全球系列推介活动，国际主流媒体大量报道，沈阳国际传播声量大幅提升。

（三）品牌活动与国际影响力

目前，沈阳已培育形成一批具有国际影响力的品牌活动，包括中国国际装备制造业博览会（制博会）、全球工业互联网大会、宝马供应商大会等产业类活动；沈阳国际马拉松、国际赛艇大师赛等体育赛事；沈阳国际冰雪节、老北市新春皇寺庙会等文化节庆活动。这些活动通过央媒对外窗口和海外主流社交媒体平台，在全球几十个国家和地区落地传播，被国际主流媒体广泛转载，成为沈阳向世界展示的亮丽名片。自 2019 年起，沈阳每年举办“一带一路 一路有你”主题外宣活动，邀请海外记者深度体验沈阳发展成就，对沈阳“传统文化与现代工业并存”的城市特质等进行报道，有效塑造了沈阳的多元形象。

二、与先进副省级城市的差距

尽管沈阳在国际传播领域取得了显著成效，但通过与国内先进副省级城市的多维度比较分析，仍存在明显差距，主要体现在传播力指数、平台运营、内容影响力和技术赋能四个维度，从而影响城市形象塑造和整体传播效果。

（一）综合传播力指数差距

根据浙江大学《2022 中国城市国际传播影响力指

数报告》，沈阳的综合国际传播影响力位列全国城市第16位，虽在东北地区位居首位，但与头部副省级城市相比仍有很大提升空间。2024年，沈阳在这一榜单的排名下降至第22位。在由世研指数联合参考智库发布的《中国城市海外社交媒体传播力指数》、由北京师范大学新媒体传播研究中心等机构发布的《中国城市海外网络传播力建设报告》等榜单上，沈阳市均未进入前10位。

（二）平台建设与传播效能差距

沈阳虽已建立起较全面的海外社交媒体账号矩阵，但相较于深圳、杭州、成都等副省级头部城市，在平台多元化、技术应用和内容形式创新上存在不足，海外社媒账号年均互动量仅杭州的1/3。特别是在短视频和直播等新兴领域布局较晚，YouTube、Instagram等重要平台账号缺失，导致在视觉化传播方面未能形成更大突破。而在海外社交平台上的互动性不足，也造成沈阳国际传播力度和影响力的差距。

（三）技术赋能与传播创新差距

国内先进城市如深圳、杭州已建立“国际传播大数据平台”，运用AI技术实现海外舆情实时监测、用户画像分析和传播效果追踪。沈阳在此领域基础薄弱，尚未建立系统化的国际传播数据监测与分析体系，导致内容生产和传播策略缺乏数据支撑。人工智能技术在内容生成、多语种翻译、精准推送等环节的应用尚未形成规模效应。而沈阳在AI辅助内容生产、虚拟现实（VR）技术应用、多语种智能翻译系统建设等方面起步较晚，VR、AR、AI内容生成等技术应用率不足20%，导致传播效率、内容创新性和传播效果受限。

（四）城市形象国际传播差距

根据《2018中国城市海外网络传播力》研究，国际传播力前五的城市（上海、北京、深圳、广州、杭州）在Google News搜索结果中的高频词汇均与“开放”（Open）、“国际化”（International）、“贸易”（Trade）等关键词紧密关联。这表明头部城市的国际形象已与经济功能、开放程度深度绑定。相比之下，沈阳尚未形成与“东北亚国际化中心城市”定位相匹配的核心叙事体系，国际认知仍停留在“工业城市”层面，缺乏将产业优势（如高端制造、人工智能等）转化为国际话语的能力。由中国外文局当代中国与世界研究院发布的《中国城市国际形象评估报告》将中国城市国际形象分为引领型、发展型、潜力型三类，2024年沈阳市仅被评为“潜力型”城市，“国际传播叙事能力不足”是主要的短板之一。

三、从国际化战略看加强国际传播的必要性

加强城市国际传播能力，是沈阳建设东北亚国际化中心城市的战略目标决定的，是国家赋予沈阳的光荣使命，同时也是城市形象重塑与区域竞争的迫切需要，是产业升级与开放经济发展的关键支撑。

（一）国家战略定位的必然要求

2024年10月，国务院正式批复《沈阳市国土空间总体规划（2021—2035年）》，沈阳的城市性质由“东北地区重要的中心城市”升级为“东北亚国际化中心城市”。这一国家层面的定位，赋予沈阳在东北亚区域合作中发挥核心引领作用的历史使命，要求沈阳必须具备与其战略地位相匹配的国际传播能力。2025年7月公布的《沈阳市建设东北亚国际化中心城市行动纲要（2025—2035年）》明确提出“全方位提升沈阳开放动力、配置效力、科技实力、服务能力、城市魅力”的发展目标。国际传播能力作为连接“硬实力”与“软实力”的关键桥梁，是落实国家战略部署不可或缺的组成部分。加强城市国际传播能力，是系统性提升沈阳国际话语权、服务国家对外开放大局的战略举措。

（二）产业升级与经济发展的关键支撑

北京师范大学新闻传播学院的研究表明，城市海外网络传播力与GDP指数呈现强相关关系，相关系数达0.745。沈阳正加速构建“4+8”未来产业体系，推进人形机器人、先进储能储热、基因与细胞治疗、人工智能等12个重点领域产业化。同时，沈阳正在打造国际化消费中心城市，提升中街、太原街等核心商圈影响力，打造“中国啤酒之都”消费品牌，培育“越夜越沈阳”城市夜经济品牌。这些目标的实施，必须强力提升城市的国际传播力，通过专业平台向海外精准传播城市的文化特色、消费环境和产业优势，搭建国际合作信息桥梁，促进国际旅游、消费增长和产业发展。

（三）城市形象重塑与区域竞争的迫切需要

海外传播劣势造成的沈阳城市形象国际认知偏差，严重制约了沈阳在全球范围内吸引高端要素资源的能力。加强沈阳国际传播能力建设，能够通过专业化、系统化的传播策略，向全球展示沈阳作为“先进装备制造之都”“区域性科技创新中心”“时尚文化创意中心”“对外开放的国际化都市”的现代化形象，扭转国际形象认知偏差，提升城市软实力。

目前，国内副省级城市如成都、武汉、西安等纷纷成立城市国际传播中心，抢占国际话语权高地。在这种城市竞争的新格局中，沈阳若不能尽快补齐国际

传播短板,将在全球城市竞争中处于不利地位。专家指出,沈阳建设东北亚国际化中心城市,必须对标对表东京、首尔等国外城市在国际化城市建设方面的先进经验,切实强化国际友城功能,积极争取高端国际会议和活动落户沈阳,强大的国际传播能力正是承接这些功能的重要基础。

四、提升沈阳国际传播能力的路径分析

沈阳加强国际传播能力是一项十分重要且紧迫的任务,在实施的路径上,可以从机制创新、平台建设、技术升级、内容创新等多方面着手推进,尽快实现城市国际传播能力质的飞跃。

(一) 机制创新:打造国际传播“一盘棋”格局

借鉴国内其他城市经验,可考虑成立沈阳国际传播中心。由市委宣传部牵头,成立由外事、网信、文旅、商务、教育、科技、媒体、智库等部门参与的“沈阳国际传播委员会”,以“一盘棋”格局统筹、推进、指导全市国际传播工作。成立沈阳国际传播中心,整合海外社交媒体平台账号、央地共建的“全球传播基地”、国际性企业海外传播资源,形成“政府主导、媒体运营、多方参与”的组织架构,具体实施全市国际传播事务。在此基础上,依托沈阳在东北亚的区位优势 and 开放平台,构建覆盖全球的传播网络。强化与国际主流媒体、智库、研究机构的深度合作,提升沈阳在全球议题设置中的话语权,逐步将沈阳打造为东北亚区域信息枢纽和文化交流中心。

(二) 平台建设:实现海外社交媒体矩阵深度运营

整合现有海外社交媒体官方账号,统一管理标准和内容策略,以沈阳国际传播中心为运营主体,实现平台矩阵的一体化深度运营。建立覆盖全球主流社交平台的全矩阵传播体系,重点强化 YouTube、TikTok 等视频平台的内容生产和运营。针对不同区域市场实施差异化传播策略,同时强化国际传播互动,以“技术穿透+情感共鸣”为双轮驱动,通过海外传播 KOL 本土化、传播内容贴近化、话题互动常态化等措施,将海外社交媒体从“形象展示窗口”升级为“产业合作枢纽”“人文交流纽带”,助力沈阳国际传播效能提升。

(三) 技术升级:搭建数智化国际传播平台

以人工智能技术赋能国际传播,整合多源数据,

构建沈阳国际传播大数据中心。主要实现以下主要功能:(1)全球舆情监测,分析不同国家和地区受众的关注点、信息偏好和接受习惯,为精准传播提供依据;(2)内容策略优化,基于数据分析结果,指导内容生产和传播策略调整;(3)内容智能生成,利用 AI、VR、AR 等技术智能生成图文、视频、沉浸式体验等内容,并实现多语种内容的翻译生成;(4)舆情预警响应,自动监测涉及沈阳的负面信息,并生成响应建议,提升国际舆论危机应对能力;(5)传播效果评估,建立多维度评估指标体系,量化分析传播活动的实际效果。

(四) 内容创新:城市形象更新+沉浸式传播

围绕“东北亚国际化中心城市”定位,构建“创新沈阳、智造沈阳、活力沈阳、文化沈阳、开放沈阳、冰雪沈阳”六大核心叙事体系,塑造开放、创新、时尚的城市新形象。围绕工业文化、冰雪运动、美食之都三大主题,突出丰富多彩的城市文旅活动体验,打造沈阳文旅顶级 IP。同时,打造“内容+技术”沉浸式传播新模式,依托沈阳作为国家先进制造中心的产业优势,开发数字化的工业主题、文化遗产传播技术,比如开展工业实景 VR 直播,开发沈阳故宫、工业博物馆等标志性场景的虚拟体验项目等,提升传播内容的吸引力和互动性。

五、结语

总之,沈阳加强国际传播能力建设,不仅是提升城市国际影响力的战略选择,更是服务国家东北亚地缘战略的关键举措,通过系统规划、技术赋能和内容创新,将沈阳打造成为东北亚地区具有重要影响力的信息枢纽和文化交流中心,为建设“东北亚国际化中心城市”提供强大支撑。

参考文献:

- [1] 刘肖.国际传播力:评估指标构建与传播效力提升路径分析[J].江淮论坛,2017(4):6.
- [2] 夏康健.加强国际传播能力建设的策略及路径分析[J].新闻战线,2021(17):62-64.
- [3] 张桢,庄严.新形势下加强国际传播能力建设的路径与对策研究[J].中共南宁市委党校学报,2021,23(5):5.