



“快乐长沙 烟火浏阳”全面出彩、火爆出圈，浏阳焰火已成为长沙众多出海产品中的一张世界级“名片”。

● 长沙晚报全媒体记者 刘俊

长沙，永远给人惊喜。“欢迎来到《恰同学少年》青春剧场！大家所在的地方就是20世纪初湖南省立第一师范学校的长廊，我们将在这个剧场里还原一场百年前青年们的青春历程……”在《恰同学少年》青春剧场中，观众置身于红色旅游体验新场景，在欣赏演出的同时亲历了一次穿越百年的情感互动体验。

多维沉浸式红色文旅演出项目《恰同学少年》青春剧场运用创意手段和多媒体技术表达，依托“山水洲城”独有的红色文化，拉近与年轻一代的距离，青春剧场自2023年5月开演后，长期位居猫眼本地“话剧音乐剧”热销榜和热度榜第一位。

今年，长沙开展2023年优秀文化外宣品及对外传播“十大优秀案例”征集评选活动，全面展示幸福城市、活力城市的美好形象，汇聚起八个“走在前、作示范”的磅礴力量。近日，征集评选活动圆满收官，优秀作品向海内外讲述了一个个有温度、有力度、有深度的长沙故事，不断提高城市知晓度和美誉度，传播长沙好声音。

据了解，长沙始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，搭平台、链资源、拓渠道，不断推进国际传播体系建设，打造大外宣格局，向世界讲好长沙故事、传播好长沙声音，展示城市IP的同时也以长沙为窗口，塑造着国际视野中的中国形象。



新近公布的“全球工程机械制造商50强排行榜”中，13家上榜中国企业5家来自长沙。

“顶流”扎堆 千面长沙皆有惊喜

近年来，长沙火热出圈，以其独特的魅力吸引着世界的目光：“一带一路”青年创意与遗产论坛、中非经贸博览会、世界计算大会等一系列国际会展活动纷纷落户长沙，世界“媒体艺术之都”、“工程机械之都”等一张张世界级名片闪亮耀眼。

《Talk Changsha》是一档外贸类访谈节目，采取主理人与嘉宾对话的形式，将海外受众作为传播对象，全程以英文表达，“说”长沙产业、“说”长沙产品、“说”长沙服务，打造了长沙“说”系列对外传播品牌。

《Talk Changsha》从多个角度对长沙企业、行业、产业进行系列访谈，提供经济全球化视野下长沙及中国中部城市在产业链、供应链、创新链等方面与全球的有机联结，目前已在全球230个国家和地区播出，覆盖近4000万用户，提升了长沙国际传播声量，擦亮了长沙国际传播品牌。

“诗意江南”系列文创产品更是吸引了海内外朋友的目光。该系列文创产品通过深度挖掘独特的历史文化根脉，立足深厚的文学沉淀，同时结合当前时尚消费元素，将杜甫诗歌以创意演绎的形式衍生成为文创产品，用年轻人喜闻乐见的方式“活化”表达，以此激发中国人骨子里的“诗词基因”。

当你来杜甫江阁游玩，还能将丰富的文化体验带回家。该系列文创涵盖了纪念品、文具、饰品、布艺、家居、电子周边

↓日前，长沙铜官窑入选新一批国家级旅游度假区。长沙以媒体带动、文化互动、产业拉动全面释放“铜官窑”品牌效益，聚力将铜官窑打造成为长沙对外宣传的重要窗口。



不断推进国际传播体系建设，打造大外宣格局，向世界讲好长沙故事、传播好长沙声音

长沙书写城市“出海记”

这座积淀千年的楚汉名城、诗情画意的山水洲城、活力迸发的创意新城、熠熠生辉的休闲都市，如今一次次站上流量顶端，展现出创意无限、灵气闪耀的可爱风姿。

数字文化产品《奇妙的乡村文化馆》让湖南独具特色的乡村传统文化亮相世界舞台，其内容涵盖小河木活字印刷展示馆、江华乡村美术馆、浏阳夏布文创展示馆、老种子博物馆、道官冲古法造纸研学馆、浏阳菊花石公馆、道源书院、映像湖湘·湖南非遗影像馆在内的八家湖南乡村文化馆的故事。视频发布后，首先在长沙官方Twitter和Facebook平台@Changsha City账号推出，并先后在其他外宣账号进行专题推送。

如何将非遗文化带到更多的年轻受众身边？《奇妙的乡村文化馆》尝试将传统文化与现代化手段相结合，用展演、体验、互动、触摸、专家讲解等受众喜闻乐见的创新方式，让海内外受众在身临其境的视频里感受到新时代焕发着

实力圈粉 讲好颜值与内涵的故事

的更丰富的内涵和鲜活的生命力，也让非遗文化落地生根。

“我对中国的传统技艺充满兴趣。”“我要去了解更多的中国乡村文化。”“想看到更多这样有关乡村手艺人的视频。”……海外网民纷纷点赞评论表达喜爱，还有网友表示被视频中非遗传承人的工匠精神所打动。

全国首部大型地方史诗剧《天宠湖南》通过深入挖掘湖南的万年历史，将湖南的悠久历史与文化底蕴展现得淋漓尽致，还可以品大国工匠精神。《天宠湖南》节目自开播以来接待研学观演人数突破6000人，剧场观演人数达到“18万+”人次。重大革命历史题材电视剧《问苍茫》讲述了青年毛泽东以一个“探路者”“早行人”的姿态，探索中国革命道路的热血故事，该剧CVB总局大数据最高份额高达10.839%，排名全国所有频道第一，湖南卫视开播后收视位居省级卫视第一，全网话题阅读量超50亿，全媒体触达受众51

亿人次，成为近期年轻观众覆盖面最广、受众粘性最高的主旋律剧集。

长沙更以媒体带动、文化互动、产业拉动全面释放“铜官窑”品牌效益，聚力将铜官窑打造成为长沙对外宣传的重要窗口。总台元宵晚会现场展示铜官窑青釉褐彩诗文执壶，跨媒体总触达人次达3.53亿次；总台CGTN“我在全世界为你读诗”跨年特别节目走进长沙铜官窑博物馆，带领全球网友感受厚重悠久的长沙窑历史，直播间观看人数达727万人次；联合香港商报开展粤港澳大湾区主流媒体网络V望城采风活动，走进铜官窑体验古镇古街传统文化，在微博、脸书、推特等平台发布多篇推文，进一步加大铜官窑品牌曝光度。

近年来，长沙开展全媒体、系统化、多维度的城市品牌营销，精心制作推出“1+N”城市形象宣传片，为展示真实、立体、全面的中国贡献了长沙力量。



↑留学生与变脸演员互动，对变脸艺术赞不绝口，对中国传统文化充满热爱。

←留学生在长沙体验剪纸艺术。

↓来自27个国家的132名汉语进修生齐聚长沙非物质文化遗产馆，感受湖湘非遗的魅力。



↑在长沙这座历史文化名城，陌陌交通，街巷纵横，藏在高楼背后的一条条老街，历史悠久，是外地游客来长沙必逛的打卡点。

人人代言 开拓国际传播新局面

世界也越来越期待听到“中国声音”，感受“中国担当”。

中医，便是跨越山海的“中国担当”。你要问在非洲当中医是一种什么体验，来自湖南中医药大学第一附属医院的胡莎医生会这样回答你：“累并快乐着。”

现在，胡莎在津巴布韦忙着接诊、扎针、培训当地医生，忙着筹建非洲第一家中医陈列室和中医急救小屋，同时收获了一大批“中医铁粉”。胡莎及湖南援非医疗队的故事一经报道，反响强烈。

乘风破浪的青年与拔节生长的城市，产生了奇妙的化学反应。在长沙，人人都是城市形象推荐官。

2023年，长沙GDP超过1.4万亿元。在全国城市排名第15位；全市常住人口1051.31万人，比上年增加9.25万人。“网红”长沙处处闪耀着“长红”的城市魅力。

在《解放西造梦人》特别短片中，6位解放西新商业、新品牌、新人群代表，分享一批批敢想敢做的创业者们在解放西勇敢造梦的故事。短片创意展示另一面“解放西”，以网红长沙最具有活力的地域群体来观察解读新消费崛起，进而传递这座城市的青春、奋斗、敢为人先的精神内核。

当你走进长沙地铁五一广场站内，仿佛进入“光影里的地铁元宇宙”。为有力发挥地铁公共空间文化引导、浸润作用，丰富网红长沙的城市内涵，进一步提升新时代省会城市形象，长沙地铁在五一广场站内积极打造了元宇宙星际广场，元宇宙星际广场位于五一广场站3A通道口，其以抽象化的数字媒体艺术形式，将地铁通勤空间转化为极具丰富光影质感的沉浸式场馆，不仅使媒体艺术充分融入和提升城市品质、文化内涵，同时也为乘客出行、通勤旅程带来新潮动感、场景多元的艺术感受。

讲述一个故事，点亮一座城市。千千万万个城市故事，汇聚成耀光日新的“中国故事”，让长沙的新时代国际传播的步伐，走得愈发有底气、见神采。

本版照片均为长沙晚报全媒体记者 邹麟 摄