



与风景同行·诵家国情怀

可爱的中国

“大美上饶”旅游推广月

庆国庆·全民诵读《可爱的中国》

2017.9.19--10.20

主办：中共上饶市委 上饶市人民政府 江西省旅游发展委员会 江西广播电视台
承办：上饶市旅游发展委员会 江西省旅游协会 江西卫视 腾讯网 上饶旅游集团
独家冠名：汉腾汽车有限公司
活动官网：www.srta.gov.cn



关注上饶旅游公众号参与活动





9月19日，全民诵读《可爱的中国》大型旅游宣传推广活动在南昌举行新闻发布会。

“大美上饶”全民诵读《可爱的中国》活动通过在重点旅游景区和城市地标设置诵读亭、邀请社会各界人士参与诵读、线上线下互动诵读等方式，号召“全民参与、全球诵读”，在今年国庆旅游黄金周期间掀起全民诵读《可爱的中国》的热潮，进一步提升华夏儿女深爱家乡热爱祖国的家国情怀。活动开展以来，从上饶到南昌，从台湾到波士顿，从景区到乡村、从校园到社区……无不应者云集、参与者众。全民颂读《可爱的中国》，传递出的是国人对可爱中国的纯情挚爱。



在举国上下欢庆建国68周年和喜迎党的十九大召开之际，上饶市以百万学生齐诵经典的震撼场景，各界名人参与的推波助澜，风景与人文并秀的方式，开展“汉腾汽车·全民诵读《可爱的中国》”大型旅游宣传推广系列活动，目的在于继续传承红色基因、开展爱国主义教育、弘扬家国情怀，将极大地提升“江西风景独好”与“高铁枢纽·大美上饶”旅游品牌知名度。上饶作为“可爱的中国诞生地与发源地”，将努力争当美丽中国“江西样板”的排头兵，为江西旅游强省建设作出新贡献。



江西广播电视台二十多位播音员主持人现场齐诵《可爱的中国》



主持人现场采访方志敏的女儿方梅和曾外孙赖奕鸿



文化名人郦波——推荐上饶



央视主持人杨柳——推荐三清山



10月10日晚，“可爱中国·大美上饶”——全民诵读《可爱的中国》活动主题晚会在江西电视台600平米演播大厅录制完成，并将作为我省迎接十九大召开的主题晚会，于10月17日晚22:00在江西卫视播出。



婺源天净沙度假院创始人廖敏欣——推荐婺源



著名艺术家丁建华——推荐龟峰

本次活动将通过电视宣传片、实时新闻报道、网络新媒体传播、举办主题晚会等多种形式开展，尤其依托江西卫视、腾讯网等平台，从9月20日到10月20日，开展长达一个月的全媒体、多频率、大视角的传播，在国庆节期间掀起高潮。期间采用多媒体融合形式，活动既有传统中央主流媒体的权威声音，也有腾讯直播、爱奇艺、微信微博等新媒体的多点线面覆盖。既有线上的H5创意互动、活动专题网页及网络在线广告，也有线下诵读亭的营销互动活动；从乡村到城市，从街头到景区，从高铁站到机场，从线下来到线上，诵读活动的海报、宣传栏触目可及。

专题网站：<http://www.srta.gov.cn/a/fzm/>



今年长假覆盖了国庆和中秋两个重要节日，活动选择在这个时间窗口引爆，契合了大众表达家国情怀的高涨情绪，动员起大家的爱国激情。在传播上呈现三大创新特点：一是旅游加诵读。这是对“旅游+”的全新推动，也是对“旅游+文化”传播模式的一种创新。八天假期，三清山等景区出现一批大红色诵读亭，游客在青山绿水间排队诵读，可爱的人与可爱的风景、可爱的散文齐秀，交相辉映，成为一道特殊的风景。二是全民加全球。不管是鸿学大儒，还是贩夫走卒；不管是呀呀学语的孩子，还是耄耋老人；不管是在工厂、学校，还是在曼谷、纽约，在这样一次“熟人”资源总动员中，上饶展现了强大的朋友圈。三是线上加线下。从三清之巅、鄱湖之滨到最美乡村，手机诵读晒视频成为一种流行，“诵读”成为假日微信朋友圈新时尚。

全媒体宣传



央视主持人齐诵《可爱的中国》



10月11日《多彩节日收获满满》



《致敬英雄》



10月12日《人民日报》报道



人民网多次封面图片报道



人民日报



人民日报



人民日报微播《可爱的中国》栏目



江西卫视社会频道



江西卫视

中国江西网



10月11日江西卫视新闻联播

线下宣传



国庆节·手机视频大晒线上活动吸引了33万网友参加

“可爱的中国”掀起的是一次全方位、全渠道、大视角的全民线上线下诵读热潮，在营销上也体现出多媒体的深度融合。

首先，吸引了传统媒体中央电视台新闻联播、晚间新闻、人民日报、江西卫视以及新媒体等近百家媒体聚焦报道，内容创新使得活动多次登陆人民网及各大媒体头版头条。人民日报微信推送10分钟阅读数超100000+，秒拍页面单条视频阅读量突破200万+的宣传效果，央视主持人齐诵《可爱的中国》节选，极大地增进《可爱的中国》发源地-上饶的品牌影响力。

其次，开创性地挖掘出《可爱的中国》当中的名句和历史渊源，用丰富多样的视音频表现手法，对“可爱”的中国作出创新表达，设计出深度视频产品、H5交互产品，吸引自媒体和网友广泛参与。传播内容正能量，传播方式现代化，传播手段网络化，参与方式游戏化。在网络上，人民网、中国江西网、中国·上饶网、上饶旅游网等各大平台开设专题专栏。传统户外广告上，充分发挥南昌地铁、上饶高铁站、机场、景区、商家、街区等户外展示平台，统一风格的海报为活动营造了浓厚的氛围。



黄渤



洪剑涛



于谦



林大庆



邓亚萍



王刚



黄俊鹏



黄训国



程野



沙宝亮



苏芩



孔维



文松



江城



王蓝一



霍勇

传统的诵读，因技术和体验加持，产生“蝴蝶效应”，带来流量红利。据统计，近一个月，包括邓亚萍、鞠萍、黄渤、王刚、沙宝亮、郎永淳、黄俊鹏等众多社会名人积极参与，全球约有八百万人参与此次活动。诵读活动引爆了今年国庆黄金周上饶旅游市场，成为江西旅游的一大亮点。在全民诵读活动效应带动下，上饶旅游市场需求旺盛。国庆期间，上饶市旅游接待人数同比增长21%，旅游综合收入同比增长28.3%。

社会反响及专家点评



汪玉奇
江西省社科院研究员

江西省社科院研究员 汪玉奇

《可爱的中国》闪耀着中国共产党人的初心，是中国共产党人理想信念最宝贵的教材，诵读是中华文化中阅读经典、传播经典，一个十分有效的方式。一方面通过诵读把经典铭刻在心中，另一方面通过诵读让经典在中华大地上传播开来。这次大规模地诵读《可爱的中国》，它对于我们重温党的初心，学习党的初心，铭记党的初心，传播党的初心，推广党的初心，有着重要的现实意义和十分积极的作用，要为这个活动点赞。



彭中天
科瑞集团创始人、监事会主席
江西省旅发委首席顾问

科瑞集团创始人、监事会主席、江西省旅发委首席顾问 彭中天：

全民诵读《可爱的中国》属典型的创意事件营销，很成功，有地域特色，有大众参与，有历史渊源，有民族回忆，有时代印记，有文化内涵，有科技手段，有政治高度，有传播要素，有认知价值。比宜春的炒作高出许多。

另外在时间节点上也把握的很不错，是一次成功的策划，有品味的营销和正能量事件。江西吉安过去有句广告词叫江西人无法谦虚的骄傲。江西人不懂炒作，不重视营销，在我印象中这是继宜春一座叫春的城市与江西风景独好之后的又一次在全国叫响又叫好的地域事件营销。比宜春格要高，比江西整体营销要妙、要便宜。



曹国清
江西财经大学江西旅游发展研究中心副主任

江西财经大学江西旅游发展研究中心副主任 曹国清

上饶开展全民诵读《可爱的中国》创意营销在红色旅游发展史上具有典型意义，是在最佳时间、最佳地点、用最佳方式推出的最佳议程设置。2004年党和国家大力推进红色旅游发展以来，红色旅游经历20年发展，以呈现重点景区基本成熟、基础设施总体完善、旅游服务大致完备、旅游管理基本理顺的态势。红色旅游的硬实力已经具备。红色旅游的下一轮发展重点在软实力，在于与人民群众，同呼吸、共脉动，动员与顺应最广大人民的爱国热情，为人民群众提供舒畅激情的行动方式与仪式感。

谢谢！