

类别：B

宝鸡市文化和旅游局

签发人：武云

宝文旅函〔2025〕72号

对市十三届政协四次会议第 505 号 提案的答复函

黄卫红委员：

您提出的《关于打造网上旅游城市的提案》(第 505 号)收悉。现答复如下：

近年来，宝鸡文旅积极顺应数字化传播的时代浪潮，以网络宣传为关键突破口，把“看中国 来宝鸡”作为所有宣传活动的主题，采取小资金撬动大宣传方式，全力构建“数字赋能、创意驱动、全民参与”的传播体系，宝鸡文旅粉丝量、浏览量不断增加，直播、作品创作、图文呈现等方式逐渐多元，促使宝鸡文旅影响力持续提升，城市品牌愈发响亮。

在做好网络宣传方面我们主要有以下几个方面的举措：

一、整合资源 构建矩阵，不断扩大文旅宣传声量。

以新媒体平台为重点，以市级文旅新媒体平台为主导，构建了市、县、景区三级联动的传播体系，及时有效发布网红打卡、游玩攻略、美食体验等信息，全方位构建网络宣传矩阵，不断扩大文旅宣传声量。五一假日攻略、2025 宝鸡市周文化旅游节等重

点活动，累计阅读量突破 3500 万次。周文化旅游节期间，陈仓老街所在的石鼓文化城街区累计吸引游客 14.6 万人次，综合营收 960 万元，带动文旅消费爆发式增长。

二、创新引领 聚焦热点，打造现象级传播典范。

按照“线下做活动，线上做推广”的思路，积极围绕热点话题，以旅游推介、音乐节、明星演唱会、马拉松比赛等重点活动为载体，根据不同网络平台传播特点，策划一系列网友关注度高的宣传活动，同时通过活动的亮点事件、热点人物吸引网友加入宣传队伍，增加宝鸡文旅在互联网端的曝光量及知名度。例如，今年年初，我们抓住《封神》系列电影热映契机，通过多个新媒体平台策划实施了一系列联动宣传。数据显示，影片上映半个月后“宝鸡”搜索量环比增长 75%，旅游人次与订单金额同比增幅省内第 1。去年 10 月策划开展的“与辉同行·阅山河”陕西行宝鸡站直播活动，相关话题浏览量到 2.5 亿次，直播带货销售额近 5000 万元，多时段高居抖音直播带货总榜第一；2025 宝鸡银杏音乐节期间，发布一系列视频，相关话题位居抖音同城榜榜首，热度近 1600 万。

三、政策赋能 达人引领，凝聚全民品牌宣传合力。

针对抖音、小红书、微信公众号等主流平台博主以及官方媒体，实施年度 120 万元的《宝鸡文旅新媒体宣传推广奖励办法》，吸引更多网友参与其中，带动更多达人创作优质内容。同时借助邀请媒体及达人来宝制作拍摄优质内容，带动网友对热点话题以及宝鸡的关注度。先后邀请“刘国扬的发现之旅”“小西加点甜”“小璐歌”“海来阿木”“绵阳料理”“杭州班长”“丽丽旅游”“张一恒”等一批网络大 V 来宝打卡宣传。“宝鸡文旅来上分了”“宝

鸡美食申请出战”“用历史课本的方式打开宝鸡”等30个涉文旅话题位居抖音同城榜首位，总浏览量达1.5亿人次。

据统计，宝鸡文旅官方抖音从2024年年初的3600个粉丝、13万点赞量，已大幅增至15万粉丝、300万点赞量，分别增长41倍、23倍，总浏览量突破1.5亿次；“看中国·来宝鸡”话题曝光量在抖音平台从去年年初1080万到今年一月份达到1亿次，截止七月底超过2.7亿次，全网超4亿次，城市品牌曝光度不断提升。油泼辣子火锅、联盟大桥等宝鸡新潮文旅IP频频出圈，宝鸡城市名片的内涵正不断丰富。

关于您提到的创建专门的城市旅游官网或手机应用程序，由于为基层减负相关规定和政务网站建设相关要求，暂不具备条件。

再次感谢您对宝鸡旅游工作的关心和支持，也欢迎您对我们的工作多提宝贵意见和建议。



(联系人：袁文帝，电话：3265972)

抄送：市政协提案委员会，市政府督查室。