**广州市文化广电旅游局**

**所属行业：**文旅行业

**参选类别：**数字营销最具影响力品牌

**品牌简介**

从2015年开始，广州旅游在全球社交媒体上推广其全球旅游目的地形象，于2019年，广州旅游更是开拓新全球战略，把广州独特的文化与魅力直接传递给全球游客，致力将广州打造为计划造访中国游客心中不可或缺的旅游目的地。2019年以来，广州市文化广电旅游局以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，牢牢把握广州城市战略定位，坚定文化自信，聚焦广州文化旅游建设。至今连续5年蝉联福布斯中国大陆最佳商业城市第一名，2020年疫情期间，采用线上云方式维持广州多项文化旅游产业的更新和宣传推广，在全球用户关注中保持广州文化旅游城市形象，并在全国范围内形成良好的标杆作用，使广州成为全国消费者心目中旅游目的地全国排名第二。

**2020年数字营销影响力表现**

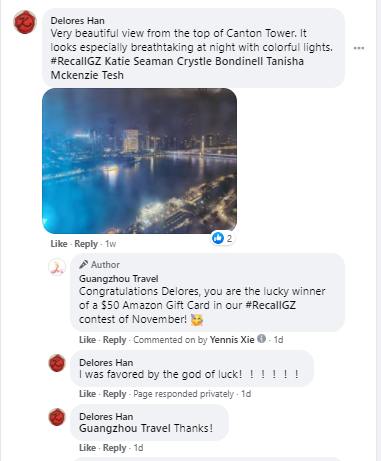
多年以来一直聚焦旅游与文化相结合的城市文化旅游国际推广，不仅通过国内线下活动，户外媒体，新媒体等，更通过海外NEWS，Google，Facebook，Twitter，Pinterest，YouTube，Ins，WordPress等海外平台与媒体，全球化覆盖，宣传城市文化旅游，全面开拓了城市文化旅游“五年计划”。截止2020年底，已经影响了1517万全球海外用户，为中国城市文化旅游海外形象持续并稳定输出海外，推往全球。并于2019年12月荣获《2019环球“金趋势”大奖》

**代表案例**

**广州文化旅游城市形象推广**

疫情期间，旅游出行已成为不可达成的理想，各个城市的文化旅游产业开始大幅度下滑，为了维持并稳定广州文化旅游形象，后疫情阶段优先采用发放消费券形式，20天左右发放3000万消费券，维持广州多项文化旅游产业的更新和宣传推广，面向全国用户宣传推广广州城市文化旅游形象。并在全国范围内形成良好的标杆作用，国庆过后的最新数据显示，广州已成为全国旅游消费者心目中旅游目的地全国排名第二。

在全球用户推广当中，采用线上云方式，在FB和TW跨平台发起#RecallGZ云上广州活动，通过鼓励粉丝受众分享，曾经在广州旅游/生活的点滴，提振广州文旅业，应对疫情对广州文旅的冲击，前5天时间即覆盖85000+全球用户，互动超26000+，并带来新增数万全球粉丝，也持续维护全球用户的互动及声量，以人与人互动形式维系广州文化旅游形象与全球用户之间的纽带。

** **