

高质量发展看龙岗



龙岗坂田城区图。龙岗融媒资料图

让世界看见龙岗！ 国际传播擦亮『城市名片』

龙岗融媒记者 张祥

南海之滨，鹏城之东，龙岗正以开放之姿与世界对话。当南非矿工戴上龙岗智造的5G头盔，当亚马逊雨林因龙岗光伏板点亮灯火，当欧洲设计师将大芬油画融入时尚秀场——这些新时代的“丝路故事”，正成为龙岗连接世界的纽带。作为深圳产业与文化“双强区”，龙岗以国际传播为引擎，联动多元主体，创新传播方式，让“趣龙岗·有意思”的城区形象跨越山海，走向全球。

2025年4月10日，龙岗区企业出海国际传播服务基地、国际传播中心、国际传播使者联盟正式揭牌，这标志着龙岗国际传播迈入体系化、专业化、全球化新阶段。从无人机表演惊艳马斯克，到七夕千灯会掀起“东方浪漫”；从海外大V转发刷屏，到融媒矩阵覆盖千万流量——龙岗正以创新实践，为粤港澳大湾区国际传播能力建设提供“龙岗样本”。

龙岗观察

多元协同锻造国际传播“硬实力”

国际传播不是“独角戏”，而是“交响乐”。

2023年，龙岗区委宣传部启动“国际传播战略与创新路径研究”，由区领导牵头，系统性梳理传播痛点、探索破局路径。结合产业大区、文化大区实际，龙岗区提出“1234”国际传播工作战法——建立1个领导小组、组建2支队伍、搭建3大平台、运营4大账号。这一顶层设计，为龙岗国际传播注入系统性动能。

机制创新是核心。龙岗打破部门壁垒，建立外宣联动机制，联动深圳北理莫斯科大学、香港中文大学（深圳）等高校，以及区内重点部门，建立了覆盖全区的国际传播资源库，并通过定期召开联席会议，形成“信息互通、资源共享、协同配合”的传播生态。这一机制不仅为发掘和培养国际传播关键意见领袖奠定了基础，更通过“青年干部挂点”制度，将优秀人才深度嵌入选题策划、内容制作和推广全流程，确保了传播内容的专业性与创新性。

国际传播的核心命题，是如何让海外受众从“看见”到“理解”，从“关注”到“认同”。龙岗给出的答案是：以内容为桥，用共情铺路，在科技与人文的交织中解码城市魅力。2024年，当马斯克在X平台转发龙岗无人机表演视频并点赞“震撼”，龙岗区融媒集团迅速捕捉热点，推出《马斯克称龙岗的无人机秀是“震撼的”》《连破两项吉尼斯纪录，就在龙岗》等系列产品，将工业大区的“硬实力”转化为全球话题。这种“借势传播”的智慧，在高交会期间同样显现：机器人调酒师的灵动操作、自动驾驶出租车的智能场景，通过镜头语言变成了“深圳科技创新”的具象表达，单篇视频浏览量突破2.5万，让龙岗的科技基因在海外社交媒体上“圈粉”无数。

数据印证成效。龙岗区融媒集团运营的Facebook、Instagram、TikTok、YouTube四大海外官方账号，总粉丝量超20万，总阅读量突破80万。其中，Instagram账号“wowlonggang”凭借竖屏视频《趣龙岗，音浪环城》吸引Z世代关注，用户年龄集中在18岁—34岁，战略引领下的龙岗，正从“被动发声”转向“主动设议题”。

以“外眼+外嘴”破圈 激活全球共鸣

国际传播的难点在于跨越文化鸿沟。龙岗的解法是：让外国友人成为“城市代言人”，让海外平台成为“故事放大器”。

人的故事，永远是最好的传播载体。从“外眼”视角，龙岗这样被“看见”。在深圳大运天地开业活动中，外国博主Benny以Vlog形式记录购物体验，视频《Benny的“大运天地”畅游记》在Facebook和Instagram总播放量破5万。印尼留学生Maria体验中医针灸后感叹“太神奇了”，相关视频被370万粉丝的账号“Glamorous Lingnan”转发，成为“中医文化出海”的典型范例。龙岗还推出“寻找洋面孔”系列，邀请外籍师生打卡眼镜公园、深圳国际低碳城，以第一视角展现城区活力。这些“非官方代言人”的真实故事，成为国际传播中最具说服力的“软实力”。

同时，通过“外嘴”联动，借势顶级流量。以2024

年七夕千灯会为例，其间，七夕灯会亮相海外平台，龙岗共推出9条视频和图文帖，总传播量超5万；联合海外大V制作英语、希腊语、日语多版本的《龙岗七夕千灯会，上演深圳版清明上河图》视频，单条播放量超3万。此外，龙岗还与人民日报海外版、China Daily等央媒建立供稿机制，借其全球分发网络扩大声量。例如，人民网俄文频道报道龙岗巡逻机器人，被中国驻俄大使馆转发，触达超百万俄语受众。

值得一提的是，龙岗针对Facebook、Instagram、TikTok、YouTube四大平台不同特性精准施策，比如，TikTok主打短视频，《火树银花落，万点星辰开》展现非遗打铁花，获赞连连；YouTube则聚焦科技主题，发布《低空经济的领航者》等作品，吸引欧美科技爱好者。数据显示，龙岗海外账号受众覆盖印度、东南亚、欧美等地，已形成“多点开花”的传播态势。

搭建全球化协作网络 打造国际传播“共同体”

龙岗的国际传播不仅追求“声量”，更注重“实效”。通过紧跟全球热点、搭建企业出海服务平台，龙岗将传播力转化为产业发展的助推器。

2025年，随着龙岗国际传播中心的挂牌成立，一个集“形象推广、文化交流、资源整合”于一体的枢纽平台正式启动。这里不仅是内容生产的“中央厨房”，更是国际传播的“创意工场”：聚焦“科技+文化”标签，策划“趣龙岗·有意思”系列IP，将城区特色转化为可传播、易传播的内容产品；联动港中深、深北莫等高校，建立“留学生传播大使”机制，让国际青年成为龙岗故事的“流动宣传员”；与“Glamorous Lingnan”“I Love Futian”等海外大V建立常态化合作，形成“本土创作—大V转发—社群扩散”的传播链条，让龙岗声音在海外社交网络中呈几何级扩散。

企业是城市经济的细胞，也是国际传播的重要主体。龙岗成立企业出海国际传播服务基地，为“百企出海”行动提供品牌塑造、市场推广等全链条服务，打造为企业出海提供国际传播服务的“便利店”，助力更多企业实现从“产品出海”到“品牌出海”。当龙岗的无人机企业在巴黎夜空上演科技焰火秀，当低碳城的绿色技术走向国际舞台，政府与企业的协同传播，让“龙岗制造”升级为“龙岗品牌”。这种“城区形象+企业品牌”的双向赋能，在国际传播中将形成强大的价值共振。

龙岗国际传播使者联盟的成立，则标志着传播力量从“单兵作战”迈向“集团军”模式，激活“传播裂变”。联盟成员涵盖专家学者、企业代表、海外大V等多元主体，形成“一次采集、多维传播”的协同效应。当下，从“借船出海”到“造船出海”，龙岗全力构建起多层次国际传播网络，让龙岗的国际传播不再是“一次性曝光”，而是形成持续的“话题流量池”。龙岗正通过“全球朋友圈”，让城市名片传得更远、更响。

国际传播的终极价值，不仅在于流量的获取，更在于通过持续的价值输出，在全球文明谱系中刻下独特的城市印记。从建立机制到多元协同，从内容创新到科技赋能，龙岗以系统性思维构建国际传播生态，让城区形象从“本地热搜”跃升为“全球话题”。未来，随着龙岗国际传播使者联盟的深化运作，“龙岗故事”将更频繁地出现在世界舞台上——当更多企业从“产品出海”迈向“品牌出海”，当更多外国友人成为“龙岗粉丝”，这座城区的软实力终将转化为高质量发展的硬支撑。