

无锡，奏响国际传播的城市乐章

无锡，这座浸润百年工商文明与江南灵秀气韵的名城，正将传统与现代交融，让本土与国际共振。她以匠心独运的叙事，在国际舞台深情演绎中国故事的“无锡华章”，谱就一曲日益嘹亮的城市传播交响乐。

高位推动

顶层设计引领传播新格局

“国际传播不是‘可选项’，而是城市发展的‘必修课’。”这个概念在无锡已经成为共识，无锡市委、市政府将国际传播置于城市发展重要位置，主要领导亲自挂帅重点项目，擘画出清晰的国际传播蓝图。无锡市第十四次党代会明确要求“加强对外文化交流，提升国际传播能力”，市领导更是强调要“立足长三角地区重要的中心城市定位”，不断讲好新时代无锡故事。

这份顶层设计迅速转化为行动力。市委、市政府主要领导化身“首席推介官”，近三年足迹遍布新加坡、日本、法国、德国、沙特等国家和地区。每一次出访，国际传播与经贸文化协同并进。在匈牙利，“文脉·无锡”系列微纪录片全球首发；在新加坡、日韩、欧洲，与主流媒体签署合作协议。高位推动带来高频曝光，无锡的声音穿透地域阻隔，在《华尔街日报》首页、《泰晤士报》（整版）以及《环球时报》聚焦中阿投资潮的报道中响亮传递，累计覆盖海外潜在受众达6亿人次。

我市国际传播工作的统筹协作机制不断完善，建成无锡国际传播融媒体中心、无锡报业国际传播中心、无锡广电国际传播中心以及无锡国际传播联盟“三中心、一联盟”，落地央视国际网络无锡有限公司、中报国际网络无锡有限公司、环球网全球传播基地长三角（无锡）中心等载体，多元立体、系统推进国际传播工作。“无锡百年工商名城的开放包容基因、大运河和太湖所孕育的江南文化实力以及舒心的发展环境，为中报无锡公司的国际传播事业提供了肥沃的土壤。”中国日报网无锡公司副总编辑颜玮珏告诉记者，12年间，中国日报网无锡公司实现了从无到有、从小到大的跨越式发展，实现了无锡城市国际形象推广与公司国际传播事业发展的良性互动，也实现了企业与城市共生共荣的“双向奔赴”。



文化共鸣

江南风韵奏响全球和声

文化，始终是无锡国际传播最深厚的内核和最闪亮的名片。如何让江南风韵引发世界共鸣？无锡的答案是：深挖特色，创新表达。

国家级非遗项目是无锡递给世界的“文化请柬”。泰伯庙会、锡剧、精微绣、紫砂、惠山泥人……这些璀璨明珠集体亮相2025年总台春晚无锡分会场，通过82种语言，将江南文化的精致典雅传递给全球87个国家观众。“茶和天下·雅集”活动则携中国茶香远赴法国、葡萄牙，让海外民众在氤氲茶韵中感知东方哲学。

音乐，成为无锡叩开世界心扉的“通用语言”。围绕“爱乐之城”的构建，无锡的音乐外交风生水起。“丝竹的香颂——中国民乐无锡周”走进欧洲，用音乐与世界对话；“梦华江南”音乐会、“来试人间第二泉”快闪赢得海外观众喝彩。赴比利时、克罗地亚承办“文明遇·鉴：中国大运河文化江苏周”活动，首次在海外开设“听·无锡”主题图片展。法国第一大报《费加罗报》用整版篇幅刊登题为《无锡：东方“音乐之城”》的深度文章。动人的乐章发生在2024年中美建交45周年之际，费城交响乐团与无锡交响乐团联袂奏响无锡文化符号——《二泉映月》。琴弦上流淌的，不仅是阿炳的悲欢，更是一座中国城市以音乐为桥，连接东西方心灵的深情实践。“音乐超越了语言和国界。”一位参与交流的无锡音乐家感慨，“当两地音乐家共同奏响《二泉映月》，我们真切感受到文化共鸣带来的震撼与温暖。”



多元主体

共绘国际传播“同心圆”

无锡深知，国际传播不能仅靠政府“独唱”，必须激发全社会“合唱”的活力。一套高效协同的“大外交”机制应运而生：由市委宣传部牵头，外办、友协、侨联等29个部门和8个板块共同参与，形成强大合力。我市连续多年举办中国国际智能传播论坛、城市形象国际传播（无锡）论坛，组织海内外青年代表开展“世界青年说”圆桌论坛等国际传播活动。紧扣经济、消费和友好等主题，三年来无锡“国际月”围绕文化教育、体育赛事、经贸产业、科技人才等领域密集推出175场国际交流活动，签约结交一批国际友好交流城市、园区。

以花为媒，“无锡国际赏樱周”已成为中日民间交流的经典品牌，吸引NHK、朝日新闻等全球媒体聚焦。一场樱花直播，吸引了中国驻联合国使团、驻美大使馆等外交机构主动转发推介。无锡马拉松则跑出了体育传播的加速度。十年来，每年有3万余名选手齐聚“樱花马”，2025年赛事全网传播量更是创下惊人的24.56亿次，成为无锡活力四射的全球名片。

企业，特别是“走出去”的企业，是在海外讲述无锡故事、中国故事的天然主体。西哈努克港经济特区在柬埔寨发展十余年，被盛赞为“中柬务实合作的样板”，挂牌成为江苏省对外文化交流的重要窗口。市委宣发部连续组织多轮中外媒体赴西港特区集中采访，原创舞剧《南国红豆》在柬、泰巡演，向世界生动展现“一带一路”上的无锡贡献与文化魅力。

创新叙事

“锡式流量”引爆全球社交场

在社交媒体时代，无锡敏锐捕捉“流量密码”，以创新叙事激活国际传播的“锡式流量”。

无锡海外账号矩阵也逐渐建成，目前已入驻多个海外主流社交平台，账号主体包括政府部门、基层地方、文化机构等。其中，“魅力无锡”海外传播矩阵是主力军。“目前‘魅力无锡’除英文网站之外，海媒账号总粉丝数超过152万，覆盖全球45个国家和地区。”“魅力无锡”英文国际传播平台主主张潇宇告诉记者，英文网站全年发布稿件超350篇。

近年来，我市推出“外眼看无锡”“我的无锡故事”“锡游记”等原创视频和专题栏目，组织“爱在无锡”外籍友人线下参访体验活动。来自英国的Mike Hindle，是无锡国王学院外籍人员子女学校校长，他参与“我的无锡故事”活动时，讲述了他无锡安家的“奇遇记”。从开始的“一脸懵”到主动参加各类社区活动，从努力学习中文到已经可以熟练使用各种App，Mike校长同所有选择无锡、定居无锡、热爱无锡的外籍友人一样，融入了“锡式新生活”。

无心插柳的传播带来现象级效应。中国驻圣保罗副总领事田玉震发布无锡拈花湾新年视频，“魅力无锡”加入转发，引发链式反应。外交部发言人毛宁也在个人社交账号上为无锡点赞。无锡国际传播的发布内容还获得了印度总理莫迪、联合国前副秘书长埃里克·索尔海姆等海外各界知名人士的点赞，以及联合国教科文组织等国际机构的关注。



智库赋能

构筑国际传播新高地

面向未来，无锡正着力构建智力支撑体系。无锡城市形象国际传播智库汇聚了11位业界专家学者。他们与中央广电总台、新华社、中国社科院等“国家队”合作共建在锡智库机构，深入研究“构建更有效力的国际传播体系”等核心课题，为无锡实践提供理论指导和策略支持。

“国际传播的核心竞争力，最终在于人才。”一位受聘的智库专家指出。无锡正实施“国际传播领军人才计划”，定向培养复合型人才，并依托“中国故事共创会无锡基地”，培育了一批活跃的“洋网红”。这些外籍创作者，如“美国小哥眼中的无锡面孔”“侃侃中国”“娜塔莎一家”等，用独特的视角和真实的体验，向世界讲述他们眼中的无锡故事，成为城市国际传播的宝贵财富。

从太湖明珠到世界舞台，无锡正以文化为基、创新为翼，多元合力，奋力打造国际传播的“生动窗口”。当《二泉映月》的旋律在巴黎街头响起，当拈花湾的禅意影像吸引世界首富的目光，当西港特区的“无锡样板”在东盟收获赞誉，无锡向世界递出的，已不仅是一张城市名片，更是一串关于中国地方城市开放包容、创新发展的生动故事。（韩玲）