

# 城市新媒体营销



[城市新媒体营销\\_下载链接1](#)

著者:讲武生

出版者:西南财经大学出版社

出版时间:2014-2-1

装帧:平装

isbn:9787550406865

这是一个混沌的时代，我们一直处于一边在建设，一边在破坏，一边在向往，一边在怀旧的状态。我们所生活的城市如此，城市营销亦如此。城市大美，营销能小否？

作者介绍:

姓名: 文汐

外文名: wenxi

国籍: 中国

民族: 汉族

个人履历:

北师大历史学学士

北大新闻传播学硕士

资深品牌公关传播专家

品牌危机管理专家

新媒体营销专家、资深危机管理顾问

担任多家培训机构讲师、多家知名企业战略、品牌顾问与合作伙伴。

历任:

IRIS企划机构执行总经理

新浪网、百度华北区核心代理商执行总经理

分众集团看购网市场副总裁

北京华迅传播总经理

目录:

[城市新媒体营销\\_下载链接1](#)

## 标签

新媒体

城市营销

论文材料

本书将重点介绍，在新媒体时代，城市如何搭乘新媒体的顺风车进行宣

市场营销

## 评论

这是一个混沌的时代，我们一直处于一边在建设，一边在破坏，一边在向往，一边在怀旧的状态。我们所生活的城市如此，城市营销亦如此。城市大美，营销能小否？

-----  
新媒体营销正是火热时，正好可以好好学习学习。

-----  
新见解，新思路，与时俱进，值得一阅，是一本题材新颖的好书。

-----  
新媒体的热度越来越高，但究竟什么才算是新媒体，而城市新媒体营销又是什么，这一切在本书中会得到答案。

-----  
这本书对城市营销进行深入分析，探析城市品牌的重要性及当前城市形象传统宣传方式，使我们学新媒体的孩子一定要读的书。

-----  
随着科技日益蓬勃的发展及信息化进程的加快，新媒体产业快速兴起。因此，新媒体技术被广泛应用各个领域，尤其在城市营销中的创新应用。这本书对城市营销进行深入分析，探析城市品牌的重要性及当前城市形象传统宣传方式；对新媒体技术及其应用进行全面分析，分别对新媒体技术在各个领域的应用一一阐述；这本书还对新媒体技术在城市营销中的创新应用进行总结，表明新媒体技术的创新应用更能够在城市营销中发挥极大的推动作用。

-----  
书中的序言写到：这是最好的时代，但同时这是最坏的时代。确实，随着科技日新月异

的发展，互联网的普及，新媒体的发展，我们的表达越来越自由了。但是，资讯快餐了，语言空洞了，我们人与人之间面对面的交流似乎也变少了。然而，就是在这样的一个时代下，我们的营销方式也发生了改变。本书介绍了在这样一个时代下，用案例解析新媒体的运作。

城市的宣传和包装，是当前摆在中国每一个城市面前的课题。如何打响城市的知名度，带动城市的经济发展，拉动旅游等各种产业的迅猛发展，是每一位城市的规划者、建设者都要认真考虑的问题。中华文明源远流长，延续了数千年，因此在中华大地上也有着众多历史悠久的城市。挖掘传统的历史文化资源，打造城市的品牌，一直都是城市建设的途径之一，也是一座城市进行对外宣传的主要内容。随着当今科技的发展，各种新媒体如雨后春笋般涌现出来，这给城市营销也提供了一种新的思路。传统文化与现代技术的联姻，带来了一场城市营销的革命。不过科技是把双刃剑，新媒体有其优势，也有其弊端，城市新媒体营销过程中如何扬长避短成为摆在大家面前的难题。

新媒体时代，城市形象的传播也有了新的方式，本书提到的城市营销就是一直有意思的城市形象建构方法，喜欢关注新媒体和城市传播的同学可以看看

朋友学营销的，然后他推荐了我来读这本书。他说，我们人生无处不在营销，还是要多学学知识，不要做个无知的女人。

新媒体，应该称为数字化新媒体，是一种媒体形态。我们的生活也越来越离不开这种它，那么就好好的利用它吧！

在新媒体对城市营销的重构下，如何积极适应而又不过度营销，通过城市营销的各个案例，讲解城市新媒体营销的新体系。

对于新媒体的营销运作，这本书提供了完整的解析和案例，值得营销者学习。

作者从一个独特的视角诠释了新时代下的城市营销，比较有新意

本书将重点介绍，在新媒体时代，城市如何搭乘新媒体的顺风车进行宣传。

---

作为媒体人，我们如果局限于传统媒介，势必被时代淘汰，新媒介不是敌人而应该是朋友。

---

新媒体营销是当今每个媒体人和新闻行业的人的必修课！

---

一直有泛读的习惯，总是觉得不同领域的东西能给自己带来不同的见解。虽然从事的职业与新媒体营销无关，但是个人还是满关注新媒体领域，现下新媒体势头发展正旺，未来力量不可小觑。而这本书使我对新媒体营销有了一个整体概念。

---

新媒体蓬勃发展，掌握了新媒体就掌握了话语权！在大家都在追逐新媒体的时候，我们应该更深入地去了解其规律。

---

[城市新媒体营销\\_下载链接1](#)

## 书评

现在几乎每个人都有自己的微博，微信等社交工具，在这些形形色色的社交媒体上都可以接触到营销这一概念，或通过微博大V来做广告，或者是微信公众号来进行推送，又或者是在微信朋友圈进行信息的轰炸。新媒体引发的城市营销新格局、城市营销新策略架构、城市营销新内容模式、城市...

---

要弄清楚这个问题，首先要了解什么是新媒体。新媒体，（NewMedia）是一个相对的概念，是报刊、广播、电视等传统媒体以后发展起来的新的媒体形态，包括网络媒体、手机媒体、数字电视等。新媒体亦是一个宽泛的概念，利用数字技术、网络技术，通过互联网、宽带局域网、无线通信...

---

总是看到“虚拟网络让现代人没有了生活”这样的观点，可是虚拟网络本身就是一种生

活，也是未来生活的一个不可逆趋势。所以我们要做的并不是排斥它，而是顺应它，并在顺应的过程中辟出另一片天地，毕竟，事物都是有两面性的。我们做营销的就更要看到这点了，要勇于接受挑战，抓...

---

新媒体营销已经开始逐渐的成为现代营销模式中最重要的部分，利用互联网、移动电视、手机短信等一系列在高新科技承载下展现出来的媒体形态，被现代人们称为新媒体。网络媒体都已经不可避免的加入了社交属性，哪怕只是一个分享按钮，只要你能通过一次点击将信息分享给社交网...

---

随着互联网的出现和科技的发展,公众接收信息的渠道日益丰富多样,新媒体产业也逐渐被广泛应用到各个领域。本书通过完整的案例和解析向我们表明:单纯依靠传统媒体来传播形象已无法覆盖大部分的目标受众,并且传统媒体受自身的局限也不能完全展示出城市形象。新媒体的出现,恰恰弥...

---

本科和研究生阶段，我都是学习的新闻传播这个专业，硕士论文的课题也与城市形象传播有关，所以对这本书很有兴趣，就忍不住读了读。书中提到的新媒体环境下，城市形象的建构和传播，是对城市的一种营销，是将新媒体中的城市放入了市场化视域中加以思考。新媒体本身及其的...

---

随着科技日益蓬勃的发展及信息化进程的加快，新媒体产业快速兴起。因此，新媒体技术被广泛应用各个领域，尤其在城市营销中的创新应用。本书对城市营销进行深入分析，探析城市品牌的重要性及当前城市形象传统宣传方式；对新媒体技术及其应用进行全面分析，分别对新媒体技术在各...

---

新媒体+营销是新媒体时代的热门话题，值得探讨。在传统媒体纷纷陷入困局的今天，新媒体的声势如日中天，而与营销学的跨学科讨论也十分有意思。本书从城市营销学的角度和新媒体结合，探讨了危机传播、品牌战略等内容，十分有趣

---

新闻人众所周知的事，是传统媒介如报纸、杂志、广播、电视在当下不可否认地已经是夕阳产业，生存在夹缝中，被新媒体挤占了生存空间。新媒体，名字前卫而抽象，但却与我们的日常息息相关，网络、手机、数字电视孕育了新的传播方式……当广告商家在选择投放广告时，是选择传统媒...

---

城市营销需要苦练内功，首当其冲是要对城市品牌进行分析，明确城市形象的根本出路在于人文传播，核心元素是人，而不是事件和景观。城市营销应倡导“人本”，让城市更有人情味、人文精神和人气。在新媒体时代，城市营销要搭乘新媒体的顺风车。

-----  
在这个瞬息万变的时代里，我们不知道身边会发生什么。新媒体的力量究竟有多大？看了这本书后思考了许多东西，我们整日面对着冷冰冰的手机、电脑，却忽视了人与人之间的温暖与情感。新媒体的影响还远不止于此，在新媒体时代，传统城市营销也受到了许多冲击，这些都是我们应当思...

-----  
笔者坚持城市营销必须牢牢围绕城市与人，以跨平台的整合传播为基础，以跨界的事件营销为中心，并以立体化的舆情管控为保障，才能有效完成一个现代城市的形象传播。当然仁者见仁，智者见智，在一个壮阔而无法把握的快时代，我们只能不断发现与总结，从迷雾中寻找一条出路。我们...

-----  
[城市新媒体营销\\_下载链接1](#)