

目 录

摘要	3
1 绪论	2
1.1 研究背景及意义	2
2 以黑鲸为例的潮牌行业背景	2
2.1 潮牌以及黑鲸是什么	2
2.2 以黑鲸为例的潮牌市场分析	4
2.2.1 潮牌相对于传统品牌的优势	5
2.2.2 潮牌黑鲸发展所面临的问题	6
2.2.3 黑鲸的竞争对手分析	7
2.3 以黑鲸为例的潮牌用户画像研究	8
3 新媒体以及新媒体矩阵的应用	
3.1 新媒体行业发展概况	9
3.1.1 新媒体发展历程	9
3.1.2 新媒体行业现状	10
3.2 新媒体平台格局分析	10
3.2.1 典型新媒体平台	10
3.2.2 如何选择新媒体平台	14
3.3 新媒体矩阵的定义及特点	14
3.4 新媒体矩阵的作用	15
4 利用新媒体矩阵推广潮牌黑鲸	
4.1 设计黑鲸的新媒体矩阵	16
4.1.1 选择合适的平台搭建外矩阵	17
4.1.2 搭建平台内矩阵	17
4.2 潮牌黑鲸的新媒体营销策略	18
5 总结	19
参考文献	20
Abstract	21
致 谢	22

基于新媒体渠道的潮牌推广矩阵设计——以潮牌“黑鲸”为例

摘 要:本课题的研究将融合新兴新媒体平台渠道并组合成新媒体推广矩阵,利用新媒体推广矩阵来宣传潮牌中以黑鲸为例的潮牌。本文利用文献法和数据分析法得出的结论共分为四个部分,第一部分主要介绍了以黑鲸为例的潮牌的背景与未来发展趋势,以及黑鲸存在的问题;第二部分主要介绍了新媒体渠道的价值以及新媒体渠道所包含的各大平台;第三部分主要介绍了新媒体矩阵推广的意义;第四部分主要介绍了如何搭建新媒体矩阵推广潮牌黑鲸。

关键词: 潮牌 新媒体 黑鲸 新媒体矩阵

1 绪论

1.1 研究背景及意义

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/796024150213010233>