

ultraedu  
泰岳教育

互联网 + 新媒体营销规划丛书



丛书主编 秋叶 / 张向南 勾俊伟 编著

# 新媒体 运营实战技能

**权威经验，体系完善**

封面图、信息长图、九宫图、GIF图、创意云文字、表单处理、H5制作

**图文并茂，实操性强**

模拟社交平台对话、二维码生成与美化、移动端管理微信公众号、微信一键关注

中国工信出版集团

人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS



# 新媒体 运营实战技能

丛书主编 秋叶 / 张向南 勾俊伟 编著

人民邮电出版社  
北京

## 图书在版编目 (C I P) 数据

新媒体运营实战技能 / 张向南, 勾俊伟编著. — 北京: 人民邮电出版社, 2017. 6  
(互联网+新媒体营销规划丛书)  
ISBN 978-7-115-45623-6

I. ①新… II. ①张… ②勾… III. ①传播媒介—运营管理 IV. ①G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第092621号

## 内 容 提 要

本书用7章的篇幅,介绍了运用新媒体平台的技术操作,第1章重点介绍了新媒体图片的创意思路及制作技巧,包括微信公众号封面图、信息长图、icon图标、九宫图、GIF图片的具体操作方法;第2章重点介绍了创意云文字、微信排版、滑动看图等新媒体文字的排版方法与处理技巧;第3章介绍了新媒体表单处理技能,引导读者对表单结构、设计场景及具体应用进行了全面了解;第4章介绍了H5的创意思路及制作方法,解析了引发H5传播的心理因素;第5章重点介绍了主流新媒体开发平台,包括第三方管理平台的接入方法与具体功能、微网站与微商城的搭建方法等;第6章介绍了新媒体音频与视频处理的技能,主要包括微信朋友圈视频下载、语音聊天导出与合并、音频与视频格式转换等技巧;第7章选取了新媒体运营中最常用的微信对话与朋友圈的截图模拟、二维码生成、一键关注页面、热点资讯获取等的优化技巧与策略。

本书适用于企业新媒体营销的学习者和从业者使用,也可作为本科院校及高职高专院校市场营销类、企业管理类、商务贸易类、电子商务类专业的新媒体营销课程的教学用书。

---

◆ 编 著 张向南 勾俊伟

责任编辑 古显义

责任印制 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

固安县铭成印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16

印张: 12.75

2017年6月第1版

字数: 203千字

2017年6月河北第1次印刷

---

定价: 39.80元

读者服务热线: (010) 81055256 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

广告经营许可证: 京东工商广登字 20170147号

# 丛书编委会

主 编 秋 叶

副 主 编 萧秋水

成 员 刘 勇 秦 阳 叶小鱼 张向南 勾俊伟

哈 默 乔 辉 涂洪波

# P

## 前言

# REFACE

随着移动设备以及移动网络的发展，各种新型媒体平台犹如雨后春笋般出现。新媒体以相对较低的推广成本、年轻且付费意愿强的人群、与消费者面对面沟通的机制等优势，成为企业首选的营销平台。

不过，迎来新媒体的同时，企业也面临一系列挑战：微博刚出现时，了解如何发微博、如何配图，就可以开展新媒体工作；但是随着整个新媒体行业的发展，微信、知乎、短视频、直播等新平台和新玩法不断出现，受众开始不满足于企业发布的常规文章、图片和视频，更希望看到“有趣、炫酷、新鲜”的内容。因此，只会写文章而不懂创新呈现形式、只会做内容而不会使用新媒体工具的企业，其营销效果必然受影响。

一部分企业新媒体负责人已经意识到了这一点，开始尝试优化内容并使用新媒体工具。但是到了实战环节，又会遇到一系列新的问题，如：

公司要发布一款产品，该如何设计海报？

九宫格图是如何做的？

排版竟然可以这么美，怎么做到的？

封面如何制作？注意事项是什么？  
微信公众号如何一键关注？  
朋友圈、QQ 等对话截图如何模拟？  
GIF 图在哪里找？  
如何使用开发者模式功能？  
H5 真炫酷，怎么做的？  
信息长图是怎么做的？

.....

每当有一个不错的想法时，“无法实现创意”成了企业新媒体运营最大的绊脚石。

本书以新媒体运营实战为基础，力求为读者呈现完整的运营图谱，包括图片、排版、H5、表单、开发者功能应用、音频与视频制作等一系列内容。相信本书能够为读者打开新媒体运营的大门，帮助读者解决运营过程中的问题，从而有效提升读者的新媒体工作效率。

新媒体行业每天都在更新迭代，建议在学习本书的同时，随时关注新媒体平台的最新规则与新媒体工具的版本升级，实现更有效的营销效果。

本书由张向南和勾俊伟编著，由于作者水平有限，本书若有不当之处，恳请广大读者提出宝贵建议和意见，以便再版时修改。

编者

2017年3月

# C 目录 CONTENTS

## 01 Chapter 新媒体图片处理技能

- 1.1 封面图 2
- 1.2 信息长图 22
- 1.3 icon 图标 34
- 1.4 九宫图 46
- 1.5 GIF 图 67

## 02 Chapter 新媒体文字处理技能

- 2.1 创意云文字 84
- 2.2 文字排版 94
- 2.3 图片排版 103
- 2.4 音频和视频排版 108

## 03 Chapter 新媒体表单处理技能

- 3.1 表单结构 112
- 3.2 表单工具及应用 114
- 3.3 表单场景 121
- 3.4 表单发布与数据分析 123

## Chapter 04 新媒体 H5 制作技能

- 4.1 H5 的概念 127
- 4.2 引发 H5 传播的心理因素 128
- 4.3 H5 的五种展现形式 130
- 4.4 H5 的页面设计 131

## Chapter 05 新媒体开发功能处理技能

- 5.1 校园类平台：腾讯微校 139
- 5.2 企业类平台：V5KF 148

## Chapter 06 新媒体音频、视频处理技能

- 6.1 新媒体音频、视频下载 155
- 6.2 使用手机制作视频 163
- 6.3 音频、视频格式转换 166

## Chapter 07 新媒体运营小技巧

- 7.1 模拟社交平台对话 171
- 7.2 二维码的生成与美化 174
- 7.3 移动端管理微信公众号 185
- 7.4 微信一键关注 189
- 7.5 新媒体热点资讯的获取 192

**写在最后** 195



# 01 Chapter

## 新媒体图片处理技能

通过阅读本章内容，将学到

- 微信封面图的获取与制作方法
- 信息长图的设计思路与拼接技巧
- icon 图标的搜集与制作步骤
- 九宫图创意思路与设计方法
- GIF 图片获取方式及制作方法
- 截取视频动图的常用工具与方法

在读图时代，作为视觉化呈现的重要一环，图片的重要性不言而喻。无论是微信公众号、微博头条还是今日头条，都需要为文章配图。与传统媒体不同的是，新媒体配图更加多样化，既有常规的图片插入，又有衬托文字场景的 GIF 图，还有承载更多信息的信息长图等。

本章内容从搜集图片、制作图片入手，以图片的各种使用场景为教学基础，详细讲解新媒体图片的生成全过程。

## // 1.1 封面图

封面图（见图 1-1）作为进入读者视线的第一张图，其重要性不言而喻。目前新媒体封面图主要有以下两种形式。

- （1）直接使用图片作为封面图。
- （2）将添加文字以突出文章主题的图片作为封面图。

不论哪种形式，搜图都是制作封面图的必备技能。通过互联网进行图片搜索时，你必须要知道如何找到无版权、可商用的高清图片。



图 1-1

### 1.1.1 搜索高清无版权图片

版权图片通常指经过图片的著作权持有人（创作图片的作者或者机构）

授权，可用于商业、出版、展览等用途的图像作品。使用版权图片，可以联系图片的版权持有人并获得使用授权，但是这类图片在使用时，往往需要支付给版权持有人一定的授权费用。

版权图片的授权形式有很多种，国际上最常见的有 RM 和 RF 两种形式。

RM 授权是英文 Right Management 的缩写，它表示版权管理，即版权持有人将其图片交给图片经纪机构，图片经纪机构可根据客户的用图范围、发行数量、时间等因素来商定图片的授权价格。在中国，使用这种授权的版权图片经纪机构主要代表是华盖创意、全景视觉等公司。

RF 授权是英文 Royalty Free 的缩写，这是目前国际上比较流行的授权方式，直接翻译成中文是“免版税”，即用户购买图片授权后不需要按照其使用的方式、次数、取得收益比例等向作者支付版税，而是一次性支付小额的使用费，便可以获得作者的授权，不受时间、地域、出版数量等限制，也不会与使用图片所取得的收入挂钩。

常规的搜图，可以通过搜索引擎进行搜索。常见的搜索引擎有中国搜索、百度、搜狗、360 搜索、必应、雅虎、谷歌等。同样的关键词在不同的搜索平台搜索到的内容不相同，通过不同的语言搜索得到的结果也不相同。在具体搜图时可以通过不同的搜索引擎和不同的语言（如尝试搜索“狗”或“dog”）进行搜索，以搜到合适的图片。在搜索图片内容精准度以及可用图片丰富度方面，推荐使用谷歌图片搜索和必应图片搜索。

当搜索引擎不能搜索到满意图片或需要使用无版权图片进行商用时，可以尝试在专业图片网站进行搜索。以下八个高清图片类网站，图片无版权限制，可以用作商业用途。

**注意：**免费下载、免费可商用的素材均禁止出租、转售、分割、注册商标等违反站方版权协议，违反当地法律法规的行为。

## 1. Gratisography

简介：Gratisography，英文界面，仅支持英文关键词搜索。图片分类包括全部、动物、自然、物体、人物、城市、搞怪。

下载方式：在网站内找到想要下载的图片，如图 1-2 所示，单击图片后直接下载。

## 2. 摄图网

简介：摄图网（见图 1-3），中文界面，支持中文搜索，专注免费摄影图，分类丰富且可免费商用下载。

下载方式：在网站内找到想要下载的图片，单击图片右侧的“免费下

载”按钮。



图 1-2



图 1-3

### 3. FREEIMAGES

简介：FREEIMAGES（见图 1-4），中文界面，图片分类包括野生动植物、建筑、军队与武器、艺术与设计、汽车、商业与金融、名人、教育、时尚与美容、花草树木、游戏与卡通、食物与饮料、健康与医疗、假日休闲、家居设计、工业、自然风光、电子乐器、户外活动、人物、宗教、科技、符号标志、运动健身、纹理与样式、道路交通等。

下载方式：在网站内找到想要下载的图片，单击图片下方的“下载”按钮。

### 4. pixabay

简介：pixabay（见图 1-5），中文界面，图片分类包括交通运输、产业技术、人物、动物、健康医疗、商业金融、地标、宗教、建筑、教育、旅游度假、科学技术、美妆时尚、背景、花纹、自然风景、表情、计算机、

运动、音乐、食物与饮料。

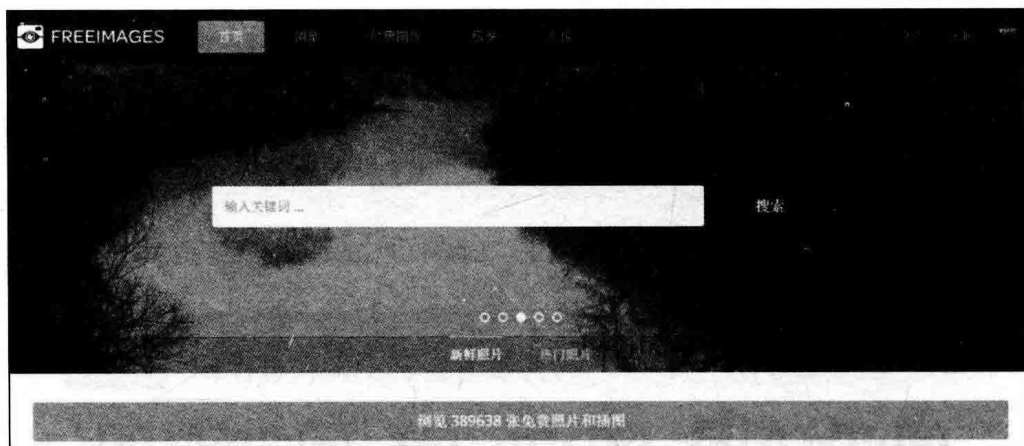


图 1-4

下载方式：在网站内找到想要下载的图片，单击图片右侧的“免费下载”按钮。



图 1-5

## 5. Photopin

简介：Photopin（见图 1-6），英文界面，图片搜索引擎，支持中英文搜索。

下载方式：在网站内找到想要下载的图片，鼠标移动到图片上，单击“Get photo”按钮，在弹出的界面中选择所需尺寸后，单击“Download”按钮。

## 6. 其他高清图片网站

扫描以下二维码（见图 1-7）获取其他图片网站，其中包含的各类图片库和摄影师摄影作品，均无版权限制。



图 1-6



图 1-7

除此之外，设计导航可以对设计素材、灵感酷站、灵感画板、设计教程、配色、设计工具、尺寸规范、Sketch、信息图、前端开发、UED 团队、Designer Game、设计公司、培训机构等图片设计的各方面进行索引，覆盖范围非常广，如图 1-8 所示。通过设计导航链接到的图库，包含收费、免费、无版权、有版权等各类图片及素材。



图 1-8

## 1.1.2 精准搜索图片

在日常生活、工作中看到一张图片，想要找到这种风格的其他图片怎么办？虽然通过图片类网站可以获取大量的图片，但并不能精准地搜索与这张图片风格类似的图片。

而采用以图识图方式对图片进行搜索，可以更精准地搜索到所需图片。

与日常搜索先输入关键词对结果进行搜索不同，以图识图是对结果进行来源搜索。

以图识图搜索图片的具体操作步骤如下。

**Step1** 保存图片并上传至计算机。

手机截图保存至手机相册——使用 QQ “我的设备” ——“我的电脑”选择图片——单击左下角“编辑”裁剪出图片部分——“发送”至计算机（见图 1-9）。若手机已保存图片，可直接发送至计算机。



图 1-9

**Step2** 使用“谷歌图片”搜索引擎并“上传图片”进行搜索，如图 1-10 所示。



图 1-10

**Step3** 选择搜索结果链接及图库。

在“外观类似的图片”中可以查看相似图片，同样可以打开搜索结果链接，查看相关网站等，如图 1-11 所示。



图 1-11

综合以上搜图技巧，配合图片网站搜图及以图识图，可以大大提升搜索图片的效率。

### 1.1.3 制作封面图

#### 1. 对封面图的一般要求

封面图不仅是一张简单的图片就可以解决的，不同的平台对于封面图的要求各不相同，有的对图片格式有要求，有的则对图片尺寸有要求。



(1) 微博头条文章是微博针对发送大量文字和图片的需求推出的图文编排工具,如图 1-12 所示。在微博网页版中,单击微博输入框下方“头条文章”,即可进入头条文章编辑页面,如图 1-13 所示;在微博客户端中,单击底部“+”菜单后,单击“头条文章”即可进入头条文章编辑页面。头条文章的尺寸以及格式要求,在网页版与客户端上都是相同的。



图 1-12

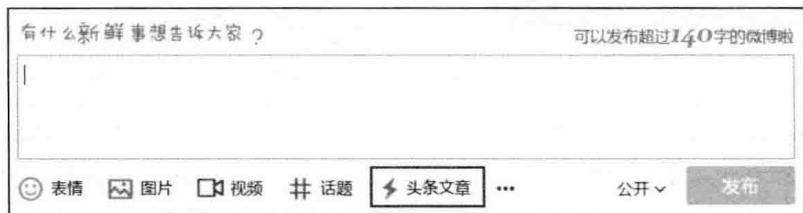


图 1-13

微博头条文章封面图尺寸要求为 1000 像素×562 像素,信息安全区尺寸为 1000×400 像素。封面图格式为 JPG、PNG、GIF,封面图大小不超过 5MB,图 1-14 所示为头条文章后台编辑框。

(2) 图 1-15 所示为微信公众账号封面图,其尺寸要求为 900 像素×500 像素(见图 1-16),格式为 JPG、PNG、GIF。封面图大小不超过 5MB。

(3) 头条号封面图尺寸没有要求,封面可选择自动、单图模式、三图模式三种模式。“自动”即从图文中随机抓取一张图作为封面图,“单图模式”即上传图片后进行在线裁剪(见图 1-17),“三图模式”仅在 Wi-Fi 环境下显示。图 1-18 所示为头条号后台封面设置界面。