

国际新闻界

[传播理论研究](#)

[最新目录](#) | [下期目录](#) | [过刊浏览](#) | [高级检索](#)

[◀◀ 前一篇](#) | [后一篇 ▶▶](#)

营销传播中的第三人效果研究：理论和实践本土化

曾秀芹 程煜

厦门大学新闻传播学院

Review on the Third-person Effect in Marketing
Communication: Theoretical and Applied Research in Chinese
Context

ZENG Xiuqin, CHENG Yu

School of Journalism and Communication, Xiamen
University

[摘要](#)

[图/表](#)

[参考文献\(0\)](#)

[相关文章 \(0\)](#)

[点击分布统计](#)

[下载分布统计](#)