

<<畅销书策划88法>>

图书基本信息

书名：<<畅销书策划88法>>

13位ISBN编号：9787501188826

10位ISBN编号：7501188823

出版时间：2009-8

出版时间：新华出版社

作者：要力石

页数：215

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<畅销书策划88法>>

### 前言

要力石君是老相识、老朋友。

起初，只觉得他朴讷厚重，为人一如其名——要努力做事，坚定如石。

后来，他去做出版工作，见面就少了。

几年过去，他不仅策划出版了不少广受欢迎的好书，还有多种图书出版策划的专著问世，并被不少高校的编辑、出版专业选为教学参考书，誉之者称为“要氏图书策划学”，足见其书见重于当世。

他的论述，比较集中于畅销书的组织与策划。

“畅销”这个词儿，图书出版界一直在用。

但“畅销书”，尤其是“畅销书策划”的概念，却是上个世纪末期才从国外引进。

“文革”前的17年，许多政治性书籍，因为借助政权的力量向国民普及，销行始终畅达；各类教材也因教育规模的扩大年年要下气力才能保障供应，其他书籍每年出书并不太多，总共不过一万来种。

除去各种阅读有限的专业书籍，真正可称畅销的，主要是供大众阅读的文学类书籍。

因为品种有限，稍有可观，便成畅销。

如《红旗谱》、《青春之歌》、《红日》、《红岩》、《创业史》等，都曾风靡一时，《红旗谱》、《红岩》、《青春之歌》等作品动辄销量便是数百万册，大家也不以为怪。

“文革”中对出版事业的摧残，造成了“文革”后的书荒。

## <<畅销书策划88法>>

### 内容概要

《畅销书策划88法》是一本实用性强的本土畅销书策划手册，把畅销书的编印发特别是选题策划分解为88个具体方法和思路，将操作方法、经典案例、策划理念和作者的策划经验融为一炉，以清新、平易、活泼的文字，让读者在轻松阅读中熟悉和掌控畅销书的策划玄机。

本书适用于出版社编辑策划人员、出版管理者、编辑出版专业学生、各类图书公司职员和书业研究人员阅读。

## <<畅销书策划88法>>

### 作者简介

要力石，新华社高级编辑，新华出版社副社长、编审。  
中国作家协会会员。  
新闻与传播学硕士生导师。

著有《生命与爱的咏叹》、《四十回眸》、《跳出箱子外的思考——国外大企业创新思维》（译著）、《谋划出书》、《实用图书策划学》《出版策划》（与宫承波共同主编）、《红楼梦经典释义800题》、《与媒体共舞》（即出）。

主持策划了《范长江文集》、《高科技高思维》、《智慧风暴》、《汪国真新作选》等的媒体推荐活动，策划了《中国名记者传略与名篇赏析》、《中国国情读本》、《刘心武“红学”之疑》、《攻心：谈判智慧36计》，是“金蔷薇”名人丛书、国内第一套地铁书“地铁伴读丛书”和国内第一套大型全彩网络民意丛书“搜索系列丛书”的总策划。

分管过出版社的编印发和行政工作，多次组织出版社参加北京书展和京外大型书市，以及法兰克福书展、华盛顿书展、中国香港和澳门图书博览会等。  
有数十篇图书策划论文发表在《新闻出版报》、《中国图书商报》、《出版广场》、《出版广角》、《出版人》、《出版参考》等报刊。

所著《实用图书策划学》出版后，被《出版人》杂志称为“要氏图书策划学”。  
该书已列入中国人民大学、北京师范大学、南京大学、河北大学、中国传媒大学等院校编辑出版专业的必读书。  
清华大学图书选题策划高级培训班、中国传媒大学、湖南出版投资控股集团、山东曲阜师范大学、河北大学新闻传播学院等邀请作者讲授图书选题策划课程。

## &lt;&lt;畅销书策划88法&gt;&gt;

## 书籍目录

序言：高明出版人的三种本事第1法：畅销书折射历史第2法：百岁畅销书榜单第3法：“嫁人要嫁易中天”第4法：30本畅销书之最第5法：畅销书的界定第6法：识时务者为好书第7法：得风气之先第8法：女人爱买畅销书第9法：乐活是个时尚词第10法：为有源头好书来第11法：“摩尔定律”的启示第12法：为书找到读者第13法：需求是现在进行式第14法：填好畅销书申报单第15法：一则红学策划文案第16法：畅销选题6要素第17法：金氏的4要点第18法：畅销的N个理由第19法：别算错了版税第20法：测算畅销书成本第21法：利玛窦画错了地图第22法：“林肯总统的医生的狗”第23法：“我正在重读”的经典第24法：名人书是永恒选题第25法：10招打造名人书第26法：畅销书的分众化第27法：总理一句话催生地铁书第28法：书名是畅销书的眼睛第29法：具备6强的好书名第30法：8秒钟内一见钟情第31法：设计会说话的封面第32法：封面构图技巧第33法：写好提示语第34法：立体的画儿第35法：给畅销书束腰儿第36法：畅销书难以复制吗？第37法：畅销书方程式第38法：一则畅销味浓的广告第39法：畅销书经纪人初长成第40法：策划团队的“议程设置”第41法：名人名事名题第42法：畅销书的操盘高手第43法：造势改变命运第44法：造势的三重境界第45法：与媒体共舞第46法：给畅销书打广告第47法：名导的广告效应第48法：一则与书相关的创意第49法：8条造势操作实务第50法：黑与白’的创意效果第51法：一则有品位的广告第52法：与名人套瓷第53法：套瓷但别碰瓷第54法：用“由头”糊弄总统第55法：《学习的革命》是大手笔第56法：铺货是最好的宣传第57法：畅销书的入市时机第58法：商机是位不速客第59法：畅销书跟着热点跑第60法：畅销书与影视互动第61法：畅销书的“节日版”第62法：畅销书的全媒体出版第63法：畅销书的常销DNA第64法：畅销书编辑的新闻鼻第65法：要像鹰眼般敏锐第66法：阅读书目之乐第67法：广义的图书政治质量第68法：忠告准畅销书作者第69法：零差错是最高境界第70法：倒流水定价法第71法：20元是心理价格极限第72法：降价趋势原则第73法：复合型畅销书编辑第74法：周百义“智取”二月河第75法：你的思考你做主第76法：多懂点制作第77法：畅销书营销二八法则第78法：畅销书三六发行模式第79法：畅销书的造势营销第80法：畅销书的联动营销第81法：畅销书的创意营销第82法：“烟花型”贵在刹那芳华第83法：让读者等另一只靴子第84法：负面书评与“浸润市场”第85法：畅销不了就“拔牙”第86法：两个节点上的风险第87法：原创是源不是流第88法：“双链式”经营模式附录：一、编辑出版名词解释二、出版研究参考书目三、《出版人》：要氏图书策划学后记：必先利其器

## <<畅销书策划88法>>

### 媒体关注与评论

要力石的《畅销书策划88法》虽然未能给出包赢的允诺，却给出了策划畅销书时克敌制胜的各种可能，就像太极拳谱可以有24式、48式、108式等诸多套路，但真到实践，运用之妙，还是存乎一心。

——陈四益（著名学者，著有《当代杂文选粹·东耳之卷》和丁聪插图本《绘图新百喻》《唐诗别解》等） 上品图书来源于慧眼、匠心的精心策划，要力石撰写此作为立志于创作和了岸上品图书的人提供了一柄得心应手的金钥匙。

——张宝瑞（著名作家、文革手抄本《一只绣花鞋》作者） 书籍是智慧的结晶，而策划是书籍的灵魂，闪烁着智慧的光芒。

资深出版人要力石先生把自己多年所悟的图书策划真经奉献出来，无疑将会给更多的人以启迪。

特别是在全国出版社转企改制的今天，相信《畅销书策划88法》必将成为智者制胜的法宝。

——宫喜祥（清华大学新闻与传播学院伊斯雷尔·爱泼斯坦研究中心研究员、《今日中国》杂志社社长）

<<畅销书策划88法>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>