

<<中国书业营销金典>>

图书基本信息

书名：<<中国书业营销金典>>

13位ISBN编号：9787100090124

10位ISBN编号：7100090121

出版时间：2013-1

出版单位：商务印书馆

作者：孙月沐,张贤明

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>

## <<中国书业营销金典>>

### 内容概要

本书收集营销案例73个。

均选自中国出版集团公司所属机构，这些在中国出版业界久负盛名的出版社，运作了许多在全行业具有重大影响和标志性意义的市场营销、渠道拓展等方面的成功个案。

作为“国家队”，他们出色的产品与多年图书零售市场份额雄居第一的业绩有目共睹，而本书为您呈现其营销制胜的幕后故事。

书业营销与其他行业相比，因图书产品本身的独特与繁多而难度更大。

书中每个案例皆批露了不为人知的实操细节，其中的精彩创意、创新包括操作经验，使这些案例特别具有参考价值。

此外，还选编了部分图书的营销策划文案。

本书对于编辑、发行、市场营销人员极具参考价值。

## &lt;&lt;中国书业营销金典&gt;&gt;

## 书籍目录

策划篇：抓住引爆市场的关键点 “语文新课标必读丛书”：助学图书市场上的常青树 《旷野无人》：二次创作传递人文关怀 从大历史、大书到大品牌——王树增战争系列及近代历史系列出版启示 《现代汉语学习词典》：创新编纂理念，突出学习特点 “商务馆小学生系列辞书”：辞书语料库的开拓性应用，为孩子学习量身定做 “一本书读懂”系列：做市场书不要自我设限 《马未都说收藏》系列：抓准专业内容中的畅销元素 《中国人应知的国学常识》：利用比较优势，让书自己“码堆儿” 《月读》：依托传统，应运而生 《中国儿童百科全书·上学就看》：为6~9岁儿童“蹲下来” 《中国儿童百科全书》：叫好又叫座的秘诀 《中国幼儿百科全书》：能看能说能听又能画这样炼成 “情韵中国”系列：阅读推广助原创图画书突破营销“瓶颈” 《中国美术百科全书》：填补美术出版的空白 百种艺术教育系列：教材开发做大艺术教育板块 将中国当代作曲家的作品推向世界 《好歌不断》：大众歌本营销记 《中国音乐史图鉴》：让中国旋律奏响世界舞台 《我们仨》：不张扬缘何依然畅销? 《雷锋：1940~1962》：如何把“主旋律”做成畅销书 《鲁迅箴言》：四个版本的新出版模式 《红军1934~1936》：从1000种同类书中“跳”出来 《三联生活周刊》：碎片化阅读中保持品牌完整、品位高端 “三新馆配千书工程”激扬年少书香 “口腔医学精粹”丛书：专业学术会议营销带动全局 《书法》：抢占教材先机，夺取“制高点” 市场篇：因时而变，把握机遇 《毛泽东最后七年风雨路》：精准“落地”成就畅销书 《1911》：非虚构类纪实题材作品的整合营销 《藏獒》系列小说的营销策略：选择最强大的对手 《中国虎》：以动物保护为营销契机 “中华现代学术名著丛书”：学术论文大赛吸引一代年轻学者 《冬吴相对论》：以“价值传播”为核心的营销操作 到一地“火”一地的《姥姥语录》 《第一次的亲密接触》：无心插柳柳成荫 《中国大百科全书》(第二版)：社店合作创新营销，渠道传达快速有效 《我们俩》：博客明星出书，宣传多管齐下 《百种红色经典连环画》：大型图书的渠道全拓展 准确定位、精耕细作的《目送》 《当代药用植物典》：专业渠道与常规渠道双向营销 政治学系列丛书：以书评活动推动销售 《认识商业》：利用评选活动营销自己 “疯狂英语”系列：营销从作者开始 《少儿希腊神话全集》的网络营销：抓住一个契机，用好一个点子，救活一套书 “世界历史有一套”减少营销信息损耗 《东京疑案》：用故事营销自己 “牛津经典童书”：网店为先的中高端销售策略 《石油大棋局》：最大限度发挥作者及新闻营销魅力 《雷锋全集》：用雷锋精神来做出版营销 《荣宝斋》期刊：紧抓学术，拓展经营 《大都市》：好运作模式决定好销量整合篇：整合多元资源，跨界培育新市场 “双推计划”——集约化图书营销模式的探索 “读者大会”传递阅读的快乐 “哈利·波特”的本土化营销 《推拿》：特殊题材的营销定位和策略 《风之影》：试读创意营销 《新华字典》第11版的文化营销：小字典，大文化 “汉译世界学术名著丛书”(珍藏本)：特殊产品的渠道宣讲 商务经营的蓝海战略 《于丹(论语>心得)》：版权输出的360。

运作 “DK系列儿童百科全书”：畅销背后的营销基准点 借势大英百科全书事件，聚焦中国百科全书品牌 《中国美术全集》：细节营销激发全国百店推广活动成功 《对照记@1963》：新书剧场秀“投石入潭”引波纹效应 《富爸爸，穷爸爸》：畅销背后的巧运营 《壹玖壹壹》：全球发行，与书同步举办展览 《上海：1842—2010，一座伟大城市的肖像》：异业合作营销以点带面 《那些年，我们一起追的女孩》：次第渐进组合营销烧旺“纯爱”这把火 《中华活页文选》：有所为有所不为 《时光之轮》：“零薪酬”组建校园营销团队 BIBF图博会：创新方式进行品牌营销、媒体营销和关系营销 海外图书采选系统(PSOP)：以培训为主导进行复合式营销 语言服务之上海世博大市场营销 从授权经营到连锁经营，荣宝斋品牌战略营销再发力附录 附录1 “哈利·波特”封面招标策划相关文案 附录2 《那些年，我们一起追的女孩》媒体宣传预案 附录3 《石油大棋局》营销策划方案 附录4 《1911》项目推进时间表后记

## <<中国书业营销金典>>

### 编辑推荐

鲜活的营销案例！

创新的营销理念！

揭秘畅销书制作与营销的秘密！

给你打开市场大门的金钥匙！

《中国书业营销金典(一)》收集营销案例73个。

均选自中国出版集团公司所属机构，这些在中国出版业界久负盛名的出版社，运作了许多在全行业具有重大影响和标志性意义的市场营销、渠道拓展等方面的成功个案。

本书中每个案例皆披露了不为人知的实操细节，其中的精彩创意、创新包括操作经验，使这些案例特别具有参考价值。

本书由孙月沐、张贤明主编。

<<中国书业营销金典>>

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>