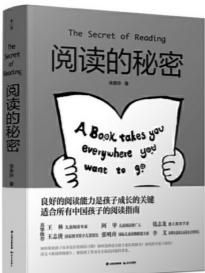


● 本版关注



## 爱是阅读的秘密

如何帮助孩子培养良好的阅读习惯?如何选择适合孩子成长的图书?如何指导孩子阅读?为找到这些问题背后的答案,作者徐美玲从认知科学、儿童发展心理学、文化理论等角度出发思考,以年龄阶段为经、以阅读专题为纬,将各个年龄段细分,以孩子能力发展特点为基石,分析了几乎所有可阅读的图书类型,客观、公

正地给出阅读建议,解开儿童阅读的奥秘,帮助孩子更好地阅读。

徐美玲是童书、儿童阅读独立研究者,曾任爱阅公益基金会教育发展委员会执行主席,“爱阅童书100”评选专家,央视青少年阅读竞赛出题人之一。爱阅公益基金会理事长李文评价该书是一部非常全面系统、理论与实践紧密联系的儿童阅读指导书,是家长和儿童阅读推广工作者绝好的帮手和助手。

(文萱)

《阅读的秘密》徐美玲著/晨光出版社2020年4月版/68.00元

## 电商指南:这些口碑书不容错过

书单顾问  
郑杨

据商务部2019年发布的报告显示,中国电子商务市场规模持续居全球之首,中国网民规模已超过9亿人,互联网普及率达64.5%;全国电子商务交易额达34.81万亿元,其中网上零售额10.63万亿元。刚刚过去的双11购物节,阿里巴巴数据显示,2020年天猫双11全球狂欢季实时成交额突破3723亿元,一举超过了去年天猫双11总成交额2684亿元,不仅如此,京东的成交额也已经超过了2000亿元。电子商务发展如火如荼,越来越多的企业和个人想加入到电子商务的大潮中来。但是,做好电商也不是一件容易的事儿。一个网上店铺从0到1,从孕育到成熟,要注意和解决的问题有很多。记者梳理了近年来在电商图书领域拥有较好口碑的图书,让关注电子商务的读者了解产品定位、营销运营、流量转化、爆款打造等众多概念方法,在完全竞争的电商市场中占得先机。



《淘宝天猫店是如何运营的——网店从0到千万实操手册》贾真著/电子工业出版社2017年5月版/49.80元

ISBN:9787121313769

**推荐理由:**现在很多谈电商经验的书,大多是碎片化知识,零散不成体系,无法系统地给卖家提供帮助。天猫TOP10卖家、电商知名讲师贾真把自己运营店铺的经验系统地总结出来,把碎片化的“干货”组成一个系统的知识体系写进书中。从选择行业、产品到进货、拍照上架;从产品细节运营优化、搜索到付费推广等;从招聘员工、分工到绩效考核、电商财务、品牌分销等,都进行了详细的介绍。该书出版后深受读者欢迎,作者荣获当当第五届影响力作家,该书也是电子工业出版社建社35周年获奖图书。



《流量池》杨飞著/中信出版社2018年4月版/68.00元

ISBN:9787508666769

**推荐理由:**移动互联网时代,信息日益冗余,新闻速朽。整体流量增长速度放缓,而竞争者数量高速增长。想改变流量变少、变贵、欺诈频繁的现状,必须打造品效合一的营销策略,但如何实现成为痛点。该书作者杨飞是各种刷屏级营销事件操盘手,在书中他倾囊相授,毫无保留地公开他用一年半时间获取3500万用户、90分钟创造2.28亿元订单的营销奥秘。该书告诉读者该如何通过品牌、裂变、微信、事件营销、数字广告、直播等八大途径破解流量困局实现流量获取、营销转化以及流量运营和再挖掘,实现用户指数级增长。



《零基础学短视频直播营销与运营》魏艳编著/化学工业出版社2019年3月版/58.00元/ISBN:9787122330697

**推荐理由:**该书揭示了直播营销时代,网红主播的账号构建、吸粉技巧、直播间布置技巧、网红主播个人形象打造与提升、赢利方式等精彩干货内容,能够教会网络直播新人,从基本的做起,从做好每一个细节做起,切实提升自己的职业素养,并提高自己的职业技能,实现由网络直播新人到网红主播的华丽变身。



《爆红:让内容、视频及产品疯传的九个营销秘决》[澳]布伦特·科克著 张涵译/中国人民大学出版社2019年5月版/59.00元/ISBN:9787300267487

**推荐理由:**人人都想了解这个世界最流行的观念是如何被人们疯传的,渴望创造出让人们忍不住分享的内容、视频和好点子,梦想自己能迅速蹿红,让品牌一夜之间家喻户晓。该书作者通过对心理学、数学和经济学等不同领域的前沿研究以及相关案例的分析,解释了内容为什么能像病毒般疯传,分析了产品、品牌、内容以及个人迅速蹿红背后的原因与规律,总结出爆红的九大营销秘决,让你的产品成为爆款,让品牌炙手可热。



《小红书为什么红》曹珂瑄著/中国经济出版社2019年8月版/58.00元/ISBN:9787513660600

**推荐理由:**作者从2018年开始研究小红书的玩法和规则,已经成功打造百位小红书达人和品牌合作者,为多个品牌做小红书推广工作。在书中她和读者分享了小红书的运营之道,以及具体的操作技巧,也给大家系统解读小红书的成长史和商业模式,帮助大家更加顺利地在小红书平台深耕内容、运营社区、打通电商、进军短视频等领域,和小红书一起成长。



《无内容不电商:电商内容运营指南》胡敏著/机械工业出版社2019年10月版/69.00元/ISBN:9787111645368

**推荐理由:**近年来,我们在电商行业听到最多的一个词就是“内容运营”。如今,很多APP上50%的成交都来自于内容转化,未来占比还会越来越高。搜索和活动流量的不断减少,已将电商内容化提升到电商行业未来长期核心战略的高度。该书详细披露了在内容为王的趋势下,如何利用这些变化让电商生意少走弯路,快速翻盘,在消费升级新时代下成功突围,在未来立于不败之地。



《疯传:让你的产品、思想、行为像病毒一样入侵》[美]乔纳·伯杰著 刘生敏、廖建桥译/电子工业出版社2020年6月版/58.00元/ISBN:9787121387869

**推荐理由:**是什么让事物变得流行?从买轿车、买衣服、吃三明治,到给孩子取名字,你是否知道为什么某些产品会大卖,某些故事被人们口口相传,某些电子邮件更易被转发,或者某些视频链接被疯狂地点击,某些谣言更具传播力,某些思想和行为像病毒一样入侵你的大脑。该书为读者揭示这些口口相传和社会传播背后的科学秘密,并且告诉你如何将产品、思想、行为设计成具有感染力和传播力的内容。



《点亮视频号》刘兴亮、秋叶著/电子工业出版社2020年7月版/69.00元/ISBN:9787121392535

**推荐理由:**视频号横空出世,微信官方给视频号打开了高级别人口,那么怎样抓住视频号的红利?该书两位作者结合各自在视频号平台上的运营实践经验,为广大读者全面介绍了视频号的诞生背景、基础操作、平台功能和规则、内容策划和运营策略等,也为广大家读者全面解读了视频号的商业红利、商业模式和成功案例等。该书是一本极具前瞻性的能让读者及时、全面地了解视频号的实操宝典。



《从零开始做内容:爆款内容的底层逻辑》吕白著/机械工业出版社2020年10月版/69.80元/ISBN:9787111664604

**推荐理由:**微信公众号火完,头条火,头条火完,抖音、快手、小红书火,从文字时代到视频时代,传播内容的媒介和载体变得很快,但内容的本质从未改变。该书作者吕白知目前内容总监,腾讯微视情感、汽车品类前负责人,中传融媒媒体研究院研究员,一刻talks讲者、千万爆文作者,1亿粉丝操盘手。该书是作他在内容行业从业多年实战经验的总结,涵盖了内容运营的精髓与核心,从什么是内容讲起,提炼出爆款内容的底层逻辑、策略与方法,并拆解了大量经典案例及自身操盘的案例,以便读者更好地应用。



《用户增长实战笔记》金磊著/人民邮电出版社2020年10月版/69.00元/ISBN:9787115548009

**推荐理由:**随着流量红利的消失,我国互联网用户规模见顶,用户获取、留存及商业收入等指标的提升面临巨大挑战,用户增长工作被越来越多的互联网企业重视。那么,用户增长工作应该怎样更高效地开展呢?该书作者总结了其在滴滴、腾讯等知名企业的实战经验,用流畅的语言娓娓道来。该书首先明确了用户增长的动力在于提升用户价值,简要介绍了用户增长的核心工作内容,以及快速开展用户增长工作的具体方法和案例;其次系统地介绍了用户增长所依赖的效率工具搭建思路,用户增长相关的算法模型,以及实战中的用户增长团队工作方法;最后介绍了我国部分一线互联网企业和自媒体的增长现状,并整理了实战的通用经验。



《玩赚短视频》魏颖著/清华大学出版社2020年10月版/39.00元

ISBN:9787302538042

**推荐理由:**在互联网界,拥有了用户就拥有了流量,流量是最为珍贵的资产和价值,这便有了对于短视频利用开发的动力和价值。随着移动互联网的更加完善和普及,短视频将会越来越受青睐,也将更加具有价值。该书从概念解读、发展趋势分析、思维方式、顶层设计、运营策略、运营维护、发展前景等几个方面立体化对于短视频运营作出系统化指导,让运营落地更加有效,也通过短视频的运营获取到新的流量资源,进而转化变现,成就新的商业机会。



《直播电商:从消费红利到数智创新》郭全中著/人民邮电出版社2020年10月版/79.00元/ISBN:9787115546395

**推荐理由:**直播作为新媒体时代的主流行业,与直播电商有着密切的关系,其本质都是为了吸引流量,从而转化“粉丝”、创造盈利。近年来,淘宝、快手、抖音3家互联网公司加大对直播的支持力度。基于此,《直播电商:从消费红利到数智创新》从全平台、全系统出发,从更宽的视角阐述直播电商的现象及特点,挖掘直播电商大流行背后的原因与逻辑,分析其对社会、企业、个体的影响与作用,以及企业、平台与个人应该如何拥抱直播电商,实现产品的销售和增值,具有实用性。



《私域电商》陆高立著/清华大学出版社2020年11月版/69.00元

ISBN:9787302552055

**推荐理由:**该书作者具有多年私域流量运营和教学经验,抖音上有百万粉丝,目前已帮助数万名电商卖家、微商和企业用户成功做旺店铺。该书包含私域电商、私域流量、社交引流、微信导流、流量变现、社交媒体、微商运营、小程序电商、短视频电商、内容电商、自媒体电商等内容,帮读者全面系统地学习私域电商运营技巧,让你的变现之路变得简单、轻松,让你产品爆卖,轻松赚钱。



《增长飞轮 亚马逊跨境电商运营精要》老魏著/电子工业出版社2020年11月版/79.00元/ISBN:9787121394041

**推荐理由:**该书作者老魏有10余年的跨境电商从业经历,他编写的前一本关于亚马逊运营的图书,印量近5万册,得到了读者的良好反馈。作者参考读者的反馈意见,结合亚马逊跨境电商新的商业环境写成该书。书中围绕亚马逊的平台知识和运营技巧展开,系统讲解了亚马逊账号注册、后台操作、选品思维与方法、商品优化、站内广告的设置与优化技巧、亚马逊卖家运营技巧、不同类型商品的爆款打造方法、FBA发货、VAT税务等内容。该书内容针对性强,讲解的知识、技巧和方法易学、易懂、易操作、易落地执行,是跨境电商从业者不可或缺的运营指导书。



《跨境电商法律实务一本通》吕友臣著/海天出版社2020年11月版/68.00元/ISBN:9787550729179

**推荐理由:**该书是德恒(深圳)律师事务所海关专业团队理论与实践相结合之作,内容包括跨境电商基础知识、监管政策演变及核心政策解读、案例分析。该书作者整合团队实践经验,梳理国家法律法规,对关于跨境电商领域出现的问题进行面面俱到的解读。该书有理论、有案例、有法规,一书在手,可以说是读者身边的关于跨境电商法律事务的法律顾问。



《流量制造:从位置流量到用户流量》何兴华著/东方出版社2020年11月版/79.00元/ISBN:97875052014389

**推荐理由:**该书认为,当今企业不缺用户,缺的是用户运营的能力。作者创造性地完整阐述了流量制造理论,提出用户运营的过程就是流量制造的过程。每个企业都需要快速、完整的锤炼用户运营能力。其中,品类运营商将成为这个流量制造时代的超级玩家。品类商基于六大优秀基因,有能力蝶变为超级流量场,从销售渠道商升级为营销服务商,从不动产运营商升级为用户资产运营商,并主导构建用户运营数字共同体。该书从源头上解决了流量少、流量贵、流量存在七重巨大浪费的痛点。

● 特别推荐

“双11”是各家出版社重磅新书密集上市的黄金时间窗口,机械工业出版社华章公司出版的《社群化:酣客5年100倍增长的社群方法论》一推出就收获了十分耀眼的成绩。该书上市3天,斩获京东图书销量冠军,荣登图书总榜榜首,首印3万册全部售罄。

出版行业开始关注社群这个主题大约是在2012年左右,社群类图书出版的高峰期大约是2015年前后。目前市场上相关主题的书已经达数百本之多,近一两年来社群类的新书出版很少,因为供给和需求已经严重失衡。然而,《社群化:酣客5年100倍增长的社群方法论》一上市就瞬间引爆,正是因为该书解读了中国实业社群的标杆酣客公社的运营秘诀,引发众多商学院、商业研究机构、中小企业和个人读者的关注。

**酣客的社群到底有多成功**

酣客公司成立于2014年,没有资源禀赋,没有资金优势,从零起步,通过社群模式,业绩实现了5年100倍的增长,每6秒就能卖出一瓶酒,成为中国白酒领域的知名新品牌,是中国酒业之都贵州仁怀的标杆企业。

社群在酣客的快速成长中发挥了非常重要的作用:第一,社群是酣客商业模式的核心,酣客酱酒的管理、经营全部建立在社群的基础上。第二,社群是酣客酱酒的主要销售渠道,酣客99%的酒都是通过社群模式销售的。第三,社群是酣客与粉丝的连接器。5年来,酣客公社积累了数十万的付费企业家会员,这些会员都是酣客的铁粉和忠诚的伙伴。第四,社群是酣客企业文化的土壤。酣客的成功,很大程度上归功于酣客企业文化在酣客公社里生根、发芽和生长,驱动整个酣客生态健康、快速成长。

**“社群化”拉开“重做”序幕**

酣客对社群的定义与我们目前能看到的所有关于社群的定义和理解都不同,酣客将社群定义为:“软组织+心联网”,将社群方法论总结为15字诀:“人、认、价、理、开、怀、信、关、工、符、织、范、品、根、力”,分别对应粉丝盈余、认知盈余、价值盈余、伦理盈余、开度盈余、情怀盈余、信息盈余、关系盈余、工具盈余、符号盈余、组织盈余、范式盈余、品质盈余、根气盈余、扭曲力场盈余,全面揭示了酣客公司的底层逻辑和运行方式。社群只有在这15个方面全面做到盈余,才是一个有粘性、有生命力、能创造无限可能的社群。

用户需求在不断变化,科技在不断地为企业赋能,每一个产品都值得重做一遍,每一个行业都值得重做一遍,这已经成为普遍共识。《社群化:酣客5年100倍增长的社群方法论》一书认为,作为一个开端,酣客拉开了各行各业“重做”的大幕。

苹果重做了手机、特斯拉重做了汽车、巴奴重做了火锅、元气森林重做了气泡水、韶音重做了耳机……各行各业都值得重做一遍,各行各业都有机会重做一遍,像酣客重做了酱香型白酒这样的成功的案例数不胜数,越来越多。

《社群化:酣客5年100倍增长的社群方法论》通过对酣客重做酱香型白酒的得与失进行复盘,同时研究和分析了各行各业大量的重做成功和失败的案例,总结出了一整套“重做方法论”,其中“社群化”是其中的重要一环,不可缺失。酣客的这套“重做方法论”将作为“重做系列丛书”陆续出版,一共15册。

酣客的创始人兼董事长王为(酣客老王)是酣客公社的精神领袖,也是“重做系列丛书”的作者,他一直有一个很远大的理想,那就是“通过传统实体经济兴业报国”,他希望“重做系列丛书”能将企业成功经验分享给中小企业,帮助他们快速成长。

关键

社群

营销

企业

重做

文

章

中国出版传媒商报记者

王为

著

机械

工业

出版社

2020年1月版

89.00元

ISBN:978711666080