

畅销有理



[畅销有理_下载链接1](#)

著者:方卿

出版者:广东教育出版社

出版时间:2005-1

装帧:平装(无盘)

isbn:9787540657376

畅销书是一种商业现象，是书业企业成功的商业运作的结果。再好的文化产品，离开了

有效的商业运作仍然难以大量行销。商业运作虽然不可能具有像“传销”所宣称的“给我石头也能卖得出去”那样的魔力，但是，它的确可以将符合文化市场需求的文化产品进行有效地包装并通过科学的渠道大量推向市场。本书中我们选作案例的图书的畅销都是与出版企业成功的商业运作密不可分的。

案例的意义在于它对同类事件的启迪价值。我们采撷近年来我国书业企业在畅销书运作方面的一些成功案例编成这本书，希望这些成功的畅销书运作实践能够为我国畅销书的运作提供一些有益参考。

作者介绍:

目录: 一 名人传记·随笔

- 1 编辑慧眼识珠玉，化平凡为神奇《文化苦旅》
- 2 编辑提前介入，全程主导运作《看上去很美》
- 3 项目负责制和区域竞标的独到运用《痛并快乐着》
- 4 名人图书的全程营销策划典范《不过如此》
- 5 非常时期的非常出版《护士长日记》
-

二 青春校园文学·爱情小说

.....

三 经管·教育·励志

.....

四 少儿魔幻小说·绘本

.....

五 科普读物

.....

· · · · · (收起)

[畅销有理_下载链接1](#)

标签

畅销书

案例

出版

编辑

方卿

文化产业

写作

study

评论

分析得很认真，有收获！

学者写实务类的书，就是流于空洞。

大学期间读的，我喜欢图书营销

不够详细

这本的摘抄我回过头看都有些看不懂了，是书的失败还是我的失败？

多是案例

[畅销有理_下载链接1](#)

书评

[畅销有理_下载链接1](#)