

数据有度



[数据有度_下载链接1](#)

著者:许秋里

出版者:电子工业出版社

出版时间:2016-8

装帧:

isbn:9787121294945

《数据有度：场景时代的内容玩法》是一本让人脑洞大开的内容玩法书，给新一代叙事者提供了十八般武器。清晰的构架、简洁的语言、坦率的态度，整本书无不流露着新一

代互联网原住民颠覆传统的创新基因。

运营无招，数据有度。把握好数据的尺度，把数据做出角度、深度、温度、态度，这是《数据有度：场景时代的内容玩法》的核心。围绕新消费、玩互动、融呈现、变模式这4个维度，《数据有度：场景时代的内容玩法》从场景化叙事聊到用户激励和内容产品经理，分享了内容、传播、团队迎接变革的心路历程。

产品的玩法本身会经历兴衰，但只要人的创新精神在，就可以在新的场景下持续玩好内容。作者的探索与思考，无疑可以给内容运营从业者带来多元启发。

推荐准备从事内容传播和广告策划工作的在校生、互联网产品运营从业者、移动互联网内容创新领域的研究者，以及企业市场和品牌传播从业者参考阅读。

作者介绍:

许秋里，内容运营创新的实践者。

围绕内容创意、技术创意与品牌传播的结合，在《中国传媒科技》等期刊发表多篇文章。

全国职业院校新媒体运营培训班、江苏高校新媒体竞争力培训讲师。

先后担任网易本地项目内容组长、网易新媒体实验室主管。

现为新浪新闻资讯运营副主编、新浪新媒体实验室负责人。

目录: 第1部分 新消费

第1章 屏阅读时代 003

说好的“内容为王”，到底什么算好内容？ 005

门户网站专题中的交互信息图，是怎么做的？ 010

移动阅读以屏为单位，内容消费习惯变了吗？ 019

当HTML5 页面遇上数据可视化，会发生哪些反应？ 024

第2章 新闻游戏化 031

资讯获取是娱乐需求，要吸引用户主动来用 033

游戏服务内容，趣味性和主题鲜明要相互统一 035

体验中有目标达成，是游戏型可视化的关键 039

第3章 场景化叙事 043

场景化叙事：形式服务内容，图片构建故事 046

保持用户想法和新闻故事的逻辑推进同步 049

故事化呈现：设计好包袱，让资讯变得有趣 053

第2部分 玩互动 059

第4章 萌拟人化 061

拟人化，和枯燥单一的概念化展示说“再见” 064

体验型“萌拟人化”带你体验内容场景 067

自述型“萌拟人化”可视化让内容有感情 068

第5章 用户激励 073

激励型新闻产品能激活时政新闻的“睡眠用户” 075

差异化的用户阅读结果体验促进产品分享 078

第6章 动画视频 081

选题：话题越抽象，越有动画解析的必要 084

传播：有趣、有干货、有卖点才能传播得更远 086

策划：要从话题和角度上考虑其可复用性 088

第3部分 融呈现	093
第7章 音频	095
H5 交互策划是多媒体报道在移动端的再现	098
音频能渲染报道的氛围，起到画龙点睛的效果	100
使用音频能有效补充信息，弥补篇幅的局限性	103
音频在该位置出现时，需确保有效且必需	105
第8章 交互	109
长信息图的手机阅读需要上下拖拉，逻辑性较差	112
Gif 动画能使用户一屏浏览完多维度内容	114
H5 交互专题需要保证页面切换的强逻辑性	116
以时间为自变量，让其他数据随之变化	118
地理关系也是切割可视化内容的重要方式	120
巧妙设计按钮和过渡页浮层来补充内容逻辑	122
第9章 角度	127
找好带动专题逻辑的小角度，突出新闻干货	130
小角度解构大背景，避免相近的选题同质化	132
跳出常规解读，提供角度引导用户自己思考	134
第4部分 变模式	141
第10章 修改和再修改	143
数据的选择要权威，图例、图注的呈现要准确	146
数据的选用要尽量新、近，且跟叙事主题统一	147
多组不同维度的数据构成一个图，分别注明来源	148
数据的叙事层次推进，需符合主题逻辑的演绎	150
通过颜色、形状、大小的不同来区分多维度逻辑	152
数据展示的主要信息或趋势，需要和主题相吻合	154
第11章 不增加阅读成本	157
可视化是为了炫技还是为了更好地传递信息？	159
做可视化如果要保持一个初衷，那是什么？	161
第12章 内容产品经理	165
内容产品化，数据新闻团队协同作业是必需	167
报道融合化，富媒体专题要求编辑多元把控	168
技能多元化，采编和原创的外延发生着变化	170
资讯社交化，渠道多元推动编辑有传播意识	172
新闻游戏化：议程设置需要更加重视产品体验	174
附录 头脑风暴，需要三个人玩	177
后记 创新，最好玩的是人	185
· · · · · ·	(收起)

[数据有度_下载链接1_](#)

标签

内容运营

入门运营必看

内容玩法

互联网

社交媒体营销

数据新闻

评论

太贵了……
现在真的是什么都可以出书了。。。这应该是作者专栏的合集吧，大概十几篇的内容，里面书页大量空白，文字量超级少。心疼60多软妹币
随便看看对可视化新闻如何操作有大致了解

太差，浪费时间

数据在新闻中的展示应用。

额，被题目骗了。这本书应该叫《H5技术下的新新闻媒体》

可能是我不是新闻从业者吧，也可能是18年再看有些过时了。整体来说，写新闻和写书还不是一回事，书的道理过于浅显，也没有总结出什么真正的方法论。其中H5的使用方便还有点作用，其他感觉就是示例的堆砌

这是一本很有设计感的书，图文的排版给人的感觉是恰到好处的，读起来毫不费力。在内容方面，以案例为主，结合网易新媒体实验室产出的各类专题深入浅出的总结分析，一下子就被代入到作者和其团队在策划内容当时的情景中，如何选题、又是怎样考虑到这样独到的角度、以及方向确认后的协作和输出，至最终呈现出有良好交互的H5形式专题内容，能够感受到团队在一定的压力下，凝成一股劲去突破的那种劲头，很有感染力。

虽然案例基本是属于内容运营的工作范畴，但这个实验室在做的内容创新，将内容产品化、数据可视化，这种探索 and 创新的思维方式，同样值得其他类型运营新人学习，在工作中若保持这样的意识，可能会找到更多的突破口。

比较平静地看完，哈哈……

容易看下去。有用

可视化是一种工具也是书的叙述工具，书似乎在讲着别的东西，比如对新闻和传播的理解。看了两三遍。

买了一个场景时代8本书的套装，里面有场景革命、参与感、引爆点等，这本书还行。

在做一个关于移动新闻的社交媒体传播研究，有用！

选题的敲定、素材的收集、内容的包装与呈现以及团队的协作

可以看到信息图在国内实践的迭代进化及背后原因，能举一反三。

看完整本书，觉得这是市面上少有的能结合真实案例和数据、场景、用户、内容等多维度展示的新的内容玩法。看完感受深受启发，也知道看事情换一些有趣的奇特视角会有更不一样的效果。创新的必须的，也是在这个内容为王的时代，让内容能被更多的人接受和赞扬的方式。做内容运营2年多，感觉看完也收获颇丰，看完案例解析，也对一直膜拜的网易新媒体实验室更加敬佩。值得从事内容、文案、新媒体等从业人员一看的好书

内容情怀是一个迭代的概念，我能感觉到一些东西，好评。

H5感觉没那么流行了。当然书籍有它的耐看性。

想起一位朋友在讲话：）加油。

创意是一个好东西。

一种新的新闻传播实践吧。

可以吧，参照困难，毕竟很多东西用不大上了。启发创新的思考有帮助。

[数据有度_下载链接1_](#)

书评

身为个人站长的我在读到《数据有度—场景时代的内容玩法》时还一头雾水？何为“数据有度”，但当前几篇文章读完后有了一些认识。大多数站长习惯了PC端网站内容的优化，为了取悦搜索引擎，为了增强站内粘性、为了增强内容丰富度则常常长篇大论，内容间穿插着大量锚文本，许多本...

[数据有度_下载链接1_](#)