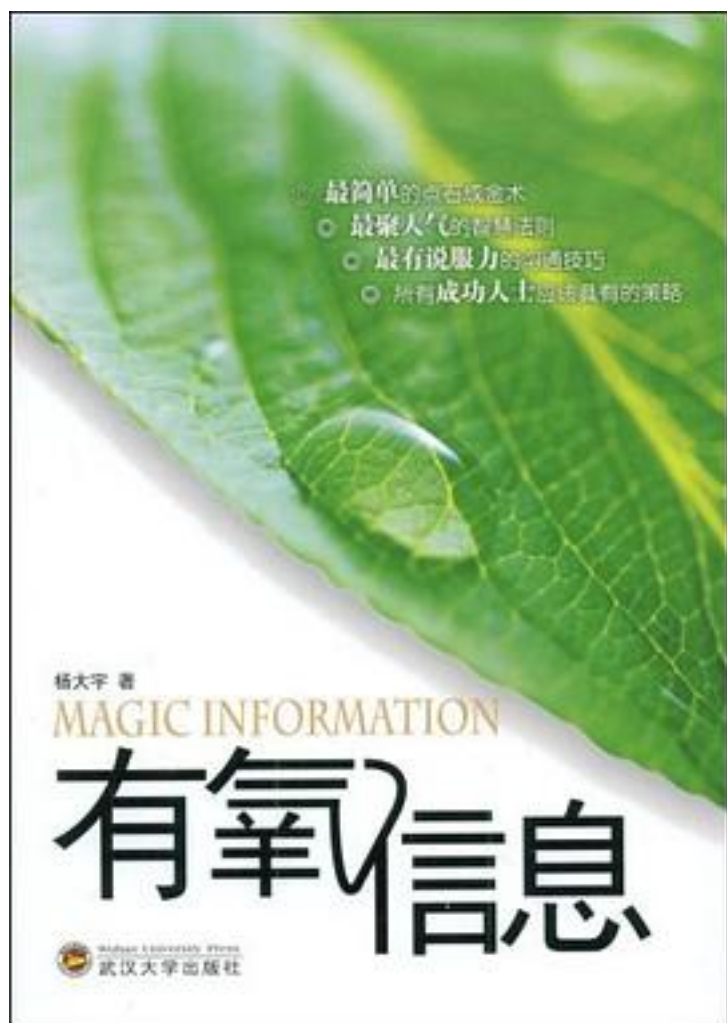


# 有氧信息



[有氧信息\\_下载链接1](#)

著者:杨大宇

出版者:武汉大学出版社

出版时间:2009-2

装帧:平装

isbn:9787307067356

《有氧信息》主要内容：有氧信息让信息接受者的地位空前提高，每一个试图接受信息

的人，都会被信息的制作人充分考虑到。有氧信息能够让多方受益，但获益最大的，却是有氧信息的制作人本人。出色的有氧信息制作人往往是人们眼中的明星。有时候，他们会以知名学者的身份出现；有时候，他们的头衔是畅销书作家；有时候，他们是站在荧幕前的节目主持人；有时候，他们是站在镜头后面的导演……无论他们以什么身份出现，都会迅速吸引公众的注意。因为他们传递的信息是有趣的，是简单的，是实用的。人们会为了这些快乐而给予有氧信息的制作人以丰厚的回报。在信息成功传递的过程中，财富、名声、地位都会作为副产品接踵而来，挡也挡不住。

如果您还没有成功，请翻阅它，因为它会让您成功。

如果您已经成功，请仔细翻阅它，因为它会让您更加成功。

如果您处在成功阶段，请认真翻阅它，因为它会让您巩固成功。

作者介绍:

杨天宇，2001年毕业于吉林师范大学，后在省重点中学任教，常年从事思维导图和水平思考等思维工具的研究。

2005年，担任上海《IT时报》特约撰稿人，主笔专栏“IT时评”。

2006年开始进入培训界，为家长、学生和企业进行培训指导，并出版了《中学生必读的智理故事全集》一书，在学生和家长中产生了不俗的反响。

2007，与中国发改委旗下的《中国中小企业》合作，担任特别撰稿人，为其撰写特约文章。

2008年，与武汉大学出版社合作，出版了《有氧信息》。此书标志着信息传播领域进入新的时代——有氧信息时代。为方便与读者互动，特做一专题博客，<http://blog.sina.com.cn/ydy135>，希望与广大读者朋友交流。

目录:

[有氧信息\\_下载链接1](#)

标签

思维

信息、沟通、传播

电子书

学习|记忆|方法

书籍

自我完善

学习

其它

## 评论

这本书有了“氧气”，却少了“营养”。

-----  
1个半小时看完，没什么新鲜之处，一点内容反复地说。看书还是得看经典。

-----  
有趣、简单、实用三原则。

-----  
犹如一堂生动的培训课，收获颇丰。我给5星！

-----  
至今觉得是我学了广告传播专业四年加上考研最最好的非专业的课本。很神奇的传播之道，有氧信息。

-----  
[有氧信息 下载链接1](#)

## 书评

版权归作者所有，任何形式转载请联系作者。 作者：壹（来自豆瓣）  
来源：<https://www.douban.com/doubanapp/dispatch?uri=/review/9196824/>  
这些是我在画出好成绩的这本书的长评中，复制粘贴过来的就是为了大家在使用有氧信息这本书的时候也警惕一些，但我没有用过，我也不知道...

-----

-----

前不久，我在豆瓣网上发表了关于《免费》一书的书评，结果那篇书评是我所有书评中回复最多的一篇，而那篇书评是我认为最没有意义的一篇，为什么会是这样？  
在看过《有氧信息》之后我明白了，因为那篇书评是我所以书评中写的最有趣也是最简单的一片（有氧的一篇）。《有氧信...

-----

花了一个星期左右的时间，总算看完了。虽然书名给人的感觉有点晦涩，但里面的内容却非常生动有趣，而且非常实用。平时看专业书看得头大，以为是自己的理解能力不行。看过了这本书才知道是自己不懂得将无氧信息转化成有氧信息。制作有氧信息那一章写得特别好。有很多技巧可以立...

-----

这是一本与语言相关的书籍，虽然书名有点让人摸不着头脑，但内容却非常实用，特别是对教师们来说。  
作者虽然没有以老师为例，但是我觉得书中的内容特别适合老师这个行业。比如，怎样让一堂课引人入胜？怎样把学生的注意力吸引到课堂上？现在很多学校都在进行新课改，我们也在摸...

-----

上周在书城看到了这本书，原以为是计算机或者信息检索方面的，就随手翻了翻。没想到让我挖到一个宝贝！  
我关注吸引力这个话题也有一段时间了。作为一个靠嘴巴吃饭的人，我几乎天天盼望着能找到一种让别人注意听我说话的捷径。为此，我曾经阅读过很多心理学方面的书籍，但是却...

-----

貌似“有氧信息”是作者原创的概念，我在百度上查看了一下，没有其他人用过这个词。不过很得体，也非常容易理解，只是放在书名里容易让人以为这是一部非常晦涩的学术著作。要是因为这个原因就错过这本书就太可惜了。  
由于工作关系，没少读那些极度浪费脑细胞的书籍。后来，也...

