

读书



一个爱书的人，他必定不致于缺少一个忠实的朋友，一个良好的老师，一个可爱的伴侣，一个温情的安慰者。

——巴罗

人的影响短暂而微弱，书的影响则广泛而深远。

——普希金

大数据信息 促进营销模式转型

□郑香霖



“大数据之父”维克托·迈尔舍恩伯格认为，世界的本质就是大数据。

仔细想来，确实如此。随着大数据时代悄然来临，数据不再是一个抽象的专业名词，它已经无孔不入地渗透到我们生活的方方面面。

每当飓风来临之前，美国沃尔玛都会将手电筒和蛋挞摆在一起出售，这是因为通过对沃尔玛的多维数据分析发现，季节性飓风到来之前，手电筒和蛋挞的销量都会大幅增加，飓风、手电筒、蛋挞之间有着一种神奇的联系；利用价格调整软件，零售商可以在一小时内自动修改200万件商品的价格，这是基于竞争对手价格和销售额等因素的一种动态定价机制；澳大利亚数字户外广告公司通过安装在数字户外媒体上的受众测量设备来实时采集受众的信息，当测出此时的观看人为女性，后台中针对女性用户且给出最高广告费的广告将自动播放。

本书中提到的上述案例都是基于大数据的渠道、定价和广告创新。作为一本关于大数据营销的教科书，不同于以往教材中只有枯燥晦涩的理论，本书每一章节都配有生动的经典案例，范围

涉及众多不同领域的领先公司，展示了诸如腾讯、IBM、沃尔玛等巨头公司在大数据营销中最具价值的应用案例。通过对这些案例的详尽分析，帮助读者更好地理解大数据营销的运作理念和方法。

那么，我们为什么要了解大数据？大数据究竟能给营销带来哪些变革？

信息技术的创新推动着思维模式的变革，大数据带来的信息风暴开启了营销模式的转型。麦肯锡全球研究院在五年前发布的一份研究报告《大数据：创新、竞争和生产力的下一个新领域》指出，数据已经渗透到当今每一个行业和业务职能领域，成为日益重要的生产因素；而人们对于海量数据的运用预示着新一波生产率增长和消费者盈余浪潮的到来。

对于市场营销来说，大数据可以帮助品牌发现机遇（新客户、新市场、新规律和新策略），回避风险和潜在威胁，同时也有助于品牌营销决策的调整与优化。因此，如何利用大数据技术实现更大的营销价值和效果，是值得不断思考和探索的领域。

本书作者阳翼十余年来潜心于营销领域，做了大量前瞻性的研究工作，有着丰富的理论功底和实践经验。不仅在传统营销领域颇有建树，对于大数据时代的新增营销也有着独到的见解，在广告、市场、数字营销等方面提出了诸多有价值的观点。相信本书能为高校广告、营销专业的学生及相关研究人员、从业人士打开一扇洞察大数据营销的窗口，同时在变革思维方式、培养大数据思维等方面带来启迪。

帮你成为一个 更优秀的运营人

□晓倩

的知识。

首先关于运营，无论哪个类型的运营人员，他的工作主要还是围绕用户展开的，相当于产品与用户之间的桥梁。这个工作内容本身就比较复杂，接触到的关于产品、关于用户的信息比较多，在这个过程中我们要形成自己的方法论，以及看待问题的角度和这个方面的体系等等。总的来说包括以下几个方面：1.充分了解用户，包括他们的基本属性和一些相对大众的理念等等。2.对于产品全局观的把控，包括产品调性、产品盈利模式、产品的类型路线等。

运营的分类包括用户运营、内容运营、活动运营、社区运营、品牌运营、渠道运营、商户运营、电商运营、新媒体运营。无论哪种形式的运营，都不能偏离自己的目标和产品调性，在把握此基础的前提下，无论做活动还是做内容，都要关注每一个细节和用户体验，哪怕一句文案，都要做到简明扼要，直击人心。另外最重要的两点就是：1.多看书籍，多看身边的案例，充分观察生活，不断学习不断优化自己的思路。2.团队合作：每个人所站的位置不同，考虑问题的角度肯定是不一样的。当然，资源都是有限的，每个需求的优先级都是不一样的，站在全局的角度去考虑问题，从而能够做到相互理解和支持了。

最后，每一份工作，都需要每天思考总结，形成自己看问题的思路和独到的见解，这对个人成长是非常有益的。

希望通过这本书，让更多的人能对运营的整体概况有全面和系统的认识，掌握每个具体的运营领域的工作方法，以及确立自己未来的职业发展方向。

本书站在一个非常务实又客观的角度详细描述了运营相关的各个方面



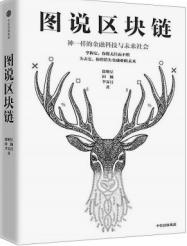
如何从“了解运营”到“精通运营”，可能是运营人最大的困惑。《超级运营术》正是对这个问题的全面解答。作者总结10年运营经验，提出一套完整的运营方法论，并运用大量典型案例进行了深入细致的阐述。书中既有一以贯之的运营思维，也有拿来自用的运营执行细节；既有基本运营概念梳理，也有同一领域的案例对比；既有团队组建方案，也有个体成长计划。这本书将帮助你成为一个更优秀的运营人！

《超级运营术》共分为三个部分，关键词分别是概述、方法和进阶。第一部分是第一章，讲述作者对运营的理解，包括运营的概念、分类和价值，以及通过身边同行的真实案例，展望了运营从业者的前景。第二部分是第二章至第六章，讲述运营的方法论，按照常见的分工，分别从用户运营、内容运营、活动运营、社区运营和产品运营的角度展开。第三部分是第七章，讲述运营进阶时会遇到的问题，包括运营在四个职业发展阶段将面临的机会和挑战，以及运营团队的组建和管理。

本书站在一个非常务实又客观的角度详细描述了运营相关的各个方面

用区块链技术 解决传统领域痛点

□张莉



徐明星
田颖
李霖月

区块链技术成功吸引了微软、IBM、摩根大通、阿里巴巴、腾讯等企业巨头的强烈关注，他们将区块链视为与人工智能、大数据等量齐观的金融科技三大支柱。但对大众来说，依旧是雾里看花，区块链究竟是什么？

会和我们普通人的生活发生关系吗？

金融科技在过去几年迎来了奇点式发展，其中最引人注目的当属区块链技术。区块链技术正在动摇全球金融基础设施，它是全球银行和其他金融机构重点追逐的领域。毫无疑问，区块链是未来5年最有前景的行业之一。《图说区块链：神一样的金融科技与未来社会》以图说这种新颖而浅显的方式，赢得了“最佳解说员”的荣誉。这本书由国内区块链技术团队OKLINK数字经济研究院策划撰写，该团队绘制了218幅全彩漫画，用简洁的漫画和生动的故事，呈现区块链的起源、原理和应用，让读者通过一本书就能读懂区块链。

近年来，比特币引发了广泛的社

会关注，它在金融和投资领域演绎财富故事的同时，也立即被高度监管。但伴随着比特币一起诞生的区块链技术却并不为大众所知。然而，区块链技术及其背后的运行理念，却正在给经营了数千年的传统交易方式打上巨大的问号，同时提出了跨时代的解决方案。它给全球金融基础设施带来了改革与调整的压力，全球各大银行和其他金融机构正在投入人力、物力，对区块链进行理论研究与技术探索，以布局领域前沿。而当这一切发生的时候，必然会给普通人的生活和相关部门的监管，带来深刻的变化。

区块链本质上是一个去中心化的分布式账本，其本身是一系列使用密码学而产生的互相关联的数据块，每一个数据块中包含了多条经比特币的网络交易有效确认的信息。

但什么又是去中心化？来看生活

中的一个例子。

我们网购一本书的流程是这样的：第一步下单，你把钱打给支付宝；第二步，支付宝收款后通知卖家发货；第三步，卖家收到通知后发货；第四步，你收到货后很满意，于是确认收货；第五步，支付宝收到你的通知，打钱给卖家。在这个过程中，虽然是买家和卖家在交易，但整个交易却是围绕支付宝展开的。如果支付宝系统出了问题，交易记录丢失了呢？

去中心化的做法好比城里有5个小伙伴，B向A借了一元钱，A在人群中大喊：“我是A，我借给B一元钱。”B也在人群中大喊：“我是B，A借给我一元钱。”C、D、E听到这些消息，拿出手中的小账本，默默记下：“某年某月某日，A借给B一元钱。”当我们把一个去中心化的模型极度简化之后，我们就会发现，在这个只有5个人的城市中，已经建立了一个去中心化的系统，这个系统不需要银行，不需要支付宝，也不需要一个拥有公信力的组织。当分布式结构中的每个人都记账的时候，篡改账本是不可行的。即使B突然不认账了，C或D或E就会站出来：“不对，我的账本上明明记录了你在某年某月某日向A借了一元钱，并且没有查到你还款的记录。”

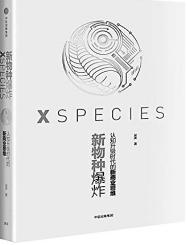
尽管区块链诞生伊始便与金融结缘，但其实它的应用场景可以扩展到更广的范围。书中的《应用篇》述说的是区块链在金融、互联网管理、能源、政府、医疗、版权、物联网、农业、慈善及各行业的应用场景及解决方案。中国金融博物馆理事长王巍在该书序中提出，区块链说到底更是一种观念，用技术设计取代权威控制和情感信任，以此建立一种网络结构，所有人都可以参与成为无数节点之一，进行认证、确权、交易、追溯和调整等一系列动作，它公开透明，成本低、速度快、分布广，没有权威可以篡改伪造和取缔记录。

用新兴的技术解决传统领域的痛点，提升劳动力及资本运转的效率，是区块链技术的价值。不过，在该书主创团队看来，区块链和互联网相同，都是底层技术，脱离应用层面空谈技术是不可取的。忽视技术的能力，或者夸大其功用，都对新技术的健康发展不利，不应被提倡。

未来，也许正如业内预言的那样，区块链就是10年前的“互联网”。

认知一种新的 科技史断代方式

□吴声



吴声
中信出版社
《物种爆炸》

新物种爆炸，概念援引自地质科学专业中的物种大爆发，即6亿年前的寒武纪。从寒武纪开始，绝大多数无脊椎动物在几百万年很短时间内出现了，因此寒武纪被称为生命的歷史性机遇。今天所指的“新物种爆炸”发生在商业文明进程中，皆以科学技术为先导，指向越来越精细的需求和空无边际的想象力，在新技术与新需求的持续碰撞中，催生了大量改变人类生活与文明的新物种，这种基于想象力的未来图景驱动着人类的创新意志，重塑着商业与人的关系。

新物种爆炸提供了一种新的科技史断代方式，区别于传统的“科技革命”的断代——强调生产力与生产关系的辩证发展，而是聚焦于技术与商业、技术与人的双重关系来丈量历史，不仅致力于解释过去，在马车和蒸汽机的迭代中清晰可见，更企图启发未来，人工智能冲击的工作岗位会否随之而起的新机会如影随形。

人类发展史上已发生三次新物种爆炸，每一次都引发了商业效率的逻辑转变、社会阶层与文化的秩序重置，以及人类作为观念与创造力的复合体的意义变化——绝大多数时候，这种意义都是在技术的赋能中不断被重新诠释的。

第一次是“电气”新物种爆炸，以电灯与汽车为新物种代表，强电、弱电、内燃机等各种新技术、新发明交相辉映，被迅速应用于工业生产，极大地促进了经济发展的同时，基础设施与前瞻性需求的对接效率成为经济发展的硬指标。

如同电与内燃机的使用引发电气新物种爆炸一样，电子计算机与互联网作为关键基础设施再次引发了“信息”新物种爆炸，电子游戏、电子

商务、数码相机、远程教育等新物种如雨后春笋般涌现出来。第二次信息新物种爆炸，主要以信息技术为主体，重点在于创造和开发知识。信息、资讯与知识成为社会主要财富及社会发展的主要动力，信息升级为第一生产要素。

第三次是连接新物种爆炸。微博、微信对社会的影响都需要我们将“连接”放置到与“分工”同样重要的位置才能理解。以智能手机、车联设备、智能家居为新物种代表，移动互联技术与智能硬件是关键基础设施，连接构成了一个与现实社会并存、硕大与复杂、有形和无形的网络世界。物联网、APP（应用程序）及各种各样的网络化体系，促使计算机信息系统与人类自身的信息系统一旦产生新的“连接元”，则会重构世界、重构人类社会的复杂网络，导致人类社会进入一个新的、生机盎然的信息相连的社会纪元。

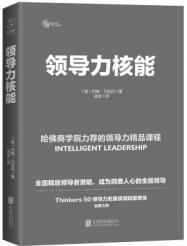
依循前三次物种大爆炸的模式，当前正处于第四次物种大爆发的发端。哪些技术将成为第四次物种大爆发的发展动力，已有众多学者与机构列出了答案，但所有新进展和新技术都有一个主要特点：它们善于利用大数据和智能技术无处不在的赋能能力。

从无人驾驶汽车到无人机，从虚拟助手到语音识别，人工智能随处可见，改变着我们的生活。人工智能之所以取得巨大进步，得益于传感器与物联网获得的多维度数据价值。要是没有人工智能，高级机器人就无法谈起，而人工智能本身也高度依赖计算能力。大数据与人工智能相伴相生，催生出许多科幻小说中才能看到的创新成果。

飞速扩张的“数字世界”，不仅日益成为外在的客观物质世界的“镜像”，而且正在越来越多地包含对人类自身行为的追踪和记录，成为人类观察和认识自我的一面镜子。二者相互关系形成了一种有趣的悖论：由大数据构筑而成的数字世界，在日趋脱离客观物质世界的同时，又越来越接近世界的本原，由此人们在解码虚拟世界的同时，也在一定程度上改变着对世界的看法，打开了世界观、方法论乃至价值观的新视野。

整合内外核心力量 激发领导潜能

□马托尼



约翰·马托尼
凌波
北京联合出版社
《领导力核能》

争环境，以及更加全球化的运作模式。技术进步继续显著地影响着沟通机制，以及在贸易、资源和竞争等方面做出的商业战略决策。未来的领导者将需要成为理论上和战略上的精明思想者，具有非常正直的品格和开放性的知识，寻找创新的方法来建立忠诚度，引领日益多样化和独立的团队（他们对这些团队可能并不总是具有直接管理的权力），成熟到能够放弃自己的权力以便建立和培养公司内部和外部组织协作的方法。

为了成功地发展这个内部和外部核心力量的组合，未来的领导者首先需要巩固和加强促使他们进入企业高层的思想和行为。根据合益集团的“2030领导力研究报告”，如果领导者希望他们的企业在未来20年里能够生存和繁荣，他们只能转变并加强自己的领导方法和策略，除此之外别无选择。如果领导者本身希望生存和发展，就必须改变他们的领导方法和策略。

本书是为现任领导者和未来的领导者准备的，他们正努力摆脱在思想、情感和习惯上自我加强的一些局限，以便他们能够掌握自己的领导力命运，他们希望成为更有效的、更具战略性的、更专注于操作的、更平衡的领导者，他们满怀期望并充满热情，希望成为其所能企及的最好的领导者。最重要的是，他们认识到，大量的领导机会将会出现在每一个行业、每一个企业以及全世界的每一个国家，而做好准备是取得并把握这些机会的关键。

本书以研究和经验为基础。书中以“智慧领导力轮盘”为基础，用以解释我所提到的领导者的内部核心能力（品格特征、价值观念、积极信念、积极情绪、自我意识）和外部核心能力（即领导力）之间的关系，最终实现领导力的成功和组织的有效性。其内容将促使你反思、联系和认同你的领导能力与发展机遇两者之间的关系。自此，本书在具体方法上不仅会指导你如何加强你的内部核心特征即价值观、信念、思想和情感，同样会指导你如何加强你的外部核心竞争力，这样你就能突破那些自我强化的局限，实现你作为一个领导者的和个人所能实现的所有事情。

如今，商业变革的步伐较之以前明显加快。企业高层管理者现在需要面对前所未有的、更加激烈的商业竞争。本书包含了作者在30年职业生涯中作为人力资源顾问、高管教练和行业心理学家所学到的最好的东西。另外还收录了一些最佳实践、案例示范、实用评估，以及一些可操作的工具和模型，用来装备你——现任领导者或未来的领导者，再加上你自身的知识、技能和热情，这将使你成为你所能企及的绝佳领导者。

以内创业革命 引爆企业家精神

□简雷



简雷
吴家喜
《内创业革命》
机械工业出版社

动，业务内容和商业模式不断丰富，内创业边界极大拓展。一个比社会化创业更加庞大的创业群体正在出现，一股新的创业力量正在爆发，中国的第四次创业浪潮正在进入不一样的下半场——内创业阶段。

如果说过去的市场化改革是将市场机制导入企业，增强企业的市场竞争能力，那么现在的内创业则是点燃组织内部的企业家精神，让每个员工心中的“小宇宙”爆发，以灵活的小微团队撬动企业乃至经济的大转型。内创业不仅改变了组织形态和运行规则，激活了企业“精气神”，还带动了实体经济升级、再次撬动社会就业，汇聚起企业员工和全社会的创新力量，形成以微观变革激活宏观经济的转型路径，为中国经济持续改革蓄积巨大新动能。

这是一次管理理论的革命。内创业的快速发展对传统管理理论带来巨大挑战。传统组织理论强调组织层级和边界，内创业则塑造了平等的组织关系，未来的组织将演变为“一个平台+若干内创业团队”的形态，组织边界的内涵极大拓展。传统的相关多元化理论只强调产品或业务多元化，内创业则将其拓展到资源、人力资本等多维度的相关多元化，这意味着我们熟知的战略管理理论亟待进一步突破。对企业家的认知更需要发生变化，不只是把手才会有企业家精神，员工、高管等同样可以激发出企业家精神；未来的一把手要将更多精力用于管理在企业平台上运行的内创业团队，为企业平台提供服务；企业家不只是培养职业经理人，更重要的是培育一批内创业家。

未来几十年，新科技革命和产业变革的快速推进，将极大拓展个体自主成长空间，内创业将从自由生长走向深耕细作，未来的社会将成为创业者自由连接的创业型社会。大规模培育内创业家群体，充分激发企业家精神，成长为一批生生不息的创业型组织，将是创造个人美好未来、实现国家持久繁荣的制胜之道。

我们对内创业的研究，是一个现实世界与思想世界碰撞的过程，更是一个提炼中国企业原创管理模式、发现广泛存在的企业家精神的奇妙之旅。期望对中国创业理论研究有所收益，对企业家认识和推进内创业有所帮助，对实施创新驱动发展战略、推进供给侧结构性改革有所启发。