



项目编号：2015005

CALIS 全国农学文献信息中心研究项目 结题报告

项目名称：高校图书馆读者荐购中的采购策略研究

项目关键词：高校图书馆 读者荐购 采购策略

项目单位(盖章)：大连海洋大学图书馆

通信地址：(详细地址含邮编)辽宁省大连市沙河口区黑石礁街 52 号
116023

项目主持人：部先红

联系电话：13500769764

电子邮件：bxh@dlou.edu.cn

提交日期：2016 年 4 月 24 日

项目结题验收单

1 专家验收表（主持人所在单位组织 3-5 名专家对项目进行验收、自评。）

项目名称	高校图书馆读者荐购中的采购策略研究			
主持人	部先红	职务/职称	中级 馆员	
所在单位	大连海洋大学图书馆			
专 家 意 见	<p style="text-align: center;">大连海洋大学图书馆专家小组对课题项目完成情况进行了认真检查，本课题已经按计划初步完成了大连海洋大学读者荐购的基础工作，为制定大连海洋大学图书馆长期的采购策略发展建设打下了坚实的基础。</p> <p style="text-align: center;">该课题组成员素质高、工作能力强、具有一定的学术水平，都从事过或正在从事文献资源采购的相关工作，在学校的学科建设、专业建设等方面的文献资源保障有独到见解，对读者荐购采购策略研究提出了建设性意见。</p> <p style="text-align: center;">大连海洋大学图书馆将以本次课题项目研究成果为基础，继续支持、关注该课题中读者荐购中的采购策略研究，将把读者荐购作为图书馆一项长期的工作内容。</p> <p style="text-align: center;">专家小组认真审阅了项目（编号 2015005）结题报告，听取了项目主持人的结题汇报，专家组认为该项目通过深入具体的研究和实践，按照计划很好地完成了预定任务，专家组认为该项目符合 CALIS 农学中心验收要求，同意项目通过验收。</p>			
专家签字	房文革	李保明	张寿	
职务/职称	副研究员	副研究员	教授	

高校图书馆读者荐购中的采购策略研究

(部先红, 大连海洋大学图书馆)

关键词: 高校图书馆 读者荐购 采购策略

1 研究背景、目的及意义

1.1 研究背景

开展“全民阅读”活动,是中央宣传部、中央文明办和新闻出版总署贯彻落实党的十六大关于建设学习型社会要求的一项重要举措。阅读是图书馆永恒的主题,阅读推广是图书馆的天职与使命。

巧妇难为无米之炊。阅读首先要有可读之书,没有好书,图书馆的阅读推广服务就无从谈起。作为我国图书馆事业重要支柱之一的高校图书馆,是大学第二课堂,其专业性、权威性、公益性和丰富的馆藏资源是引导学生阅读、学习的主要阵地之一。图书馆的馆藏质量决定着学生的阅读内容,唯有从源头上为学生提供优质的文献,才能为学生的优质阅读保驾护航,为图书馆的阅读推广活动的开展奠定基础。

1.2 研究目的

开展读者荐购服务就是让读者参与图书馆的文献采访工作,向图书馆推荐所需要的图书。开展读者荐购服务,能够解决图书馆采访人员知识结构单一性与文献内容复杂性之间的矛盾,可加强采访工作的针对性和实用性,减少选书的盲目性和随意性,有利于实现文献资源建设的完整性和专业性,提高文献资源的利用率。同时,开展读者荐购服务,还可以增进图书馆与读者之间的交流互动,增强读者的主人翁意识,更好地体现图书馆“以读者为本,一切为了读者”的服务理念,拉近读者与图书馆的距离。

1.3 研究意义

我馆于2014年7月更换的汇文系统软件,在同行里起步较晚,在学习软件的过程中了解opac检索系统及采购模块中能够实现读者荐购功能,通过对本课题的研究,拓展新思路,寻找出一套适合我馆文献资源采购策略,努力为全校师生服好务,为教学科研做好有力保障,让图书馆真正成为知识的殿堂、学习的乐园。

2 研究内容及方法

2.1 传统荐购方式

2.1.1 圈选订单

采访人员把征订目录送往各院系，由院系专业老师圈选，采访人员定期取回圈选订单，经过查重审核后及时订购。这种方式具有针对性，选出的图书质量相对较高，由于阅读习惯等原因，特别适合一些老专家、老学者。

2.1.2 现场采购

图书馆通过与书商或出版社联合，邀请读者到书展现场采购。这种方式直观性互动性强，荐购信息能实时反馈，但因采书、下订单、配货、到馆进行加工等环节的影响，大大削弱了读者选书的兴趣。

2.1.3 通过流通部门反馈读者荐购信息

图书馆的流通部是直接接触读者的一线工作岗位，对读者的阅读行为十分了解，往往读者在无法获取某些资源的时候，会求助于流通部工作人员，此时流通部工作人员将该情况记录下来，或者图书馆在醒目位置专门开辟读者推荐板，读者直接将需要购买的图书等信息记录下来，流通部定期收集整理后，交与采访部工作人员反映情况，及时沟通，完成荐购。

2.1.4 E-mail、QQ 等网络手段荐购

电子邮件的荐购方式就是采访人员将整理好的订单通过电子邮件发送给读者，请读者圈选之后发回。这种荐购方式主动性和针对性强，可以针对读者特别是专家的专业情况，选取与之相对应专业领域的订单。另外，还有少数高校图书馆采用 QQ 留言，在网上开设荐购论坛等方式开展读者荐购服务。

2.2 新型荐购方式

随着阅读推广活动的不断普及推广，高校里掀起了一波波读书热潮，读者荐购模式也层出不穷，开始向多元化发展。

2.2.1 依托图书馆自动化集成管理系统荐购

图书馆在自动化集成管理系统的模块中嵌入读者荐购功能，即在图书馆的 OPAC 检索

平台上为读者提供资源荐购服务入口,这是目前图书馆普遍使用的方法。

在汇文管理系统中,读者首先经过账号登陆验证后,进入读者荐购界面,其主要方法有两种:其一,采访人员定期在建构模块中导入各种征订目录,读者在经过馆藏目录查重确定馆藏无该书之后,可以从图书馆提供的详细征订目录中选取自己需要的图书进行荐购;其二,在读者荐购界面中,题名、责任者、国际标准书号是必填项。值得一提的是,汇文系统在题名选项后增加了“搜索网络资源”按钮来进行快速荐购。点击后,系统就会根据题名框中输入的内容进行网上资源搜索,将相关文献以列表的形式附在下面,图文并茂,除了荐购单要求的必填选项外,还显示了封面、出版社和出版日期等信息。读者选择后,荐购单的内容就会按照显示的信息自动生成,使读者填写的内容既准确又规范。读者确认后,可以在系统的本人证件信息一栏中看到荐购情况和处理状态;其他人可以在系统的荐购历史中看到所有的荐购文献及处理状态;采访人员可以在采访模块的订购菜单中看到读者荐购的列表。采访人员对列表中的荐购记录进行批量查重,对于已有馆藏或已订购文献的荐购可以快速回复,说明不订购的原因,系统会自动发送电子邮件通知荐购者,并更新荐购历史中的处理状态。对于未收藏的荐购文献,采访人员可根据馆内制定的相关政策进行采购,并随时更新反馈信息。

2.2.2 读者决策采购(PDA)模式

自2011年PDA概念引进国内后,立即引起了我国图书馆界广泛关注和研究。“读者决策采购”也称“按需购买”、“需求驱动采购”,是一种基于读者需求的资源建设模式,这种方式实质是图书馆划出一部分文献资源采购经费,并将其使用的决定权交给读者,图书馆通过预先设置采购标准和图书馆干预实现对图书的购买,完成图书馆的文献资源建设。在PDA模式下,书商能够直接看到采购信息,触发购买后,可以把书直接提供给读者,省去了中间环节,缩短了图书与读者见面的周期。国内高校由于经费审核模式及供应商供货、付款等原因,读者决策采购模式一直没有一个成功案例,有待于学校、国家政策、供应商之间协商解决。

2.2.3 “你选书,我买单”

2.2.3.1 图书馆与指定书店(一般是当地新华书店)进行合作:将读者与合作书商面对面交流,挑选自己喜欢的图书,经过系统登记,读者可以直接完成外借阅读,在规定期限内归还图书馆后,经过加工进入图书馆馆藏,书商与图书馆进行结算,完成读者荐购。

2.2.3.2 图书馆与网上书店进行合作:网上书店能够提供详细的书目信息、摘要、封面、目录

以及评论等。图书馆将知名度较高的一、两个网上书店（如当当网、亚马逊网）作为荐购知识库，图书馆采购人员将读者荐购信息在网上书店进行搜索购买，其特点是只需 2-3 天图书即可到馆，编目、加工人员及时分编加工、送交流通，通过电子邮件、短信等方式通知读者到馆借阅。

“你选书，我买单”的方式直接、便捷，大大节省了读者时间，读者在很短的时间内获取到图书，图书馆的文献资源得到了很大程度的利用，读者对图书馆的满意度也越来越高。

2.2.4 利用读秀平台开展文献荐购

读秀是超星公司在 2006 年推出的一个新产品，其后台是建构在一个由海量全文数据组成的超大型数据库基础之上的。读秀实现了读秀知识库与馆藏纸质资源、电子资源的有效整合，检索结果不仅能够提供图书的基本书目信息、馆藏信息外，还可以提供书名页、版权页、前言页、目录页、正文前 21 页及封底页的试读，使读者在荐购图书时，对所荐图书是否有馆藏、是纸质图书还是电子图书一目了然，做到有目的地推荐，避免以往推荐时因不清楚馆藏情况而导致的盲目性。目前该平台已实现与汇文管理系统、ILASI 管理系统的馆藏 OPAC 实时对接。

2.2.5 利用微信公众平台拓展文献荐购

随着智能手机的普及，新一代移动即时通讯产品微信成为新宠。微信的快速发展，带动微信用户队伍的不断扩大，越来越多的图书馆开始构建微信服务平台。其平台注重图书的催还、预约、续借、读者办证与挂失、信息查询等功能，有利于促进采访人员与读者之间实现良好的互动交流，提高图书馆文献管理水平。

2.2.6 E-mail、QQ 等网络手段荐购

电子邮件的荐购方式就是采访人员将整理好的订单通过电子邮件发送给读者，请读者圈选之后发回。这种荐购方式主动性和针对性强，可以针对读者特别是专家的专业情况，选取与之相对应专业领域的订单。另外，还有少数高校图书馆采用 QQ 留言，在网上开设荐购论坛等方式开展读者荐购服务。

3 结论与建议

本课题经过一年的资料收集整理、分析研究、论证汇总以及实际应用等各个环节的不断摸索完善中，终于在 2016 年 4 月第 20 个世界读书日之际撰写结题报告。高校图书馆是

一个巨大的文献资源信息中心，图书馆的文献资源建设不是只体现在采访中，其参与荐购方式多种多样，反馈信息渠道也就多元化，图书馆让读者参与图书采购的举措，把部分采购权直接交给读者，由“你买什么书，我看什么书”向“你看什么书，我买什么书”转变，读者荐购图书的最终目的是能借阅此图书或者充实馆藏。在学习诸多方式方法之后，课题组根据本馆特色总结出基于读者荐购中适合我馆的采购策略。

3.1 与学科服务平台相结合。随着知识化和网络化的发展，为了满足教学和科研需求以及知识服务工作的多样化，高校图书馆越来越重视学科服务的建设，将学科馆员的服务与馆藏资源结合，构建以用户为中心的，一站式、个性化、交互式特点的学科服务平台已成为普遍潮流和主流趋势。学科服务平台是资源以及服务的双重整合。荐购系统可寻求与学科服务平台的有机结合，从而形成更有效的学科服务模式。图书馆组织学科馆员走出图书馆，走进各院系，掌握老师、同学们的科研动向、课程导向等信息，将读者的阅读倾向、推荐书目等带回图书馆，针对性地采购图书。

3.2 依托于图书馆管理系统，开展读者荐购服务。此项服务是我馆目前着眼开展的重点工作之一。想要开展好此项工作，首先，宣传力度要大，今年我馆将进行图书馆主页的改版工作，届时读者荐购功能会在图书馆主页的显著位置，便于读者查找推荐；其次，读者提交荐购信息后，及时反馈必不可少，为了达到通知读者的目的，将荐购页面的必填项目增加一个常用邮箱，当采访人员回复之后，会自动发送提示邮件到该邮箱，以实现和读者有效的沟通和互动。

3.3 传统模式中的改进。在图书馆总服务台处设置读者荐购园地，让喜欢读书的读者在此推荐好书，分享阅读，由流通部负责人定期汇总荐购书单至文献资源建设部，并把相应信息反馈给读者。

3.4 加强新生入馆教育。万事要从源头抓起，大学新生是一个特殊群体，富有朝气，思想活跃，接受新事物能力强，在新生入馆伊始，图书馆向其介绍读者建构功能的意义及具体操作流程，为了荐购出有价值、有意义的图书，引入读秀平台，打开读者荐购的思路。

不同模式的荐购系统都有其弊端。无论是哪种模式的荐购系统，都有其优点，也有其弊端，我们要多种荐购形式并存。

4. 项目成果

- 1 结题报告一篇。
- 2 开启了我馆读者荐购功能的新篇章。

参考文献

- [1]周群英,张赞梅.基于读秀学术搜索平台的文献荐购模式探析[J].图书馆建设,2014,(1):37-39.
- [2]张海卿.高校图书馆读者决策采购嵌入点—网上荐购[J].图书馆工作与研究,2014,(3):66-68.
- [3]蔡宝家.图书荐购发展瓶颈及对策——以集美大学图书馆为例[J].图书情报工作,2014,(16):96-99,109.
- [4]黄雪婷.高校图书馆读者荐购服务探究[J].江西图书馆学刊,2013,43(1):59-62.
- [5]王琳,钟永文.图书馆文献资源建设的众包基础与对策研究[J].图书馆工作与研究,2015,(10):48-50.
- [6]陈刚.基于网上书店的一站式图书检索荐购系统研究[J].现代情报,2015,35(5):63-67.
- [7]吴湘飞,朱小玲.文献资源建设背景下的阅读推广路径探析——以浙江工商大学为例[J].图书馆,2015,(6):103-106.
- [8]刘绍荣.读者参与的馆藏资源建设模式探析——读者决策采购(PDA)模式与读者荐购之比较[J].图书馆研究,2015,45(3):27-30.
- [9]谢玲.论高校图书馆图书荐购系统的发展现状及改进构想——以“985工程”高校为例[J].高校图书馆工作,2015,(6):41-44.
- [10]何影.基于读者需求的读者借购模式探析——对“你选书,我买单”活动的思考[J].情报探索,2016,(1):103-105,109.