

## 项目结题验收单

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服务平台的探索与思考		
主持人	张杨	职务/职称	馆员
所在单位	湖南农业大学图书馆（加盖单位公章）		
专 家 意 见	<p>1. 选题具有较强的实践价值。</p> <p>民族文化具有深厚的历史底蕴，自古就有知书达礼、敬贤重学之风，勤学苦干、敢为人先之气。通过读者荐购，选择读者自己想读的书来获取知识，增加本领、提升品位，引领社会新时尚，进一步激发全民阅读的热情，推动学习型宿舍、学习型班级、学习型社会的建设，是促进当代大学生全面进步和发展的非常好的策略。此课题研究前期做了大量工作，要扎实落到实处不是简单的事，值得进一步深入开展研究。</p> <p>2. 研究过程系统、扎实、规范，做了大量研究工作。</p> <p>课题组在检索了大量的文献资料 and 进行深入的网络调查研究基础上，采用文献研究法、网络调查法、案例研究法等方法，设计了可行性和可操作性较强的研究方案，并对本馆实际做了细致透彻的分析，积累了大量一手资料，形成了质量较高的结题报告。</p> <p>鉴定组一致通过课题结题，建议继续深化这项研究。</p> <p style="text-align: right;">（如需要可增加页数）</p>		
专家签字	张化京	李煦	龙凤岐
职务/职称	馆员	副研究员	副研究员

# 项目结题验收单

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服务平台的探索与思考				
主持人	张畅	职务/职称	馆员		
所在单位	湖南农业大学图书馆（加盖单位公章）				
专 家 意 见	<p style="text-align: center;">1. 选题具有较强的实践价值。</p> <p>民族文化具有深厚的历史底蕴，自古就有知书达礼、敬贤重学之风，勤学苦干、敢为人先之气。通过读者荐购，选择读者自己想读的书来获取知识，增加本领、提升品位，引领社会新时尚，进一步激发全民阅读的热情，推动学习型宿舍、学习型班级、学习型社会的建设，是促进当代大学生全面进步和发展的非常好的策略。此课题虽然实施有几年了，但要扎实落到实处不是简单的事，值得深入开展研究。</p> <p style="text-align: center;">2. 研究过程系统、扎实、规范，做了大量研究工作。</p> <p>课题组在检索了大量的文献资料 and 进行深入的网络调查研究基础上，采用文献研究法、网络调查法、案例研究法等方法，设计了可行性和可操作性较强的研究方案，积累了大量一手资料，对本馆实际做了细致透彻的分析，形成了质量较高的结题报告。</p> <p style="text-align: center;">鉴定组一致通过课题鉴定，建议继续深化这项研究。</p> <p style="text-align: right;">（如需要可增加页数）</p>				
专家签字					
职务/职称					



项目编号:

注: 项目编号请查看立  
项通知, 也可缺省

## 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服务平台的探索与思考

项目关键词: 高校图书馆 读者荐购 服务平台

项目单位(盖章): 湖南农业大学图书馆

通信地址: (详细地 湖南省长沙市芙蓉区

址含邮编) 湖南农业大学图书馆 410128

项目主持人: 张 畅

联系电话: 13787281263

电子邮件: [104383242@qq.com](mailto:104383242@qq.com)

提交日期: 2023.05.25

题目：高校图书馆读者荐购服务平台的探索与思考

关键词：高校图书馆 读者荐购 服务平台

## 1 研究背景、目的及意义

### 1.1 研究背景

传统的网络荐购形式主要有表单荐购、电话荐购、邮件荐购、读者留言、QQ 推荐等，自 2000 年以来，读者荐购开始向电子化、网络化、智能化方向发展，不再受时间和空间的限制。荐购方式越来越多样化，如微信荐购、书单推送；APP 荐购、QQ 及微信群荐购、现场荐购、读者荐购系统等。读者荐购从荐购主体上可分为：公共图书馆系统和高校图书馆系统，从荐购方式上可分为：传统荐购方式和荐购系统荐购方式。本课题主要是针对高校图书馆读者荐购服务平台的调查研究。

近五年来高校图书馆发展得比较成熟的读者荐购平台主要有三种<sup>[1]</sup>：一种是基于图书馆集成系统的荐购系统。在图书馆自动化集成系统中增加读者荐购功能模块，读者可在该模块中填写书名、作者、出版社、ISBN 号等图书信息可实现读者对书目的推荐。第二种是图书供应商开发的荐购系统。目前国内基于用户驱动纸电一体化馆藏建设的线上读者荐购平台主要有湖北三新文化传媒有限公司的“云田智慧图书馆”、北京人天书店有限公司的“畅想之星”、浙江新华书店集团有限公司的“芸台购”三大平台<sup>[2]</sup>。第三种是高校自行开发的荐购系统，这是由于 OPAC 系统功能和商业荐购系统的局限性和缺陷性，高校根据自身需求特点，开发完善的荐购系统。

### 1.2 研究的目的

课题组所在图书馆为高校图书馆，采用了浙江新华书店集团有限公司开发的芸台购读者荐购系统，因此本课题主要以第二种图书馆供应商开发的荐购系统为基础开展研究。课题主持人在高校图书馆文献资源建设与采编部门工作了近十年，深知文献采访对图书馆工作的重要性，对读者荐购服务平台的研究旨在：

1.2.1 学习其他图书馆的有益做法，结合本馆实际，开展丰富多采的读者荐购活动，吸引更多的读者参与到荐书活动中来，推荐好书，使荐购活动不再是短期收效行为，使读者荐购在教学、学习、科研中发挥越来越重要的作用，变成以读者需求为中心、用户至上的知识宝库。

1.2.2 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，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，提高文献采访的质量和馆藏资源的利用率<sup>[3]</sup>。

1.2.3 以期给本馆的读者荐购服务平台提供借鉴，既有丰富多彩的荐购宣传活动，又能积极和读者进行互动，避免由于荐购周期过长，导致读者荐购热情不高以及读者荐购的随意性，造成馆藏结构的倾斜的弊端。选取适合本馆最有效的工作方式，引导读者参与阅读、选书的行为习惯，打造集个性化阅读、校园文化建设、学科交互、知识传递及交流为一体的四维服务创新空间。

### 1.3 研究的意义

目前国内高校图书馆读者荐购平台有许多，形式各异、功能各有所长，图书馆界学者们也进行了大量理论与实践探讨，仍然存在读者参与度低、荐购书目质量不高、荐购数量少、荐购周期长等问题<sup>[4]</sup>。读者荐购平

台通过几年的实践，正处于发展的瓶颈期，今后朝着更智能化和智慧化方向发展是大势所趋，因此申请该课题的意义在于：

### 1.3.1 探讨读者荐购平台荐购栏目的建设，整合多元化荐购渠道

现有读者荐购模块有图书馆自动化集成系统（OPAC）、图书馆自主设计荐购系统和商业开发的荐购系统三大模块<sup>[5]</sup>。OPAC荐购模块以在汇文系统和ILAS系统中多见，高校自主设计的荐购系统也是根据读者需求的变化和使用需求在实践中不断完善改进，商业荐购平台近年也发展十分迅速。如何更好地整合三大模块，加强荐购栏目建设，整合多元化荐购渠道，满足读者个性化和差异性需求，吸引读者更多的参与到荐购中来，是今后需要思考的问题。

### 1.3.2 探索提高荐购效率的有效途径

目前国内高校读者荐购工作存在的问题主要是荐购效率低、荐购周期长、读者荐购热情不高，需探索更有效的方式方法改善这种情况。课题旨在通过国内高校读者荐购平台背后读者荐购数据，探讨分析读者人群的学历层次、专业需求、兴趣爱好等，以及探索读者采选图书服务效果等内容，以期有助提高读者荐购服务质量和效率。

### 1.3.3 摸索多种荐购方式联合并用的荐购模式

传统的荐购如电话及邮件征询、书单推送、荐购电话、读者留言、现场荐购、QQ及微信群等，一直沿用至今并与荐购平台模式并存。不同的荐购方式有不同的优点和适应用户群体，开展多种荐购方式，特别是荐购手段联合并用，可以针对各种年龄层次、学历层次、学科专业的读者，增强平台系统的交互功能和智能化水平，制定适合本馆特色的荐购规则，赢得

不同读者用户的欢迎，从而改善馆藏质量和馆藏利用率，合理使用购书经费。

## 2 研究内容及方法（思路、方法、具体内容）

高校图书馆面临新技术、资源、服务等环境的巨大变化，也在不断探索服务与技术的革新。为了更好地了解读者需求，有针对性地查漏补缺、优化馆藏建设，注重从用户角度跟踪读者推荐信息，分析信息背后反映的问题，探析读者的潜在需求，完善馆藏结构，是每一个图书馆需要去做的实实在在的细致工作。本项目研究主要内容包括以下几个方面：

### 2.1 高校图书馆读者荐购服务平台的现状调查研究

课题以 985 高校为调查对象，通过网络访问其图书馆主页下的读者荐购栏目的位置、栏目名称，并点击栏目链接，访问荐购栏目内容、查看更新时间等。调查各大高校图书馆读者荐购服务平台的使用情况，深入挖掘读者荐购服务平台的功能、优势和弊端。通过具有代表性和典型性案例分析，探索高校图书馆读者需求驱动模式下多维度服务职能变革趋向。

### 2.2 读者荐购文献的网络调查

以检索式“SU=读者\*荐购”，截止日期为 2023 年 5 月 10 日为检索条件，在 CNKI 进行检索。对密切相关文献进行分类统计，查阅目前为止国内外专家在读者荐购服务平台研究上所着重的方面、取得的成就以及不足之处。

### 2.3 本馆读者荐购服务平台荐购数据的分析

收集本馆自 2019 年实施芸台购读者荐购服务平台以来的读者荐购数据，对荐购数据进行详细分析：

#### 2.2.1 按年份统计中文图书荐购情况

### 2.2.2 对中文图书进行分类统计

### 2.2.3 对荐购读者群体进行统计分析

通过一系列数据进行横向和纵向对比，对本馆读者荐购服务平台下的读者荐购工作进行价值审视，评估读者荐购模式在馆藏建设中的作用。

## 2.4 读者荐购策略的研究

### 2.4.1 加强门户网站读者荐购栏目建设，整合多元荐购渠道

门户网站是图书馆进行宣传与服务的主要平台，也是读者参与馆藏资源建设的主要渠道。荐购栏目的开设、位置、登录方式、荐购信息公开、荐购信息的跟踪等因素都影响着读者参与度，因此要积极改善门户网站的访问体验来提升读者满意度。将栏目设置在首页醒目位置，名称简单明了，将荐购模块嵌入微信、微博等平台，内容既关注读者个性化需求又有差异性需求，既有传统荐购方式，又有新媒体方式。

### 2.4.2 优化荐购流程，缩短荐购周期

读者荐购流程繁冗、处理周期长是制约读者参与荐购活动的主要因素。对读者的荐购可以具体情况具体分析，对通过平台进行荐购的图书，按正常流程走便好，按时发货，按时催还，按时加工上架；对通过邮件、表单、微信等传统手段荐购的图书，如果读者有紧急要求，可以开辟绿色通道，紧急订购、加急验收，在最短的时间内将图书提供给读者。

### 2.4.3 制定合适的荐购规则，约束读者荐购行为

每个馆都会根据实际情况制定合适本馆的荐购规则，目的在于规范某些读者的随意荐购行为，防止滥用荐购权，将有限的经费服务更多的读者。ISBN号是对图书的精准所定，除此之外，还可将书名、出版社、责任者、出版年



限作为限定信息，必要时还可面对面来馆进行荐购。阅读完荐购图书后，还要对读者的归还行为进行一定的约束，确保图书不长期流失在外。

#### 2.4.4 扩大荐购宣传渠道，与阅读推广活动相融合

读者参与荐购的积极性不仅和读者本身的阅读素养有关，也和图书馆的宣传引导息息相关<sup>[6]</sup>。将读者荐购工作融入阅读推广服务、读者沙龙、学会交流、社团活动等都是快捷有效的宣传方式，再利用线上线下的宣传渠道，让大众了解荐购工作流程，分享荐购的愉悦体验，在分享的同时既获得自我满足感，又能产生示范效应，扩大荐购影响力。

### 3 结论与建议

#### 3.1 高校图书馆读者荐购服务平台的现状调查

课题主要调查了 39 所 985 高校图书馆主页下的读者荐购栏目的位置、栏目名称，并点击栏目链接，访问荐购栏目内容，详情见表一：

表一：读者荐购服务平台现状调查

序	高校名称	栏目位置	栏目名称	主页快捷链接	栏目内容
1	北京大学	三级栏目	互动交流—用户共建--推荐购买	提供推荐购买快捷链接	链接偶尔无效
2	清华大学	二级栏目	服务办理—资源荐购	热门服务--快捷链接	提供电子资源、期刊、多媒体资源（表单式）和水木荐书平台（芸台购）链接以及其他荐购的联系人和方式
3	中国人民大学	二级栏目	互动—PQDT 学位论文荐购 ---电子资源荐购 ---教学教参书荐购	快速通道--资源荐购	要先登录 VPN
4	北京航空航天大学	二级栏目	文献资源---读者荐购	/	提供书、刊、电子资源荐购表，需登录 VPN
5	北京理工大学	二级栏目	读者服务—资源推荐	提供资源推荐快捷链接	提供荐购要求及相关人员联系方式，提供图书、期刊、数据库、学科荐购四个入口，需先账号登录
6	北京师范大学	/	/	提供资源荐购快捷链接	提供中文图书、港台图书、外文图书、捐赠图书、中外文报刊、中外文电子

					资源荐购的联系人及联系方式，附表单式荐购表
7	中国农业大学	三级栏目	文献资源--最新/试用资源--读者荐购	提供热门服务—互动交流--读者荐购下快捷链接	提供账号、微信扫码、手机三种登录方式
8	中央民族大学	二级栏目	读者服务---读者荐购		介绍读者荐购登录方式及如何荐购
9	上海交通大学	二级栏目	资源---读者荐购 互动---读者荐购		<b>思源荐书</b> OPAC 荐购 PQDT 国外优秀博硕士学位论文荐购
10	复旦大学	二级栏目	互动---资源荐购	服务&互动--资源荐购下快捷链接	图书（包括纸本书、电子书）、期刊（包括纸本期刊、电子期刊）及数据库资源的荐购
11	华东师范大学	三级栏目	服务---文献服务--资源荐购 互动--荐购捐赠--读者荐购 (校外需 VPN)	常用服务--资源荐购快捷链接	提供读者荐购入口和外文书教师选书平台入口
12	同济大学	三级栏目	读者服务--读者荐购—荐购图书/荐购数据库/参与选书/书展资讯/荐购到馆书目	同心汇采---中文图书荐购送书到手的弹窗(偶有出错)	1.荐购图书：荐购须知、荐购方式（包括中文图书荐购——同心汇采购系统网址；外文图书、丛书、套书荐购——图书馆荐购系统网址） 2.荐购数据库：表单 3.参与选书：江苏汇文系统的 OPAC 荐购系统 4.荐购到馆书目：新到馆书目及芸台购同心汇采购系统
13	国防科技大学	二级栏目	文献资源—图书荐购		提供分类荐购图书的书单和荐购表单直接网上提交
14	湖南大学	三级栏目	文献资源—资源荐购—纸质资源荐购/电子资源荐购		纸质资源荐购：中文纸本图书荐购（新书闪借服务、Interlib 系统荐购、绿色通道服务国）链接、中外文期刊荐购链接 电子资源荐购需登录
15	中南大学	二级栏目	互动交流—资源荐购	热门服务---资源荐购—纸质图书荐购事项说明/电子资源荐购事项说明/征订荐购系统	纸质文献荐购说明：荐购原则、准则、荐购途径，提供纸质文献荐购表
16	西安交通大学	三级栏目	查找资源—资源服务--读者荐购	读者荐购快捷链接	<b>（书由你荐）</b> 实为芸台购平台
17	西北工业大学	一级栏目	资源荐购		提供资源荐购的中外文图书目录、荐购原则、图书荐购的表单及联系人、联系方式、期刊荐购电子资源荐购的

					联系人、联系方式、服务承诺
18	西北农林科技大学	二级栏目	资源--你选书我买单	在互动交流—你选书我买单下提供快捷链接	1. 提供中文图书智能采访管理平台链接及系统操作指南 2. 外文图书智能采选平台荐购途径及联系方式 3. 相关附件（指南、用户名）
19	南京大学			读者荐购快捷链接	需登录 VPN
20	东南大学	三级栏目	服务项目—文献服务--读者荐购	读者荐购快捷链接，为芸台购平台	提供荐购图书的指南及荐购链接、提供期刊订购推荐表、电子资源试用推荐表，PQDT 论文选订操作指南，及各种联系方式
21	天津大学	二级栏目	服务—资源推荐	资源推荐快捷链接	1. 图书荐购途径、荐购原则、注意事项、联系方式、图书推荐单 2. 期刊、电子资源推荐订购原则及注意事项、联系方式
22	南开大学	四级栏目	资源—馆藏资源--图书/期刊—读者荐购	读者荐购和电子资源快捷链接	OPAC 江苏汇文荐购系统
23	四川大学	三级栏目	文献服务—读者参与—好书推荐	服务大厅—大川助教：PQDT 荐购和好书荐购	1. 好书推荐表单 2. PQDT 荐购平台链接、步骤、联系方式
24	电子科技大学	三级栏目	资源—其他资源—博约书屋/芸悦读		博约书屋下有读者推荐，点击为无效链接，芸悦读活动已结束
25	东北大学			常用服务：读者荐购，	出错
26	大连理工大学			读者荐购快捷链接	OPAC 江苏汇文荐购系统，自由荐购需登录
27	中山大学	二级栏目	服务--图书荐购	资源和服务版块都列出了“读者荐购”	图书、期刊的荐购流程，偶有出错
28	华南理工大学	无			
29	山东大学	二级栏目	互动交流—资源荐购	网站导航—互动交流—资源荐购	资源荐购的说明与荐购方式： 1.OPAC 荐购的表单和网址；2.电话、邮箱荐购联系方式；3.捷阅通线上线下借阅规则；4.附件(重要学术图书推荐表、新增试用数据库申请表)
30	中国海洋大学	二级栏目	借阅服务—读者荐购—书易得荐购平台/读者荐购/读者荐购微视频		1. 书易得服务简则、服务细则、线上平台使用方法；2. 读者荐购步骤、注意事项、荐购系统入口；3. 读者荐购微视频
31	武汉大学	二级栏目	借阅服务---资源荐购	资源荐购快捷链接	中文纸质、外文纸质、数字资源荐购的邮箱及联系方式，荐购处理原则
32	华中科技大学	二级栏目	服务--你选书我买单	服务指南—你选书我买单快捷链接	需登录后再荐购，荐购原则和须知

33	浙江大学	二级栏目	资源---求是荐书(含芸悦读)/资源荐购	资源荐购、芸阅读快捷链接	荐购处理原则、荐购方式: 1. 荐购纸本图书——“求是荐书”平台、荐购表; 2. 荐购数据库试用推荐表、外文期刊荐购表; 3. 外文电子图书荐购邮箱、联系方式 4. 服务承诺
34	吉林大学			常用服务: 书刊荐购, 无效链接	
35	厦门大学	二级栏目	资源—资源推荐		包括中文图书、中文期刊、中文数据库、外文图书、外文期刊、外文数据库、年鉴推荐、大套书推荐、港澳台原版图书推荐 中文图书荐购包括读者荐购、书目荐购、畅想之星电子书荐购、芸台购借购模式及规则; 外文图书荐购包括 CHOICE OAT 外文电子图书荐购平台荐购步骤和读者荐购模式及简则
36	重庆大学	三级栏目	读者服务—读者门户系统—文献资源荐购	“你选书我买单”快捷链接	联系方式
37	兰州大学	二级栏目	图书馆服务—读者荐购		需登录
38	中国科学技术大学	二级栏目	服务指南—图书荐购	图书荐购快捷链接 热门服务—图书荐购—征订推荐系统/纸本图书推荐事项说明	OPAC 汇文荐购系统链接, 中文科技图书、外文图书、中文社科图书、报刊、电子图书荐购的联系方式, 纸本图书推荐事项说明
39	哈尔滨工业大学	二级栏目	服务—新书推荐 (禁止访问)	互动交流---交流荐书	图书荐购原则: 内容、原则、途径、OPAC 荐购系统流程

通过上表可知, 39 所大学图书馆中将读者荐购放在一级栏目下的有一所, 二级栏目下的有 21 所, 三级栏目下的有 10 所, 四级栏目下的 1 所, 有 5 所只在主页提供读者荐购的快捷链接, 华南理工大学则没有找到任何读者荐购的链接版块。栏目名称基本都采用读者荐购、图书荐购、资源荐购, 荐购服务平台有的还采用了特别的命名方式, 如书由你荐、求是荐书、思源荐书、书易得等。

39 所高校图书馆都结合使用了传统读者荐购和荐购系统荐购方式, 充分发挥每一位读者的存在的、潜在的荐购可能。荐购系统采用的也主要是上述三种模式, OPAC 自动化集成系统、自主设计的荐购系统和商业开发的荐购服

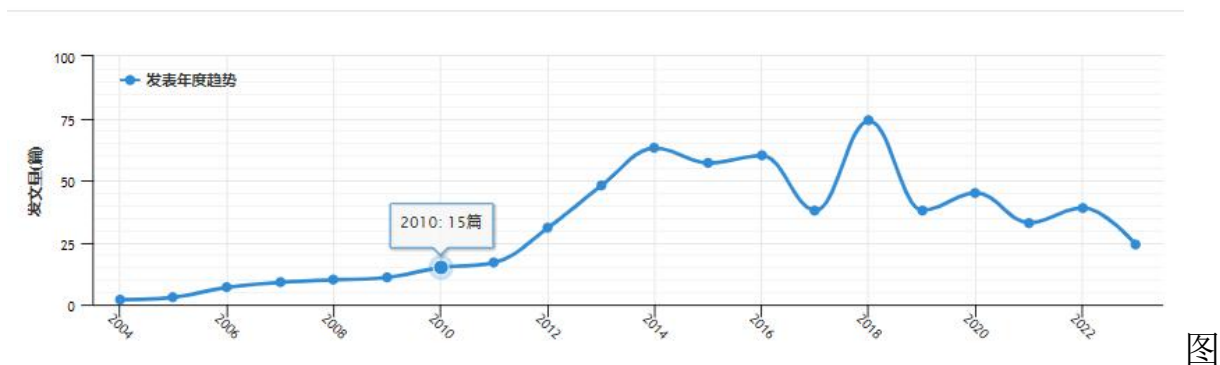
务平台，且有多家使用芸台购读者荐购服务平台，因此为后面课题组所在图书馆使用芸台购借阅数据奠定了基础。

### 3.2 读者荐购文献的网络调查

通过以检索式“SU=读者\*荐购”，截止日期为2023年5月10日为检索条件，在CNKI对读者荐购文献进行检索，得到605篇论文，剔除其中无关或非密切相关文件，余样本文献301篇。

#### 3.2.1 发文量分析

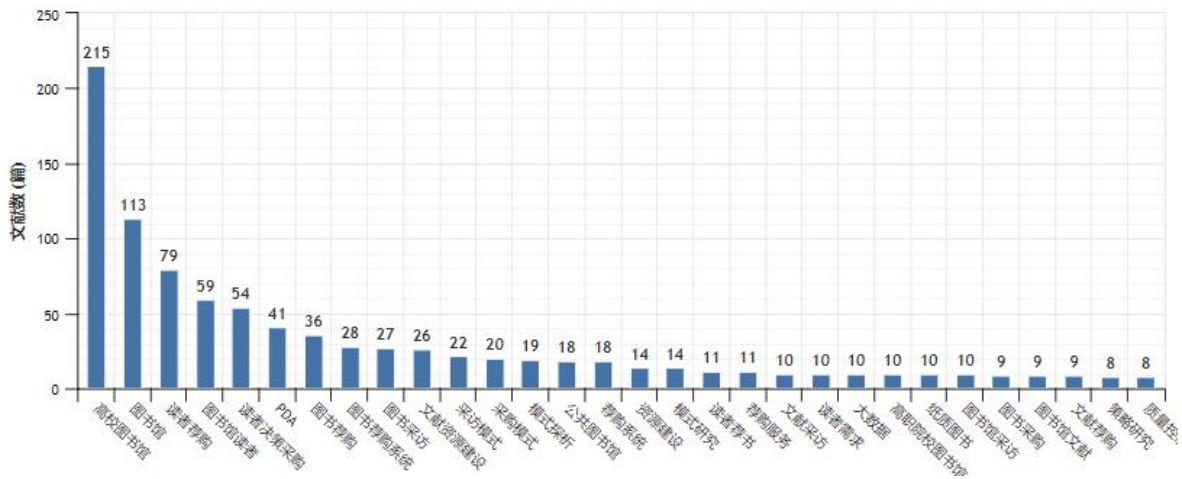
读者荐购的研究从2004年开始，逐年缓步增加，2014年达到63篇，出现短暂负增长现象，2017年下降到38篇，却又在2018年达到最高峰计74篇，自此以后，增增减减，趋于平稳，详情见图一。说明从2004年到2014年我国读者荐购的研究处于起步阶段，从2015年到2018年，该主题开始受到业界学者的广泛关注，使该研究进入发展阶段。2019年至今发文有趋于相对稳定，年均40.6篇，表明该研究领域产生了新兴的可持续研究的内容。



图一 读者荐购研究样本文献发表年度分布

#### 3.2.2 主题分析

关键词词频一定程度上能够反映某领域研究的结构、趋势和热点<sup>[7]</sup>。将词频 $\geq 8$ 的关键词设定为高频关键词，按词频降序排列，见图二。

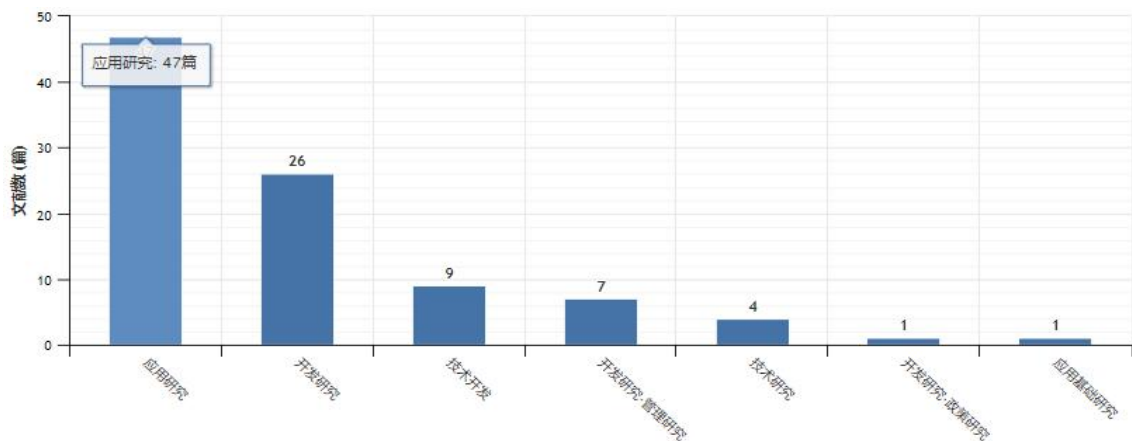


图二 读者荐购研究高频关键词

由图二可知，高频词共有 30 个，在样本文献中共出现 509 次，主要分为以下 6 类：①限定研究范围，如图书馆、读者荐购<sup>[8]</sup>、图书馆读者、读者决策采购<sup>[9]</sup>、PDA<sup>[10]</sup>等，多用于明确研究对象或限定研究主题与内容；②描述图书馆荐购服务<sup>[11][12]</sup>具体实施内容，如技术革新、服务水平；③聚焦图书馆荐购系统建设，如图书荐购系统<sup>[13]</sup>、资源建设<sup>[14]</sup>、大数据等；④探讨读者荐购模式，如采访模式<sup>[15]</sup>、采购实践<sup>[16]</sup>、渠道拓展<sup>[17]</sup>等。

### 3.2.3 研究层次分析

由图三可知，读者荐购的研究多为应用研究，其次是荐购系统的开发研究、技术研究等，主要目的还是为了开发更好的系统应用到实践中去。



图三 读者荐购研究层次分析

### 3.2.4 期刊分布

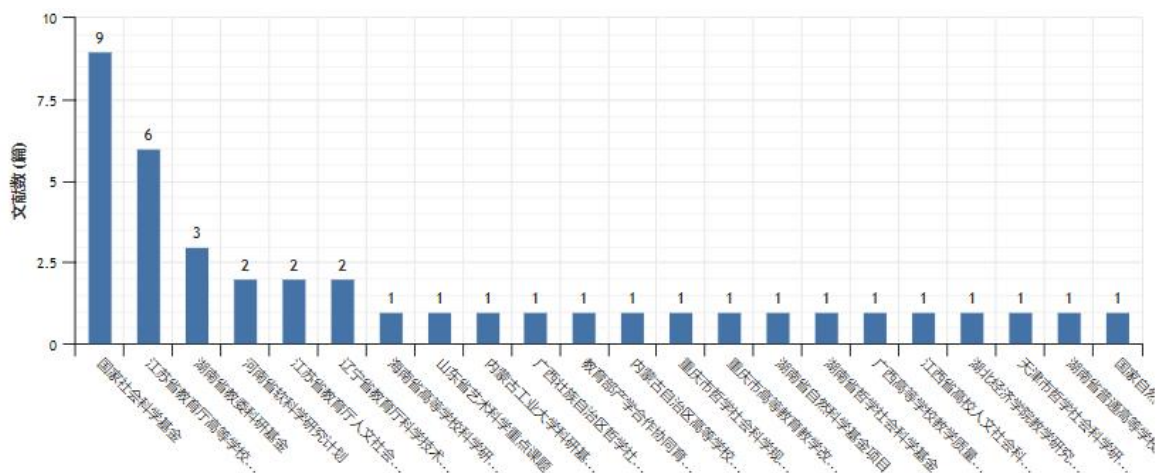
样本文献的发表以期刊为主，偶有硕士毕业论文。设定载文量为 8 篇及以上的期刊为高频载文期刊，按载文量降序排列，如表 2 所示。由此可知，高频载文期刊共 15 种，载文量为 261 篇，其中图情类核心期刊 4 种。其中，《图书馆学研究》载文最多，达 34 篇。可见，图书馆读者荐购研究得到了图书情报界学者的广泛关注。

表二 期刊分布表

刊名	数量	刊名	数量	刊名	数量
图书馆学研究	34	情报探索	22	现代情报	11
河南图书馆学刊	32	大学图书情报学刊	15	图书馆界	10
图书情报导刊	24	图书馆工作与研究	15	图书馆研究	10
内蒙古科技与经济	24	图书馆论坛	13	图书馆建设	9
图书馆学刊	23	图书情报工作	11	图书馆研究与工作	8

### 3.2.5 项目基金资助分析

分析某领域研究的基金或项目资助情况，有助于把握该领域的研究热点及趋势[6]。汇总图书馆读者荐购相关研究获得的资助基金或项目，其分布如图四所示。其中有 9 篇文献得到国家社会科学基金资助，6 篇获得江苏省教育厅科学基金资助，3 篇获得湖南省教委科研基金。可见，从国家到地方，图书馆读者荐购相关研究受到了较为普遍的关注。



图四 项目基金资助分析

### 3.3 读者荐购服务平台荐购数据的分析

#### 3.3.1 湖南省读者荐购情况调查

湖南省高校图书馆和公共图书馆在读者荐购浪潮的带动下，近五年来都在陆续实施读者荐购服务策略，只是服务的平台有所不同而已。据不完全统计，有 12 所高校实施了芸台购读者荐购服务平台，有三所实施了京东图创读者荐购服务平台，如表三所示：

表三 湖南省读者荐购情况调查表

名称	合同时间	合同实洋	备注
湖南农业大学	2019. 9. 1	20 万	芸台购
	2022	15 万	芸台购
湖南警察学院	2020. 11. 27	4,9800	芸台购
衡阳师范学院	2020. 6. 16	8 万	芸台购
湖南第一师范学院	2019. 7. 15	20 万	芸台购
	2021. 12. 6	12,7840	
	2022. 11. 17	18 万	
中南林业科技大学	2021. 11. 16	26 万	芸台购
湖南科技大学	2022. 5. 4	4,0836	芸台购



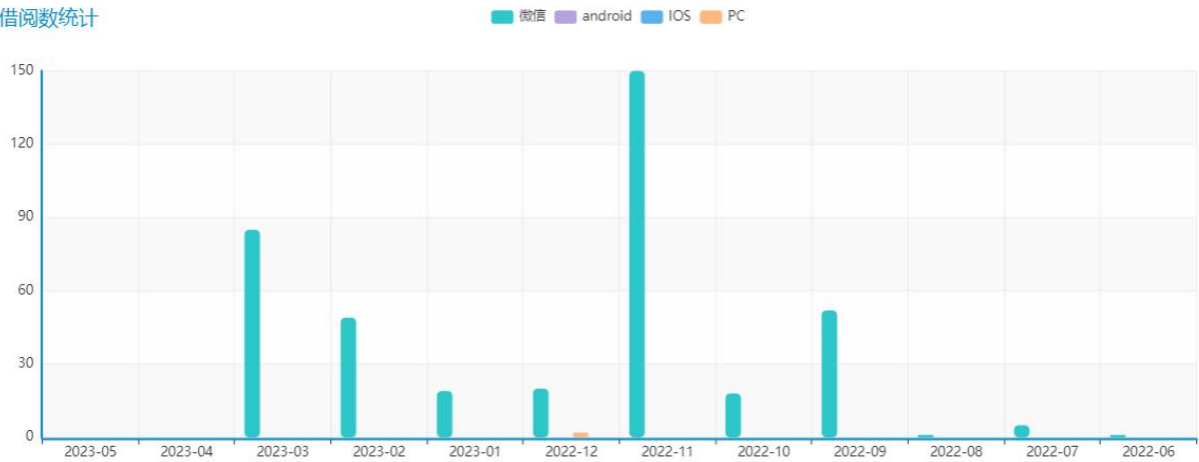
中共省委党校	2022. 11. 24	4, 9800	芸台购
湖南财政经济学院	2022	10, 2908	芸台购
湖南文理学院	2022. 9. 1	3 万	芸台购
衡阳师范学院	2021	7 万	芸台购
湖南大学	2019-至今	30-50 万/年	浙江新华直营
湘潭大学	2021	28 万	浙江新华直营
国防科技大学			京东图创系统
长沙市图书馆	2021	70 万	京东图创系统
株洲市图书馆	2019-至今	3 万元/月左右	京东图创系统

### 3. 3. 2 本馆读者荐购数据调查分析

湖南农业大学图书馆自 2019 年 6 月开始实施“芸台购”读者荐购系统，期间间断了大概两年时间，从 2022 年 5 月至 2023 年 4 月再次与湖南知新文化传播有限公司签定代理协议，启动“芸台购”读者荐购服务平台，为在校师生提供精准化、个性化的荐购服务。

2019-2020 年度荐购合同实洋为 20 万元，2022-2023 年度荐购合同实洋为 15 万元，共借阅 4530 册，其中文学艺术、社会科学、文化教育、艺术类占比较重。由于是高校图书馆，借阅受学期的影响，在寒暑假期间借阅行为明显减少，开学当月又明显增多。如图五所示，在 2022 年 11 月和 2023 年 4 月达到峰值最高，究其原因，是因为在这两个月里分别举行了两次线下活动。

平台借阅数统计



图五 借阅时间分布

“芸台购”推荐模块限制读者每次借阅数量为5册，只在借阅行为结束，即到馆归还图书后才能再次发生借阅行为。读者荐购次数排名前五的有三位教师、两位同学，教师荐购册数最多的为123次，学生荐购册数最多的为77次。再通过对这几位读者的荐购详情统计，其中教师荐购的书籍多为人文社会科学及专业类，而学生的则60%以上是文学艺术类，由此可见，大多数读者的荐购需求仅限于娱乐消遣。

在产生的4530册订单中，已还4081册，未归还订单335册，112册被取消，2册缺货。未归还图书名单里，有5位研究生，共7册图书，有45位本科生，共93册图书，有29位教师，共235册图书未归还。由于本次芸阅读活动已经实施完毕，且过了一个月还书期限，所有未归还图书均为问题图书。未归还图书中，研究生的最早借阅行为发生在2019年7月，正常情况下，该生应该已经毕业离校，所以这本图书属于无法找回之类。本科生的最早借阅行为发生在2020年3月，时隔一年多，仍未归还。据悉，芸台购系统对逾期未归还图书只发送催还短信，和图书馆本身借阅系统未对接，因而不产生罚金，图书馆本身也未对逾期图书进行类似标准的处罚，

从而导致逾期图书数量之多，此类问题在教师中存在得更为严重。芸台购明确规定，每一位读者限购 5 本，但在教师未归还图书中有好几位达到 30-45 册之多，最早借阅时间为 2019 年 6 月，说明芸阅读在规则设置上存在随意更改的现象。虽说未归还图书的损失合同规定由书商承担，但此类现象在教师中产生实属不应该，应引起相关领导重视。

表四 芸阅读借阅图书问题汇总

类型	数量	问题图书册数	最早借阅时间
研究生	5	7	2019/7/2
本科生	45	93	2020/3/2
教师	29	235	2019/6/15

#### 4 项目成果（发表的文章、开发的软件、取得的实践效果等）

该课题的论文还在整理撰写阶段，目前以研究的结题报告为主。取得的实践效果主要在以下几方面：

4.1 对我国 985 类高校图书馆读者荐购使用情况有大概了解，包括他们荐购使用的服务平台、荐购方法、栏目设置等，为以后进一步调查研究高校图书馆读者荐购更深层次问题打下了基础。

4.2 利用 CNKI 对读者荐购文献的调查可知，我国图书馆学者研究的进展、研究的热点、方向、趋势，着重对哪些方面的问题感兴趣，避免课题重复研究，为探究读者荐购实施效果奠定了文献基础。

4.3 对湖南省高校图书馆读者荐购基本情况的调查，为今后向高校图书馆优秀的读者荐购案例学习作铺垫，利用机会访问和咨询他们。

4.4 对本馆读者荐购数据的调查分析,深挖读者荐购在荐前和荐后存在的弊端,以做到发现问题及时解决问题,使读者荐购的经费用在实处,不断地提高服务水平,使荐购多元化,更好的为馆藏建设发挥应有的作用。

## 5 参考文献

- [1]图书馆荐购系统研究现状、趋势与启示.赵英.大学图书馆学刊,2021(2);
- [2]基于“芸台购”服务平台的读者荐购策略研究,张畅.图书馆学研究,2020(8);
- [3]高校图书馆网上荐购现状分析与思考,刘宛珍.图书馆学刊,2015,37(12);
- [4]公共图书馆读者荐购实践与启示,苏志磊.图书馆学研究,2021(4);
- [5]图书馆荐购系统研究现状、趋势与启示,赵英.大学图书情报学刊,2021(3);
- [6][7]我国图书馆读者荐购研究进展与趋势分析,周新跃.图书馆工作与研究,2022(10);
- [8]图书荐购在高校图书馆的开展现状与问题分析,郑月香.图书情报论坛,2016(6);
- [9]图书馆+”背景下公共图书馆读者决策采购的难点与对策,徐立宁.图书馆学刊,2022(9);
- [10]我国图书馆读者参与馆藏建设的发展与思考——兼论 PDA,韩冰,王洪波.; 图书馆研究,2019(7);
- [11]图书馆荐购服务研究综述,杨义民.图书馆理论与实践,2018(5);
- [12]中南六省区“211”高校图书馆网络荐购服务研究,田艳艳.图书馆工作与研究,2018940;
- [13]读者驱动采购模式(PDA)对高校图书馆荐购系统改善的探讨,李生亚.农业图书情报学刊,2017(11);
- [14]图书馆文献资源建设的众包基础与对策研究,王琳,钟永文.图书馆工作与研究,2015(10);
- [15]利用微信公众平台拓展图书馆读者荐购模式的方法研究,刘念,岳鸿.图书馆学研究,2014(13);
- [16]国内读者决策采购实践研究述评,胡钦文,陈韵如.图书情报工作,2016(8);
- [17]基于微信平台的高校图书馆荐购渠道拓展研究,刘娜.熊枫.大学图书情报学刊,2018(1);