

高校图书馆微信公众平台服务现状调查分析

武龙龙

(四川大学公共管理学院, 成都 610000)

摘要: 采用网络调查法, 从总体情况、群发情况、平台功能三方面, 对“985工程”高校图书馆微信公众平台服务现状进行调查分析, 并有针对性地提出加强服务创新意识、加强服务推广、明确服务定位以及充分利用平台功能等改进建议。

关键词: 微信公众平台; 移动图书馆; 高校图书馆

中图分类号: G250.7

DOI: 10.3772/j.issn.1673—2286.2014.04.008

1 引言

腾讯于2011年推出微信即时通讯软件, 作为一款支持文字、图片、语音和视频的手机聊天软件迅速风靡网络。在大量用户基础上, 微信于2012年8月推出公众平台, 个人和机构都可以建立公众账号与特定群体进行文字、图片等的全方位沟通和互动^[1]。2013年8月, 公众平台作出大幅调整, 平台被分为订阅号和服务号, 两类账号均保留了群发和自动回复等功能, 区别在于, 服务号的群发被限定在每月一次, 且服务号拥有更丰富的二次开发功能, 如自定义菜单等^[2]。目前国内高校图书馆已陆续开通微信公众平台服务, 本研究旨在通过详尽揭示“985工程”高校图书馆开展公众平台服务的情况, 分析公众平台在高校图书馆服务中发挥的作用和存在的问题, 为高校图书馆开设和改善相关服务提供对策建议。

2 调查设计

2.1 调查内容

本研究以39所“985工程”高校图书馆的微信公众平台为调查对象。根据文献分析和网络调查情况, 将开通情况、平台类型、宣传情况、群发情况及平台功能作为高校图书馆公众平台服务的表现形式进行调查分析。

2.2 调查方法

已有学者通过在公众平台上查找“图书馆”关键字的方式获取调查对象^[3], 笔者认为该方法存在一定的局限性, 因为公众平台允许重复命名, 名称并不能准确反映平台真实身份。例如本研究已证实, 名为“四川大学图书馆”的公众平台并非官方开设, 而“华图小微”则为华南理工大学图书馆的官方公众平台。为确保调查数据真实可靠, 本研究采用多种途径结合的网络调查方式: 一, 在图书馆网站查找相关服务信息, 如通过百度搜索“微信 site:lib.pku.edu.cn”可找到北京大学图书馆已开通微信的信息; 二, 在公众平台上进行关键字查找如“南京大学图书馆”, 在结果列表中选择经官方认证的平台; 三, 通过qq、邮件等向图书馆员咨询是否开通相关服务。笔者将确认后的公众平台添加至移动客户端, 通过实践操作对平台服务进行调查, 调查时间为2013年12月。

3 调查结果

3.1 “985工程”高校图书馆微信公众平台服务总体情况

(1) 开通情况

截至2013年12月23日, 39所“985工程”高校图书馆中有16所(41%)开通微信公众平台, 表明该服务在

高校图书馆的应用尚未形成规模，其中仅6所图书馆的公众平台经过微信官方认证，表明高校图书馆对微信服务的品牌效应还不够重视，这不利于加强用户对公众平台服务的信任度。调查发现，高校图书馆公众平台普遍通过第一次群发向用户表明服务正式开通，其中，北京航空航天大学 and 北京师范大学的图书馆在2012年便开通公众平台服务，其余14所图书馆均在2013年陆续开通，鉴于微信公众平台在2012年8月才上市，这反映出国内部分高校图书馆能够紧跟移动互联网潮流进行服务创新。

(2) 平台类型

微信公众平台升级后，订阅号和服务号的功能各有侧重，其中，订阅号为媒体和个人提供一种新的信息传播方式，构建与读者之间更好的沟通与管理模式；服务号给企业和组织提供更强大的业务服务与用户管理能力，帮助企业快速实现全新的公众号服务平台^[4]。调查发现，有14所（88%）高校图书馆的公众平台类型为订阅号，厦门大学图书馆则同时开通了订阅号和服务号，上海交通大学图书馆仅开通了服务号。这表明目前高校图书馆公众平台服务的重心在于传播信息和资讯。

(3) 宣传情况

微信公众平台的宣传方式反映了图书馆对该服务的重视程度，也决定了用户对该服务的了解和使用程度。本次调查发现，目前高校图书馆对公众平台宣传的方式主要有两种：其一，在图书馆首页醒目位置添加公众平台二维码或图标链接，如北京大学等8所高校的图书馆；其二，通过新闻通知告知用户已开通公众平台服务，如吉林大学等4所高校的图书馆，这种方式的关注度不高且时效性差，很容易使用户错失相关服务信息。其余平台的相关信息则没有出现在图书馆网站中，这不利于公众平台服务的推广。此外，部分公众平台昵称不规范，如“华图小微”、“xmuplibrary”、“buaalib”和“sculib”，用户通过公众平台查找关键字时可能找不到对应平台。

3.2 “985工程”高校图书馆微信公众平台订阅号群发情况

微信公众平台支持以“一对多”的模式向用户推送信息，通过群发消息实现信息传递和品牌传播，并支持对用户群体自定义分组，进而实现更精准的推送^[5]。平台升级后，订阅号的群发频率仍为每天一次，服务号则

被限定在每月一次，这就弱化了其群发功能。因此，本研究只调查15所图书馆订阅号的群发情况，调查时段为“第一次群发时间至2013年11月30日”。

(1) 群发频率

通过微信公众平台的历史消息查看功能，笔者对15所图书馆订阅号的群发次数及频率进行统计，其中，群发次数指该平台自第一次群发时间至2013年11月30日的群发信息总次数，以月为单位计算群发频率，统计结果见表1。由表1可知，群发次数最高的是华南理工大学图书馆订阅号，但也只有99次，频率为12.38次/月，而大多数图书馆公众平台的群发频率则保持在每月5次左右。对照订阅号每天可群发一次的频率来看，目前高校图书馆公众平台的群发功能并未得到充分利用，而订阅号的主要魅力即在于通过群发功能向用户及时传递各类服务信息，如果更新过慢，则失去了这一技术工具的服务效用。

(2) 群发内容

通过逐条浏览历史消息，本研究将图书馆订阅号群发内容分为资源推送和服务推送两大类。部分订阅号的单次群发内容常以“讲座通知+美文推荐+服务信息+其他信息”的形式组合推送，根据调查情况，本研

表1 “985工程”高校图书馆订阅号群发频率

序号	图书馆	群发次数	群发频率（次/月）
1	清华大学	47	5.88
2	北京大学	26	4.33
3	厦门大学	8	4
4	南京大学	54	7.71
5	南开大学	16	2
6	西安交通大学	53	10.6
7	武汉大学	1	0.17
8	上海交通大学		
9	山东大学	15	5
10	中国人民大学	30	5
11	吉林大学	46	11.5
12	四川大学	6	0.67
13	中山大学	7	7
14	华南理工大学	99	12.38
15	北京航空航天大学	16	1.23
16	北京师范大学	84	6.46

究将大类再细分为若干小类,其中,资源推送类分为新闻资讯、讲座展览、数据库试用、图书及文章推荐等,服务推送类分为开馆时间、借阅服务和引导服务等,“引导服务”指帮助用户了解和使用图书馆服务,如新生入馆指南。

调查发现,资源推送所占比重远大于服务推送,以表1中群发频率前三位的公众平台(华南理工大学图书馆、吉林大学图书馆、西安交通大学图书馆)为例,其资源推送所占比重分别为93%、82%、82%,统计见表2。部分平台在资源推送时具有一定的倾向性,如南京大学、吉林大学和北京师范大学图书馆的公众平台侧重于讲座展览和数据库试用信息推送;部分平台的资源推送类型较为均衡,如清华大学、西安交通大学和华南理工大学图书馆;其余平台的资源推送无论从数量还是类型均较为缺失。此外,高校图书馆公众平台通常不定期地向用户推送服务信息,如新生入学期间推送入馆指南,节假日期间推送开馆时间和借阅服务调整通知等。

3.3 “985工程”高校图书馆微信公众平台功能分析

基于订阅号或服务号的高校图书馆公众平台功能存在较大差异,本研究分别对两类图书馆平台的功能进行调查分析。

(1) 高校图书馆订阅号功能分析

订阅号目前支持群发(1次/天)、被添加自动回复、关键词回复、消息自动回复及人工回复功能,同时支持开发者使用基础接口在自身服务器上接收消息并按需回复^[2]。高校图书馆订阅号功能统计情况如表3。

“被添加自动回复”指当平台被用户添加关注时,会自动发送设置好的信息给用户。图书馆公众平台可利用该功能向新用户发送提示信息,如欢迎语、帮助指南等^[5]。由表3可知,80%的平台使用该功能,当用户添加关注时,清华大学等9所图书馆的公众平台会向用户发送“欢迎语+帮助指南”,北京大学等3所图书馆公众平台只发送欢迎语,而其他公众平台则无任何提示信息,

表2 “985工程”高校图书馆订阅号群发内容(群发频率前三位)

图书馆	资源推送							服务推送					总计
	新闻资讯	讲座展览	数据库试用	图书推荐	文章推荐	其他资源	合计比例	开馆时间	借阅服务	引导服务	其他服务	合计比例	
华南理工大学	2	43	32	63	9	25	174	5	4	1	4	14	188
							93%					7%	
吉林大学	9	18	12	1	0	9	49	4	0	2	5	11	60
							82%					18%	
西安交通大学	3	41	21	12	28	7	112	4	3	3	15	25	137
							82%					18%	

表3 “985工程”高校图书馆订阅号功能

服务功能		图书馆	合计	比例
被添加自动回复		清华大学、北京大学、厦门大学、南京大学、南开大学、西安交通大学、山东大学、中国人民大学、吉林大学、中山大学、华南理工大学、北京师范大学	12	80%
关键词回复	公共信息查询	清华大学、厦门大学、南京大学、西安交通大学、山东大学、吉林大学、中山大学、华南理工大学	8	53%
	资源检索	清华大学、厦门大学、南京大学、中山大学	4	27%
	个性化服务	清华大学、南京大学	2	13%
消息自动回复		清华大学、南京大学、西安交通大学、山东大学、华南理工大学、北京航空航天大学	6	40%
人工回复		清华大学、北京大学、中国人民大学、中山大学、华南理工大学、北京师范大学	6	40%

这会造成用户在首次使用时无从入手。

“关键词回复”指平台预先添加关键词规则及相应内容，当用户请求信息与关键词规则匹配时，平台将相应内容自动回复给用户，该功能支持通过二次开发向用户回复个性化信息。调查发现，图书馆订阅号“关键词回复”功能分为三类：公共信息查询，如馆藏布局、开馆时间等；资源检索，如通过标题等字段检索图书期刊资源；个性化服务，如个人借阅查询等。由表3可知，53%的图书馆订阅号提供公共信息查询服务，既包括经简单编辑的静态信息查询，如馆务介绍，也包括需二次开发的动态信息查询，如最新通告等；27%的订阅号提供资源检索，如用户向清华大学图书馆订阅号发送“cs#t:xxx”指令，便可得到标题中包含“xxx”的图书列表；仅两所图书馆订阅号提供个性化服务，分别是清华大学、南京大学图书馆的个人借阅信息查询。

总的来看，高校图书馆订阅号的“关键词回复”功能主要侧重于公共信息查询，但也仅占53%，而提供资源检索和个性化服务的平台数量更是屈指可数，且个性化服务功能过于单一，仅提供借阅信息查询，缺乏与馆外服务的连接，如成绩查询等^[6]。

“消息自动回复”指平台预先添回复内容，当用户请求信息与关键词规则不匹配时，平台将设置好的内容反馈给用户。这可以使用户在输入错误的查询请求时，得到预先设置好的错误提示或帮助指南。由表3可知，仅40%的图书馆订阅号提供这一功能。

“人工回复”指平台管理员可通过一对一的方式同用户交流，笔者在2013年12月23日向调查对象发出咨询请求，截至2013年12月30日，仅6家公众平台进行人工答复，占40%。其中，中山大学和华南理工大学图书馆公众平台表示在工作时间尽量提供实时咨询，其他四所大学图书馆公众平台则表示受功能限制，只提供非实时咨询服务。

(2) 高校图书馆服务号功能分析

服务号目前支持群发(1次/月)、被添加自动回复、消息自动回复、关键词回复及人工回复功能，支持开发者使用基础和高级接口在自身服务器上接收用户消息并按需回复，同时还支持自定义菜单，使公众平台界面更加丰富、友好，使用户能更好地理解平台功能^[2]。

截至2013年12月23日，仅上海交通大学图书馆和厦门大学图书馆开通服务号，其中，厦门大学图书馆服务号仍旧停留在被添加自动回复、关键词回复和消息自动回复等订阅号可实现的功能，尚未通过高级接口或自

定义菜单实现更加丰富的功能。上海交通大学图书馆服务号则实现了自定义菜单，用户在移动客户端平台界面可看到如表4中的菜单结构。尽管上海交通大学图书馆服务号提供的信息显示，其菜单栏目仍在测试，但从表4可以看到，其服务号不仅可以提供各种类型的公共信息查询，还可以提供更丰富的资源检索和个性化服务。

表4 上海交通大学图书馆服务号菜单结构

一级菜单名称	二级菜单名称
我	我的借阅信息；我的预约讲座；我的馆员助手； 我的荐书信息；我的预约空间
思源探索	图书检索；文章检索；期刊导航；常见问题；百科问答
思源速递	新闻公告；讲座培训；周末影院；炫酷服务；借阅排行

4 对策建议

4.1 加强服务创新意识

目前，高校图书馆微信公众平台服务尚未形成规模，大部分已有平台开通时间也较晚，这表明多数图书馆的服务创新意识相对薄弱，在移动互联网日新月异的今天，图书馆作为信息服务的前沿机构，应当加强服务创新意识，充分利用移动互联网技术为用户提供更高效便捷的服务。

4.2 加强公众平台服务推广

图书馆应充分利用线上线下渠道对公众平台服务进行推广。一方面可将公众平台二维码或id号添加在线上平台的醒目位置，如图书馆网站主页、社交网站主页等，也可以在图书馆发布的重要新闻通知页面附上二维码；另一方面，图书馆可将二维码打印出来贴在线下平台，如书架、书桌等，便于用户随手扫描添加。此外，图书馆还应对公众平台服务进行规范化管理，一方面，平台昵称应能充分表明本单位身份，便于用户快速查找；另一方面，图书馆应重视平台身份认证，尽可能获取用户信任，吸引更多用户使用该服务。

4.3 明确公众平台服务定位

图书馆在开通公众平台时应明确服务定位，若侧

重于传播信息和资讯,建议选择订阅号,若侧重于向用户提供个性化服务,建议选择服务号,有条件的图书馆可同时开通订阅号和服务号,为用户提供更全面的服务。服务定位离不开用户需求调查,图书馆公众平台应充分采集用户需求,如用户更喜欢哪些类型的资讯或服务。

4.4 充分利用公众平台功能

调查发现,目前高校图书馆对公众平台的开发和利用还远远不足,部分公众平台形同虚设。为改变这一状况,高校图书馆应在调查用户需求的基础上,充分开发公众平台功能为用户提供优质服务,具体有以下建议。

(1) 充分利用群发功能

目前,高校图书馆公众平台的群发服务存在更新频率低及内容格式单一等问题。公众平台应根据用户需求选择群发内容,同时注意内容格式的多样性,例如可尝试群发语音和视频信息。若一次需要发送多条内容,建议采用公众平台的图文格式,将多条内容组成一个信息列表发送给用户。

(2) 充分利用自动回复

图书馆公众平台可通过“被添加自动回复”和“消息自动回复”功能向用户提供更人性化的服务。例如,被添加自动回复可设置为“欢迎语+帮助指南”的形式,为用户初次使用平台提供向导;消息自动回复则可设置为“错误提示+帮助指南”的形式,当用户查询请求输入错误时便可为其提供帮助信息。“关键词回复”可满足用户查询特定信息的需求,一方面,图书馆公众平台可通过设置简单的关键词规则向用户提供公共信息查询;另一方面,公众平台提供丰富的二次开发功能,图

书馆可根据需要在自身服务器上接入相关应用,如个人借阅查询、图书期刊检索、座位预约等馆内服务,以及成绩查询、课表查询等馆外服务,充分满足用户对动态信息和个性化服务的需求。此外,图书馆公众平台服务号还可通过设置“自定义菜单”简化用户的访问操作,用户无需输入关键词便可轻松获取所需信息。

(3) 加强沟通互动

图书馆可借助公众平台的人工回复功能建立参考咨询服务,而调查发现,仅少数图书馆公众平台提供咨询服务且回复不及时,这会降低用户使用公众平台的可能性。因此,图书馆公众平台应利用人工回复功能加强与用户的沟通互动,及时为用户答疑解惑,在满足用户多元信息需求的同时改进图书馆服务。

参考文献

- [1] 艾媒网.2013中国微信公众平台用户研究报告[EB/OL]. [2013-12-02]. <http://www.iimedia.cn/36689.html>.
- [2] 微信公众平台.微信公众平台2013.08.05更新说明[EB/OL]. [2013-12-02]. https://mp.weixin.qq.com/cgi-bin/readtemplate?t=news/mpupdate-sysi-33_tmpl&lang=zh_CN.
- [3] 陈盈.微信公众平台及其在图书馆移动服务中的应用与研究[J].图书馆学研究,2013(20):71-75.
- [4] 微信公众平台.微信公众平台首页[EB/OL]. [2013-12-05]. <https://mp.weixin.qq.com>.
- [5] 武龙龙,杨小菊.基于微信公众平台的高校移动图书馆服务研究[J].图书馆学研究,2013(18):51,57-61.
- [6] 腾讯科技.微信进入校园:学生查询成绩和校花的新工具[EB/OL]. [2013-12-15]. <http://tech.qq.com/a/20130306/000023.htm>.

作者简介

武龙龙,男,1989年生,四川大学公共管理学院硕士生,研究方向:信息服务及信息用户研究。E-mail: 752105552@qq.com。

Investigation and Analysis of the Service Situation of Wechat Public Platform in University Library

WU LongLong

(School of Public Administration, Sichuan University, Chengdu 610000, China)

Abstract: In order to understand the situation of the Wechat Public Platform's service in libraries of Chinese universities, by the way of network survey, the paper investigates and analyzes from overall condition, the group-sent condition and function of the Wechat Public Platform's service in "985 Project" libraries, points out that university libraries should strengthen the service consciousness of innovation and the service promotion, clear the service location, make full use of the platform function and so on to solve the existing problems.

Keywords: Wechat public platform; Mobile library; University library

(收稿日期: 2014-02-19)