

基于信息图表的图书馆营销策略研究

——以图书馆年度数据报告为例

陈俊杰, 龚晓婷, 肖铮, 黄国凡
(厦门大学图书馆, 厦门 361005)

摘要: 分析比较了六家高校图书馆的年度数据报告, 提出图书馆年度报告的设计与营销策略: 明确主题、讲述故事; 直观表达、前端定制; 立体营销、注重实效。指出将图书馆的年度数据报告用信息图表的方式展示, 并以新媒体平台进行营销, 是进行服务推广、提高用户粘性、提升社会声誉的有效手段。

关键词: 用户数据; 年度报告; 信息图表; 图书馆营销

中图分类号: G252

DOI: 10.3772/j.issn.1673-2286.2016.2.007

1 引言

近年来随着大数据概念的普及, 数据统计分析、数据挖掘和数据可视化等相关技术的发展, 以数据揭示用户阅读旨趣、提供个性化服务、推广图书馆品牌, 成为行业关注的热点。信息图表通过对数据的可视化呈现, 将数据以生动形象的方式展现在大众面前, 为社会大众了解图书提供了全新视角。2013年初, 上海图书馆推出了《2012阅读报告》, 以简明而颇具冲击力的信息图方式, 辅之以简洁优雅的文字, 将上海全市公共图书馆读者一年的阅读情况, 呈现于公众面前^[1]。2014年初, 厦门大学图书馆推出了年度数据信息图表“囿·2013”; 2015年初, 国内多家高校图书馆纷纷发布2014年度数据报告信息图表。本文拟通过分析比较几家典型图书馆的年度报告在数据展示项、设计理念和技术实现方面的异同, 总结图书馆数据报告在设计与营销方面的经验, 并结合厦门大学图书馆“囿·2014”年度数据报告项目, 提出一种图书馆数据呈现的可行之道。

2 六所高校图书馆2014年度报告对比评析

笔者浏览了多家高校图书馆2014年度数据报告, 选取西南交通大学图书馆(以下简称西南交大图书馆)、

上海交通大学图书馆(以下简称上海交大图书馆)、同济大学图书馆、暨南大学图书馆、厦门大学图书馆、北京大学图书馆等六家图书馆作为典型案例, 分别从各自报告展示的数据项目、呈现的设计样式、使用的平台技术、推广营销的渠道和效果等几个方面进行对照比较。

2.1 数据项目对比

图书馆年度数据报告的受众主要是图书馆的用户, 与图书馆传统年度报告的受众存在较大差异, 与图书馆的传统年度报告侧重点不同, 主要总结展示用户关注度较高, 与其切身相关的图书馆年度数据, 如基本运行、空间设施、资源建设、读者服务、活动培训等情况, 以及资源推广、服务推荐、用户数据PK等事项。

表1显示各家图书馆在其年度数据报告中所展示数据项目的不同, 反映出各家图书馆在资源、服务、文化风格上的差异。上海交通大学图书馆的数据最为全面、细致, 数据整理最为扎实; 西南交通大学图书馆、厦门大学图书馆在报告中反映了志愿者服务数据; 暨南大学图书馆的报告中增加了馆员获得全国高校服务创新奖的内容, 是对馆员服务的肯定与激励; 同济大学图书馆的报告分为两个版本, 其一为PDF格式的数

表1 六所高校图书馆的年度报告数据项对照表

图书馆名称		上海交大图书馆	西南交大图书馆	暨南大学图书馆	厦门大学图书馆	同济大学图书馆	北京大学图书馆
年度报告发布时间		2015.1.1	2015.1.4	2015.1.14	2015.1.16	2015.1.21	2015.1.27 2015.4.21
基本数据	开放天数	354天	九里馆347天 犀浦馆325天	325天	322天		326天
	入馆人次	214.4万	118.2万	153万	282万	344万	216.3万
	水电用量	用水51332吨 用电323万度			用水1540吨 用电50万度		
	主页使用量	435.2万次					380.7万次
	志愿者服务		720人		804人		
	社交网络数据			微博粉丝14888人, 微信粉丝3822人	微博粉丝22428人, 微信粉丝10809人	微信粉丝1.5万人	微博粉丝19127人, 微信粉丝20699人
空间设施	馆舍面积			南校区图书馆总面积为2.6万平方米, 座位3400余个	分校区统计		
	阅览座位	5833个			11000个	√	
	研讨室	15712次				44000小时	
	自助文印	147403次			98万张	打印7万人次, 38万页; 复印1.1万人次, 扫描1.9万次	
资源建设	资源总量	纸质图书340.7万册 电子图书298万册		南校区图书馆藏书40万册, 期刊1600余种		电子书总量 350余万种	逾900万册/件
	新增纸质资源		9.7万册	12.3万册	22.99万册	图书新增49083种 92564册。期刊略	15.7万册/件
	新增电子资源				119.69万册	中外文电子刊 新增85084种	
	纸质图书借阅量	33万册	33.1万册	38.2万册	79万册		62.1万册次
	电子资源使用量	图书261万册 期刊1488万篇	936万篇	158万次	73万次		全文下载量 1919.6万篇
	多媒体使用量	点播量58.7万次					点播量192.2万次
读者服务	读者咨询	16365人次			7148次		常规咨询19.2万次, 课题咨询862次
	文献传递	6912篇			12490篇		
	学科服务	电子教参、课题服务等 等多项数据					
	科技查新	查收8434篇 查引39075次 附查新百分比报告		350项			
活动	讲座培训场次	253场		51场	80场	闻学堂系列、嘉小图系列多场	各类讲座活动161场
	文化展览场次	33场					
	活动沙龙场次	专题讲座8场	√	读书会4场	117场		
推荐	热门图书		√		√	√	√
	热门电子资源	√		√	√		√

续表

图书馆名称		上海交大图书馆	西南交大图书馆	暨南大学图书馆	厦门大学图书馆	同济大学图书馆	北京大学图书馆
推荐	特色服务	√					√
PK	院系排行	√	√	√		√	√
	个人排行	√	√			√	√

注: √表示报告中包含该数据项。

据图, 其二为社交网络上展示的小图; 北京大学图书馆根据统计项目将数据报告分为上下两辑, 上辑勾绘2014年北大图书馆的全景风貌, 下辑展示热门图书排行、读者排行、各种图书馆相关行为排行。纵观几份数据报告, 除了数据项的不同, 各家报告也在展示数据的同时突出了各自图书馆的特色资源与服务。比如上海交大图书馆的李政道图书馆开馆, 北京大学图书馆的最重磅、最传奇馆藏: “大仓文库” 古籍善本。

2.2 文案及美工设计的对比

六所高校图书馆在年度数据报告的设计上各有特色。表2从报告主题、设计元素、色彩、版式布局、发布方式及文案几个方面进行了比较。上海交大图书馆2014年度数据报告, 全面展示各类年度数据, 分为资源

篇、读者篇、空间篇和时间篇4个专题, 4个专题分别用绿色、橙色、蓝色和红色作为主要色调, 搭配统一风格的扁平化图表及图标, 使得整份数据报告看起来完整协调。西南交大图书馆2014年度数据报告, 以文艺小清新的文案为主要设计元素, 并搭配简洁的图表对年度数据进行展示。厦门大学的文案亲切, 图样简洁明亮。同济大学图书馆2014年度数据报告设计形式较为多样, 图表色彩丰富, 图文版式设计多样。暨南大学图书馆和北京大学图书馆均采用实景照片与图表文字相结合的设计手法。北京大学图书馆以多图展现, 设计风格统一, 以实景照片为主, 搭配与照片同色系的文案设计及图表展示, 上辑“数往知来”以“雍容博睿信达雅致”8个字, 概括了读者使用图书馆服务的总体情况, 下辑“数一数二”则更深入挖掘了个性化的阅读记录。

表2 六所高校图书馆2014年度数据报告美工设计及文案对比

馆名	上海交大图书馆	西南交大图书馆	暨南大学图书馆	厦门大学图书馆	同济大学图书馆	北京大学图书馆
主题	2014 IN 数据	匆匆壹年	与你相伴这一年	我和你, 在一起	一路有你·阅图 2014	燕园年话2014·数往知来/数一数二
设计元素	统一的扁平化图表和图标	以文案展示为主, 搭配图表数据	实景照片, 结合文案及图表展示	以齿轮为主要元素, 勾勒出精彩的图书馆数据	形式多样的图表、照片及文案展示	实景照片为主, 结合文案及图表展示
色彩	4个主题章节分用4种主题色彩	以米黄色背景为主, 搭配多种彩色图标	以蓝绿色系为背景色	多采用不饱和色彩, 配色大胆活泼, 图样简洁明亮	表现色彩较为丰富	以实景照片主体色调作为单页版面设计基本色调
版式布局	长图	系列单图	长图及系列单图	长图及系列单图	系列单图	系列单图
发布方式	纯图片	纯图片	易企秀工具发布	自行开发	易企秀工具发布	自行开发
文案	是你, 激励我前进, 褪去青涩走向成熟; 是你, 鞭策我努力, 不断寻找学术理想; 是你, 如影随形, 与我相伴走过春夏秋冬。2014, 图书馆, 让我变得更好	匆匆壹年, 时光荏苒。许久以后的某天, 也许你会怀念有段美好时光, 发生在图书馆。想了解交大人的读书习惯, 大数据告诉你!	2014年暨南大学图书馆全年开馆多少天? 哪个学院人均借书量最多? 图书馆又有哪些你还不知道的活动呢? 答案尽在《2014暨南大学图书馆与你相伴的这一年》	我记得, 你爱看的书, 你熟悉的位子; 过去一年, 伴随你阅读、思考、成长; 黄昏灯亮, 几本书, 一杯咖啡的醇香。和你在一起, 不管付出多少, 我愿意。新的一年, 期待更多感动和惊喜。	书香同济, 一起来	青春与古典在这里碰撞, 智慧与风韵于此间激荡, “雍容博睿, 信达雅致”, 向您勾绘2014年北京大学图书馆的全景风貌; 书香光阴, 春意启程, 你我同行。

2.3 前端设计方案对比

如表3所示, 6份年度数据报告的发布方式各有不同, 大体可分为3种: 纯图片形式、现成工具(如易企秀)、自行开发。3种方式的特点比较如下:

表3 图书馆年度数据报告发布方式的特点比较

方式	实现难度	设计意图实现可能性	发布便利性	跨平台设备用户体验	互动效果
纯图片	低	高	高	差	差
现成工具	中	中	高	中	中
自行开发	高	高	高	好	好

西南交大图书馆和上海交大图书馆采用的是纯图片方式发布。这种方式最为简单, 只须设计人员根据数据内容设计相应图片。使用多图的形式, 每张图呈现一项或几项相关数据内容, 任何平台都能无障碍浏览, 但无法与用户互动。

暨南大学图书馆和同济大学图书馆采用“易企秀”工具设计开发, 使用这类工具提供的模板配合自身的数据及图片可以快速实现动态数据报告页面, 而且能够在不同平台, 特别是移动端获得不错的体验效果。由于此类工具提供的模板有限, 设计人员必须根据选中的模板进行设计, 无法自由发挥, 一定程度上限制了设

计的实现。

随着新媒体的风靡、移动技术的发展, 任何推广活动想要获得最多的关注都离不开微博、微信平台的推广, 同时需要考虑移动端的兼容。具体呈现方式的选择取决于欲发布渠道、技术储备、时间要求、数据内容等因素。没有万能的方式, 只有综合考虑各个因素才能找到合适的方式。如果需要完整实现设计意图, 自行开发无疑是最合适的方案, 通过自适应技术或针对不同平台开发相应的版本能够完美适应不同平台的需求, 但开发门槛较高, 开发周期较长——如厦门大学图书馆和北京大学图书馆选择自行开发, 页面效果和用户体验良好, 但投入的人力较多, 开发周期较长, 发布得较晚。

2.4 营销模式与效果的对比

移动互联网时代, 六所高校图书馆都以微信或微博平台作为主要发布渠道。除同济大学图书馆只在微信发布外, 其他图书馆都在微博、微信同步推出。西南交通大学图书馆和厦门大学图书馆的年度报告更是得到了学校官方微博、微信的转发, 营销效果良好。六所图书馆中, 只有厦门大学图书馆和北京大学图书馆利用了微博的“话题”功能, 在同一话题下集中了粉丝的讨论, 引发较多关注。北京大学图书馆在发布下辑时, 配合世界阅读日还举办了线下的实体展览。

表4 六所高校图书馆年度数据报告营销模式和效果对比
(数据采集时间: 2015年6月20日)

图书馆名称	上海交大图书馆	西南交大图书馆	暨南大学图书馆	厦门大学图书馆	同济大学图书馆	北京大学图书馆 ^①
年度报告发布渠道	微博 微信图文	微博 微信图文	微博 微信链接	微博 微信图文	微信图文	微博、微信图文
微博话题阅读数	N/A	N/A	N/A	229.3万	N/A	9.2万
微博转发数	43	93	11	146	N/A	149
微博评论数	4	11	2	25	N/A	16
微博点赞数	16	48	5	40	N/A	40
微信阅读数	1284	3745 ^②	N/A	6556 ^③	1143	1117
微信点赞数	35	53 ^④	N/A	83 ^⑤	8	21

注: ①合并结算北京大学图书馆发布上下两辑数据报告的微博、微信阅读、转发及点赞数量。

②合并计算西南交通大学和西南交通大学图书馆所发布的微信图文消息阅读数。

③合并计算厦门大学和厦门大学图书馆所发布的微信图文消息阅读数。

④合并计算西南交通大学和西南交通大学图书馆所发布的微信图文消息点赞数。

⑤合并计算厦门大学和厦门大学图书馆所发布的微信图文消息点赞数。

图书馆年度报告以开放的姿态展现了图书馆事业的风貌,拉近了与读者间的距离,对服务拓展、阅读推广能起到促进作用。六所高校图书馆的年度报告,各有各的精彩:上海交大、西南交大图书馆的年度报告,数据翔实,推出的时间恰到好处;暨南大学图书馆、同济大学图书馆应用了流行的信息制作发布平台,有效实现了报告的推广功能;北京大学图书馆的年度报告内容丰富,分为上下辑发布,实现了两次营销推广,文案和美工设计雍容华美,前端表现良好,显示了该馆的强大数据整合、美工文案和前端开发的实力;厦门大学图书馆的年度报告设计简洁明丽,前端表现良好,注重营销实效,取得了较大影响。

3 厦门大学图书馆年度报告的设计与营销

厦门大学图书馆的年度报告,在设计和营销方面有独到之处,引发较大反响,得到社会、媒体、读者各方关注。

3.1 明确主题、讲述故事

信息图表已经成为信息有效传达的强有力工具,其最大的特点就是将一些冰冷的数据及信息以丰富的设计语言表达,在清晰传达的同时给人赏心悦目的感觉。2009年2月,由国际新闻媒体视觉设计协会(SND)主办的新闻视觉设计大赛在美国纽约举行,评审结束后,图文设计组的专家们总结了他们认为的在制作理想的信息图时应该考虑的五大要素: **Attractive**: 吸引眼球,令人心动; **Clear**: 准确传达,信息明了; **Simple**: 去粗取精,简单易懂; **Flow**: 视线流动,构建时空; **Wordless**: 摒弃文字,以图释义。即选择一个最想要传达给读者的主题,把这个主题巧妙地表现出来,设计一些能够让读者产生共鸣的东西。并非单纯地罗列数据,而是进入主题的情景之中,用设计语言形象化地进行表达,才能使信息图富有吸引力。

厦门大学图书馆2014年度数据报告的设计在基于信息图制作要素的理解上,在设计表达上做了新的尝试。笔者在设计这份年度报告之前,收集2014年度全馆各类运行数据,并对数据进行分类、筛选和归纳。最终笔者将2014年全年开放天数322天作为设计的关键词,由此展开故事的叙述,所有的故事章节都在322天里,图书馆与读者的互动中形成。每个数据都像一个小齿

轮,每个齿轮的之间的相互作用和运动,构成一年精彩的322天。以“322天,我在你身边”为主题,分为全年开放及借阅情况,本、硕、博阅读情况比较,新媒体运行,举办各类活动,志愿者服务,借阅大类排行,全馆运行酷数据及热门图书排行榜等9个小板块进行设计。

3.2 直观表达、前端定制

信息图要有设计感和美感,但美不是最重要的,直观、清晰地传达信息才是最重要的。根据厦门大学图书馆2014年度数据报告的主题故事的设定,整体美工设计以简洁的扁平化图表和直观的图形元素为主要表达形式,把“齿轮”这个关键词,作为贯穿整体的主要设计元素,让整份信息图更具有连贯性和整体性。在每个章节之间适当增加一些插图,不仅活跃版面,填充空间,使版面更有平衡感。信息图表中的颜色运用可以是丰富多样的,通用性及中性是优先考虑的颜色搭配。尽量避免一些过于刺眼的颜色,中性的颜色使信息图表符合多数人的审美观。厦门大学图书馆2014年度数据报告的色彩搭配多选用不饱和色彩。如题头天空蓝色,信息图主体的背景色米黄色,在视觉感官上显得轻松、易读。图表和图形元素选用明度较弱的蓝色、绿色、红色及黄色作为搭配,也使整体色彩更为丰富和活跃。

厦门大学图书馆2014年度数据报告在微博、微信、网页3个平台同时发布,为适应不同平台的展示方式,在版式布局上也相应进行不同的定制设计:

微博方面,单条微博每次最多只能发9张图片,根据这一特点,此次年度报告信息图的主体部分也以九宫格的方式呈现,在单条微博阅读时,可以直观看到信息图的整体效果,点击放大单图时又可清晰阅读每个小章节的内容;微信端发布的内容主要适应于移动手机、平板电脑用户阅读,遂将版式设计为单图翻页形式;网页则以长图形式呈现,除信息图主体内容部分,还加上了题头和底栏,将数据信息完整展示给读者。

3.3 立体营销,注重实效

微博在国内,兼具Facebook和Twitter的双重特征,既属于社交媒体,又有大众传播的性质。它是信息共享和意见评价的公共社交平台。微信拥有庞大的用户群体,既有即时通信的应用功能,其公众号又可担当新闻发布的传声筒^[2]。笔者根据微博、微信的大众传播

和社交媒体特性,在发布相关微博时,特别设置了微博话题,集中了网友的转发和讨论,经学校官方微博转发后,吸引了大量的关注、讨论和转发。在话题爆发性传播之后,顺势组织了线上的微博有奖问答活动,将年度报告中的数据设计为有奖问答,吸引粉丝继续关注,话题长久发酵。微信发布时则采用了简洁的文案,吸引粉丝直接访问网页链接,学校官方微信也随之转发,传播效果惊人。此外,数据发布前笔者已事先和媒体取得联系,发布后媒体迅速跟进,报道了年度数据的亮点和特色,扩大了事件的影响。由此,从新媒体到平面媒体,覆盖微博、微信用户和社会人群,形成立体营销的态势,收到良好的效果。

4 结语

岁末年初异彩纷呈的各家图书馆年度报告,对图书馆数据进行清理、关联、统计、挖掘,整合用户散落存放的数据,进行精心设计和包装,以信息图表的形式

呈现给用户,并通过社交网络展开话题讨论、追踪报道,从而起到宣传推广图书馆服务的作用,引导用户更好地使用图书馆^[3]。热闹之后,笔者也发现一些问题,如各馆数据大同小异,前端平台同质化,营销效果参差不齐等。图书馆不能满足于数据的简单挖掘与呈现,还要尝试建立数据之间的关系,从而更深入地揭示数据的意义。今后笔者将在实践中进一步研究与改进,与同行一起为读者提供更好的服务。

参考文献

- [1] Keven.悦读有你,书香满城:申城阅读一年盘点[EB/OL]. [2015-02-09]. <http://society.library.sh.cn/node/515>.
- [2] 林奕纯,龚晓婷,肖铮,等.围之旅:毕业季读者服务与新媒体营销的实践与启示[J].高校图书馆工作,2015(6):63-66.
- [3] 黄嘉慧.用事实与数据搭建宣传推广的平台[J].图书馆杂志,2014(11):38-41.

作者简介

陈俊杰,男,1983年生,硕士,厦门大学图书馆馆员,研究方向:数字图书馆技术,E-mail: neversionchen@gmail.com。

龚晓婷,女,1981年生,硕士,厦门大学图书馆馆员,研究方向:设计与营销。

肖铮,男,1980年生,硕士,厦门大学图书馆高级工程师,研究方向:数字图书馆技术。

黄国凡,男,1971年生,厦门大学图书馆副研究馆员,研究方向:数字图书馆技术、新媒体。

The Marketing Strategy Based on Library Infographics:a Case of Library Annual Reports

CHEN JunJie, GONG XiaoTing, XIAO Zheng, HUANG GuoFan
(Xiamen University Libraries, Xiamen 361005, China)

Abstract: This paper analyzes and compares the annual data reports of six university libraries, and puts forward the design and marketing strategies of libraries' annual report: to tell the story with a specific theme, express ideas directly and provide front-end customization; conduct three-dimensional marketing and drive for results. Afterwards, this paper points out that displaying libraries' annual data reports by infographics and using new media platforms for marketing can effectively promote library services, enhance user viscosity and improve social reputation.

Keywords: Patron Data; Annual Report; Infographics; Library Marketing

(收稿日期: 2015-12-27)