# 高校图书馆暑期微博运营的实践与启示

## ——以厦门大学图书馆为例

黄国凡　龚晓婷　毕媛媛　张妮妮

(厦门大学图书馆　厦门　361005)

**摘　要**　微博成为高校图书馆新媒体服务的重要工具,但大多高校图书馆暑期微博停止运营。厦门大学图书馆官方微博配合迎新活动,进行了暑期运营的系列策划营销,收到了良好的效果。高校图书馆微博运营应贴近读者,适时创新,突出特色,增强互动,充分发挥新媒体服务的积极作用。

**关键词**　微博　新媒体服务　高校图书馆　暑期　迎新

### 1　引言

2009 年 8 月新浪启动微博服务,用户规模逐年猛增,截至 2012 年 12 月底,新浪微博注册用户数已超过 5 亿,日活跃用户数达到 4620 万[1],用户数与活跃用户数保持稳定增长。微博已经成为主流的网络应用,占据网络舆论传播重要地位。

清华大学图书馆、武汉大学图书馆、厦门大学图书馆、复旦大学图书馆、暨南大学图书馆、广东外语外贸大学图书馆等 12 所高校图书馆的官方微博,粉丝数均已达 1 万以上,清华大学图书馆的粉丝数更超过了 4 万[2]。图书馆利用微博开展的信息服务主要包括知识分享、资源推荐、活动报道、读者交流、馆情通告等项目。微博已成为图书馆提供信息服务、对外宣传、扩大知名度和影响力的重要工具,成为图书馆宣传的自媒体,在图书馆对外服务宣传,用户信息意见追踪反馈,舆论疏导方面起到了重要作用。

### 2　高校图书馆微博暑期运营调研分析

笔者针对"211 工程"高校图书馆进行了调研,时间跨度从 2014 年 4 月 5 日至 9 月 2 日,并特别针对高校图书馆暑期微博运营进行了解,将得到的数据汇总后发现,高校图书馆暑期微博运营基本停摆,只有极少数图书馆的官方微博仍然维持活跃度,并与粉丝互动。表 1 列出了粉丝数量排名前十的"211 工程"高校图书馆在这一期间的微博运营状况。

**表 1　粉丝排行前十的"211 工程"高校图书馆微博运营状况**

| 微博名称 | 4 月 5 日粉丝数 | 排名 | 9 月 2 日粉丝数 | 排名 | 粉丝净增 | 原创微[3] | 暑期原创微[4] |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 清华大学图书馆 | 44539 | 1 | 45333 | 1 | 794 | 66 | 9 |
| 武汉大学图书馆 | 20882 | 2 | 24474 | 2 | 3592 | 154 | 8 |
| 厦大图书馆 | 17314 | 3 | 20299 | 3 | 2985 | 126 | 39 |
| 复旦大学图书馆 | 15881 | 4 | 18248 | 4 | 2367 | 133 | 9 |
| 暨南大学图书馆 | 13132 | 5 | 14035 | 5 | 903 | 47 | 4 |
| 重庆大学图书馆 | 11865 | 6 | 12829 | 6 | 964 | 60 | 7 |
| 华东师范大学图书馆 | 10951 | 7 | 12358 | 8 | 1407 | 84 | 2 |
| 南京大学图书馆 | 10639 | 8 | 11728 | 9 | 1089 | 15 | 2 |
| 同济大学图书馆 | 10496 | 9 | 12543 | 7 | 2047 | 659 | 159 |
| 中国矿业大学图书馆 | 9817 | 10 | 11362 | 10 | 1545 | 132 | 24 |

注:所有数据来自新浪微博网站,排名仅供参考。



?1994-2015 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

笔者调查了近五个月(2014年4月5日至同年9月2日)期间以上图书馆微博的粉丝增长数,原创微博数,以及暑期(2014年7月1日至同年9月2日)两个月的原创微博数,发现不到半年的时间里,这些高校图书馆的粉丝增长数量相当可观,且增长数量与原创微博数量成正相关。粉丝数量第1的清华大学图书馆官微,因为原创微博较少(排名第7),粉丝净增数量最少;而粉丝数量第2的武汉大学图书馆官微,由于原创微博量大(154条,排名第2),故粉丝净增数达到3592人,高居近期粉丝净增排行榜第1。同济大学图书馆的官微表现抢眼,期间粉丝数量增长了2047名,粉丝数从排名第9上升为第7,同期原创微博达到了659条,即便在大多数高校图书馆微博沉寂的暑期,也发了159条原创微博。在这期间,厦门大学图书馆相继筹划实施了世界阅读日"圖·发现",毕业季"圖·时光",暑期迎新"圖·遇见"活动,粉丝净增亦达到了2985人,原因在于原创微博多(126条),特别是暑期的原创微博多(39条),保持了稳定的活跃度。

在暑期(7月1日至9月2日)的两个月时间里,大部分高校图书馆的官微运营停摆,仅发布寥寥数条公告信息。惟有同济大学图书馆、厦门大学图书馆、中国矿业大学图书馆的官微仍发布了不少原创微博,同期粉丝增长亦颇可观。

## 3 厦门大学官方微博暑期运营策划

厦门大学图书馆是国内最早开通官方微博的图书馆之一,微博帐号"厦大图书馆"于2009年11月17日发布了第一条微博。近年来,厦门大学图书馆通过微博平台开展了系列服务推广活动,效果良好。2013年毕业季的"圖·时光"微博话题讨论引起媒体注意,2014年初,官方微博发布"年度酷数据",再次引发热议,本地媒体随后进行了报道。"厦大图书馆"的管理和维护由微运营团队负责,该团队有十名以上固定成员,分别来自读者服务、信息咨询、信息技术、采访、特藏以及分馆等业务部门,熟悉馆内所有业务,可随时解答粉丝的各类问题。平时每周由一人轮值管理微博,如遇大型活动或重要舆情,则团队一起讨论决定应对策略。公告信息、新书通报、资源介绍等专栏由相关馆员提供内容,统一发布。厦门大学的官方微博管理得当,应对得体,舆情控制自如,活跃度、社会影响力和粉丝数稳步增长,目前粉丝数已超过2万。

笔者参与"@厦大图书馆"官微运营小组,策划运营了暑期微博的系列活动。

### 3.1 确定迎新主题

暑期炎热,学生离校、高温天气等因素影响读者到馆率,但也有不少图书馆的"铁杆"粉丝,每天前来报到,利用图书馆的空调、WiFi,趁着假期加紧充电学习。除了必要的公告信息、服务推介、新书通报之外,暑期微博运营能否彰显特色,体现亮点呢?

笔者与读者服务部门协商,确定了暑期微博的主题:迎新。按往年的经验,厦门大学本科招生工作在7月初开始,中旬即发出录取通知书,而8月下旬新生即到校开始军训。根据这几个时间节点进行针对性的微博迎新推广,在新生到校前就展示图书馆的概况,增进与新同学的情感交流,是暑期微博迎新成功的关键。

### 3.2 视频制作与推广

微电影营销有利于抓住读者眼球,通过互联网平台进行跨媒体传播,可以充分发挥社会化媒体的作用。2008年9月,台湾大学图书馆编排推出的MTV《早安,图书馆》受到了广大学生的欢迎,也引起了图书馆界人士的兴趣和好评,是一项"成功的口碑行销"。2011年10月,清华大学图书馆指导制作,学生自编、自导、自演的以图书馆为主题的营销系列微电影《爱上图书馆》一经推出,立即引发了大量的关注和评论,在视频网站的点击率超过25万次。2012年3月,该片指导教师团队获得国际图联第十届最佳国际营销奖。评委会一致认为该片提高了图书馆的认知度和文献资源的利用率,能够帮助学生尤其是新生合理、有效地利用图书馆资源及服务[5]。由此,越来越多的图书馆认识到微电影对图书馆影响的重要性,陆续开始制作或者征集微电影,举办微电影比赛,推动图书馆资源与服务的营销。

针对此次迎新,微运营小组整合馆内力量,与读者协会合作,以"小圖欢迎你"为主线,拍摄剪辑了多部视频,如《图书馆概况》、《翔安校区图书馆》、《爱馆如家》等。其中,《图书馆概况》的解说采用了第一人称"小圖"的语气,介绍总馆的资源与服务,亲切随和,极具感染力:"大家好,我是小圖。欢迎大家来到美丽的厦门大学,来到小圖的家——图书馆。小圖和美丽的小夏[6]同岁,在这里生活已经有93年了。杜定友老师给我取名字时,就是为了能够更加形象地展示图书馆的意义。在这90多年里,我结识了著名图书馆学家裘开明、文学巨匠林语堂、人类学家冯汉骥、金融学家朱保训和著名的数学奇才陈景



?1994-2015 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

润等人，积累了一大批宝贵的精神和物质财富：500多万册的纸质图书，100多个电子数据库，大量的古籍线装书、录像带、缩微平片，独具特色的东南亚研究和台湾研究资料等……现在小圖又结识了大家，希望大家既能从小圖身上吸收前辈留下来的知识和智慧，也能靠你们的年轻和激情鼓励小圖更好地成长。……小圖还有一大批好朋友，他们或老或小，或严肃或活泼，或多才多艺或热爱运动，但都在勤恳、热情，真诚地帮助小圖发展壮大。阿根廷著名作家博尔赫斯说过：'如果有天堂，那一定是图书馆的模样。'这句话小圖很喜欢，不仅因为图书馆可以给你如天堂般祥和与富足的精神生活，更重要的是，图书馆是我的家，也是你的家，离你很近、很近……"

通过微博、微信推广视频，取得了很好的效果。不到两个月时间，《图书馆概况》点击量超过了7千，《翔安校区图书馆》点击量超过了1.5万。

### 3.3 遇见未来的自己

除了常规的新书通报和公告信息之外，笔者策划了"遇见未来的自己"活动，第一时间与新生产生情感互动，有效提升了微博的关注度和活跃度。

这项活动的关键是与学校招生部门合作，在录取通知书中随寄了一张送给新生的明信片，正面图样是手绘人物，一男一女两位新生，带着行李刚来到厦大校园，伫立在图书馆门前。配的文字是一首短诗："在最美好的时光 遇见你/遇见门前长长石阶 淡淡书香味道/一个故事 一行诗句/泛黄的纸页 文字的珠玑/遇见一本书 告诉你/在这里 遇见了青春的印记"。

明信片地址栏印制了图书馆微博和微信的二维码，方便新生即时关注。新生可以在明信片上写下对未来的寄语和祝愿，寄至图书馆，图书馆收到后将珍藏在特制的"时光胶囊"中封存。当这批新生即将毕业，"时光胶囊"即启封展览，与"圖·时光"网站一起，作为毕业礼物送给他们。

表2 "@厦大图书馆"2014年暑期微博推送的迎新内容

| 日期 | 微博内容 | 反响[7] | |
|---|---|---|---|
| 7月21日15:45 | 第一批录取通知书已发出。我在盛夏的校园等你。（配图文） | 阅读:3.3万<br>点赞:28 | 转发:55<br>评论:18 |
| 7月29日11:32 | 亲爱的新同学，小圖欢迎你！欢迎大家来到厦门大学，来到小圖的家——图书馆。（配视频、图文） | 阅读:2.3万<br>点赞:19 | 转发:28<br>评论:6 |
| 7月31日17:40 | 亲爱的新同学，今年的录取通知书中，有一张萌萌哒明信片。可以寄给我们，参加很棒的活动呢！（配图文） | 阅读:2.4万<br>点赞:15 | 转发:25<br>评论:26 |
| 8月12日19:37 | 新同学的读者证已经妥妥的了。（配图文） | 阅读:2.6万<br>点赞:19 | 转发:43<br>评论:9 |
| 8月22日21:56 | 快速拥有专属厦大邮箱！随时查询个人相关信息！接入校园免费无线网络！从此开启校园无线美好生活。厦门大学信息与网络中心、厦门大学图书馆联合发布：厦门大学2014级新生网络接入要略。（配博客链接） | 阅读:10.8万<br>点赞:14 | 转发:61<br>评论:7 |
| 8月25日17:42 | 新生的一卡通在图书馆暂时无法借书？别急，仅需三个步骤，即可自助开启借阅权限，大把大把好看的书等你来搬哦！2014级本科生开启一卡通借阅权限传送门。（配博客链接） | 阅读:9668<br>点赞:6 | 转发:5<br>评论:3 |
| 8月27日10:08 | 暑假值班第一天，小圖收到了好多明信片。大家写的字儿、贴的邮票都好漂亮！新生都来了吧？没拿到明信片，想写下心愿的同学，路过总馆留言墙的时候记得拿一张写写哦。欢迎参加#遇见未来的自己#迎新活动！许下你的心愿，待毕业时启封，回味入学时的兴奋与幸福，青涩与纯真！（配图文） | 阅读:6944<br>点赞:6 | 转发:2<br>评论:2 |
| 9月4日10:17 | 愿黎明照耀未来，如同照耀大海。仿佛是注定的相遇，留下不悔的青春印记。无论如何，我将遇见新的生活。未来四年的路还很长，我希望自己学会坚持，学会坚强！加油，勇敢的少女快去创造奇迹吧！……谢谢新同学的来信！祝大家军训顺利！路过留言墙记得参加#遇见未来的自己#活动哦！（配图文） | 阅读:9603<br>点赞:11 | 转发:10<br>评论:6 |

配合学校官方微博"晒大学录取通知书"的活动，在新生收到通知书的时间点，笔者推送了一条微博，主要内容为："亲爱的新同学，今年的录取通知书中，有一张萌萌哒明信片。可以寄给我们，参加很棒的活动呢！请寄往：福建省厦门市思明区思明南路422号厦门大学图书馆 小圖收。邮政编码：361005。"该篇微博配图附上了活动的详情海报，以及明信片的地址填写样式。开学初，笔者收到了数十张新生邮寄的明信片，抒写的文字虽显青涩，但情感真挚，经微博图片展示后感动了许多粉丝。



?1994-2015 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

### 3.4 暑期微博的持续推送

暑期长达两个月，如果任由微博平台沉寂，不但可能降低官微活跃度，也会失去与粉丝互动的绝好时机。配合迎新活动，微运营团队策划了系列微博推广计划。表2列出了“@厦大图书馆”2014年暑期微博推送的迎新内容及粉丝的反响。

## 4 暑期微博运营的收获与启示

厦大图书馆此次暑期微博运营实践，不仅提早与新生互动，得到了大量关注，与学校官微配合发布迎新信息，促进与读者的情感交流，极大提升图书馆新媒体服务的水平，相关信息同时经微信进行推广，延伸了活动的影响。笔者的经验与启示主要有四点：

### 4.1 高校图书馆的微博服务仍处于上升期，微信服务则处于起步阶段

截至2013年12月底，我国微博用户规模2.81亿，网民中微博用户比例占45.5%，虽较上一年度有所下降，仍具相当规模[8]。微信是移动社交服务的后起之秀，目前发展极为迅速。由DCCI互联网数据中心提供的《2013年中国移动互联网用户研究报告》显示，2013年手机互联网用户经常访问的APP软件类别中，微信即时通讯占39%[9]。目前高校图书馆大多开通了官方微博帐号，构建了与读者间双向沟通的有效平台，能够及时了解用户对服务的感受，动态获取用户反馈，但微信服务仍未全面应用，今后可在微信平台的开发与图文消息的推送方面拓展服务，与微博营销相辅相成。

### 4.2 微博运营必须依托团队，推送最新最好的信息

内容推送是微博运营的关键，而单打独斗的微博运营方式，容易因个人主观失之随意，内容也显得单调贫乏。以团队运营的方式经营微博，编发推送精致的内容，持续展现图书馆业务的全面样貌，适时开展阅读推广、服务营销等线上线下活动，将使微博运营更上一层楼。

### 4.3 高校图书馆应充分利用暑期时段进行迎新相关的微运营活动

公共图书馆暑期开放时间不变，部分少儿图书馆在假期甚至增加了开放时间，举办丰富多彩的活动，微博运营也不停歇。高校图书馆暑期可以通过值班制度延续平日的微博运营，针对新生进行相应的服务推介，这对开学后的迎新工作也将起到良好的促进作用。

### 4.4 语言要有新意，服务要有创意

高校图书馆微博虽然代表官方，但切忌官样口气。作为公共图书馆微博运营的领军者，上海图书馆总结微博运营经验为：“说网络语言，以特色立足；抓热点重点，重服务推广；去官方色彩，以本色示人……”[10]，同样，高校图书馆的微博服务，也要注意文风契合读者的口味，要尝试用鲜活的语言推介服务，与读者互动。当然，再华丽的辞藻也要依托不断创新、锐意进取的服务，只有服务“上档次”了，语言“高端大气”才有底蕴。

## 5 结语

高校图书馆的微博运营风生水起，但暑期运营是明显的弱项。配合高校迎新工作，暑期微博运营可以成为高校图书馆拓展新媒体服务的良好时机。高校图书馆微博运营应贴近读者，适时创新，突出特色，增强互动，充分发挥新媒体服务的积极作用，一如夏日微风，在暑期带给读者几许清凉。

## 参考文献


1 新浪微博[EB/OL].[2014-09-02].http://zh.wikipedia.org/wiki/新浪微博.

2 引自9月2日新浪微博在线数据.

3 引自新浪微博搜索平台统计的4月5日至9月2日期间的原创微博数.

4 引自新浪微博搜索平台统计的7月1日至9月2日期间的原创微博数.

5 丁立华.微电影:图书馆社会化媒体营销新模式[J].图书馆建设,2013(3):84-87.

6 小夏为厦门大学官方微信的昵称，此处意指厦门大学.

7 来自2014年9月2日新浪微博的在线数据.

8 第33次CNNIC报告:网民互联网应用状况(全文)[EB/OL].[2014-09-02].http://tech.163.com/14/0117/01/9IOL5PF5000915BF_all.html.

9 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.

10 2014年图书馆微博微信服务交流会成功举办[EB/OL].[2014-09-02].http://www.mhlib.sh.cn/blog/xiangxi.asp?fid=24657.



[作者简介] 黄国凡，厦门大学图书馆信息技术部副研究馆员，专注于新媒体、新技术在图书馆的应用，发表论文多篇，Email:fandog@gmail.com；龚晓婷，信息技术部前端设计师，馆员；毕媛媛、张妮妮，助理馆员。




?1994-2015 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net