

共享图书发展难题与对策研究*

康思本

摘要 共享经济浪潮催生的共享图书将“共享精神”引入公共文化服务体系建设中,成为一种新的文化资源供给方式。本文从共享图书的内涵和要素入手,分析共享图书的价值,以文献调查法和案例分析法剖析共享图书的发展难题,提出构建以“PPP+图书”为中心的经营生态圈、培养读者阅读习惯、严控图书质量和建设共享图书大平台等解决对策,以期对研究和运营共享图书项目有一定的参考和借鉴价值。图2。表2。参考文献33。

关键词 共享图书 文化资源供给 公共文化服务 图书馆

Research on the Development Difficulties and Countermeasures of Sharing Books

Kang Siben

Abstract: The sharing book that was brought about by sharing economy has introduced a communal spirit of sharing into the construction of the public cultural service system and becomes a new way to supply cultural resources. After analyzing the concept, elements and value of sharing books, the paper dissects the development difficulties of sharing books on the basis of literature survey and case analysis and then puts forward some countermeasures including building the business ecosystem revolving around “PPP+books”, cultivating reading habits, promoting the quality of books and establishing the great platform of sharing books. It is of reference value for people to research and operate the projects of sharing books. 2 figs. 2 tabs. 33 refs.

Keywords: Sharing Books; Supply of Cultural Resources; Public Cultural Service; Libraries

“互联网+”时代,第三方支付、大数据、云计算和空间定位等信息技术的推动、资源闲置过剩以及人们环保意识的增强催生了以协同消费为核心理念的共享经济(Sharing Economy)。共享经济在优化资源配置、降低消费成本和促进绿色发展方面优势突出,风靡全球。党的十九大报告指出,要在创新引领、绿色低碳、共享经济等领域培育新的增长点^[1],共享经济正成为我国经济新的增长点。而继共享单车、共享雨伞、共享充电宝等共享产物后,共享图书也进入读者视野。共享图书为读者提供低成本阅读和利用闲置图书获益的途径,但也面临诸多发展难题。本文利用文献调查法和案例分析法调研共享图书的发展难题,

提出解决对策,对研究和运营共享图书项目具有一定的参考和借鉴价值。

1 共享图书的内涵与要素

目前,关于共享图书的内涵尚未达成统一的定论。赵琰等^[2]从循环经济的视角指出,共享图书是面向用户分享的存量图书,目的是实现图书的循环利用。张焱^[3]从共享机制的维度指出,共享图书是通过共享机制的设计而再次流通的闲置图书,其实质是知识和文明的共享。刘艳^[4]从资源整合的角度指出,共享图书是利用网络整合闲置图书资源,低成本满足新用户需求的民间图

* 本文系2018年度广东省图书馆科研课题“全民阅读背景下共享图书发展策略研究”(项目编号:GDTK1834)和2018年度广东开放大学(广东理工职业学院)校级科研课题“家庭图书共享模式研究”(项目编号:1828)的研究成果之一。

书;此外她还从物权的角度指出图书共享是暂时让渡图书所有权使他人获得图书使用权的行为^[5]。上述研究虽然指出共享图书的客体(即存量图书)和核心(即图书使用权的让渡),但并没有涵盖共享图书的主体、平台等关键要素。

借鉴张孝荣等^[6]对共享经济的定义,笔者认为共享图书是公众通过社会化平台分享的、可使多方获益的闲置图书。此表述涵括了共享图书的四个要素(如图1所示):(1)主体,是指发生图书共享关系的双方,包括图书的交换双方、交易

双方和租借双方等,共享图书的主体既有企业,也有个体,但以企业为主,共享的形式多为在企业的主导下个体参与;(2)客体,是指闲置的图书,通过激活、重新流通闲置图书,充分发挥其阅读价值;(3)平台,是指基于互联网、大数据、云计算、空间定位等现代技术构建的集信息发布、交互、供需匹配等功能于一体的社会化平台;(4)目的,即获取收益,通过交换、二手交易和出租等形式实现的图书共享,需求方能够降低阅读成本,供给方能够获得收益,平台方能够获得流量或分成。

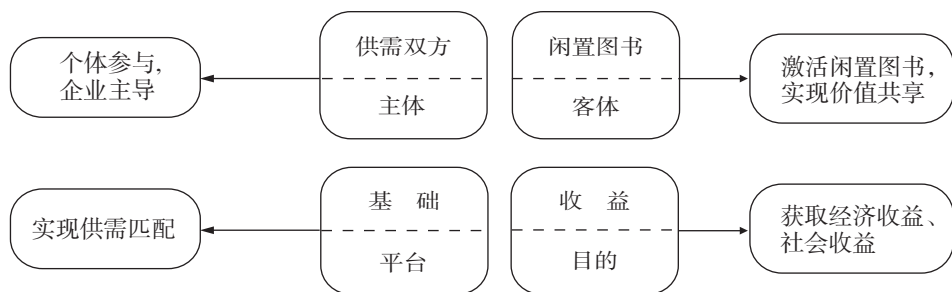


图1 共享图书四要素

2 共享图书的价值

共享图书作为一种新型的文化资源供给方式,践行了国家供给侧结构性改革,其价值主要体现在以下四个方面。

2.1 文化资源供给:由少到多

截至2019年5月,中国国家图书馆纸质馆藏3,518.15万册件^[7],而分布于民间的纸质图书约156亿册^[8],相当于443个国家图书馆的纸质馆藏量,可见民间藏书数量之浩瀚。这也契合了统计学的“长尾理论”,即人们过去只关注从图书馆等主要信息源获取图书。若用正态分布曲线描绘的话,人们只关注曲线的“头部”,而从曲线长长的“尾部”即民间获取图书的话,则需要付出更多的精力和成本。在共享经济背景下,人们从民间获取图书的成本大为降低。政府、企业建立共享图书馆,在社区、商场、商务楼宇、公交站旁设立共享智能书柜、共享书架等设施,通过有偿或无偿的方式鼓励公众分享个人闲置图书,能够使大

量的闲置图书重新流通。这样既增加了文化资源的供给量,又有利于提高我国文化竞争力和文化自信。

2.2 文化资源利用:由浪费到环保

节约资源、绿色发展已成为我国的基本发展理念和要求。共享图书将剩余的文化资源和人们的信息需求有效对接,不但使剩余的文化资源产生效益,而且能够实现绿色发展。例如,123共享图书馆提倡“循环一本书,拯救一棵树”,利用网络创新平台循环利用图书,减少了资源浪费,有效地保护了森林和水源^[9]。共享阅读平台“渔书”通过图书循环共享,将书籍与人连接,让人们在满足阅读需求的同时享受低碳环保生活。2018年“渔书”平台帮助380万用户循环书籍1083万册,推动了全民环保阅读^[10]。

2.3 文化资源获取途径:由单一到多元

我国公共图书馆不足3200家,平均每40多万人拥有一家公共图书馆,这与国际图联颁布的

《公共图书馆标准》要求的每5万人应有一座图书馆的标准相差甚远^[11]。长期以来,我国公共图书馆服务存在“布点少”和留有“空白点”的问题,这种问题在中西部偏远地区较为突出^[12]。在共享经济方兴未艾的当下,共享图书为人们提供了交换(如换书网)、租赁(如“借书人”)、内容分享(如樊登读书会)、交易(如孔夫子旧书网)、众筹(如半书房)等多种文化资源获取途径。无论是发达地区,还是贫困地区;无论是喧嚣闹市,还是偏僻山区,读者只要能够上网,就能便利地获取共享图书。共享图书既贯彻了《中华人民共和国公共文化服务保障法》的相关要求,又有效弥补了公共图书馆服务覆盖面有限、资源供给能力不足的缺陷。

2.4 阅读方式:由静态到动态

人类将社会发展过程中积累的新技术、新思想、新理念等知识记录于书籍,以实现不同时代、不同地域间文明和知识的传承、发展、交流与融合。共享图书的直接目的是满足参与者的阅读需求,根本目的是实现参与者的智慧资源共享。第一,人们通过流转闲置图书,充分发挥图书的知识、文明传承功能,实现智慧资源在不同参与者之间的共享。第二,前读者所作的图书评论是对图书思想内容、教育意义、学术价值、艺术水平

和社会影响的分析和评价,能够启迪后学,实现读者间智慧和思想的碰撞,促进文化、学术的发展。第三,共享图书上的批注、圈点能够促进智慧资源的共享。首先,助力阅读,使后读者对图书的重点、难点一目了然;其次,启发思维、交流思想,前读者的评论、读后感等表明了其意见或观点,有利于启发后读者深度思考,提出更科学的假设、论断、理论等,推动科技进步、技术创新;再次,一些专家、学者等高水平读者通过批注表达的学术观点、主张和见解为后学者留下了珍贵的学术资产^[13]。在从图书馆借书阅读的条件下,人们不能在图书上写简评,做批注、圈点,因而难以和后读者进行思想交流;在人们共享个人闲置图书的条件下,后读者有机会读到前人所做的图书简评、批注和圈点,实现动态的思想交流。

3 共享图书的典型案例分析

共享图书按运行载体可划分为书店派、图书馆派、智能书柜派、云图书馆派和内容分享派(如表1所示)。笔者根据社会影响力,分别选取三孝口新华书店、“和+共享”图书馆、摩布智能书柜、“借书人”和樊登读书会作为典型案例,分析其运营模式和赢利模式。

表1 共享图书运营模式

类别名称	典型案例	运营模式	共享特点
书店派	三孝口新华书店	押金+借阅+奖学金	图书所有权未变,使用价值在使用权多次交易中达到最大化,降低读者阅读成本
图书馆派	“和+共享”图书馆、“在高处”图书馆、蓝丝带图书馆、南京交换图书馆	众筹+分享	图书所有权循环交易、再分配,降低读者阅读成本,绿色环保
智能书柜派	摩布智能书柜、Book++、爱喜阅、共享图书舱	互联网+图书馆	自助借还,用户既可租书,也可购书,还可分享个人闲置图书获得收益
云图书馆派	“借书人”、123图书馆、爱阅读、同学借书、享借、支付宝借书	线上供需匹配+线下交接	O2O运营不受时空限制,提高了供需交易的成功率,但图书快递交接的物流成本较高
内容分享派	樊登读书会、有书共读	代理推广+线上学习+线下交流	内容导读,讲书人将图书的精华提取出来以图、文、影、音等多种媒体的形式引导阅读;知识付费,会员购买内容分享服务

3.1 三孝口新华书店

2017年7月16日,安徽新华发行集团旗下的合肥三孝口书店开业,成为“全球首家共享书店”。读者交99元押金可免费借书,实现了“由买书到借书”“由个人阅读到共享阅读”的重大转变^[14]。开业当天,书店客流创该店最高记录,达2万人次,约有2000人参与借阅活动,4000本左右的图书被借阅^[15]。

3.1.1 运营模式:押金+借阅+奖学金

读者下载江苏兆米信息技术有限公司开发的“智慧书房”APP并注册后,扫描图书封底的条形码进行借阅,每次可借阅总定价不高于150元的两册图书。免费借阅期为10天,10天后书店按“1元/册/天”收费。读者要收藏图书,可用APP进行“借转买”的操作^[16]。若读者3个月内读完12本书,书店将返还押金的8%作为“阅读奖学金”转入其“智慧书房”的账户。免费借阅期内,读者每读完一本书,并按时归还,可获得1元奖励。

“智慧书房”除具有借还功能,还有强大的社群功能。读者可在APP虚拟空间展示、管理个人藏书,也可利用APP撰写读书心得、体悟并与他人分享,从而认识更多志趣相同的人并建立阅读社群共享生态圈,以书会友,利用阅读分享价值、创造价值。

3.1.2 赢利模式:图书+流量+大数据

三孝口书店依靠图书免费共享吸引的流量和大数据指导下的精准经营,赢利途径较为多元。(1)图书销售。读者既可在书店直接购买图书,也可通过“智慧书房”的“借转买”功能先阅后买。(2)附属经营。通过图书的免费共享,进店客流量急剧增加,带旺了附属经营,提升了书店商业价值、品牌价值和异业合作价值^[16]。据统计,共享书店开业5个月内,日均客流量增长92.6%,与2016年同期相比增长近6倍,办公用品、文创产品、饮品、简餐等附属经营项目销售增长70%以上,书店整体销售收入增长20%^[17]。(3)精准经营。在大数据技术的指导下,书店根

据读者需求精准选品,加快出版物的流转,促使传统书店经营模式下大量“长尾”的“不动销品种”占比大幅下降,节约了仓储成本、物流成本和资金成本。

3.2 “和+共享”图书馆

“和+共享”图书馆是湖南省中烟工业有限公司、天下和书院、益友公益促进会共同投资捐建的图书馆。“和+共享”的“和”源自天下和书院,也是中华优秀传统文化“上应天理、下合人伦、协和万邦”^[18]精髓的概括;“+”既代表融合发展,也有正能量之义;“共享”指图书的分享和知识文化的交流。“和+共享”图书馆面积932.12平方米,藏书3万余册^[19]。

3.2.1 运营模式:众筹+分享

众筹是利用互联网平台,以营利或非营利为目的,向企业或个人提供投资或捐赠的融资模式^[20]。“和+共享”图书馆通过众筹的方式建设和运营,主要体现在以下三个方面。(1)馆舍、家具和设备。在长沙市雨花区人民政府的支持下,湖南中烟工业有限公司作为主投资方,携手天下和书院、益友公益促进会共同出资捐建图书馆,购买家具、设备。(2)图书。“和+共享”图书馆在开馆之前,已面向社会开展了“共享一本书,拥有一座湖畔图书馆”的万册图书募集活动,截至2018年7月1日开馆当天,共收到万余册捐书^[19]。诺贝尔和平奖获得者拉津德·帕乔里博士也莅临该馆,并捐赠图书《生存在环境中》^[21]。(3)工作人员。该馆的工作人员分为岗位工作人员和志愿者两种。志愿者即“和阅君”,根据自身的特长和空闲时间选择工作岗位,但每月至少提供2次志愿服务。该馆“众筹”的50余名“和阅君”负责图书馆的运营、日常管理和图书加工等工作。

“和+共享”图书馆为图书贴上唯一标识二维码,读者可扫码借阅。“和+共享”图书馆鼓励读者在图书上撰写个人感悟,通过这些感悟,借阅者既可了解该书的流转路线,也能根据已有的阅读心得、体悟决定是否借阅,还可分享个人阅读感想,实现“有温度的阅读”。

3.2.2 赢利模式:押金+逾期费

在2019年之前,“和+共享”图书馆因馆藏量有限不支持外借。自2019年1月1日起,读者缴纳69元押金后即可外借2册图书,借阅期为30天。借阅期过后,按0.2元/册/天收取逾期费。作为一家通过“众筹”建设的共享图书馆,“和+共享”图书馆强调收取逾期费只是提升图书共享效率的手段,目的是促进图书高效共享。“和+共享”图书馆是中烟工业有限公司、天下和书院、益友公益促进会捐建、社会众筹和政府资助运营的图书馆,其目的是希望种下一颗共享的种子促进图书资源的共享,因而该馆的公益属性大于营利属性。

3.3 摩布智能书柜

为降低到馆借还图书耗费的时间、交通成本和解决家庭闲置图书分享渠道短缺问题,成都摩布科技有限公司创始人陈冬尝试将快递柜改造为智能借还书柜,以期在家门口像寄、取快递一样借还图书。2017年3月,第一代摩布智能借书柜上线,分布在距小区500米处;同年7月,改进后的第二代摩布智能书柜投入使用。

3.3.1 运营模式:互联网+图书馆

摩布智能书柜以互联网技术为基础,搭载在线图书借阅系统和智能借还书系统,致力于打造居民“身边的图书馆”,构建线上线下对接的100米阅读生活圈。摩布智能书柜里的图书来自摩布科技有限公司购置的图书和用户共享的图书。人们扫描摩布智能书柜上的二维码,下载“摩布图书app”,注册并缴纳押金后,便成为摩布智能书柜用户。摩布智能书柜的柜体由众多的小储书格组成,每个小储书格上方贴有一张二维码。用户打开“摩布图书app”扫描小储书格上方的二维码,便可打开储书格借阅图书;也可打开空置的小储书格,还回图书或共享个人闲置图书共享。

3.3.2 赢利模式:租书+分成

摩布智能书柜的赢利主要来自用户租借图书的支出费用 and 用户出租个人图书的提成^[22]。

用户在“摩布图书app”缴纳77元押金即可自助借书。摩布平台方实行读者借书首日免费制,之后每天按图书定价的2%收费,最低0.5元/天,最高1元/天。读者若想长期借书,需缴纳18元/月、158元/年的会员费成为注册会员。此外,平台还支持用户出租个人图书,从中抽取用户租书收益的五成。

3.4 “借书人”

2016年3月,实体书店老板陈东赞带领团队开发的“借书人”APP正式上线,以期解决实体图书馆借书限量限时和到馆时间成本、交通成本的问题。“借书人”借书不限时、不限量,全国范围内上门送取书,运营一年后,月均借书量2000册左右,注册用户达2万余人^[4]。

3.4.1 运营模式:线上供需匹配+线下交接

用户注册成功后,在“借书人”APP平台上可在“新书榜”“借阅榜”“图书分类”等栏目选书,也可输入“书名”“作者”等关键信息检索图书。用户将选择的图书放入“图书清单”,若有馆藏,平台则用快递或自取的方式将书交接给用户;若无馆藏,平台使用用户支付的押金采购图书后,再交接给用户。“借书人”为节省用户寄还图书的快递费,还在APP平台开发了图书转借功能,即让用户将图书就近转借给其他有需求的平台用户。

3.4.2 赢利模式:服务费+磨损费

“借书人”收取押金、服务费和磨损费。押金金额为图书的定价,当用户归还图书后,押金全额退还。服务费包括图书快递费和包装费,包装费是指为降低磨损而将图书套上保护膜产生的费用,服务费的计算公式为:快递费起始价+押金金额 $\times 2\%$ 。磨损费是指平台针对故意破坏图书的用户的收费,收取率不到0.5%。以图书《昆虫记》为例,借书人押金为29元,服务费则需15.58元,共需44.58元,而网购此书的费用为20.3元^[23]。在成本相对较低的网上购书和公共图书馆免费借阅图书的双重挤压下,“借书人”运营一年后,其用户量和图书借阅量都没有明显增长,无

法靠走量获得丰厚的利润。“借书人”虽赢利模式低效,但除了平台的开发费用外,无馆藏图书的购书费和快递费都由用户承担,即使没有外部投资也能持续运营。

3.5 樊登读书会

樊登曾是中央电视台节目主持人、MBA 资深讲师。在企业培训中,樊登了解到一些学员想读书,但没有时间读书,也不知道读哪些书。出于帮助这些人快速吸收图书内容精华的目的,樊登创办读书会。樊登读书会是一种网络型学习社区,对图书内容进行二次加工,抽取内容精华,并以多媒体的方式分享给读者,帮助没时间读书、不知读何书和读书效率低的群体每年阅读 50 本图书。

3.5.1 运营模式:线上学习+线下交流+代理推广

樊登读书会早期利用邮件将有关图书的解读内容以 PPT 的形式发给用户,较为低效;其后,利用微信群给用户讲书,利用朋友圈的自发或转发进行推广,但上限为 500 人的微信群限制了用户规模的扩大;再后来,通过线下加盟分成的方式快速发展,但又遇到规模发展的瓶颈。樊登读

书会又通过省市县三级代理、股权众筹的方式发展种子用户^[24],迅速扩大规模。截至 2019 年 4 月,其注册会员达 1800 万,授权点 6000 余家^[25],遍布全球。

3.5.2 赢利模式:会员收费+附属经营

樊登读书会的讲书人将精选图书的内容凝练为 40—60 分钟的精华,以图、文、影、音等多种媒体形式呈现给会员,助力会员每年阅读 50 本书。樊登读书会每年收取 365 元的会员费,由于会员体量庞大,会费收入极其可观。目前,樊登读书会旗下还拥有 10 多个子品牌项目,包括线下大型原创文化类竞技电视节目、复合业态的实体店、全智能无人书店、线上全领域权威人士的知识解读课程、高品质的线上商城等^[25],这些附属经营也带来不菲的收入。

4 共享图书发展中存在的难题

根据上述书店派、图书馆派、智能书柜派、云图书馆派和内容分享派共享图书案例的分析,笔者归纳出共享图书存在的主要问题。

4.1 赢利模式低效

表 2 共享图书赢利模式

项目 共享图书实体	类型	赢利模式	赢利模式是否高效	是否已盈利
三孝口新华书店	书店派	图书+流量+大数据	是	是
“和+共享”图书馆	图书馆派	押金+逾期费	否	否
摩布智能书柜	智能书柜派	租书+分成	否	否
“借书人”	云图书馆派	服务费+磨损费	否	否
樊登读书会	内容分享派	会员费+附属经营	是	是

如表 2 所示,除三孝口新华书店和樊登读书会外,其他共享图书实体的赢利模式都比较低效,短期内投资难以回本,更难获得好的回报。例如,据成都摩布工作人员介绍,容量为 90 册书的单体智能书柜成本为 0.6 万元,一年的运营、维护成本约 0.4 万元,按一个月换一批书计费,购书成

本约 3 万元(图书可循环用于不同区域的书柜),故运营一台单体智能书柜的总成本约 4 万元;但在成都投入运营的智能书柜的平均收入每台还不到 0.8 万元,还处于亏本运营、推广阶段。“借书人”运营两年多,仍未盈利。在激烈的市场竞争中,没有高效的赢利模式和直接的赢利点,共享

图书难以靠情怀支撑实现可持续发展。

4.2 消费体量有限

任何一种经济形态都有自身规律,必须具备市场空间、供应体系、政策支持、全民动员等要素。共享图书的根本问题在于市场空间:(1)图书能够满足精神文化需求,但并非刚性需求。物质需求是人类最基本的需求,居于首位,精神文化需求次之。共享图书属精神文化需求,能被提供免费服务的公共图书馆替代。(2)共享图书的消费体量不大,难以产生规模效益。据统计,2018年,我国成年国民人均纸质图书阅读量为4.67本^[26],远低于韩国的11本、法国的20本、日本的40本、以色列的60本^[27]。我国人均年阅读量低的现实,制约了共享图书市场的发展。(3)无论是共享书店、共享图书馆,还是智能书柜,其馆藏容量都有限,无法与公共图书馆媲美,这限制了读者的选择范围,因而共享图书难以成为全社会普及的行为。

4.3 共享图书质量良莠不齐

我国自古以来“重藏轻用”的藏书文化^[28]影响着读者分享个人图书的意愿和对共享图书的接受程度。共享单车随意违停、肆意破坏和占为己用等问题屡见不鲜,这影响着读者对共享图书的信心,读者对共享图书持浓厚的怀疑、观望情绪。一些读者将破损、污损等共享价值不大的图书试水共享,不舍得将真正有流通价值的图书共享,造成共享图书整体质量偏低,甚至许多共享图书馆、共享书柜、共享书箱成为垃圾图书的中转站^[5]。共享图书质量低下,降低了读者的阅读体验,难以形成良好的连锁效应和带动效应。

4.4 缺乏真正的“共享精神”

共享精神是使用而非占用,是利人利己的价值观。从共享广度和深度上看,我国共享图书缺乏真正的“共享精神”。从共享广度看,书店、图书馆、智能书柜、云图书馆等共享的图书之间依然存在着壁垒,无法充分发挥全社会闲置图书的价值。从深度看,共享图书实质是通过图书的所

有权与使用权分离使供给者和需求者之间共享使用权,继而实现图书内容的分享和知识内容的增值。但目前,除樊登读书会外,其他4种类型的共享图书对图书内容的二次加工和增值效果较为有限,未能实现深度的内容共享和内容挖掘。

5 共享图书的发展对策

5.1 构建以“PPP+图书”为中心的经营生态圈

2014—2019年全民阅读连续6次被写入《政府工作报告》^[29],2013—2018年《全民阅读促进条例》先后6次被列入国家立法计划^[30],这表明全民阅读已上升为国家战略。共享图书能够为全民阅读提供丰富的书源、降低阅读成本和门槛、营造良好的文化氛围,有效弥补公共图书馆辐射范围有限、服务能力不足的短板,具有公共性和公益性。政府具有公共文化管理和公共服务职能,理应支持提供公共文化服务的共享图书的发展。PPP(Public-Private Partnership)模式是政府与社会力量合作建设公共基础设施和运营公共服务的成功实践,《中华人民共和国公共文化服务保障法》确立了PPP的法律地位,鼓励政府支持社会力量参与公共文化服务,向社会力量购买公共文化服务,提高公共产品和公共服务的供给能力与效率。PPP模式为共享图书指明了发展出路,共享图书运营商应争取政府出资建设共享图书的基础设施、硬件设施,如提供场地和购买书架、桌椅、电脑、智能书柜和图书等,自己负责共享图书的具体运营。

三孝口共享书店和樊登读书会的盈利表明,打造以“PPP+图书”为中心的经营生态圈是共享图书可持续发展的保障。因而,共享图书运营商应基于此探索“造血”发展之路:(1)以图书为中心开展多元化经营。政府为共享书店提供场地、设施,社会资本负责运营共享书店。共享书店和图书馆的免费借阅服务和舒适的阅读空间吸引了大量人流,要将“流量”转化为“销量”。共享图书运营商应引入文创产品、文化用品、展示展览、文化餐饮等附属经营,靠大量人流的附属消费获

得利润,反哺共享图书的发展。(2)邀请名人公益代言共享图书。名人具有较强的感染力、号召力,其行为常被聚焦、甚至被模仿。数据表明,不足0.05%的意见领袖吸引50%用户的注意力^[31]。名人代言共享图书,能够吸引更多公众参与共享图书活动,增加共享图书运营商的收益;对名人而言,能够获得社会美誉,吸附更多的粉丝,收获粉丝经济,实现双赢。例如,由歌星、球星等公益代言的美国全国性读书活动“抓住阅读”^[32]大获成功、影响深远,彰显了名人代言对读书活动的促进作用。(3)设立教育培训入口。共享图书运营商可在共享书店和图书馆设立小型的教育培训广告展位,根据招生人数抽取利润分成。(4)广告投放。共享图书运营商在智能借还柜上和共享云图书馆快递图书的包装上打上广告,获得广告收入。

5.2 培养阅读习惯

政府、图书馆、家庭等应齐心协力培育阅读习惯,让读书成为生活不可或缺的一部分,这是共享图书可持续发展的关键。(1)利用微信打卡,引导持续阅读。“打卡”又称签到,是指在一段时间内,为兑现戒除不良习惯或培育良好习惯的承诺,将每次行动以图片、文字、链接或地理位置等形式分享到社交平台,以接受监督或索取鼓励的行为。微信打卡小程序于2017年2月上线,内容涵盖阅读、英语学习、课程培训、运动健身等场景,具有打卡管理、数据统计功能。打卡小程序支持微信好友、群友甚至是相同圈子不认识的人,一起打卡、彼此分享、互相督促、共同进步。除樊登读书会之外,本文调研的其他共享图书还没有实现打卡阅读功能。共享图书运营商应开发阅读打卡功能,引导阅读,培育良好的阅读习惯。(2)引入阅读奖励机制。哈佛大学知名教授福莱尔做过一项阅读实验,达拉斯的学生只要读完一本书就获得2美元,结果表明获得奖励越多的学生成绩提高的幅度越大,即使停止奖励后,其中大部分学生仍保持阅读习惯^[33]。这表明现金奖励是培养阅读习惯的有效手段。三孝口共享书

店能够持续赢利运营也在一定程度上归功于“阅读奖学金”制度的实施。因此,共享图书运营商应实行小额现金奖励制和精神奖励制(如评选社会阅读之星、书香家庭等),引导、激励阅读。当社会阅读习惯和氛围形成后,更多的公众参与共享图书,巨大的阅读红利会回报共享图书运营商。

5.3 严控图书质量

图书质量和用户体验是共享图书发展的重要因素。共享图书运营商要严控图书质量,提升用户体验:(1)平台方。平台方提供图书的应尽量采购国家一级出版社出版的图书,选取选题科学、内容审核严格、出版流程规范、印刷装帧精美的图书。平台方若不提供图书,也要对读者共享的图书进行挑选,剔除色情、暴力和内容低俗的图书,并对图书进行消毒,实现健康共享。此外,平台方还应根据读者借阅偏好、细分市场等大数据,及时调整图书类别,购置受众喜欢的图书。再次,平台方要及时更新图书。共享图书馆,特别是智能书柜,其容量有限,若不及时更新图书,则会限制读者的选择范围,影响阅读体验。(2)读者。共享图书能够节约资源、带来收益、创造美好生活,人人都应有共享意识。读者要选择品相良好、流通价值较高的图书共享,不应共享破损、污损等流转价值不大的图书,避免浪费共享空间。(3)监督评价机制。共享平台要引入监督评价机制,保障共享图书的健康发展。首先,核查信息。共享平台要对供需双方的信息进行严格审查,确保双方信息的真实性和有效性。其次,共享平台要建立交易评价和交易积分机制。供需双方交易后,双方应从交易信用、图书质量、响应速度等方面进行互评,获得好评的一方可得到一个积分。积分可作为读者选择图书提供方的依据,积分越高的图书提供方获得的交易量越大,收益越高。这种正反馈机制能够促进共享图书的良性发展。

5.4 建设共享图书大平台

共享图书要获得持续发展,需从广度和深度上拓展生存空间。从广度上,在政府牵头下,国家

图书馆建立涵盖共享图书不同类别(书店派、图书馆派、智能书柜派、云图书馆派)和公共图书馆

的共享图书大平台,统一调配全社会的闲置图书资源(见图2)。

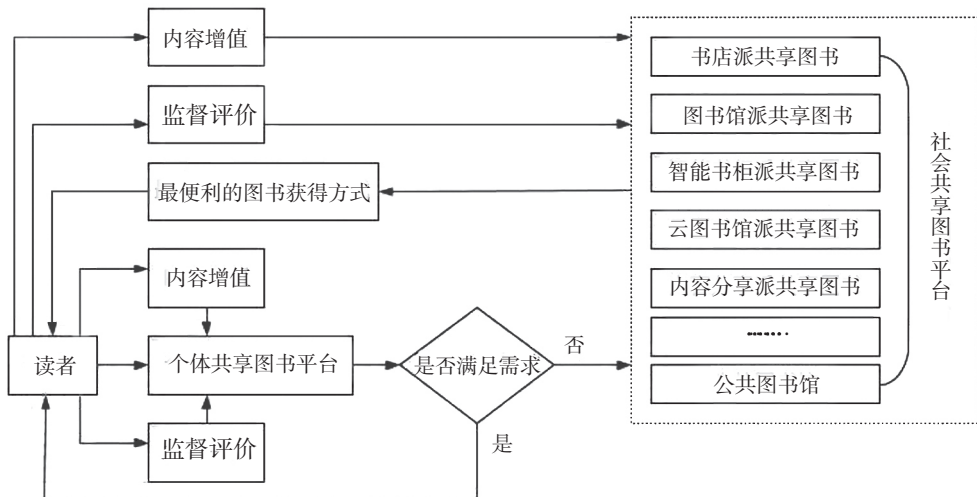


图2 共享图书大平台模型

如图2所示,当读者从某一个体共享图书平台借不到所需图书时,个体共享图书平台自动连接到共享图书大平台,共享图书大平台检索读者附近的其他共享图书平台和公共图书馆,将“图书获取最佳路径”发送给读者,实现社会图书资源的高效共享。

在深度上,共享平台可通过赠送积分或网络流量的形式,吸引读者以微书评的形式将个人阅读感想、心得、体会等“增值内容”发给平台,建立“图书内容增值库”。这既可达到思想交流、观点碰撞的深度内容共享目的,也可为其他读者选书提供参考。另外,读者每次的借阅、交易行为都应受到监督和评价,以促进共享图书的健康发展。

参考文献

- 1 工信部:推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合[EB/OL].[2019-02-26].https://www.sohu.com/a/237999330_640189.
- 2 赵琰,等.互联网思维下图书共享模式研究[J].图书情报工作,2018(3):33-38.
- 3 张焱.共享图书与传统图书馆的融合发展研究[J].山西档案,2017(2):121-123.

- 4 刘艳.微菌空间:共享经济下的城市图书空间[J].图书馆,2017(12):72-77,92.
- 5 刘艳.民间图书共享研究[J].国家图书馆学刊,2019(1):17-26.
- 6 张孝荣,俞点.共享经济在我国发展的趋势研究[J].新疆师范大学学报(哲学社会科学版),2018(2):132-146.
- 7 国家图书馆“十三五”规划纲要[EB/OL].[2019-05-06].http://www.nlc.cn/dsb_footer/gygt/ghgy/.
- 8 李国朋.家庭阅读资源共享模式研究[J].图书馆工作与研究,2015(8):53-55.
- 9 123行动[EB/OL].[2013-08-23].http://www.123tsg.com/h-nd-25.html#_np=103_499&.
- 10 渔书2018社会责任报告[EB/OL].[2019-02-11].http://www.sohu.com/a/294020039_99965794.
- 11 全国人大代表、国家图书馆馆长韩永进:上千人在图书馆里“过大年”[EB/OL].[2019-03-08].http://www.sohu.com/a/225085102_161623.
- 12 范兴坤.当前我国公共图书馆事业政策建设

- 思路研究[J].国家图书馆学刊,2017(1):3-13.
- 13 王科.高校图书馆外借图书批注圈点利弊谈[J].长春师范学院学报,2007(8):174-176.
- 14 李英锋.“共享书店”引领全民阅读新时代[EB/OL].[2019-02-20].http://www.ce.cn/culture/gd/201707/20/t20170720_24335857.shtml.
- 15 书店图书馆相继杀入共享市场 新书共享,书店作何盘算?[EB/OL].[2019-02-18].<http://media.people.com.cn/n1/2017/1018/c40606-29593289.html>.
- 16 梁钜霄.大数据时代的图书馆转型探索——基于共享书店的案例[J].图书情报导刊,2018(7):6-11.
- 17 倪成,等.5问2018书店之“春”?[N].中国出版传媒商报,2018-01-05(03).
- 18 高德明.中国传统文化中的和谐思想[J].求实,2008(2):32-34.
- 19 欧阳爱辉,陈梓.论法治环境下我国私人图书馆的可持续发展——以长沙市雨花区“和+共享”图书馆为例[J].石家庄学院学报,2019(4):116-121.
- 20 王志标,道文静.众筹与微商融合的创业模式探索[J].金融理论与实践,2019(3):23-29.
- 21 刘博文.“和+共享图书馆”与诺贝尔和平奖获得者共享书籍[J].湖南烟草,2018(4):2.
- 22 虞晓旭,李立威.共享图书的商业模式及问题——基于“借书人”和“摩布图书”的案例[J].电子商务,2019(3):37,41.
- 23 “借书人”运营一年难盈利 共享图书:理想丰满现实骨感[EB/OL].[2019-02-11].<http://culture.people.com.cn/n1/2017/0411/c22219-29201003.html>.
- 24 杨金花.善读书与善推广:樊登读书会运营模式探析[J].出版发行研究,2018(2):96-99.
- 25 冯晓霞.樊登读书:用耳朵打开书籍[J].光彩,2019(5):27-29.
- 26 第十六次全国国民阅读调查结果公布[EB/OL].[2019-04-21].<http://culture.people.com.cn/n1/2019/0421/c1013-31041115.html>.
- 27 中国是世界上人均读书量最少的国家,那么最多的又是哪些国家呢?[EB/OL].[2019-02-14].http://www.sohu.com/a/245495678_100055867.
- 28 韩继章,刘大建.“重藏轻用”批判及其反思[J].图书馆,1989(1):15-21.
- 29 “全民阅读”第六次写入政府工作报告[EB/OL].[2019-03-18].http://www.sohu.com/a/302109032_528969.
- 30 刘雪花,陈思文.阅读立法视野下社会力量参与全民阅读推广研究[J].图书馆工作与研究,2018(6):106-112.
- 31 莫启仪,严丽洁.“名人效应”与全民阅读推广探究[J].图书馆建设,2018(7):13-17.
- 32 何勇海.为“名人代言阅读”点赞[N].中华读书报,2014-06-18(19).
- 33 李国朋.阅读红利与全民阅读推广创新研究[J].图书馆工作与研究,2017(1):90-93.
- (康思本 副研究馆员 广东开放大学图书馆)
收稿日期:2019-07-28