

图书馆与中小型出版社合作共赢策略研究

温凌云 韩丹 刘芸 虞乐

(江西省图书馆 江西 南昌 3300046)

摘要: 现阶段,图书馆与出版社均为我国传递信息、拓展精神层面的重要场所,开展图书馆与中小型出版社协同合作策略研究,不仅可以促进双方信息的互通,同时有利于共同加强对馆配商服务的动态管制,达到双方的互利共赢,本研究旨在探讨图书馆和出版社合作的重要意义,提出共赢模式与方法,使图书馆与中小出版社更加紧密的合作,以促进馆配图书销售额的增长,更好地服务读者。

关键词: 图书馆;中小型出版社;合作;共赢;策略

随着高校、大学图书馆在内的各级各类图书馆的采购量与采购经费不断增加,图书馆已成为出版社最大的消费群体,其在图书发行市场的地位逐年上升,而出版社作为图书馆文献信息资源的主要来源,两者缺一不可,相互依存^[1]。尤其是近10年来,各式各样的“图采会”轮番登台,受到全国出版业的瞩目。一些大出版社渐渐认识到与大型图书馆合作的重要性与可行性,但对于中小型出版社而言,能够合作的图书馆少之又少^[2]。事实上对于目前的中国来说,无论是大型出版社还是中小型出版社均为我国出版业的重要力量。笔者认为,图书馆应重视与中小型出版社的合作,从而为图书馆的文献资源建设注入更多的生机与活力。本文从理论与策略上探索图书馆与其馆藏方向比较一致的中小型出版社合作的问题,以实现双方互利共赢,现报道如下。

1 我国的中小型出版社自身独特的特点

首先,我国中小型出版社具有决策和应变迅速、经营方式灵活的特点,由于能够合理选择和调配出版机制与出版资源,及时、灵活的应对市场信息变化,从而缩小与大型出版社之间存在资金与信息方面的差距,甚至有一些小出版社在突出专业特色方面要优于大出版社^[3];其次,中小型出版社的工作人员少,有利于内部及时沟通,能够快速完成经营决策,具有较强的应变能力;最后,中小型出版社也能基本满足图书馆提出的多层次、多样性需求,其经营业绩直接与社内人员的个人绩效挂钩,相比大型出版社而言联系更加紧密,能够调动各方工作人员的积极性^[4]。中小型出版社完全可以在上述几方面发挥自己的优势,多下功夫,在馆配市场上发挥自己更大的作用。

2 图书馆和出版社合作的重要意义

2.1 图书馆与出版社的合作能够促进两者共同健康成长

从出版社的角度来看,获取信息最有效的途径的就是与图书馆的沟通。中小型出版社必须摒弃传统服务理念,更新服务意识,并通过多种途径保持馆社之间的长期稳定交流,如上门走访、加入图工委以及图书馆创办的各类读者协会等方式,从而更加准确的掌握各个图书馆的馆藏方向、年度采购明细及要求、获取图书的信息渠道,为出版社的新书出版提供思路和依据,同时出版社也可利用图书馆文献集成系统得到准确的流通数据等信息,调整、优化出版结构和内容,能够显著提升出版社新书的出版质量,保持选题的新颖性与科学性^[5]。从图书馆的角度来看,及时与出版社的营销人员取得联系,掌握新书出版的发展趋势和动态变化,不仅能够提高采访人员的综合素质,开阔其视野,同时也使采访人员及时调整采购战略,优化馆藏内容,提高采访质量。可见图书馆与中小出版社的合作对其双方都有着重要作用^[6]。

2.2 图书馆与出版社的合作能够提高出版社馆配图书的成交量

出版社作为即将出版的单品种或系列的一种管宣传方式,

在其营销模式中,首先与图书馆采访人员联系,并按月给各个图书馆采编部门寄发样品,加强对图书馆的主动营销力度,图书馆再将这些资料进行分类排序,转给相关领域的读者勾选^[7]。一方面能够满足读者对图书出版信息的了解,另一方面也能间接增加图书馆与出版社销售成绩。当出版社发行的图书在图书馆上架后,能够满足一些不能满足于图书馆借阅而选择直接购买的读者,更加有力地促进了馆配图书成交量的增长。

2.3 图书馆与出版社的合作能够更好地推进阅读推广工作

出版社与图书馆都肩负着阅读推广的重要职责,近年来二者在阅读推广方面发挥优势,其中出版社能够为国民阅读提供精神食粮,而图书馆从出版社中购买读物供读者借阅或直接消费,通过阅读推广能够为图书馆吸引来客,当阅读人群不断扩大时将会直接影响出版产业的市场规模,因此二者合作将成为公共文化服务的主体,更好地推进全民阅读工作^[8]。

2.4 图书馆与出版社的合作能够从侧面促使馆配商服务质量的提升

目前的馆配市场上存在一些专业性差、学术性低以及图书到馆周期长、到馆率低的现象,而图书馆与出版社合作之后即可共同协作,加强对馆配市场的管理与监督,图书馆可同时从馆配商与出版社中获取所需要的信息,从而有效减少采访中因馆配商故意屏蔽掉折扣高且具有专业性和学术性的新书目录导致的重要图书漏订的问题^[9]。另外图书馆采访人员能够定期与出版社的馆配营销人员进行核对,及时发现订单中未到馆图书的原因,做到督促馆配商落实配书到馆,而出版社也可以在与图书馆的沟通过程中了解其对馆配商的评价,掌握馆配商的信誉度,选择高口碑、高水平的合作伙伴,从侧面提升馆配商的服务质量。

3 图书馆与中小出版社的合作策略

3.1 转变观念,关注图书馆馆配市场的开发

中小型出版社目前需要改变传统观念,并充分认识图书馆市场与社内图书销售水平的关联性,主动出击,积极开展与图书馆之间的合作。对于条件允许的中小出版社,可成立图书馆直供服务部门,或调遣专人与图书馆取得联系,开展营销活动,并本着互惠互利的原则,降低对图书馆的销售额度,以谋求二者的共同发展;另外中小型出版社应完善图书出版信息,如果能够直接提供按作者、书名和主题、出版时间和专业来整合编制目录索引,能为图书馆节省大量的搜索时间,快速查找所需要的图书,建立更深层次的合作。而图书馆在与中小型出版社合作的过程中,舍去了中间环节,不仅采购准确率高,并且节省了购书经费,将投掷在大型出版社的目光转移至中小型出版社,多方合作,取得利益最大化。

3.2 图书馆选择中小型出版社合作的条件

图书馆在选择合作的中小型出版社时,应结合自己的馆藏特色。因出版社在发展过程中会逐渐形成自己的经营方向与范

围,具有一定的学科倾向性。而图书馆的人力资源有限,难以同时与多家出版社合作,这时就需要根据馆内的藏书特点以及学科专业设置,选择风格相近且诚信可靠的出版社作为合作伙伴,并找准时机,及时将这些出版社定义为自己的战略合作关系,建立直营直销的合作模式。而出版社方也要在第一时间为图书馆提供完整的图书信息与编制目录数据,满足图书馆的采购查找。

2.3 中小型出版社应加大直供图书馆的服务工作

中小型出版社在与图书馆合作期间需加强直供图书馆的服务工作,及时发现当前图书发行体制的不足,予以弥补,以实现馆社之间的“交互式”沟通。出版社不仅仅是图书信息的生产者,也是供货者,其在传递信息产品的及时性与准确性方面无法超越,这种直供服务避免了因供货商供货导致的延迟、不准确、不全面等问题,使图书馆能够在收藏自己所需的学科文献上减少时间和精力,提高了信息传递的速度和效率,克服了分销模式中供需错位的弊端,最大限度地满足图书馆购书品种和新书上架的及时性。

4 合作中应注意的问题

4.1 分工明确,各司其职

在馆社合作期间各自的任务与分工差别明显,需要根据各自的产专长明确彼此分工和角色,通常出版社专注于书籍出版的具体事宜,而图书馆是出版资源和出版后资源的提供方,双方可以协商拟订一套正式的责任划分书,详细说明双方权利、义务和利益等内容,这些政策有助于图书馆与出版社更加科学合理的管理出版项目,确保编辑的质量和主办刊物的性能,使双方合作高效顺畅地持续运行。

4.2 加强交流与沟通

与出版社有合作关系的图书馆之间应加强沟通与交流,就出版物内容、关键性策略、风险和防范等方面及时、定期交换意见,其次双方应交接相关的财政计划、出版平台和长期保存方案、人员配备与人力资源建设方案,将沟通持续进行,及时掌握并跟进出版进程,分享彼此的合作经验与成果,在完善出版方案上做到持续质量改进,双方发挥各自的优势与效用,建立长期可靠的合作关系,避免不必要的问题,互利双赢。

4.3 提高馆社工作人员的素质

要想促进馆社工作的全面发展就需要不断提高馆员的综合素质。一方面,图书馆要加强引进如编辑、数据策管等高水平专业人才,另一方面也有要完善对现有员工的相关培训,加大培养力度;并建立培训基地,为正式和非正式的培训会议提供

场所,培训可通过实地观摩、网络会议、脱产学习以及学术研讨等途径展开^[10]。另外出版社方面需要设立专门的出版社岗位提供对口服务支持,明确阐述其岗位职责以及任职资格等,确保馆员素质可以紧随出版业发展的需求,提高项目的成功率和连续性。

5 讨论

总而言之,图书馆与出版社作为一个有战略意义的、有针对性的服务领域,能够满足人们的精神文化需求,增加出版生态系统的价值。二者在拥有共同基础设施之上充分发挥各自的优势技巧,互相选择风格相近、口碑良好的合作伙伴。中小型出版社需要摒弃传统观念,不断改革创新,图书馆也要改变老旧的文献采购运作程序、规则及方法,灵活应对图书市场的变动,拓展图书采购途径,不断完善馆藏,更好的服务于数字时代的读者需求,并且在这种互利合作的模式之下,推动了我国出版事业和图书馆事业的发展,促进图书馆出版的职业化和学术交流的积极开展。

参考文献

- [1]施衍如.图书馆、出版社、书店协同助力少年儿童阅读推广研究[J].图书馆工作与研究,2017,(7):116-119.
 - [2]武建铭.大学图书馆与出版社合作出版模式探析[J].图书情报工作,2014,(15):106-110.
 - [3]张钰梅.基于大数据的图书馆与出版社跨界合作[J].新世纪图书馆,2016,(8):56-59.
 - [4]姜晶.跨界合作在图书馆与出版社、书商合作中的应用研究[J].创新科技,2015,(9):73-75.
 - [5]刘相金,刘学燕."互联网+"时代图书馆、出版社、书店合作的新模式[J].兰台世界,2018,(12):110-113.
 - [6]武艳芹.阅读推广视阈下出版社与图书馆合作出现的问题及对策分析[J].编辑之友,2017,(10):13-16.
 - [7]冯永财.基于合作营销的图书馆与出版社联合开展阅读推广研究[J].出版发行研究,2016,(8):81-85.
 - [8]杨千予,徐军华.美国一流高校图书馆与学术出版机构合作案例剖析及启示[J].图书馆,2017,(8):69-74,96.
 - [9]王海辉.馆社合作对少儿阅读推广的促进作用——从"中原童书榜"谈起[J].出版广角,2018,(12):25-27.
 - [10]刘小锋.集成产品服务下出版社与图书馆合作知识转移研究[J].图书馆理论与实践,2018,(11):1-5,18.
- 基金项目:江西省文化艺术科学规划项目(YG2016171)