

# 创新赋能：基于IFLA获奖案例的公共图书馆阅读服务实践与启示

付 颖

湖北工业大学图书馆, 湖北 武汉

收稿日期: 2026年6月24日; 录用日期: 2026年7月31日; 发布日期: 2026年8月10日

## 摘 要

在公共文化服务高质量发展与全民阅读纵深推进的背景下, 公共图书馆作为阅读服务主阵地与文化传播核心载体, 其服务创新直接关乎文化传承与公众文化获得感提升。文章选取了几例已正式公布的IFLA国际营销奖、年度公共图书馆奖代表性获奖项目作为研究对象, 构建“目标群体-核心策略-技术应用-成效评估-可持续性”五维比较分析框架, 采用案例分析法与比较研究法展开系统研究。研究结合场景理论、用户体验理论、文化认同理论等, 阐释了阅读服务创新“场景延伸-精准供给-体验优化-认同建构”的递进式文化传播逻辑, 发现国际优秀实践在服务边界拓展、特殊群体关怀、技术融合、社区联结等方面形成了成熟经验。结合不同层级图书馆的资源禀赋差异, 文章从基础普惠、能力提升、创新引领三个层级提出差异化实践建议, 并坦诚说明案例选择与资料来源的研究局限性。研究旨在为国内不同规模的图书馆创新阅读服务、强化文化传播、助力全民阅读提供分层分类的实践参考。

## 关键词

IFLA获奖案例, 阅读服务创新, 文化传播, 公共图书馆, 全民阅读

# Innovation Empowerment: Practice and Enlightenment of Public Library Reading Services Based on IFLA Award-Winning Cases

Ying Fu

Library of Hubei University of Technology, Wuhan Hubei

Received: June 24, 2026; accepted: July 31, 2026; published: August 10, 2026

文章引用: 付颖. 创新赋能: 基于IFLA获奖案例的公共图书馆阅读服务实践与启示[J]. 社会科学前沿, 2026, 15(8): 124-132. DOI: 10.12677/ass.2026.158643

## Abstract

Against the backdrop of the high-quality development of public cultural services and the in-depth advancement of nationwide reading, public libraries function as the main front for reading services and the core carrier of cultural communication. Their service innovation is directly related to cultural inheritance and the improvement of the public's sense of cultural gain. This paper selects several officially announced representative award-winning projects of the IFLA International Marketing Award and the Annual Public Library Award as research subjects. It constructs a five-dimensional comparative analysis framework consisting of target groups, core strategies, technology application, effectiveness evaluation, and sustainability, and conducts a systematic study via the case analysis method and comparative research method. Incorporating scene theory, user experience theory, cultural identity theory and other relevant theoretical foundations, this study elaborates the progressive cultural communication logic of reading service innovation: scene extension, precise supply, experience optimization, and identity construction. It finds that outstanding international practices have accumulated mature experience in expanding service boundaries, delivering support for special groups, advancing technology integration, and strengthening community bonds. Given the disparities in resource endowments across libraries at different levels, this paper proposes differentiated practical recommendations at three tiers: basic universal access, capacity enhancement, and innovation leadership, and openly acknowledges the research limitations regarding case selection and data sources. This study aims to provide tiered and classified practical references for libraries of various scales in China to innovate reading services, reinforce cultural communication, and promote nationwide reading.

## Keywords

IFLA Award-Winning Cases, Reading Service Innovation, Cultural Communication, Public Libraries, Nationwide Reading

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

### 1.1. 研究背景与意义

全民阅读上升为国家文化发展战略后,我国公共图书馆体系持续完善,阅读服务供给不断扩容,阅读推广活动常态化开展,社会阅读氛围逐步形成。数字技术迭代与公众文化需求多元化、个性化,对图书馆服务提出更高要求,传统以文献借阅为主的模式已难以适配新时代公众文化参与需求,图书馆亟需突破固有框架,以创新重构服务场景、以文化传播提升服务价值。

国际图联(IFLA)是全球图书馆领域权威国际组织,其国际营销奖、年度公共图书馆奖以服务创新、社会价值、文化影响力为核心评审标准,获奖项目为全球标杆实践,代表行业发展方向[1]。梳理近年获奖案例,既能把握国际服务创新前沿,又能提炼适配我国的可复制经验,助力优化国内图书馆服务形态、提升传播效能、扩大特殊群体服务覆盖。

理论层面,现有研究多聚焦国内单一案例,对 IFLA 获奖案例的整合研究、阅读服务创新与文化传播结合的系统性分析仍可进一步深化。本文通过深度剖析典型案例,构建系统化比较框架并结合成熟理论阐释传播逻辑,丰富研究视角、完善理论体系。实践层面,研究成果可为各级图书馆优化服务、推广阅

读、强化传播提供参考，助力公共文化服务均等化、优质化发展。

## 1.2. 国内 IFLA 获奖案例研究现状

国内围绕 IFLA 获奖项目已形成阶段性研究成果：何慧敏(2025)从营销体系构建与形象塑造角度，梳理国内 IFLA 获奖项目的五类实践形态，阐明其对图书馆服务效能与社会形象的提升作用，研究侧重经验总结[2]；张钰诚(2026)对 2021~2025 年 IFLA 国际营销奖获奖项目进行多维度梳理，总结精准营销、全媒体传播、服务边界延伸等实践特征，研究侧重营销方法归纳[3]；褚芹芹(2023)系统分析我国 IFLA 获奖项目的共性特征，提出贯彻系统营销、推进跨界融合等发展建议[4]；李颖(2025)从情感营销视角解读 2024 年获奖项目，提出分层满足用户情感需求的路径，为服务体验优化提供理论参考[5]。整体来看，国内研究持续丰富该领域的实践认知与方法积累，为后续研究奠定了坚实基础；但目前相关研究存在服务创新与文化传播的融合理论阐释薄弱、对策建议缺乏分层适配性等问题。

## 1.3. 研究设计与研究方法

### 1.3.1. 研究对象与选取标准

本研究选取 2023~2025 年间 IFLA 官方正式公布的 4 项获奖及入围前十的项目：宁波图书馆“听·书声印记图书馆”(2025 年国际营销奖)、北京城市图书馆“阅读花园”(2025 年国际营销奖)、嘉兴图书馆“悦心听读本”(2023 年国际营销奖前十)、哥伦比亚麦德林公共图书馆系统“环游世界，走遍 26 个图书馆”(2023 年国际营销奖)。案例选取兼顾国内实践与国际经验，覆盖无障碍服务、空间创新、社区联动等多元方向，保障研究的代表性与针对性。

### 1.3.2. 比较分析框架

为实现案例系统性对比，本研究构建五维比较分析框架：① 目标群体维度：考察项目服务对象定位与需求适配性；② 核心策略维度：梳理项目主要实施路径与创新手段；③ 技术应用维度：分析数字技术、智能技术在服务中的应用方式与深度；④ 成效评估维度：总结项目效果衡量指标与产出成果；⑤ 可持续性维度：探究项目长期运营的保障机制与发展潜力。通过横向对比提炼共性规律与差异特征，增强研究的严谨性与说服力。

### 1.3.3. 研究方法

本研究主要采用两种研究方法：一是案例分析法，深度梳理各获奖项目的实施背景、流程设计、特色与成效，挖掘其创新逻辑；二是比较研究法，基于五维分析框架开展多案例横向对比，总结共性经验与差异化路径。

### 1.3.4. 资料来源与局限性说明

本研究资料主要来自 IFLA 官方网站、获奖图书馆官方公告、文化和旅游部及地方政府权威报道、已发表学术文献等二手资料，案例选取数量有限。基于二手资料的研究特性，本研究对交叉验证不足的内容保持审慎态度，研究结论侧重实践逻辑归纳与经验提炼。

## 2. IFLA 相关奖项概况与案例基本情况

### 2.1. IFLA 核心奖项设置

IFLA 国际营销奖是全球图书馆领域极具影响力的专业奖项，表彰在阅读推广、服务营销、品牌塑造、公众服务等方面具备卓越创新力与社会价值的图书馆项目，评审重点为创新性、普惠性、可持续性、文化传播效果，每年吸引全球上百个图书馆申报[6]。该奖项聚焦具体服务项目，与本文研究主题高度契合。

IFLA 年度公共图书馆奖侧重评价图书馆综合服务能力,授予在空间设计、服务体系、社区融合、文化引领等方面表现突出的公共图书馆,被誉为公共图书馆领域的重要荣誉。该奖项从整体运营展现服务水平,为我国大型图书馆构建现代化服务体系、打造城市文化地标提供参考。两类奖项从项目创新与机构实力两个维度,呈现阅读服务与文化传播的优秀实践。

## 2.2. 案例基本概况

本次选取的 4 个案例均为已公开评选结果的成熟项目,基本情况如下:

宁波图书馆“听·书声印记图书馆”项目针对视障群体阅读痛点,构建线上有声资源供给+线下沉浸式体验的一体化服务模式,通过“1+5”主题活动体系与仪式化打卡设计,覆盖两千余名视障读者,填补了特殊群体阅读服务的短板。

北京城市图书馆“阅读花园”项目以少年儿童及亲子家庭为核心对象,将阅读行为转化为虚拟花园成长能量,以游戏化设计激发少儿阅读兴趣,项目上线后累计超 150 万人次参与,占同期到馆读者的 41.7%,有效带动了家庭阅读习惯养成[7]。

嘉兴图书馆“悦心听读本”项目瞄准幼儿、老年人、视障人群、读写障碍群体的阅读困难,开发极简操作的听阅一体数字资源,联合社区、老年大学开展线下推广,将服务下沉至基层,提升了特殊群体阅读服务的可及性。

哥伦比亚麦德林公共图书馆系统“环游世界,走遍 26 个图书馆”项目联动 26 家公共图书馆,以国家文化为主题打造沉浸式阅读场景,通过“旅行护照”打卡机制吸引市民参与,吸引众多市民参与,其中近半数为首次走进图书馆的新读者,有效激活了社区阅读生态。

## 3. 典型案例实践路径与多维度比较分析

### 3.1. 典型案例的实践路径

#### 3.1.1. 无障碍阅读服务的精准化创新

视障、老年、读写障碍等群体长期面临阅读资源获取不便、线下参与门槛高、数字服务操作复杂等问题,传统同质化服务难以满足其需求。宁波图书馆与嘉兴图书馆均以特殊群体需求为核心,打造了精准适配的无障碍阅读服务。

宁波图书馆“听·书声印记图书馆”项目通过座谈、走访开展深度需求调研,精准把握视障读者的阅读偏好与服务痛点,构建“线上有声资源+线下沉浸式体验”的一体化服务体系。项目搭建“1+5”主题活动框架:以“听·一座图书馆”场馆探访为核心必选项目,由专业馆员全程引导并同步线上直播;搭配“听·一次讲座”、“听·一场戏曲”等五大可选主题活动,读者完成打卡可获得专属印记凭证,以仪式感提升用户参与感。项目全程采用极简操作设计,扫码即可收听有声资源,配合馆员协助,累计吸引 2200 余名视障读者参与,其中 75%为首次使用图书馆服务,实现了阅读服务与文化关怀的双重价值[8]。

嘉兴图书馆“悦心听读本”项目入选 2023 年 IFLA 国际营销奖全球前十,聚焦老年人、视障人群、读写障碍群体的服务短板,打造轻量化、适老化阅读服务。针对特殊群体数字操作能力弱、传统纸质阅读不便的问题,项目开发了适老化听阅一体数字资源,支持一键播放、语速调节、字体放大等简易功能,降低使用门槛。同时,图书馆联合社区、老年大学、康复机构开展线下推广与操作指导,将服务直接送进社区与家庭,以普惠精准的设计破解特殊群体阅读难题,彰显了图书馆的公益属性[9]。

#### 3.1.2. 阅读空间与沉浸式体验创新

传统图书馆以文献借阅为核心的空间模式,难以满足公众多元化的文化体验需求。IFLA 获奖项目普

遍注重空间场景的创新与阅读体验的升级，将阅读从被动接受转化为主动探索的沉浸式过程。

北京城市图书馆曾凭借现代化的空间设计与服务体系斩获 2024 年 IFLA 年度公共图书馆奖，其突破传统图书馆的空间边界，融合建筑空间与自然生态，打造开放式、全龄段、复合型阅读空间，成为集文献传递、知识智库、文化交流于一体的城市文化地标[10]。2025 年其“阅读花园”项目斩获 2025 年 IFLA 国际营销奖第二名，是空间服务与阅读体验融合的典型代表，项目以少年儿童为核心服务对象，聚焦少儿阅读兴趣培养与家庭阅读氛围营造，搭建互动式、可视化的阅读体验空间。通过智能程序与专属成长体系，将读者借阅、活动参与等阅读行为转化为虚拟花园的成长能量，以游戏化、沉浸式设计激发少儿的阅读内驱力。项目同时强调亲子共读场景的延伸，带动家庭阅读习惯养成，实现了阅读空间、数字技术、亲子互动与文化熏陶的有机融合。

3.1.3. 社区文化传播的联动式创新

单一图书馆的服务辐射范围有限，难以形成规模化的文化传播效应。麦德林公共图书馆系统的实践证明，馆际联动与社区嵌入能够有效拓展阅读服务的覆盖边界，强化社区文化联结。

哥伦比亚麦德林公共图书馆系统“环游世界，走遍 26 个图书馆”项目获 2023 年 IFLA 国际营销奖第一名，是社区阅读服务与多元文化传播融合的经典范例。项目由 26 家公共图书馆协同联动，每家图书馆对应一个国家打造专属文化主题，围绕主题国的文学、艺术、民俗、历史搭建沉浸式体验场景。项目以“旅行护照”为核心载体，市民可免费领取护照，参与各馆主题活动即可加盖对应印章，集齐印章可兑换阅读奖励。活动全程免费，以游戏化机制降低公众参与门槛，馆际联动形成规模化传播效应，打破了单一图书馆的服务局限。市民在参与过程中接触多元文化，增强了对社区公共文化服务的认同感，图书馆也从单一阅读场所转变为社区文化交流枢纽。

3.2. 多维度横向比较与批判性分析

基于五维比较分析框架，本研究对 4 个案例进行横向对比，具体情况如表 1 所示。

Table 1. Comparative analysis of five dimensions of typical cases  
表 1. 典型案例五维度比较分析

| 对比维度   | 宁波图书馆“听·书声印记图书馆”         | 北京城市图书馆“阅读花园”              | 嘉兴图书馆“悦心听读本”            | 麦德林公共图书馆“环游世界，走遍 26 个图书馆” |
|--------|--------------------------|----------------------------|-------------------------|---------------------------|
| 目标群体   | 视障群体为主，覆盖特殊阅读需求人群        | 少年儿童及亲子家庭                  | 老年人、视障人群、读写障碍群体         | 全年龄段社区居民，侧重新读者拓展          |
| 核心策略   | 线上有声资源 + 线下沉浸式体验，仪式化打卡激励 | 游戏化成长体系，亲子互动场景延伸           | 轻量化适老化资源，社区下沉服务         | 馆际联动主题场景，旅行护照打卡激励         |
| 技术应用   | 有声书技术、直播技术、极简交互设计        | 智能交互程序、用户行为数据系统、虚拟场景渲染     | 适老化数字播放技术、简易交互设计        | 以实体场景营造为主，数字技术应用程度低       |
| 成效评估指标 | 参与人数、首次使用图书馆用户占比、媒体传播量   | 参与人次、到馆读者参与占比、亲子家庭复访率      | 服务覆盖人数、特殊群体使用率、社区辐射范围   | 参与总人数、新读者占比、馆际活动联动频次      |
| 可持续性机制 | 常态化活动排期、助残机构合作网络、无障碍服务规范 | 品牌化运营体系、全生命周期阅读服务配套、技术迭代机制 | 资源持续更新机制、社区共建网络、适老化服务标准 | 年度主题更新机制、跨部门协作体系、社区自治参与   |

从共性特征来看，四个项目均遵循“用户需求导向”的核心逻辑，突破了传统图书馆馆舍空间与文献服务的边界，通过场景拓展、体验设计提升服务吸引力，最终指向用户文化获得感与认同感的提升。从差异化特征来看，国内项目更侧重特殊群体的普惠服务与数字技术的深度应用，海外项目更侧重社群运营与馆际网络协同；头部图书馆项目更注重技术赋能与品牌打造，基层导向项目更侧重轻量化与可及性。

同时需批判性地认识到，这些获奖项目存在明显的资源依赖特征：北京城市图书馆项目依托超大型场馆的硬件基础与充足的技术投入，中小图书馆难以复制同等规模的沉浸式体验；麦德林项目依赖完善的总分馆网络与城市文化政策支持，在图书馆网点稀疏的地区难以落地。此外，现有项目的成效评估普遍侧重参与人次、覆盖率等短期量化指标，对用户长期阅读习惯养成、文化认同提升等深层效果的追踪评估不足，反映出当前图书馆阅读服务评估体系的普遍短板。

## 4. 阅读服务创新的递进式文化传播逻辑与理论基础

### 4.1. 递进式传播逻辑的理论基础

本研究提出的“场景延伸－精准供给－体验优化－认同建构”递进式传播逻辑，并非经验层面的简单归纳，而是与多个学科的成熟理论形成呼应，具备理论基础。

第一，场景延伸对应场景理论。罗伯特·斯考伯与谢尔·伊斯雷尔提出的场景理论指出，移动互联网时代的服务核心是适配用户的物理场景与社会情境，通过场景重构实现服务的无触达渗透。获奖项目将阅读服务从馆内延伸至社区、家庭、户外、地铁等多元场景，本质是让阅读嵌入用户的日常生活动线，拓展文化传播的触达渠道，这与场景理论的核心内涵高度契合[11]。

第二，精准供给对应使用与满足理论。卡兹提出的使用与满足理论认为，受众会基于自身特定需求主动选择媒介与服务，需求的适配度直接决定传播效果。获奖项目摒弃传统同质化的服务供给，针对视障群体、少儿、老年人等不同群体的需求痛点设计差异化服务，本质是通过需求匹配提升传播的精准性与有效性，是使用与满足理论在公共文化服务领域的具体实践[12]。

第三，体验优化对应体验营销理论。施密特(Schmitt)在《体验营销》中提出感官、情感、思考、行动、关联五大体验模块，认为优质的体验能够激发用户参与意愿，建立品牌情感联结。获奖项目通过游戏化设计、沉浸式场景、情感化互动等方式，从多维度优化用户阅读体验，将被动的知识接收转化为主动的参与过程，这正是体验营销理论在公共图书馆服务中的创新应用[5]。

第四，认同建构对应社区营造理论与文化认同理论。社区营造理论强调通过公共活动培育社区归属感与共同体意识；文化认同理论指出，可持续的文化参与是建构身份认同与文化自信的核心路径。获奖项目通过持续的服务供给与社群互动，让图书馆从文献存储场所转变为文化共同体载体，最终实现用户对图书馆服务、社区文化乃至城市文化的认同，完成从服务供给到价值引领的升级[13]-[15]。

### 4.2. 递进式传播逻辑的实践路径

#### 4.2.1. 场景延伸：突破服务边界，拓宽传播渠道

传统图书馆局限于馆舍空间与文献借阅，传播范围与效果受物理边界制约。IFLA 获奖项目普遍打破空间与内容的双重边界，将服务延伸至社区、户外、家庭等多元场景，内容拓展至文化体验、艺术互动、特殊群体关爱等领域，让图书馆成为开放的文化服务节点，拓宽文化传播的触达渠道。服务场景的延伸让阅读不再局限于特定场所，而是嵌入公众的日常生活，提升了阅读服务的可及性与文化传播的覆盖面。

#### 4.2.2. 精准供给：细分用户群体，提升传播效能

同质化服务无法匹配多元用户需求，会降低文化传播的有效性。获奖项目坚持精准服务理念，针对不同群体设计差异化服务：针对视障群体侧重无障碍普惠服务，降低阅读门槛；针对少年儿童侧重趣味

沉浸式体验，激发阅读兴趣；针对社区居民侧重联动互动活动，强化社群联结。基于用户画像的精准供给，让服务内容与用户需求高度适配，显著提升了文化传播的针对性与用户接受度，也让图书馆服务更具温度与人文关怀。

#### 4.2.3. 体验优化：创新参与形式，增强传播吸引力

单向灌输式的阅读推广难以持续吸引公众，获奖项目普遍采用游戏化、沉浸式、互动式设计，通过可视化成长成果、仪式化参与流程、趣味化任务设计，让公众从被动的信息接收者转变为主动的服务参与者。无论是“阅读花园”的虚拟成长体系，还是“环游世界，走遍 26 个图书馆”的护照打卡机制，都通过优化用户体验提升了服务黏性与文化感染力。优质的体验不仅能提升单次活动的参与度，更能形成口碑传播效应，实现文化传播的裂变式扩散。

#### 4.2.4. 认同建构：赋能文化价值，实现传播目标

优秀的阅读服务创新不仅追求参与度提升，更以文化价值传递为核心，塑造社区认同、城市文化符号与文化自信。北京城市图书馆成为城市文化地标、麦德林图书馆增强社区凝聚力，本质都是以阅读服务为载体，实现文化传播与价值引领的统一。当用户在参与中形成对图书馆服务的认可、对社区文化的认同、对本土文化的自信，图书馆就真正发挥了其文化传播与社会凝聚的深层功能，这也是阅读服务创新的最终目标。

### 5. 分层分类的公共图书馆阅读服务优化路径

结合 IFLA 案例经验与我国不同层级图书馆的资源禀赋差异，本研究摒弃“一刀切”的建议模式，从基础普惠、能力提升、创新引领三个层级提出差异化实践路径，增强建议的针对性与可操作性。

#### 5.1. 基础普惠层：基层与中小型图书馆——立足均等化，夯实服务根基

对于经费有限、人员不足的区县图书馆、乡镇书屋等基层中小型图书馆，首要任务是保障基本公共阅读服务的均等覆盖，不宜盲目追求高科技与大规模项目。

一是聚焦刚需群体的基本服务，优先保障老年人、未成年人、残障人士等群体的基本阅读权益，推出轻量化的适老化、无障碍服务，如大字版读物、简易有声书资源等，无需复杂技术投入即可提升服务温度；二是联动现有基层文化网点，将阅读服务嵌入社区活动室、乡村文化站等现有空间，以最小成本拓展服务触达范围；三是挖掘本地文化资源，打造小而精的特色阅读活动，如地方民俗阅读会、本土作家分享会等，形成差异化服务优势，提升在地用户的认同感。

#### 5.2. 能力提升层：地市级公共图书馆——强化精准化，拓展服务场景

地市级公共图书馆具备一定的经费、人员与运营能力，应着力提升服务精准度与场景适配性，打造区域阅读服务核心节点。

一是建立常态化用户需求调研机制，通过问卷、访谈、借阅数据分析等方式细分读者群体，针对不同人群设计差异化阅读服务，提升服务的适配性；二是整合线上线下传播渠道，构建微信公众号、短视频平台、社区宣传相结合的全媒体传播矩阵，提升阅读活动的触达范围与传播效能；三是探索跨界合作模式，联合本地学校、文化机构、公益组织、企业等开展联动阅读活动，拓展服务边界，形成区域阅读服务合力，打造具有本地辨识度的阅读服务品牌。

#### 5.3. 创新引领层：省级与头部公共图书馆——深化融合度，打造文化标杆

省级图书馆、副省级城市中心馆等头部机构，拥有更充足的资源与人才储备，应承担行业创新引领

职能,打造区域乃至全国的阅读服务标杆。

一是深化数字技术与阅读服务的融合,探索人工智能、元宇宙、大数据等新技术在阅读场景中的应用,打造沉浸式、智慧化阅读体验空间,为行业提供可复制的技术应用范式;二是构建全域阅读服务体系,依托总分馆制、城市书房网络等推动优质阅读资源下沉,带动基层图书馆服务能力整体提升;三是强化文化价值赋能,将中华优秀传统文化、地方特色文化深度融入阅读服务,打造具有高辨识度的城市文化IP,发挥图书馆在文化传播、价值引领与城市形象塑造中的核心作用。

## 6. 研究结论与展望

### 6.1. 研究结论

本研究涉及的几例 IFLA 国际营销奖与年度公共图书馆奖的典型获奖案例,展现了全球公共图书馆阅读服务创新的前沿方向,核心特征体现为服务边界拓展、人群精准细分、用户体验升级与文化价值赋能,形成了“场景延伸-精准供给-体验优化-认同建构”的系统化递进式文化传播路径。我国近年来多家图书馆斩获 IFLA 奖项,体现国内阅读服务创新水平显著提升,为行业提供了本土化的实践参照。

在全民阅读与公共文化服务高质量发展背景下,我国公共图书馆应立足本土文化与公众需求,合理借鉴国际经验,推动阅读服务从同质化向精准化转型、从封闭馆内服务向全域场景融合转型、从短期活动向长效文化赋能转型。不同层级的图书馆应结合自身资源禀赋选择适配的发展路径,共同推动我国公共阅读服务质量与文化传播效能的整体提升。

### 6.2. 研究局限性

本研究存在三方面明显局限,需在后续研究中完善:第一,案例选择存在特殊性局限。本研究选取的4个案例均为 IFLA 奖项的获奖及入围前十的项目,实施主体多为资源禀赋较好的中头部公共图书馆,普遍拥有充足的经费支持、专业的运营团队与政策资源倾斜,代表了行业顶尖实践水平。对于经费有限、人员不足的基层图书馆、中小型图书馆而言,相关经验无法直接套用,推广应用时需结合自身规模、预算、地域特征等实际情况调整适配。第二,资料来源存在客观性局限。本研究主要依托 IFLA 官方披露、图书馆官方公告、权威媒体报道及已发表学术成果等二手资料开展分析,缺乏实地调研获取的一手运营数据与深度用户反馈信息,对项目运行中的现实困境、成本投入、长期效果等深层内容的挖掘不够深入。第三,研究范围存在覆盖面局限。本研究仅选取了4个代表性案例,未覆盖更多国家、更多类型的图书馆实践,且重点聚焦阅读服务维度,对图书馆空间建设、营销体系、绿色发展等其他相关维度的探讨不足,研究结论的普适性有待进一步验证。

### 6.3. 未来展望

未来研究可从三个方向拓展:一是扩大案例样本范围,纳入更多不同规模、不同发展水平地区的图书馆项目,提升结论的普适性;二是开展一手实地调研,通过深度访谈、用户问卷等方式获取运营细节与真实反馈,深化对服务创新机制的理解;三是针对不同层级图书馆构建适配性的阅读服务创新指标体系,为行业实践提供更具操作性的指引。

## 参考文献

- [1] 中国图书馆学会. 专栏|凝聚精华 助力推广——国际图联国际营销奖之公共便利篇[EB/OL]. [https://mp.weixin.qq.com/s/bMDW52sgAB\\_4DFbvR57dxA](https://mp.weixin.qq.com/s/bMDW52sgAB_4DFbvR57dxA), 2022-05-13.
- [2] 何慧敏. IFLA 国际营销奖国内获奖项目对公共图书馆营销体系与形象塑造的启发[J]. 河南图书馆学刊, 2025, 45(2): 21-25.

- 
- [3] 张钰诚. IFLA 国际营销奖获奖项目研究与分析[J/OL]. 图书馆, 2026: 1-8.  
<https://link.cnki.net/urlid/43.1031.G2.20260619.1422.008>, 2026-07-31.
- [4] 褚芹芹. 我国图书馆营销实践与研究——IFLA 国际营销奖我国获奖项目分析[J]. 新世纪图书馆, 2023(12): 70-77.
- [5] 李颖. 基于情感营销的图书馆管理和服务研究——以 2024 年 IFLA 国际营销奖获奖项目为例[J]. 图书馆研究与工作, 2025(12): 68-73.
- [6] IFLA (2025) IFLA PressReader International Marketing Award Winners 2025.  
<https://www.ifla.org/news/ifla-pressreader-international-marketing-award-winners-2025/>
- [7] 新华网. 全球第二名! 首都图书馆的北京城市图书馆“阅读花园”项目再获国际大奖[EB/OL].  
<http://www.xinhuanet.com/ci/20250519/0a17d474685042b7b4cdb3425995753f/c.html>, 2025-05-19.
- [8] 文化和旅游部. 浙江宁波图书馆“听·书声”印记图书馆为视障群体开启“阅读”之窗[EB/OL].  
[https://www.mct.gov.cn/whzx/qgwhxxlb/zj/202505/t20250520\\_960108.htm](https://www.mct.gov.cn/whzx/qgwhxxlb/zj/202505/t20250520_960108.htm), 2025-05-20.
- [9] IFLA (2023) IFLA PressReader International Marketing Award Winners 2023.  
<https://www.ifla.org/news/ifla-pressreader-international-marketing-award-winners-2023/>
- [10] 李颖. 新型公共文化空间发展路径探析——以 IFLA 2024 年度公共图书馆奖获奖者北京城市图书馆为例[J]. 图书情报研究, 2026(1): 3-10, 19.
- [11] 汪全莉, 万茹捷. 场景理论视角下“图书馆+地铁”公共文化服务创新研究[J]. 图书馆研究, 2024(1): 44-53.
- [12] 周炳娟. 高校图书馆微信平台阅读推广研究——以“使用与满足”理论为视角[J]. 改革与开放, 2017(24): 146-147+79.
- [13] 刘祖云, 王太文. “社区营造”: 理论渊源及其理论转译[J]. 理论探讨, 2023(5): 62-69.
- [14] 秦晓静, 艾弯, 杨妍茜. 文化认同理论视域下中华优秀传统文化融入高校美育的现实价值与实践路径[J]. 武汉理工大学学报(社会科学版), 2024, 37(6): 120-126.
- [15] 程焕文. 公共图书馆是社区的创造者——论“易本书”与“邻里图书馆”的社区创造价值[J]. 图书馆论坛, 2023, 43(4): 3-6.