

# 淺談閱讀節慶活動的規劃 —以2017年臺灣閱讀節為例

蔡家嫻

國立公共資訊圖書館輔導推廣科助理輔導員

## 壹、前言

「閱讀節」是圖書館界一年一度的閱讀盛事，更是臺灣在閱讀推廣上相當重要的指標性活動，透過這樣大型的閱讀活動可以看見許多閱讀推廣的創新模式和閱讀新鮮事。國立公共資訊圖書館(以下簡稱國資圖)每年都會推出不同的活動主題或內容，從一開始的露天閱讀宴、漂書旅行、真人書到行動書車、閱讀百分「點」以及裝置藝術、藝文表演、文創特展等，打造出臺灣本土的閱讀品牌。

臺灣閱讀節的前身是為圖書館週，圖書館週是世界各國圖書館為介紹圖書館的各項資源、設施、服務、活動等，促使國民認識圖書館、進而加以利用圖書館，而選定某一週為圖書館週。臺灣的圖書館週則於1970年由中國圖書館學會與國立中央圖書館所聯合發起的，當時是以「介紹圖書設施，運用圖書館資源，培養大眾讀書風氣，倡導正當休閒生活」為目標，並定每年12月1日至7日的固定日期為圖書館週，推動全國民眾參與這項活動。於是每年12月第一週為圖書館週，許多圖書館在這段期間會推出不同活動，作為圖書館的年度盛事和總回顧。故圖書館週在臺灣已經有30多年的歷史，具有悠久的歷史和代表性，但是在面臨



服務內容、模式不斷創新，資訊取得管道多元的今日，讀者利用圖書館的目的和方式有很大的不同。因此2013年由國家圖書館發起將傳統圖書館週轉型為「臺灣閱讀節」，並號召全國公共圖書館共襄盛舉，中部地區場次由國資圖舉辦，以一週的活動為起點，整合全國推動閱讀的力量，並一齊呼籲全民愛閱讀。

### 貳、關於圖書館活動行銷

相信很多人對於圖書館也許還停留在借還書、溫書、閱報、看雜誌或聽演講等既定的印象裡，然而現代化的圖書館已經不一樣了，圖書館已在翻轉中，不再是一個默默無聲之地，各地的公共圖書館經過空間改造後再注入創新的服務導向，圖書館變了，變漂亮、變美麗，甚至有些公共圖書館儼然成了觀光的勝地。圖書館不再像過去總是處於被動的姿態，翻轉中的圖書館積極走上行銷之路，以吸引更多民衆走進圖書館，重拾閱讀的樂趣進而培養閱讀的習慣。

圖書館雖然屬於非營利機構，在營運上也必須融入行銷學的觀念，讓人民有感，不斷的創新方法，使民衆時時有驚喜，藉此啓發民衆參與活動的意願。除了透過美觀外表與時尚的內裝來大肆宣傳外，發展豐富的館藏與先進的設施，並針對不同的服務族群對象，設計更符合民衆所需之服務與活動內容，以滿足民衆多方面的需求，是公共圖書館首要之任務。在資源有限之下，無法像企業投注大筆的廣告行銷預算，因此就必須運用具吸睛的創意活動，來做為行銷的內容，藉由創意性的活動辦理，創造話題吸引媒體報導，以及社群媒體上進行議題操作，讓民衆注意到圖書館、看見圖書館的蛻變，提升公共圖書館在民衆心中的地位。

## 參、活動創意規劃之生成

任何活動的辦理首先就是要先抓住活動的核心價值、活動的目的、以及活動的效益，接著就是思考活動的創意與關鍵吸引力。

### 一、活動的核心價值

閱讀其實是很個人的行為，但是閱讀也可以揪團，例如讀書會，而現今數位化的時代閱讀不僅多元，且不受空間時間的限制，因此臺灣閱讀節的活動核心價值就是倡導、鼓勵勤於閱讀，習慣閱讀這件事。讓閱讀成為每一個人的最佳休閒活動，因閱讀而更加幸福，這就是閱讀活動辦理的核心價值，誘發起每個人對閱讀的喜愛。

### 二、活動的目的與效益

辦理臺灣閱讀節的主要目的為提升國人的閱讀力，然而也希望以活動來達到行銷圖書館的目的，同時也提供民衆了解圖書館與閱讀型式的轉變，間接行銷圖書館知名度。2017年國資圖運用拍賣會的概念和元素來作為活動的主題，民衆在特定期間參與一系列的閱讀活動後積累點數，最後於閱讀節當天於閱讀拍賣會上以點數來競標拍賣品。透過這樣趣味活動來營造一個參與閱讀的機會，進而讓閱讀成為習慣，喚起民衆重新體會閱讀的美好，甚至是發現閱讀新趨勢、新模式都是一個很好的媒介。

### 三、活動創意

創意的構思來源往往萃取自日常生活中的素材，最能貼近民衆的喜好或注意力，以今年的閱讀拍賣會之構思，就是發現目前流行網路直播



拍賣，而拍賣這樣的議題容易觸動人心，當閱讀與拍賣搭上線，其所激盪出來的火花就是活動行銷的梗也具話題，把「拍賣」之交易原生模式經過轉換，「用知識點數取代現金」就產生創意，於是【閱讀拍賣會】之活動主題因應而生。

#### 四、關鍵吸引力

關鍵吸引力在於有無共鳴，「拍賣」這個詞對民衆而言有感且能產生共鳴，因為大家都熟悉拍賣之意，把現金改以知識點數替代，而點數的來源則是透過主動參與圖書館的多元閱讀活動取得。再則拍賣品即是獎品，也是一種轉換以作為鼓勵之用，這就是關鍵吸引力。另外也必須兼顧互動體驗的設計，同樣是吸引力的一環，為了吸引民衆踴躍參與，除了以拍賣品作為誘因之外，活動的設計盡可能兼具體驗性與互動性，本次活動主題—「閱讀拍賣·競標你的讀特」，形塑一個仿真的藝術拍賣會，以知識點數取代現金，提供另類的拍賣體驗會，民衆透過活動的參與累積點數，作為競標籌碼，因此整個閱讀節活動就是體驗一場閱讀拍賣的樂趣，從體驗和互動中達成推動閱讀的終極目標。

#### 肆、關於2017年臺灣閱讀節-閱讀拍賣會之執行二三事

閱讀節向來以嘉年華會方式呈現，在這樣的閱讀活動基礎下，思考突破與轉換，因而產生出「閱讀拍賣會」的主題，以此主題來串起嘉年華會。

## 構想緣起：



圖1、2017年臺灣閱讀節「閱讀拍賣會」構想

### 一、整體活動規劃

就國資圖而言，因具有一個完整的戶外廣場，因此年年都會邀請出版社、書商、書店、文創單位、各縣市公共圖書館以及學校圖書館一同來設攤，在戶外廣場匯集成閱讀市集，同時也邀請表演團體加入，構築一場閱讀嘉年華會。



圖2、2017年臺灣閱讀節「閱讀拍賣會」活動架構圖

隨著時代的演變閱讀不僅變得多元也日漸動態化，閱讀不再侷限於書本，書本只是個載體，既然閱讀已經越來越多元，相對的在活動的策劃上也要突破傳統思維，以提升民衆閱讀的廣度和參與率從活動的行銷面來看，必要有梗和噱頭，引來民衆的好奇和注意。

這次以閱讀拍賣會作為活動主軸，而閱讀市集為輔，構築一場閱讀嘉年華會，讓創新與傳承延續，展現圖書館的閱讀活動新意(如圖2)。

### (一)設計規劃集點活動

以活動行銷圖書館，兼顧活動的主題與目的：在「拍賣會」和「集點」的概念之下，必須規劃好一系列可供民衆集點的閱讀活動，舉凡為活動推出的專案型推廣與例行性的推廣都需要一併考量，因為光靠一、兩天的閱讀節活動其點數積累有限，況且也非此次活動所要的目的，從

活動構思的一開始，即希望跳脫放煙火式的模式，閱讀風氣並非一朝一夕可成，我們想要形塑的是日積月累的閱讀概念，因此將活動往前拉長一個月的時間營造閱讀的機會與環境，激發民衆踴躍的參與達成知識點數的儲存。

於是針對閱讀拍賣會的集點活動規劃有：閱讀節造勢活動現場與吉祥物拍照打卡、重陽節闖關活動、加入Line好友、加入電子書服務平台成為會員、新辦證以及12月2日閱讀節當天的閱讀市集等一次性活動；兒童室說故事、桌遊、借書、電子書借閱、挑戰任務等日常性活動；另外，講座與課程、影片欣賞、藝文展覽等類型，除了具有收集點數的趣味，更重要的是了解到圖書館許多創新的服務和閱讀的無限廣度。

## (二)活動點數設計

依據規劃出來的活動難易程度，以及所需要花費的時間來訂定活動點數，但千萬要避免以數量計算，如以借書為例：借書可獲得5點不限冊數，但每人每日以一次為限，避免造成借越多點數拿越多，這種虛的借閱率假象。

點數設計也是一門學問，一開始是設計5點、10點、20點三種點數，經過推演討論發現這樣的點數規劃造成印製成本高、執行上的麻煩、核算點數時恐更複雜費時，最後以發行5點和10點兩種點數，在集點冊上也分別印了張貼5點和10點的區域，並事先設計好易於核算點數的方法(如圖3)。

另外，需要特別注意的是，必須先自行核算在既有發行點數下，一個人在活動期間，其最高集點數大約可集滿多少點。因此館員就要自己先行估算假設在圖書館有開館的狀態下，天天都來參加各項推廣活動，



## 營造幸福閱讀空間

可以拿到多少點數，再加上12月2日活動當天閱讀市集的活動也積極參與，統計下來最高大約可以集到3,100點，這樣的估算有助於預估集點冊與點數的印製數量。

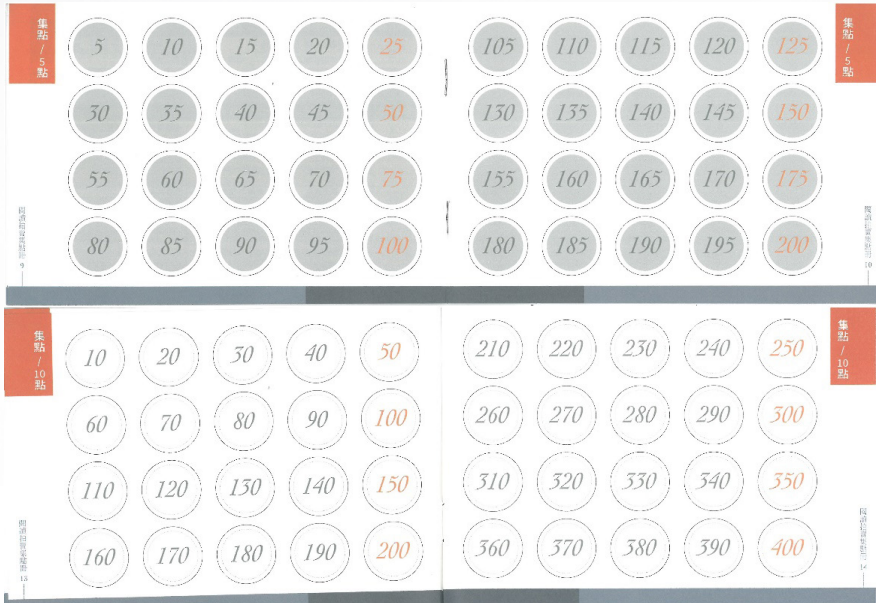


圖3、集點冊點數黏貼頁面

### (三)集點冊設計(知識存摺)與發送

集點冊除了集點功能外，其實也具備活動節目冊的功能，把規劃好的集點活動彙整印到集點冊上，並加以說明集點方法、活動規範……等。

為了避免濫發造成浪費，且對主辦者易於統計追蹤之考量，發送集點冊採取登記制，又此活動的規劃之始即是以存摺涵義為出發點，因此這本集點冊就如同金融存摺般，具知識存摺之意，一人限取一冊，並且



做簡易登記，例如：索取人姓名、集點冊編號，一來可以避免浪費、二來可做追蹤，然須備註彈性空間，凡集滿點數者可再索取第二本以此類推(如圖4)。



圖4、集點冊封面與活動辦法

## 二、拍賣品規劃與預展

從閱讀有禮的角度思考拍賣品，優先考量與閱讀相關的物品來挑選適合的拍賣品，其次為文創或藝術品，此次共計規劃3場閱讀拍賣會，每一場進行時間以不超過1小時為限，故拍賣品也不宜過多，每場以不超過15項為原則。為了激發更多人參與活動，拍賣品採購完成後須做公



告展示，這也同時可以製造議題持續在社群媒體上發酵。

### 三、活動宣傳與公告

好的活動構想需要包裝與宣傳，本次透過社群媒體Facebook粉絲專頁、Line、記者會、廣告等行銷工具將活動推廣出去，並且要規劃好步驟與曝光時程表。活動一開始以AI機器人NAO作為啟動造勢會，宣告臺灣閱讀節的開始，並由機器人來說明活動參加辦法，後續就以粉絲專頁、Line來傳達如何參加集點活動，緊接著就是記者會的辦理，這次將記者會與拍賣品預展搭配在一起，並邀請到「益品書屋」的創辦人戴勝益前來共襄盛舉，為活動發聲也製造媒體效應。並藉記者會進行活動相關事宜公告，例如：拍賣會入場資格點數、拍賣品明細。



圖5、記者會後媒體露出報導(自由時報)

### 四、拍賣會遊戲規範

整體活動最困難的，就是拍賣會遊戲規則的訂定，與拍賣會的執行，本次活動以3場拍賣會串起當日閱讀節的活動高潮點，之所以設定3

個場次是為兼顧不同族群對象、民衆參與的時間，還有就是當日想積極衝刺集點的民衆，雖無法面面俱到，但許多環節還是需要考量進去，以力求活動辦理上的全面性。

拍賣會場於戶外廣場進行，然以拍賣會為活動主軸，就是希望仿照藝術拍賣會場的模式，因此為了維持秩序，需要制定進入拍賣會的門檻點數，雖然拍賣會採開放式，但需做圍場加以控管，無法進入會場的民衆者則可於旁邊觀摩並營造氣氛。

初始訂500點作為進入拍賣會的資格門檻點數，以鼓勵家人或親朋好友將點數合併來參加競標，其實目的也是想衝高活動的參與率，經過仔細考量或許500點可能太高了，以一家人(3個人)平均一週進一次圖書館為基礎，要達500點真的過高，但若設太低，屆時拍賣會要如何管控合宜的人數的確兩難，於是採取活動一開始前暫不公布，先觀察索取集點冊以及集點的情況，再擇一適當的時機公布，於是擇定記者會當天公布。記者會大約是活動前兩週舉行，活動前兩週公布門檻點數不至於過晚，從10月28日為活動集點開始日，11月22日辦理記者會，經過20幾天的集點，大致可以估算出民衆參與率，最後以250點作為進入拍賣會資格門檻點數。

確認參加拍賣會的入場資格點數後，緊接著就是訂定拍賣流程規則，其標準流程為：每場拍賣會前30分鐘開放報名登記，只要滿250點即可登記入場，由工作人員驗證資格點數，領取拍賣牌然後進場，拍賣會一開始進行就禁止再入場，得標產品立即現場領取，規則說明如圖6。



### 拍賣會遊戲規則說明

- 1.集點冊點數累計達250點以上取得入場資格，每場次開標前30分鐘於大會服務台排隊登記後進場，逾時或拍賣會開始即不得入場。
- 2.登記參與者拍賣集點冊編號、姓名及確認入場資格點數，取得競標牌，限一人入場，國小以下小朋友可攜帶入場。
- 3.拍賣時，可以彙集多本集點冊共同累計積點，得標者如有剩餘點數可繼續使用。
- 4.各項拍賣品依其價值及獨特性訂定「起標點數」，由拍賣官現場公布後開始競標。
- 5.得標者現場劃除得標點數，拍照，簽名領取得標品。
- 6.競標牌於拍賣會後收回。

圖6、拍賣會遊戲規則說明

### 五、拍賣品規劃與起標點設定

拍賣品如何訂定起標點數，本次採取依市價的10%訂定。例如：市價1,000元，該項產品的起標點數就是100點。而民衆如何競標喊點又是一門學問，此次設定200點以下的起標點，每舉一次牌就是加5點，而200點以上的起標點每舉一次牌就是加10點。因為發行的點數為5點和10點，因此就以此兩種點數來喊點。

拍賣會分別為上午1場、下午2場，共計3場次，每場次以一小時為限。流標品就直接放到最後一場次作為加碼。之所以設定3場次，一來希望以族群作為區分，第一場於上午11至12點舉行，鎖定族群是親子，拍賣品皆為親子類的產品。第二場次是下午1時30分至2時30分，拍賣品是以適合青少年為主的產品，第三場壓軸，於下午4時至5時舉行，拍賣品則是以壯年及樂齡為主。

拍賣官的邀請也相當重要，一場拍賣會的靈魂人物就在拍賣官，第一場邀請momo台的果凍姐姐擔任拍賣官，也符合親子族群。第二場則直接由主持人淇淇擔任，壓軸的第三場特別邀請到專業級的拍賣官陸潔民老師擔任，創造另一個吸引亮點，也成功引發話題。

## 六、拍賣會進行細則(SOP)

### (一)、資格登記

1. 拍賣會前30分鐘開放登記入場，開放前現場工作人員可先檢查排隊民衆之集點冊點數有無250點、是否符合冊底之總點數計算，沒問題可於總點數處打勾畫記，以便服務台人員辨識。
2. 民衆登記時需填寫集點冊編號、姓名、電話及總點數，服務台人員再次確認後發給競標牌。民衆拿到競標牌即可入場。

### (二)、拍賣會進行

1. 開始前請主持人先行說明拍賣規則：
  - 此拍賣會以點數取代現金，請以現有的點數來喊標，若得標後至服務台兌換發現點數不足，則該項拍賣品流標。
  - 拍賣官公布拍賣品起標點後開始競標，願意出點的請舉牌喊出點數，出點最高者，由拍賣官覆頌三次最高點數，無其他競標者則落槌得標。
  - 若該項拍賣品於起標點時皆無人出點競標，由拍賣官覆頌三次起標點數後該品項流標。
  - 得標的民衆直接到兌換桌填寫資料、領取拍賣品。
  - 若已得標，但仍有剩餘點數，可以繼續競標。



- 競標牌請在拍賣會結束後，統一交還給現場工作人員。
- 若此場拍賣會結束，但仍有剩餘超過250點，可登記下一場拍賣會資格。
- 2. 拍賣會開始，由主持人／拍賣官介紹拍賣品及起標點，逐項競標。
- 3. 得標民衆直接到兌換桌填寫資料、合照，領取拍賣品。
- 4. 得標之拍賣品，由工作人員協助遞送至兌換桌。流標之拍賣品，由工作人員協助分開放置，挪至第三場拍賣會使用。

### (三)、拍賣品兌換領取

- 1. 民衆得標後直接前往兌換桌，兌換桌人員先確認該品項決標點數及民衆持有點數，確認後以筆劃掉兌換所需點數。
- 2. 點數確認後，兌換桌人員在登記表格上填寫該位民衆之得標品項編號（對照拍賣品清單），並給民衆勞報單填寫，填寫完、拍照後即可發給拍賣品。

### (四)、出入口控管

- 1. 出入口控管人員需注意，一競標牌只限一人入場，只有國小以下之孩童可以陪同入場，拍賣會開始後即不開放再入場。
- 2. 拍賣會進場後不得中途離場，若需離場，形同放棄該場競標資格，需於出場時交回競標牌。
- 3. 拍賣會結束，請民衆由後方出入口處離場，離場時交還競標牌。
- 4. 回收之競標牌送回服務台點算，若有未回收之號碼，請特別註記於下一場之登記表格，同時也需告知會場出入口控管人員。

## 七、活動結果分析

1. 集點冊共印製2,000本，登記領取共發出1,597本。
2. 拍賣品得標結果明細如表1：

表1、2017臺灣閱讀節閱讀拍賣會拍賣品得標結果

第一場 兔寶寶的閱讀探險清單 (11:00-12:00) (拍賣官：果凍姐姐)		第二場 蜜蜂弟弟有100個問題 (13:30~14:30) (拍賣官：淇淇)		第三場 虎克船長世界尋寶地圖 (16:00~17:00) (拍賣官：陸潔民)	
拍賣品	得標 點數	拍賣品	得標 點數	拍賣品	得標 點數
LIT MAGIC語言學習套裝：1,2,3到動物園	1300 點	桌遊〈妙語說書人〉1-4	1600 點	SkyGlobe12吋仿古金屬底座立體觸控式地球儀	1390 點
PlayMe:)親子樂園歡樂組	250 點	樂高LEGO科技系列-LT42064海洋探險號	1490 點	ELECOM帆布多功能旅行後背包	1500 點
姆米系列 珍藏套書	流標	藝術繪畫套組	910 點	印象·日出莫內世界經典名作複製畫	1200 點
澳洲Tiger Tribe 行動黑板(2組)	250 點	爬牆機器人	1400 點	羅勃·蓋布瑞斯(J.K羅琳)系列：杜鵑的呼喚、抽絲剝繭、邪惡事業	1240 點
全英幼童 行動學習機	280 點	魔戒三部曲(全套3書/全新修訂譯本)+哈比人(全新修訂譯本)	1490 點	鹿港窯-立體金箔畫-節節高升	1200 點
Educational Insights美國兒童益智桌遊(2組)	580 點	鐵道任務益智桌遊	1500 點	MUJI無印良品四輪硬殼止滑拉桿箱26吋米色	2100 點



## 營造幸福閱讀空間

拍賣品	得標點數	拍賣品	得標點數	拍賣品	得標點數
俄羅斯Simple Rule兒童桌遊(3款)	220點	科學築夢大現場套書	1200點	LAMY AL-STAR恆星系列鋼筆墨水禮盒組	1500點
生活中的數學套書	320點	張曼娟論語學堂(2冊)+孔夫子大學堂(2CD)套組	550點	Cityscape-4D立體城市拼圖	1250點
寶寶閱讀起步走繪本套書	120點	手斧男孩冒險全紀錄	1200點	永恆之王：亞瑟王傳奇(上下兩冊盒裝木馬文化)+阿瓦隆桌遊	1650點
字的童話套書(30萬冊紀念版,7冊)	200點	怪獸與牠們的產地+穿越歷史的魁地奇+吟遊詩人皮陀故事集、怪獸與牠們的產地雙碟版(2DVD)	1110點	【德國EMSA】頂級不鏽鋼真空保溫壺	1800點
趣味遊戲方塊書	120點	創意桌遊(3組)諾亞方舟、傳情話意、who怕who	2000點	ASUS ZenPad 10 Z301M四核心平板電腦	3000點
陸海空交通工具遊戲書+建築工程大集合	350點	臺中市立圖書館贈書	520點	神奇樹屋系列套書	4400點
下課花路米-馬達加斯加(3DVD)	110點			世界建築自己做	2000點

從結果來看書籍的受歡迎程度是相當高的，印證書中自有黃金屋，其中，得標點數最高的神奇樹屋系列套書竟勝過平板電腦。



## 伍、結語

以閱讀拍賣會作為活動辦理主秀，這是一場毫無前例可循的活動創舉，主辦單位就是編劇+導演，但沒有演員，演員就是民衆，如同一場無法事先排演的即興演出，既冒險也刺激，然而這也是創新必要歷經的過程。本文將整個創新活動辦理作一總整理，以提供未來公共圖書館辦理創新活動，或是辦理類似活動之參考，並就以下四點做為結語：

### 一、團隊合作

活動辦理貴在團隊合作，團隊的默契全靠大家的向心力，「2017臺灣閱讀節-閱讀拍賣會」在全體工作人員的合作默契之下，順利圓滿成功，當然找尋承辦執行單位也是相當重要，因此上網招標的規格書就相當重要。一開始活動的設定與規範，需要讓承商很清楚了解活動宗旨、要達成的目的，而主辦單位在有限的經費之下則須扮演監督的角色，讓承辦單位順利而有效將活動執行完畢。整個拍賣會的執行流程，從服務台迅速為參與者驗證點數→入場管控→拍賣過程→成交拍賣品的領取與點數核算，一環扣一環，全仰賴所有全體工作人員(包括志工)的全力以赴，是一場完美默契的展現。

### 二、長官支持

創新就是史無前例，因此也相當冒險，然而創新是組織永續經營的必要策略，而創新也必要有容錯的空間，因此長官的支持是相當重要的成功關鍵因素，本次活動最大的後盾就是來自長官的支持和鼓勵，讓團隊勇於挑戰任務。此外，長官也是協助風險評估的總舵手，以防糾紛或



客訴，確保活動的安全和順利執行，除了是組織中團隊合作展現，亦發揮館長所提WE ARE ONE的精神。

### 三、風險評估

辦理任何活動都需要事前的風險評估，因為辦理活動無法完全百分之百滿足所有參與者的喜好或認同，風險控管與預測是必要，例如拍賣會中引發爭議如何處理、發生鬧場因應方式，以及登記參加拍賣會以一本集點冊250點領一個拍賣牌，還是依報名總點數登記一人並限一人進場或一家人都可以進場，會不會引發爭議？問題還不止於此，每一場拍賣會是否要限制人數嗎？點數可以留用嗎？點數當場可以做交易合併嗎？一人限標一物？如果有人亂喊但其實點數根本不足又該如何處理？由於根本無前例可依循，一切只能靠模擬，要如何才能避免紛爭並達到公平公正，都是考驗著主辦單位，而這些都是事前的風險評估，以利活動順利圓滿完成。

### 四、活動檢討與精進

由於社會的潮流已進入數位化的時代，活動的辦理是否也該以數位模式來考量，像活動中需發行集點冊(集點卡)、點數發送、點數的計算…等，如果導入數位化委託專業資訊人員(公司)開發APP，或其他可集點的軟體如Line等，對於活動的執行流程是否能簡化許多不必要的環節，當可讓活動更加公平公正。

另外，就是關於拍賣遊戲規則與相關規範，包括：1.資格點數以及拍賣品是否應該活動一開始就公布；2.合併點數競標拍賣品是否合理，有些參與者因無法號召更多人一起集點而無法衝高點數，其競爭力相形之

下就較為薄弱也因此無法競標到最想要的拍賣品；3.是否應該規範一人限標一項拍賣品，畢竟這是一場閱讀推廣活動，希望能讓更多人分享到拍賣品，以上都是值得未來辦理同樣的活動上需仔細思考的環節。



圖7-10、2017臺灣閱讀節閱讀拍賣會盛況



# 營造幸福閱讀空間