

# 公私部門跨界合作模式-以閱讀全壘打活動為例

## Reading Promotion with Cross Field Cooperation-Taking Home Run Readers Program as an Example

洪敦明

Tun-Ming Hung

國立公共資訊圖書館助理輔導員

Assistant Counselor, National Library of Public Information

### 【摘要 Abstract】

公共圖書館為拓展服務面向，並籌措圖書館服務之資源，近年來不少圖書館積極結合企業或民間單位資源，進行閱讀推廣或館舍興建等類型之跨界合作，國立公共資訊圖書館 2016 年起推出閱讀全壘打系列活動，跨界整合公私部門不同團體之資源，為潛在讀者提供良好的閱讀體驗。本研究分析閱讀全壘打合作案，企圖探討跨界合作的執行方式與影響因素，以建構推展圖書館服務較可行的跨界合作模式。

In order to extend the service of the public library, more and more libraries incorporate with enterprises or companies to promote reading service. National Library of Public Information began the “Home Run Reader Program” back in 2016. This program integrates the resources of organizations and the private sectors, and provides wonderful reading experience for potential readers. This study analyzed the “home run reader program” and attempted to explore the execution and impact factor of this Crossover cooperation. The goal of this study is to find out the feasible model of cooperation between the library and the enterprise to promote library service.

### 【關鍵詞 Keywords】

公共圖書館、圖書館推廣、跨界合作、潛在讀者、閱讀全壘打、數位閱讀、行銷

Public libraries; Library promotion; Cross field cooperation; Potential readers; Home Run Readers Program; Digital reading; Marketing

## 壹、前言

圖書館促進知識的共享，為深入基層推廣閱讀的重要推手，而現今公共圖書館面對經費不足的困境與共享經濟時代的挑戰，驅使部分圖書館主動尋求跨界的資源合作，透過與企業的異業結盟創造雙贏，成為拓展服務廣大讀者和提升服務效益的手段。互聯網時代各行業、各產業、各企業間突破框架跨界合作，已經成為一種勢不可擋的趨勢。公共圖書館主動適時、適法、適才、適所的運用民間社會之各種資源，公私協力共同完成推展閱讀與公益的目標。

美國公共圖書館多以成立不須納稅的非營利基金會，邀集當地有經濟能力或是政治權力的社區領袖組合成基金會董事團，如此才能有效進行圖書館籌款計畫，讓基金會和企業財團藉著贊助圖書館活動，達到服務社區的目的(于錢寧娜，2001)。

為了解臺灣國內公共圖書館如何開創公私協力的跨界合作的模式，以下針對國內公共圖書館與國立公共資訊圖書館(以下簡稱國資圖)的案例進行研討。

## 貳、臺灣公共圖書館跨界合作模式

圖書館可經由與企業或民間單位合作，取得經費贊助、活動贊助、行銷資源等協助，而企業與民間單位可從合作案取得形象，而產生不同類型之跨界合作模式，從而創造雙贏的合作案。

### 一、興建館舍或空間改造贊助

企業或民間單位可以補助圖書館的館舍或空間改造經費，縮小預算與經費需求差距，如玉山志工基金會運用於玉山黃金種子計畫，協助偏遠地區學校建置「玉山圖書館」；光泉基金會則協助偏鄉學校以發展地方特色為出發點，進行特色圖書館的空間改造(潘云薇，2013)。另外，李科永紀念圖書館、阿瘦羅水木紀念圖書館、高雄市立圖書館總館亦分別由企業進行冠名贊助館舍的興建(葉瑋宜，2013)。

## 二、贊助圖書館活動

企業或民間單位可以補助圖書館的活動執行經費，透過圖書館合作擴大宣傳效益，如國家圖書館 2012 年起推動四季閱讀活動，爭取趨勢教育基金會與科林公司贊助經典文學劇場與展演。而國立公共資訊圖書館的偏鄉遊學方案，則透過感恩社會福利基金會的贊助，為偏鄉學校學童規畫專屬的閱讀體驗之旅，包含參觀圖書館、說故事、藝文演出等內容，讓學童從多元閱讀體驗引發閱讀動機與興趣。

## 三、導入專業服務

企業或專業人士可協助圖書館導入新做法、新科技等方式來進行合作，以臺南市森林兒童圖書館為例，其於 2012 年起以「公辦民營」的方式和崑山科技大學幼保系與葫蘆巷讀冊協會合作，經由知名兒童文學作家幸佳慧策畫，將原本單調的兒童閱覽室，改變成有活力、有特色的兒童圖書館。館內藏書量約四、五萬冊，定期有說故事活動、作家講座等特色服務。也因透過公共圖書館經營的機會釋出，與民間單位合作以降低營運管理成本（李宜蓁，2012）。國立公共資訊圖書館與 Google 環景導覽合作，以 360 度環景拍攝，讓讀者可以透過網路走讀各樓層觀看各區空間設施。

## 四、建立資源合作

圖書館可從公私協力獲得圖書、科技及其他材料等資源，誠品書店 2009 年啟動了「閱讀分享計畫」。以閱讀資源的整合平台自許，期望透過持續性募書，再創書的價值，並以非營利為前提，捐贈各公益單位，並且執行「深耕計畫」，邀請受書單位加入推廣閱讀的行列（鄭秀圓，2012）。高雄市立圖書館 2013 年「百萬藏書計畫」、臺中市立圖書館 2016 年「眾書成城一百萬新書·再造文化城」募書計畫、雲林縣斗六繪國資圖「一本繪本一份愛」愛旅行活動（陳雅玲，2016）、國立公共資訊圖書館電子書捐書冠名活動（常罡，2016）等，皆成功獲得民間大力贊助，募集大量新書，挹注圖書館館藏資源。

## 五、提供場地合作

臺北市立圖書館 2005 年規劃建置之「內湖智慧圖書館」，由財團法人家樂福文教基金會提供場地，讓讀者可於內湖家樂福進行購物時，走進北市圖的「Open Book 無人服務圖書館」，自行借還圖書資料，讓讀者服務可以觸及其他族群（葉香吟，2007）。

## 六、發展 BOT 合作

高雄市立圖書館總館「共構會展文創會館興建營運移轉案」，首創圖書館與商業結合新樣態，鼓勵民間興建投資，台灣人壽營運 50 年期間，帶來開發權利金、營運權利金、房屋稅、地上權地租、營利事業所得稅等稅收，及市政推廣旅館空間回饋，總計逾 48.9 億元效益，盈利挹注圖書館永續經營，更能強化公共服務品質（林長瑤，2016）。

## 七、加強行銷與曝光

圖書館可透過與企業或民間機構合作，透過其服務通路進行宣傳推廣，吸引潛在讀者進館，如國資圖與 H&D 東稻家居的閱讀角贊助案，廠商拍攝系列宣傳影片，並結合社群媒體行銷，成功拓展圖書館的品牌行銷（林欣儀，2016）。

綜合上述各項跨界合作案例分析，圖書館與企業的專業、客群與服務的異質性，透過合作案互補，形成資源運用的最大化、行銷通路的廣泛化等效益，創造兩方合作雙贏，可作為未來圖書館經營之基礎。

## 參、閱讀全壘打跨界合作模式

在臺灣能吸引最多的休閒人口關注的活動是棒球。為拓展潛在讀者，國資圖切入『棒球』議題推廣數位閱讀。期盼運用運動行銷策略將棒球球迷的熱情，轉變成閱讀的興趣。基於讓球迷轉換成為讀者、讀者轉換成為球迷的創意構想，國資圖自 2016 年推出「閱讀全壘打·夢想象前行」系列活動，獲得中國信託銀行與職棒球隊中信兄弟的全

力支持，邀請知名職業棒球明星代言活動，透過全臺灣 50 所圖書館讀好書贈門票活動、主題書展、公共圖書館巡迴展等活動，讓宣傳跨出圖書館通路，進到無遠弗屆的金融服務通路與運動行銷通路。2016 年共吸引全臺逾 11 萬人次參與，2017 結合數位閱讀推廣、行動圖書館下鄉等多元形式，成功開創「閱讀 x 棒球」文武結盟新模式，跨界整合國資圖的公共圖書館網路、中信的多元金融服務網路、中信兄弟全國主場的運動行銷網路及網路書店出版社通路等，將活動推廣至全臺灣。

## 一、活動緣起

本活動源自美國職棒大聯盟亞特蘭大勇士隊與美國喬治亞公共圖書館(Georgia Public Library)於 2013 年起推出「全壘打讀者」(Home Run Readers) 暑期活動，以鼓勵閱讀換門票的方式，提高孩童讀書的動力。K12 (相當我國高中) 以下的學生只要閱讀一本和運動有關的書，就能免費獲得一張免費亞特蘭大勇士隊門票，家人亦可以特價購買一張票(丘引，2013)。

## 二、活動方式

### (一)閱讀全壘打任務

讀者欲參與活動需於活動期間，前往活動圖書館領取活動說明酷卡，借閱活動圖書館館內書籍或於國資圖電子書服務平台 (<http://ebook.nlpi.edu.tw/>) 的電子書至少 3 冊，再於酷卡寫下書中名言佳句及推薦理由，並繳回圖書館，即可受贈中信兄弟的主場外野門票一張，可至球場外野觀賞職棒比賽，全臺限量贈送共一萬張。

### (二)閱讀全壘打抽獎

完成閱讀全壘打任務後，如欲繼續參與「閱讀全壘打抽獎」，則需到「閱讀全壘打·夢想象前行」Facebook 粉絲專頁按讚；與活動海報合影並上傳 Facebook 粉絲專頁，即可將酷卡投入抽獎箱參加抽獎。

### 三、活動誘因

讀者只要完成閱讀全壘打任務，即可獲中信兄弟的主場外野門票一張，可免費觀看職棒比賽，全臺灣贈送數量共 1 萬張。另外，也增加許多大獎提供抽獎，抽獎獎項有：打點王獎：中信兄弟主場內野門票(800 張)、全壘打王獎：代言球星周思齊簽名球(50 顆)、MVP 獎：VIP 室門票+球場巡禮 (10 組)、閱讀最前線獎：Readmoo 電子書(90 本)、樂天開卷獎：Kobo 電子書 (200 本)，其中最吸引球迷的獎項為中信兄弟「一日 VIP+球場巡禮」，受邀至臺中洲際球場貴賓室看球。

### 肆、閱讀全壘打閱讀推廣策略

#### 一、邀請職棒明星擔任活動代言人

棒球運動在臺灣的發展已有百餘年歷史。可謂是臺灣人最為熱衷的運動賽事，透過運動明星擔任活動產品代言人，讓球迷產生對產品或活動的認同，被視為最有效益的一種運動行銷手法。

閱讀全壘打活動基於粉絲族群、公益形象，選擇有魅力的運動明星作代言人，並透過設立活動社群網站，結合運動明星的直播與微短片拍攝等方式，成功獲得廣大球迷的關注，通過職棒明星的光環效應，迅速擴展活動知名度和激發社會效應，拉近與潛在讀者之間的距離，影響支持球隊或球星的球迷將熱情轉而投入對閱讀的興趣。



圖 1 透過活動代言人於各類平台進行宣傳

## 二、社群網站行銷

社群媒體在臺灣使用者眾多、黏著度高，為加強閱讀全壘打活動的宣傳，設「閱讀全壘打·夢想象前行」Facebook 粉絲頁延續活動效益，並透過國資圖和活動圖書館的 Facebook 與 LINE 同步發布訊息，更透過網路結合國資圖的讀者和中信兄弟球團長期經營的球迷群眾，使更多民眾獲得活動的相關資訊。除此之外，配合社群媒體的宣傳，設置專屬官方網站，彙整各活動內容、活動辦法等豐富資訊，建立完善的社群行銷網路。

## 三、跨界聯合行銷網路

配合圖書館遍及全臺，2016 年共有全臺 50 所圖書館參與，2017 年共有全臺 20 所圖書館、10 個流動圖書館，而每個流動圖書館至少有三個配合巡迴服務的據點。集結公共圖書館、政府機關、民間團體等單位的資源與力量，並成為企業資源轉介窗口，將資源整合擴散給更多人利用。此外並透過公共圖書館閱讀全壘打主題巡迴展與流動圖書館下鄉，將推廣服務延伸至偏遠鄉鎮。

此外，本活動也透過國資圖、配合圖書館的官網與社群媒體進行宣傳，並商請知名團體的 Facebook 粉絲頁、LINE 等社群媒體協助宣傳，如閱讀人粉絲 110 萬人、親子天下粉絲 90 萬人、博客來粉絲 83 萬人、中國信託優惠情報“讚”粉絲 65 萬人、兄弟 Fans Club 粉絲 34 萬人、Kobo 粉絲 24 萬人、Readmoo 閱讀最前線粉絲 7 萬人與各家出版社、圖書館粉絲約 30 萬人，並配合新聞活動發佈，結合主題活動直播與微影片，結合發文邀請全國教育處協助將活動訊息公告各級學校周知，充分將訊息運用多元網路傳播（如表 1）。

表 1 跨界宣傳通路

行銷通路	特色	通路宣傳型態
公共圖書館	閱讀全壘打各活動館分屬不同縣市，深耕基層社區網路，國資圖、縣市級圖書館(或總館)、鄉鎮市級圖書館(或分館)三個層級同步進行推廣行銷。	活動圖書館配合過去經營在地媒體關係，透過媒體的報導露出，搭配專屬的社群媒體行銷、地方首長的參與等，均可以擴大活動的效益，達到聯合行銷的效果。
中國信託銀行	金融服務消費者觸及率最高的臺灣指標性商業銀行。	集團官網、集團社群網站、百萬使用者的信用卡帳單廣告、150 家分行推播銀幕、超過 5,400 台自動櫃員機(ATM)銀幕廣告。
中信兄弟職棒球隊	中華職棒創始球隊，臺灣人氣指數最高的職業棒球隊。	高人氣的主題官網、社群網站「兄弟 Fans Club」的階段行銷、代言球星影片廣告、提供球星紀念球具搭配主題書展進行宣傳。
親子族群雜誌(親子天下、未來 Family)	最值得信賴的教育教養品牌，臺灣影響力前兩大的親子社群平台。	平台網站、專題報導、實體雜誌宣傳與介紹。
網路書店(博客來網路書店、Readmoo 電子書平台、Kobo 電子書平台)	博客來為臺灣圖書市場銷售規模第一大通路、Readmoo 與 Kobo 為臺灣電子書市場銷售規模前兩大通路。	平台網站、專題報導、社群媒體、電子報。
各類型出版社	近五年出版與夢想主題相關推薦好書的出版社，參與共有 18 家出版社(聯經、小魯、青林、三采等)	以社群媒體為主、平台網站為輔。
各級學校	透過發文，邀請各縣市的小學、國中、高中、大學協助宣傳。	學校官網、社群媒體。



#### 四、虛實整合的主題書展

##### (一)實體書展

閱讀全壘打-夢想篇主題書展，以「夢想與運動家精神」為主題，針對近五年的新出版品分齡分眾進行選書。並在全國 20 所圖書館、10 個行動圖書館同步展出實體書展，並透過官方網站與社群網站將好書以主題策展形式推廣至全臺灣各級圖書館，並聯合各出版社的行銷網路進行同步推廣。

##### (二)線上書展

配合實體書展，推出線上的閱讀全壘打的網路主題書展，結合國資圖電子書服務平台、博客來網路書店、Readmoo 電子書平台、Kobo 電子書平台等線上平台，讓讀者可以選擇最適合自身的方式，線上取得書籍閱讀，發展多元的閱讀形式，透過異業結盟的行銷方式，更讓國資圖電子書服務平台跨足商業的平台進行通路行銷。



圖 2 國資圖電子書服務平台-閱讀全壘打線上主題書展

#### 五、行動圖書館深入服務偏鄉

為了讓偏遠地區的民眾與孩童也能一同參與，2016 年透過公共圖書館巡迴展下鄉服務，2017 年更邀請 10 所行動圖書館加入合作行列，總計將有 8,000 多本書籍巡迴全臺 30 個偏鄉據點，讓更多民眾

接觸書本，更透過閱讀全壘打公共圖書館巡迴展下鄉擴大服務規模。

## 伍、影響跨界合作的關鍵因素

程良雄(2001)提出圖書館與企業或民間單位合作，影響籌募經費的因素為：首長重視程度、組織健全、計畫周詳、蒐集資料、優質形象、親訪致意、發布新聞、參加活動、帳目公開、感恩回饋等因素。呂春嬌(2012)進一步指出圖書館若要推動募款，可朝下列方向努力：(1) 確立發展計畫及發展目標；(2) 將募款制度之設立納入館務發展計畫中逐步規劃；(3) 設立專人專職負責：對外關係的建立與維持、募款相關組織的推動與設立、爭取組織政策性的配合、募款對象的開發與關係的維繫；(4) 逐步成立募款相關組織與制度：包括建立圖書館會員制度，成立「圖書館之友」組織，或成立「發展與公共關係」部門。以下就閱讀全壘打合作案，提供影響跨界合作的關鍵因素，作為往後公私部門跨界合作之參考。

### 一、社會企業責任

目前全球主要股市中，不少交易所要求或鼓勵上市公司出具 CSR 報告供投資人參考，全球並有超過七千家上市企業定期公布 CSR 報告。上市公司更重視企業社會責任，已成為國際潮流。近年來臺灣企業重視社會企業責任 (CSR) 的評比，由《遠見雜誌》「企業社會責任獎」、《天下雜誌》「天下企業公民獎」可以了解哪些企業重視社會企業責任，閱讀全壘打的跨界合作案例中，合作單位中國信託銀行將 CSR 列為經營策略之一環，儘管歷經組織更迭，卻始終以企業社會責任及永續經營為目標，成為洽談公益合作案的重要基礎。

### 二、行銷效益

贊助圖書館可以獲得推廣公益的良好形象，而閱讀全壘打的跨界合作案透過公共圖書館通路、出版社通路、網路書店通路等跨界跨領域跨平台的宣傳活動，吸引企業願意投入資源參與推廣。透過閱讀全壘打提升其公益形象，並促使企業「We are family」的品牌行銷可深

入全國圖書館等文化通路。

### 三、吸引顧客的藍海策略

異業結盟的合作單位可透過合作案互相吸引對方的客群，以閱讀全壘打活動為例，透過讀好書贈門票活動誘導讀者成為職棒球迷，亦有機會轉化球迷成為讀者。全國圖書館的大量親子族群的使用者，為中國信託銀行與中信兄弟職棒球隊客群經營的目標群眾，促成跨界合作的誘因。

### 陸、結論與建議

與企業或民間單位跨界合作，能協助圖書館服務深入潛在讀者，從閱讀全壘打活動讀者回饋發現，我們成功透過這次活動讓不常使用圖書館的男性讀者進入圖書館參與活動。根據不同類別的讀者客製化提供相應的服務，以此客群為基礎，圖書館應慎選跨界合作單位，跨界整合異業結盟的資源來進行服務與行銷，從而讓服務有效觸及不同屬性的讀者群體，並降低資源的浪費。

閱讀全壘打活動透過職棒明星代言借助名人帶動廣大粉絲效應、無所不在的金融服務擴展能見度，整合出版社、網路書店、實體雜誌與社群媒體等多平台行銷網路，提高活動知名度與可及性，更能潛移默化地推展閱讀，可作為往後公共圖書館進行跨界合作之參考。

## 【參考書目】

- 于錢寧娜(2001)。美國公共圖書館多元化的募款途徑。《臺北市立圖書館館訊》，18(3)。6-12。
- 丘引(2013)。喬治亞州的夏季閱讀「金骨骨」。《全國新書資訊月刊》，180。4-7。
- 呂春嬌(2012)。圖書館募款。《圖書館學與資訊科學大辭典》。取自 <http://terms.naer.edu.tw/detail/1679116>。
- 李宜蓁(2012)。把陽光、森林搬進小小書蟲世界。《親子天下》，33，44-47。
- 林欣儀(2016年10月20日)。企業認養閱讀角 國資圖溫馨滿滿。《中時電子報》。取自 <http://www.chinatimes.com/realtimenews/20161020003760-260405>。
- 林長瑤(2016年12月18日)。市圖文創會館動工 陳菊：公私部門雙贏。《新頭殼》。取自 <https://newtalk.tw/news/view/2016-12-18/80186>。
- 常罡(2016年1月29日)。企業公益翻轉數位閱讀 國資圖電子書捐書冠名。《國立教育廣播電台》。取自 [http://eradio.ner.gov.tw/news/?recordId=25765&\\_sp=detail](http://eradio.ner.gov.tw/news/?recordId=25765&_sp=detail)。
- 陳雅玲(2016年10月26日)。飛越1萬多公里 她送繪本傳遞愛。《聯合報》，第B2版。
- 程良雄(2001)。圖書館經費的籌募。《臺北市立圖書館館訊》，18(3)，19-26。
- 葉香吟(2007)。無人圖書館 輕鬆借還書。《書香遠傳》，49，36-37。
- 葉瑋宜(2013)。企業書送情 實在足感心。《書香遠傳》，107，22-23。
- 潘云薇(2013)。光泉文教基金會送愛心 閱讀雲飄偏鄉。《書香遠傳》，107，36-39。
- 鄭秀圓(2012)。會動的誠品 一輛書車凸全臺灣。《書香遠傳》，100，30-33。