

附件 2

巴中市哲学社会科学规划项目 结项申请书

立 项 编 号 BZ25ZC112

项 目 类 别 自筹课题

项 目 名 称 县级图书馆微信公众号优化策略与推广模式研究-----以“书香通江”为例

项 目 负 责 人 唐敬国

所 在 单 位 沂源县图书馆

填 表 日 期 2025 年 6 月

巴中市社会科学界联合会 制

2025 年 3 月

声 明

本研究成果不存在知识产权争议；巴中市社会科学界联合会享有推广应用本成果的权利，但保留作者的署名权。特此声明。

成果是否涉及敏感问题或其他不宜公开出版的内容：是 否

成果是否涉密： 是 否

项目负责人（签字）

2025年6月30日

填表说明

一、本表适用于巴中市社科年度规划项目、专项项目等结项申请。

二、认真如实填写表内栏目，凡选择性栏目请在选项上打“√”。课题申报信息无变更情况的可不填写《项目变更情况数据表》。

三、本《结项申请书》报送2份（A3纸双面印制，中缝装订），并附最终成果打印稿（正文格式要求：主标题2号方正小标宋简体，其中一级标题3号方正黑体-GBK，二级标题3号方正楷体-GBK，三级标题3号方正仿宋-GBK加粗，正文3号方正仿宋-GBK）。

四、所有结项材料须经所在单位审核并签署意见。县（区）申报者报送所在县（区）社科联审核后统一报送至市社科联，其他申报者可直接报送市社科联。

一、项目变更情况数据表

立项项目名称	公共文化微信公众号优化策略与推广模式研究-----以“书香通江”为例							
结项成果名称	县级图书馆微信公众号优化策略与推广模式研究-----以“书香通江”为例							
是否变更	是	变更的内容	成果名称、形式、完成时间、参与人员					
原计划成果形式	研究报告或论文	现成果形式	论文					
原计划完成时间	2025年9月30日	实际完成时间	2025年6月30日					
项目负责人及参与人员变更情况								
原 负 责 人	姓 名		性 别		民 族		出生日期	年 月
	所在单位				行政职务		专业职务	
	通讯地址					联系电话		
现 负 责 人	姓 名		性 别		民 族		出生日期	年 月
	所在单位				行政职务		专业职务	
	通讯地址					联系电话		
原 参 与	姓 名	单 位			职 称	联系电话		
	齐国佳	哈尔滨科学技术职业学院			馆员	13836185424		
	陶茗愉	辽宁师范大学			硕士	18102405433		

人 员				
现 参 与 人 员	姓 名	单 位	职 称	联系电话
	江霞	沂水县图书馆	馆员	15864829523
	陶茗愉	辽宁师范大学	硕士	18102405433
	张思洋	中共郑州市委党校	助理馆员	16696203266
	武未	天津空港经济区文化中心	助理馆员	18622418130

二、申请人所在单位审核意见

1.成果无政治导向问题或其他不宜公开出版的内容。

2.最终结果内容质量符合预期研究目标。

签 章

2025 年 6 月 30 日

三、县（区）社科联意见

（审核事项:1.成果有无意识形态问题；2.是否同意结项。）

单位（公章）:

负责人签字:

年 月 日

四、专家鉴定意见

(请在对应意见栏划“√”)

1.成果有无意识形态方面问题：有 否

2.是否同意结项：是 否

3.鉴定等级：优秀 良好 合格

主审专家签字：

年 月 日

五、市社科联审核意见

单位（公章）:

年 月 日

县级图书馆微信公众号 优化策略与推广模式研究

——以“书香通江”为例

摘要：本研究针对通江县图书馆“书香通江”微信公众号在运营中存在的地方特色文化融合不足、用户互动较弱和推广手段单一等问题，提出了内容策划、界面设计与互动功能三方面的优化策略，构建了线上与线下融合的推广模式，以期为县级图书馆利用地方特色文化推动公众号优化运营提供理论指导和实践参考。

关键词：县级图书馆；微信公众号；地方特色文化；推广模式

一、引言

当前，微信已经成为人们日常工作学习生活中的重要社交工具，在获取知识、了解信息、提供服务、推介工作等方面发挥着显著的作用。同样，微信公众号在县级图书馆提供公共文化服务、实现与读者高效互动等方面发挥了巨大作用，但其受限于人才、技术、资金等相关因素影响，其微信公众号的建设与运营往往缺乏针对地方特色的深度融合与推广模式创新。

通江县图书馆于1977年挂牌立馆，先后被评选为巴中市最佳文明单位、四川省全民阅读先进集体、四川省全民阅读示范基地、全国全民阅读星级单位、全国文明图书馆、国家一级图书馆。通江县图书馆的微信公众号“书香通江”在推动全民阅读、传播地方红色与民俗文化等方面取得了一定的成效，但也面临着内容同质化、用户互动不足、传播力不强等问题，亟待优化。

通江县地方特色文化资源丰富，尤以红色文化和传统民俗文化见长。然而，目前特色文化资源的深度挖掘与新媒体融合仍然不足，未能充分实现资源的数字化转化和广泛传播。本研究采用案例分析法，对“书香通江”公众号进行综合理论探讨与实践调研，主要研究内容包括三个方面，一是对公众号运营现状与问题的评估，二是提出公众号内容策划、界面设计、互动功能的优化策略，三是提出线上线下结合的推广模式。

二、“书香通江”微信公众号运营现状

（一）“书香通江”公众号功能布局分析

“书香通江”公众号功能布局较为完善，包括服务大厅、红色记忆以及数字阅读三大模块。其中，服务大厅模块为公布图书馆开放时间及进行读者意见反馈，主要针对线下读者服务。红色记忆模块主要通过线上展示通江县丰富的红色资源及民俗文化，例如公众号经常推送包括“红韵大巴山”经典诵读活动、春节年画线上展览等文化活动信息。数字阅读模块链接电子期刊、书籍文库等线上资源，为读者提供远程服务。

总体来说，“书香通江”公众号功能布局能做到满足线下及线上读者使用，同时又结合本地特色打造红色及民俗特色功能，做到了功能完善。

（二）公众号内容发布频率与内容分析

本研究截取了“书香通江”公众号2024年1月1日到2025年5月30日这一段时间内发布的223篇文章为研究对象，对其发布频率、文章类型、爆款内容等进行统计分析如下。

1.发布频率

日期	2025/5/3	2024/1/1	2025/1/2	2024/11/	2024/7/5	2024/5/1	2024/5/1	2024/4/2
	0	7	4	8		2		9
发文	5条	4条	3条	3条	3条	3条	3条	3条
日期	2024/4/2	2024/4/1	2024/3/3	2024/2/4	2024/1/2	2024/1/1	2024/1/1	
	5	9			8	8	0	
发文	3条	3条	3条	3条	3条	3条	3条	

以上表格为公众号发文频率较高的日期。从统计结果可以看出，2025年5月30日发文5条，为统计时间段发文数量最多的一天，其中有2条节日主题期刊推荐内容与临近端午节有关，2条端午节活动内容和1条图书馆节日开放公告。2024年1月17日发文4条，其中3条内容分别为图书推荐、线上讲座、民间书院举办人事迹介绍，另外当天图书馆举办了2024寒假志愿服务培训班发文1条，因此发文量显著增加。其他日期如2024年4月29日、4月25日、4月24日等，恰逢世界读书日活动启动，也由于各类阅读推广、特别活动而有较多的发文。整体来看，“书香通江”公众号在特定活动日、重要时间节点上的发文频率较高，起到了增强宣传效果、加强与读者互动的作用。

2. 发布文章类型

主题	内容
活动预告与回顾	活动预告：如“【活动预告】精彩纷呈，‘元’气满满~通江邀您一起闹元宵！”“活动预告 2024年四川省‘万人赏月诵中秋’（巴中市通江县分会场）活动安排”等。
	活动回顾：如“【活动回顾】‘一书一电影’线上答题狂欢，经典作舟，幸运为帆，好礼收官！”等。
阅读推广与活	阅读推广：如“‘世界读书日’服务到基层”“通江县图书馆‘4.23

动	世界读书日’暨 2025 ‘全民读书月’ 活动安排”等。
	特定活动：如“【4.23 世界读书月系列活动】通江县‘打开图书 阅见未来——探秘图书馆’”“‘诵经典·庆元宵’线上诗词大会”等。
节日主题	节日庆祝：如“【元宵佳节】喜乐元宵度佳节，阅享文旅庆团圆！”“【浓浓爱护 深深敬意】爱就要大声说：妈妈，母亲节快乐~”等。
	节日活动：如“通江县图书馆召开 2023 年度工作总结表彰会”“【春节活动】萌蛇闹春，答题贺岁！限时狂欢，红包雨来袭！”等。
志愿服务与培训	志愿服务：如“通江县图书馆寒假志愿者服务表彰会”“通江县图书馆招募寒假志愿者啦！”等。
	志愿服务培训：如“通江县图书馆 2024 寒假志愿服务培训班正式开班”“通江县图书馆举办 2024 暑假志愿服务培训班开班啦！”等。
展览与讲座	线上/线下展览：如“线上展览 为国砺剑——新时代科技强军路上的领跑”“再发现图书馆——‘畅读荟萃精品·开采无限人生’系列展览（一）：名家作品展”等。
	讲座与课程：如“【线上讲座】旅游文化纵横谈”“每周 30 分钟讲座《西游记》——西天取经路上的人生课”等。
社会捐赠与合作	社会捐赠：如“社会捐赠 王成先生向通江县图书馆捐赠图书”“兰溪市图书馆向通江县贫困儿童捐赠图书及文具”等。
	馆际交流与合作：如“馆际交流 江苏省昆山市图书馆同仁来我馆调研”等。
其他	包括一些不直接归类于上述模块的标题，如“【重要通知】通江县图

	<p>书馆 2025 年清明节假期开放公告” “通江县图书馆关于调整免费开放时间的公告” 等。</p>
--	---

公众号发布的内容大体上可以概括为以下几个大模块，“书香通江”公众号的内容类型以文化推广、阅读活动和节日主题推文为主，文化推广内容如红色经典诵读、民俗文化展示等，阅读活动则包括志愿服务、线上读书会和线下文化活动等，节日主题推文则融入传统节日文化知识与互动活动等。

推送频率呈现一定的周期性与规律性，公众号在重大节日和文化活动期间发布较为密集，几乎每日一推送，且每次推送多条，平时则以周更为主，呈现出明显的节日导向与事件导向特征。当然这种不均衡的推送模式存在明显的波动性，使日常运营的连续性不足，容易降低用户对公众号内容的关注度。

3.发布爆款内容

标题	阅读数	点赞数	在看数
速来！26日上午10:00红军广场免费领春联、领福卡！	4591	16	15
通江县“悦享文化，欢乐过年”暨通江县第五届“庆元宵喜阅会”系列文化惠民活动在通江花月夜成功举办！	2946	20	10
【通江花月夜·邀您过大年】通江县“红韵大巴山”红色经典诵读成果展示活动在通江花月夜成功举办！	1470	14	8
惠民活动预告 “赏年画，过大年”主题文明实践活动暨“书香迎龙年，春联进万家”书法家写春联送祝福活动”明天下午两点开启！	1227	7	1

直击决赛现场，精彩画面岂能错过？	1220	8	3
赶紧报名，通江县图书馆招聘2名见习生！	1207	4	0
【春节活动】“书香贺新岁·春联送祝福”青少年春联作品征集活动	1151	8	2
通江县图书馆在“两会”期间提供信息服务	1086	21	6

以上为超过 1000 次阅读量的文章列表。这些文章总的来说，一是内容贴近民众生活且富有地方特色，通过报道文化、惠民活动、诵读比赛等，吸引读者关注和参与，如免费领春联、元宵喜阅会、红色经典诵读等。二是文章标题醒目能够迅速抓住读者眼球，如“速来！26日上午10:00红军广场免费领春联、领福卡！”等。三是文章通过预告和直击活动现场的方式增强读者的参与感和互动性，如“惠民活动预告”“直击决赛现场”等。相关策略有效地提升了文章的阅读量和影响力。

三、“书香通江”微信公众号存在的问题及优化策略

（一）公众号运营存在的问题

1.地方文化融合不足

内容以通用性的活动推送居多，虽然涉及本地红色文化与节日民俗，但缺乏深入挖掘与创新展示，未能很好地体现出地方文化的显著特色。

2.内容创新性不强

多数推文采用文字+图片的传统形式，少有融入视频、音频、互动游戏等新媒体手段，导致用户体验单一，互动率低下，难

以吸引新用户。

3. 推广手段单一

主要依靠传统的推送分享方式，缺乏有效的线上线下联动推广策略，未能充分调动本地媒体资源和线下渠道进行合作推广，造成受众增长缓慢、传播范围有限，公众号影响力难以实现突破性增长。

（二）公众号运营优化策略

1. 内容策划优化

“书香通江”微信公众号在内容策划方面可以更加体现地方特色，以提升读者的关注度与品牌辨识度。通过内容策划优化，使公众号内容更具地方特色与创新性，进而提升用户的长期关注度与文化认同。

一是打造重点红色文化品牌栏目。将“红韵大巴山”系列活动转变为常态化专栏，固定每月或每周推送红色经典诵读、革命历史故事、红色研学活动内容，通过打造“红色经典推荐官”“青少年讲述红色故事”等子栏目，进一步强化品牌的情感价值，增强读者的历史认同感与参与感。

二是建立民俗文化资源定期推送机制。特别是在春节、元宵、春分等重要节日和节气期间，策划民俗专题，系统性地推送通江地方年俗、特色饮食习惯、非遗文化展示与互动等活动。

三是新增本地故事为主题的栏目。增加以本地人物与志愿者故事为主题的栏目。定期采访或收集读者在参与图书馆志愿

服务、阅读推广等文化活动中的个人感悟与故事，以真实、生动的人物故事拉近与读者的距离，增加用户情感粘性。

2. 界面设计优化

在界面设计方面，“书香通江”公众号应融入更多体现地方文化特色的视觉元素，以提升用户界面的亲和力与品牌的独特性。

一是融入红军文化符号。通江特有的红军文化符号如红四方面军的历史元素、红色经典人物形象、标志性红色景点等，以增强历史文化氛围。

二是展现地方自然景观特色。可结合通江丰富的自然山水风光及特色建筑物元素，以精致的插画、手绘地图等形式呈现，更直观、生动地展现地方特色魅力。

三是突出可读性、互动性。在现有图文基础上，开发专门的活动专题页面，通过明确的栏目划分、清晰的导览标识、便捷的互动按钮，使用户能更高效地获取所需信息、参与互动。

四是推出特别定制主题界面。针对重大节庆活动、品牌栏目推出特别定制的主题界面，设计更具视觉吸引力的主题标识、图标，优化阅读体验。通过精细化界面优化，强化用户的视觉感知体验，使公众号在众多同类平台中脱颖而出。

3. 互动功能优化

互动功能是提高微信公众号用户粘性与活跃度的重要因素。“书香通江”应优化互动板块，开发更具吸引力和创新性

的互动形式。

一是增设用户分享与互动板块。如设置“读者故事”征集栏目，定期邀请用户分享阅读心得、志愿服务经历或参与文化活动的趣味体验。通过设置点赞、评论、投票评选机制，增强用户互动的积极性，形成用户之间的深度互动，打造更有温度的社区氛围。

二是创新线上互动活动形式。通过举办趣味文化知识竞赛、答题闯关活动，融入本地历史、民俗、非遗、节气知识，并采用现金红包、积分兑换图书或文创产品等奖励机制，提升用户参与积极性。同时还可引入线上直播互动、微视频征集等新媒体手段，扩大互动形式的多样性，满足不同年龄、不同兴趣用户的互动需求。

通过互动功能的持续优化，有效增强用户体验感、互动参与感，进一步提升公众号的用户活跃度与传播影响力。

四、“书香通江”微信公众号推广模式研究

（一）线上推广模式

“书香通江”微信公众号线上推广模式应积极与地方媒体资源建立合作，构建多渠道联动推广机制，增强公众号的曝光度和影响力。

1. 加强与新媒体平台合作

可主动与通江本地电视台、抖音号、视频号等热门新媒体平台开展战略合作，通过联合策划主题鲜明的视频短片、图文

专题和直播活动，达到跨平台资源共享，形成多渠道宣传合力。如可制作系列化的“红色通江故事”短视频，通过短视频平台进行传播，并同步在公众号推出深度图文报道，以吸引不同平台的用户关注公众号。

2.丰富线上文化活动

通过策划丰富多样的线上文化活动，如春节、元宵节、春分等传统节日、节气的线上专题展览或知识竞赛活动，提高用户的参与感。可采用趣味线上答题、抽奖互动等形式，以文创礼品、积分兑换等手段激励用户持续关注和积极参与。

此外，还可以结合线上问卷、线上互动反馈等方式，了解用户需求，不断优化活动内容与形式，推动公众号线上活动成为通江县民众日常文化生活的一部分，扩大公众号的影响力与受众覆盖面。

（二）线下推广模式

“书香通江”公众号线下推广模式应积极利用本地丰富的文化资源与社会活动，以线下互动为依托，促进用户关注度和使用黏性持续提升。

1.加强重要活动时线下公众号推广

紧密结合当地重大节日与传统活动，如春节年画展、元宵节灯谜活动、节气相关的民俗活动等，通过线下现场活动布置公众号扫码关注区、互动打卡点，以趣味活动、奖励吸引居民扫码关注、参与互动，将线下热情导流至线上平台。

2. 深化馆校合作常态化运营模式

将“阅无限·向未来”等已有品牌活动扩展至更多学校，持续举办阅读推广讲座、主题展览、经典诵读等线下活动，在现场融入公众号关注推广与互动环节，吸引学生及家长群体持续关注公众号。

3. 加大与各类单位合作力度

定期或不定期地与乡镇街道、村组社区、企事业单位等联合开展图书赠阅、志愿服务、文化普及等推广活动，将基层文化需求有效地转化为公众号的用户基础，实现用户群体的精准扩展。这种联合互动不仅能提高公众号的知名度，也有效扩大地方公共文化服务的辐射范围和影响力。

（三）线上线下融合推广策略

“书香通江”微信公众号的推广，应当构建线上线下一体化融合模式，最大化地发挥二者相互促进、共同提升的效果。

1. 打造“线上直播+线下活动”的联动新模式

如春节年画展、元宵猜灯谜、非遗技艺展示等重要活动，以线下活动现场为核心，通过线上平台进行实时直播、图文报道，形成全方位、多视角的立体化传播效果。用户不仅能亲临现场感受文化氛围，也可在线上随时参与互动，打破地域和时间限制，扩大活动影响范围。

2. 策划“线上宣传+线下体验”的融合活动

利用传统节日、节气这一文化载体，策划“线上宣传+线下

体验”的融合活动，例如在春节期间线上推出“通江年俗”专题内容，线下同步开展年俗体验活动，让用户实现线上了解、线下体验，强化文化记忆与用户黏性。进一步，可通过公众号提前宣传和报名组织，打造闭环体验，形成用户互动、参与、分享的完整链条。

通过线上线下联动，有效提升公众号的用户体验和传播效能，实现文化服务推广效果的最大化。

五、结语

本研究通过对“书香通江”微信公众号的深入分析，针对发现的有关问题，结合通江地方特色文化提出了具体的优化策略与推广模式，以期提高公众号的用户关注度、活跃度与用户黏性，进一步扩大县级图书馆公众号在本地的文化影响力和服务覆盖面，解决县级图书馆公众号在运营、推广中的实际困难，具有较强的针对性和操作性，同时为其他类似县级图书馆公众号的优化与运营提供了可借鉴、可复制的模式与经验，具有广泛的实践参考价值。