



華東師範大學  
EAST CHINA NORMAL  
UNIVERSITY

# 基于共现分析与突变检测的图书馆营销 热点与趋势研究

成志强

[zqcheng@library.ecnu.edu.cn](mailto:zqcheng@library.ecnu.edu.cn)



图书馆营销  
热点与趋势  
研究

1 研究背景

2 数据来源与分析方法

3 结果分析

4 结论与启示



華東師範大學  
EAST CHINA NORMAL  
UNIVERSITY

# 一、研究背景

1. 进入新世纪以来，随着移动互联网技术的革新与进步，有关图书馆营销的研究呈现出多元化发展现状。
2. 学术界逐渐达到这样的认同，即市场营销是图书馆在信息化社会中生存和发展的一剂良药。
3. 本文将基于CitespaceV软件，进行共现聚类 and 突变检测分析，试图多方位探索该领域的热点主题和研究趋势。





## 二、数据来源与分析方法

### 1、数据来源

以中国知网期刊数据库为数据源，以“图书馆”和“营销”为主题词，时间区间为2000-2018年，来源类别限定为“核心期刊”和“CSSCI”。共检索文献520多篇，剔除与主题无关的文献，最终得到有效文献499篇。

### 2、分析方法与工具

用CitespaceV软件。关键词共现分析，能够反映出关键词之间、文献之间的共现关系和主题分布；共现网络时区图能够直观展现研究主题在时空上的分布；突发词检测旨在挖掘那些频次相对增长率突然增加的词，以反映前沿主题。





## 三、结果分析

### 3.1 热点主题聚类分析

在CitespaceV中，聚类分析使用了模块值（Q）和平均轮廓值（S），Q值区间为[0, 1],  $Q > 0.3$ 时就意味着网络结构聚类良好；S值越接近1，所反映的网络同质性越高，当 $S > 0.7$ 时，聚类结果具有高信度。

本次聚类指标 $Q=0.5039$ ， $S=0.8276$ ，说明基于该主题的聚类结果客观合理、高效可信。

```
CiteSpace, v. 5.4.R3 (64-bit)
July 6, 2019 6:16:11 PM CST
WoS: C:\Users\Vincent C\Desktop\LIBMARKET\data
Timespan: 2000-2018 (Slice Length=2)
Selection Criteria: Top 50 per slice, LRF=2.0, LBY=8, e=2.0
Network: N=84, E=167 (Density=0.0479)
Largest CC: 79 (94%)
Nodes Labeled: 2.0%
Pruning: Pathfinder
Modularity Q=0.5039
Mean Silhouette=0.8276
```



热点主题:

1.图书馆营销策略研究;

2.高校图书馆阅读推广研究;

3.图书馆信息营销;

4.图书馆服务营销;

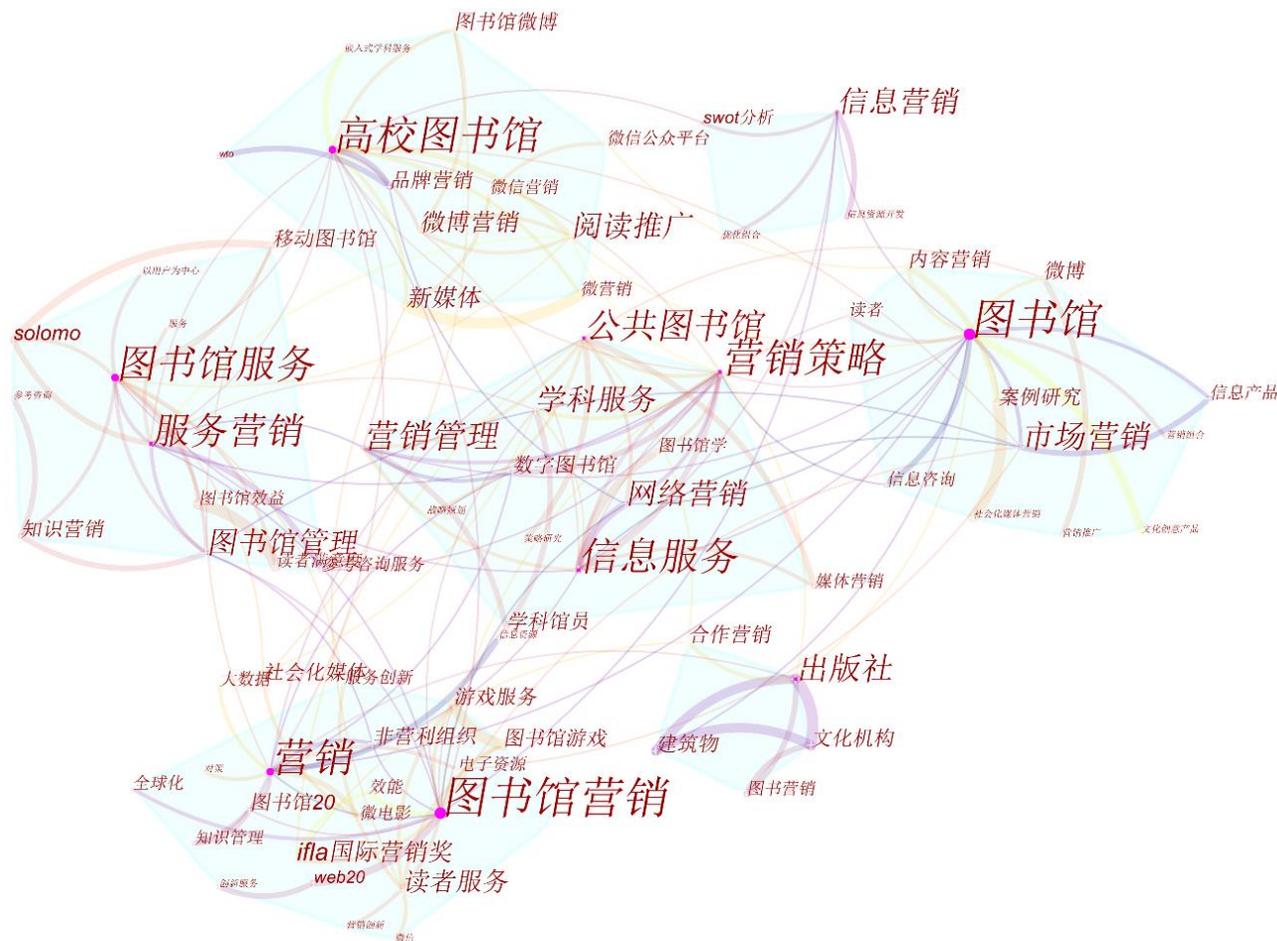


图2.图书馆营销共现聚类图



## 3.2 共被引网络时区分析

2000-2018年间

图书馆营销研究分为三个阶段：

1. 2000-2005年，集中于图书馆与传统营销相结合的研究；
2. 2006-2011年，主要是图书馆整合营销研究；
3. 2012-2018年，新型图书馆营销理念不断涌现。

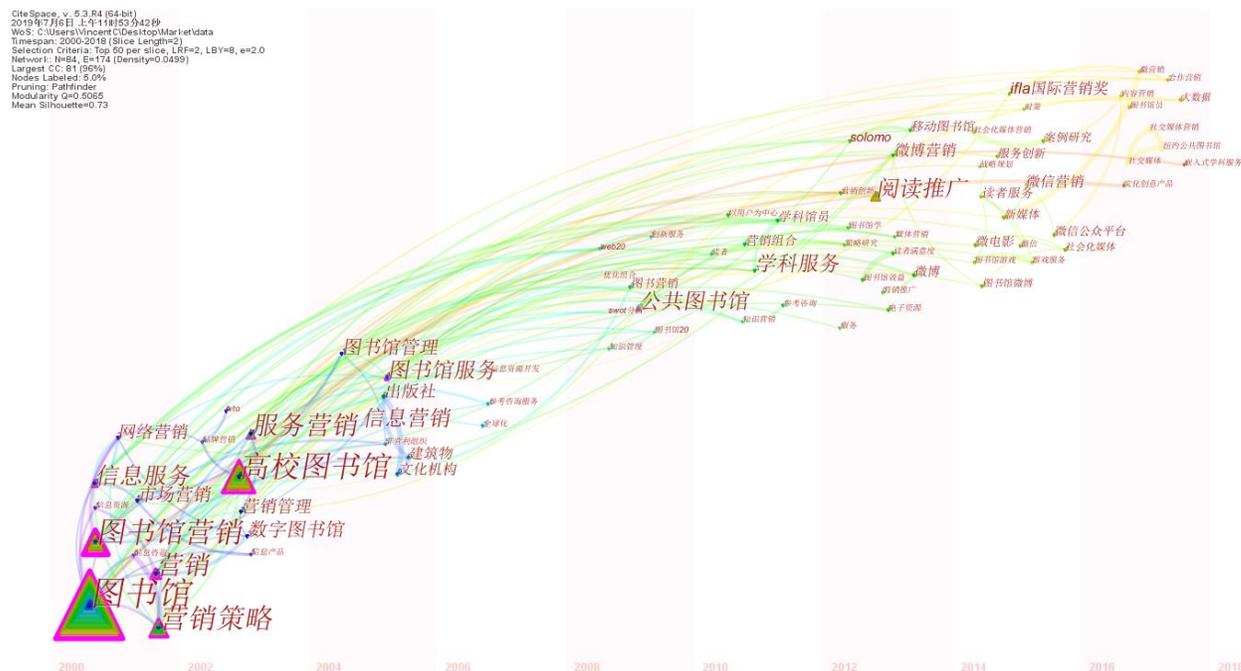


图3. 图书馆营销共被引网络时区图



### 3.3 突变词趋势分析

(1) 突现型。这类突变词在短时间内以一定的频次突然出现，如微信营销在2014-2015年出现，且突现时间较近，未来该主题将继续保持热度；

(2) 平稳型。这类突变词以稳定的频次出现，伴随有微小的波动如信息服务在2004-2015年间，突现频次保持在4次左右，说明该主题一直保持良好的研究热度；

(3) 上升型。阅读推广在2012年突现之后，突现频次逐年升高，一直处于上升状态；

(4) 下降或衰退型。信息营销、数字图书馆、图书馆管理、网络营销、市场营销属于这种类型，说明该主题已不再是研究者关注的热点。

突变权重	突变词	突变年份	突变时段及持续时间									趋势	
			00-01	02-03	04-05	06-07	08-09	10-11	12-13	14-15	16-17		
11.012	信息营销	2004			9	7	8						下降
9.3768	阅读推广	2012							4	5	16		上升
5.0581	数字图书馆	2002		4	3	5	2		2				下降
4.8372	信息服务	2000	2		6	5	5	3	4	4			平稳
4.7657	图书馆管理	2002	0	2	4	5	2	2					下降
4.1284	网络营销	2000	3	4		2			2				下降
3.6182	市场营销	2000	2	2	2	4			4				下降
3.136	微信营销	2014								6			突现

表2 2000-2017年图书馆营销突变词表



## 四、研究结论与启示



(1) 热点主题。不同时期的有不同的热点主题。2000-2005年期间为：图书馆营销策略、图书馆营销管理、数字图书馆营销、图书馆服务营销等。2006-2011年期间，图书馆营销热点主题转向了对内容的研究，如图书馆学科服务营销、图书馆整合营销等。2012-2018年期间，图书馆传统营销开始转向新型营销。



(2) 研究前沿与趋势。本文认为在接下来的研究中，图书馆将继续借助新型传媒载体、大数据分析手段等方式，融合图书馆数字资源，在用户行为、信息服务、内容服务、学科服务等多方面开展图书馆营销的研究。



(3) 问题与启示。不论是突变检测还是共现分析，对于学术术语的准确表达都有较高的要求。因此，为了使可视化结果有较高的效度，要对数据进行清洗。此外，本文只对2000-2018年间，知网期刊数据库的核心论文进行了分析，尽管所选文献具有很好的权威性，但是在数据的量上并没有做到全面，还需要进一步探讨。



華東師範大學  
EAST CHINA NORMAL  
UNIVERSITY

感谢您的聆听  
请您批判与指正！

