全民阅读基地指标（试行）及说明

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **综合指标** | | |
| **指标** | **单位** | **指标说明** |
| **一、基本情况与保障条件** | | |
| 1. 服务地域面积 | 平方公里 | 公共图书馆填报直接服务的行政区面积，其他类型图书馆根据自身实际填报 |
| 2. 服务人口 | 万人 | 公共图书馆填报服务范围内常住人口，学校图书馆填报在校师生人数，其他图书馆按自身实际情况填报服务人口数 |
| 3. 馆舍面积 | 平方米 | 馆本部建筑面积，有2个及以上馆舍的相加，非本馆权属与馆外单位共用的场馆面积不计在内 |
| 4. 工作人员 | 个 | 上年末参与本馆工作的人员数量（含长期聘用制、合同制、人事代理、劳务派遣、社会购买服务的全职工作人员） |
| 4.1 其中：编制内工作人员 | 个 | 本馆上年末实有的编制内工作人员数量 |
| 5. 财政（或上级拨付）经费 | 万元 | 申报资料时间内（分年度）的财政（上级）经费总额。采用报销经费额度的图书馆可填报上级单位已经报销的本馆年度经费支出总额 |
| 6. 馆藏文献 | 册/件 | 上年末馆藏文献总量 |
| 7. 新增藏量 | 册/件 | 申报资料时间内（分年度）新购进并上架的文献 |
| 8. 数字资源 | 个/TB | 通过采购、自建、共享等方式对外服务的数字资源总量 |
| 9. 数字服务平台 | 个 | 本馆设立的检索、阅读（包括视听）资源、图书馆服务（包括阅读推广）的网站、微博、公众号、视频号、小程序等数字媒体平台 |
| 10. 服务体系情况 | 个 | 挂分馆牌子、提供本馆服务的馆外服务场所，请说明直属分馆、合作分馆、自助图书馆、流动图书馆、自助借还机或网借社区投递点和新型阅读空间的数量 |
| 11. 评估定级等级  （公共图书馆填报） |  | 距本次申报最近的评估定级确定的等级 |
| 12. 本馆阅读推广机构  （非公共图书馆填报） | 个 | 本馆负责阅读推广的部门 |
| 13. 阅读推广的制度  （非公共图书馆填报） |  | 本馆制订并实施与阅读推广相关的制度 |
| 14. 阅读推广专业人员  （非公共图书馆填报） | 个 | 本馆负责阅读推广工作的专业人员 |
| 14.1其中：阅读推广人 | 个 | 具有中国图书馆学会、省市图书馆学会等颁发的“阅读推广人”证书的专业人员 |
| 15. 阅读推广专项经费  （非公共图书馆填报） | 万元 | 申报资料时间内（分年度）上级拨款中的阅读推广专项经费 |
| **二、工作情况与效能** | | |
| 16. 持证读者 | 个 | 指在本馆计算机管理系统中能够查到的，以身份证、护照、市民卡等真实身份证件，通过线下或线上办理，且在统计时点仍然持有本馆读者证（包括电子读者证）的读者，高校/学校图书馆填写在校师生数 |
| 17. 到馆读者 | 人次 | 申报资料时间内（分年度）到馆读者人次 |
| 18. 外借图书 | 册次 | 申报资料时间内（分年度）外借图书册次 |
| 19. 数字资源（含电子书、电子报刊）阅读及下载量 | 篇 | 申报资料时间内（分年度）馆藏（含使用权）数字资源的阅读量及下载量 |
| 20. 阅读推广活动情况 |  | 申报资料时间内（分年度）举办的阅读推广活动情况（不含讲座、展览、培训） |
| 20.1 活动场次 | 场次 | 主办、承办或协办的阅读推广活动场次（线上线下同时举办的只计1次） |
| 20.2 参与人次 | 人次 | 参与主办、承办或协办的阅读推广活动的读者人次 |
| 21. 本馆阅读推广志愿者情况 |  | 申报资料时间内（分年度）本馆组建的从事阅读推广工作的志愿者队伍数量、志愿者数量以及服务时长数量。 |
| 22. 阅读推广年度工作计划 | 份 | 申报资料时间内（分年度）的阅读推广活动工作计划（含特殊群体的无障碍服务内容） |
| 23. 专业活动策划方案 | 个 | 体现图书馆专业的阅读推广活动策划方案 |
| 24. 阅读推广活动品牌建设 | 个 | 图书馆组织的知名度高、影响力大、持续时间长（2年及以上）、读者广泛参与的高品质阅读推广活动的个数，以及具体的名称、起始年月、策划方案、举办形式、活动效益等 |
| 25. 馆藏开发或文创产品 | 个 | 利用馆藏开发的具有原创性、独特性的用于阅读推广的宣传品及文创产品（含数字文创产品） |
| 26. 与社会力量合作举办阅读推广活动 | 次 | 与社会力量合作开展的阅读推广活动情况，包括社会力量资助阅读推广活动，合作举办阅读推广活动等等 |
| **三、示范作用** | | |
| 27. 公共媒体宣传 | 次 | 公共媒体对本馆阅读推广工作的报道 |
| 28. 自媒体宣传情况 |  | 利用自媒体开展的阅读推广宣传情况，包括申报资料时间内（分年度）的粉丝数量、发文量和阅读量 |
| 29.经验推广 | 篇/次 | 在全民阅读相关的学术会议上的案例推广，包括专题报告、案例分享等 |
| 30.交流分享 | 批/次 | 同行到馆（赴其他馆）参观学习交流阅读推广工作经验 |
| 31.阅读推广活动工具包 | 个 | 将本馆品牌活动策划、组织和总结（即全过程）公开，便于其他图书馆借鉴、复制的工具包 |
| 32.表扬和鼓励 | 次 | 获得中国图书馆学会或省部级及以上机构对本馆阅读推广工作的表扬和鼓励 |
| 33.参与行业阅读推广工作 | 次 | 举办（含承办、协办）与阅读推广相关的论坛（如全民阅读论坛）、研讨会、案例分享会等 |
| 34. 阅读推广研究工作 |  | 开展阅读推广理论和实践的研究工作情况，如刊印阅读内刊，发表学术论文（包括纳入中国图书馆学会或阅读推广委员会论文集、案例集的文章），开展科研课题研究，出版专著或案例集 |
| **创新亮点、社会影响及经验模式** | | |
| 1.创新亮点（具有独特创意和突出亮点的活动或做法） | | |
| 2.社会影响（对本区域、本系统和本行业的影响力与辐射度概述） | | |
| |  | | --- | | **申报表及佐证材料情况** | | 按要求填写申报表并提供相应佐证材料，材料真实，表述条理，图片清晰，内容丰富。 |   3.经验模式（具有本馆特色并在全国范围内可供其他单位参考的工作模式） | | |

指标说明：

1.本指标共分为三部分，一是综合指标，包括：基本情况与保障条件、工作情况与效能、示范作用。二是创新亮点、社会影响和经验模式。三是申报表及佐证材料情况。其中第一部分“基本情况与保障条件”中，“指标11”为公共图书馆专设，“指标12”至“指标15”为非公共图书馆专设。

2.申报时间说明：本次申报期为2022-2023年，申报资料时间为2020-2023年度期间内容。

3.表中指标都应据实进行填列，不符合自身实际的指标可填“无”。