

书刊装帧设计之动态

作者：夏丽英

【内容提要】中国出版业不再仅关注书籍内容的选题策划和编辑加工，也越发关注书籍整体形态塑造的设计、用纸、印刷工艺和印后表面整饰加工工艺等。图书装帧形式正在向多元化、多档次发展。人们对图书装帧质量及加工要求也越来越高，以使传统出版物更加突显纸质的魅力。

如今，数字化阅读对传统阅读的颠覆性大家都已经可感可知，数字化技术的发展使得纸质出版物市场更加细分化，也使个性化阅读得以实现。人们也认识到，在深度阅读、休闲阅读、儿童阅读方面，传统阅读方式仍旧不可替代。所以，书籍形态学受到出版业重视，出版进入了工艺时代。中国出版业也不再仅关注书籍内容的选题策划和编辑加工，也越发关注书籍整体形态塑造的设计、用纸、印刷工艺和印后表面整饰加工工艺等。图书装帧形式正在向多元化、多档次发展。人们对图书装帧质量及加工要求也越来越高，以使传统出版物更加突显纸质的魅力。

近一年来，尤其从 2007 年“世界最美的书”及第 14 届北京国际图书博览会上来看，书刊的装帧设计呈现出一些新气象，如材料的使用更加多样化；书与刊互相借鉴，期刊也重视书腰、书脊的设计；异形书、立体书和精装书等的品种也在增多。

封面装帧材料多样化

今年年初，由上海市新闻出版局评选出的 2006 年度 25 本“中国最美的书”，参加了由德国图书艺术基金会等组织主办的 2007 年度“世界最美的书”评选，2007 年 3 月评选活动揭晓设备，中国江苏文艺出版社出版的图书《不裁》（见图 1）荣膺 2007 年度“世界最美的书”铜奖。这是中国图书连续第四年在这项代表当今世界最高水平的图书设计评奖活动中获奖。

图 1 2007 年“世界最美的书”之一-----《不裁》

设计了一本需要边阅读边裁边的书，让读者通过阅读的延迟和期待，获得节奏与小憩，品尝阅读传统出版物的乐趣，读完之后便得到一本朴素而雅致的毛边书。书中的前环衬还通过模切，使读者得到一把可当书签用的“纸刀”。

《不裁》的封面设计独特。腰封设计了一些图案，而封面却没有图案和过多的色彩，只是非常别致地从前勒口至后勒口横向贯穿了两道红色缝纫线来进行装饰。这种在封面上采用缝纫线装饰设计的图书在市场上也能看见，如生活·读书·新知三联书店 2007 年 5 月出版的《创意市集 2—玩心大发》（见图 2），其护封有两条蓝色的缝纫线纵向贯穿封面，设计者还使缝纫线保留了两端长长的线头，阅读时，随着护封的翻动，线头会在空中飞舞飘逸；缝纫线边上还缝有带书名的布条，这样更加贴近主题：玩心大发！

图 2 《创意市集 2—玩心大发》

反过来折叠并用其他材料粘贴在一起的图书也不少见扫描，三联书店 2006 年出版的《闲情偶拾》（见图 3）、《动物必须刷牙吗？》都是如此设计。尤其是《闲情偶拾》，虽然是平装书，但封面借鉴布脊纸面精装的样式，采用了同色系的两种材料，书脊处采用双层活套形式，便于保护书背。

图3 《闲情偶拾》

书刊上腰封增多

较之十几年前甚至几年前，现在各出版社的图书尤其是畅销书、文学类书、经济类书、社科类书使用腰封的现象越来越多。腰封的作用主要是以其上刊印的有关图书的重要信息之色彩、文字及形状来吸引读者眼球，以达到更好的营销效果。腰封大多是横贯图书的腰部或底部，也有纵穿图书上下的，有的还在腰封上模切出花边（见图4）。

图4 模切出花边的腰封

的牛油纸或特种纸人民币，为了醒目，颜色一般比较鲜艳，与封面颜色的对比度较大。生产时要注意使纸张湿度和车间环境保持一致，以免套印不准，引起荷叶边。有腰封时，也可以建议出版社进行塑封以起到保护作用。

现在有些图书的腰封与封面融为一体（见图5），增加了封面面积。这样腰封在分销过程中不会脱落，但易损坏。

图5 腰封与封面于一体的图书其腰封展开后

为了使其设计独特，有的期刊也使用了腰封设计。图6所示的期刊甚至把竖起来的宽大书腰作为介绍活动信息的封面。

图6 用宽大腰封做封面的期刊 Adobe

少儿图书向多样化发展

出版物的工艺化尤其表现在少儿图书方面，其多样化的特色是电子出版物难以取代的。中国的少儿图书出版经过市场经济的洗礼，已经进入一个新的发展时期，其特征之一就是体现在对作品的整体装帧设计上，包括形态、材料和加工工艺等。图书编辑需要在有限的纸张等材料上给小读者以无限的想象空间，将书稿做成集使用、游戏、学习于一身的立体书、布书、异形书，以及有香味的书和有声音的书。把图书做得越来越像艺术品，让小读者在拿到图书后就爱不释手，产生一种阅读的渴望。用这样的方式，也可使选题价值得到大幅提升。

其实立体印刷，立体书、布书、异形书、有香味的书、有声音的书并不是21世纪的产物，早在20世纪80年代初期，中国美术馆就展出过上述形式的海外少儿读物。而在中国内地这些形式的图书近几年才逐渐发展起来。在今年的第14届北京国际图书博览会上，就有两家印刷企业和若干书店展出了他们生产的这类图书，如图7所示。

图7 小逗号书店销售的立体书

用材料和功能也体现了多样化。如图8所示制版，这款给婴儿“阅读”的“小熊揽枕书”是一本布书，里面有颜色非常鲜艳的图案及互动的玩具，其中还有许多机关。这本书是多功能的，拉上拉链可以做宝宝的枕头用，合起来是宝宝的手抱宠物，甚至可以做靠垫。企业

图8 布书

商的主攻目标，但近年来，国外低幼图书市场呈现出的潜力和商机，引得不少出版商开始重新审视这个市场，并认识到国内低幼图书市场是一个潜力巨大的市场。因此，出版商想尽各种办法开发异形书、立体书、布书等，这些图书的材质不仅仅局限于传统的纸张，还有硬纸板、硬塑料、木头、棉布等，不仅如此，还要尽量控制成本，书价太高让家长很难接受；并且还要注意加工方式，不要让材料和不规则的形状伤害儿童。此外，生产时还要对材

料的印刷适性、安全性、环保性进行了解。

精装书品种增多

根据 2007 年上半年美国畅销书的榜单分析，精装书在传统书店大行其道，排行榜前 20 位中精装书占到了 13 种。在中国，近几年各出版社也逐渐重视精装书的出版，其原因一是装订质量较平装书好；二是保存期长；三是精装形态增加了图书的附加值。而且，精装书与平装书的成本相差不多，如上海书店新近出版的一套关于书籍的书、三联书店的“冯友兰作品精选”、繁体字版“钱钟书集”（见图 9）等。

图 9 繁体字版钱钟书集

用，同一种选题，往往针对不同的读者群用不同的装订形式出版。有许多图书，先是出版简装版，销售到一定时期便出版精装版。有的还反过来，先是出版精装版，再出版简装版。尤其是品牌产品设计，品牌可以超越产品的生命周期获得长期的生命力。在英国，“哈利·波特”系列不仅在 9~17 岁孩子中有知名度，而且几乎每个家庭都有一本，出版社认为有必要为成人出版一套具有新封面的精装本。通过“哈利·波特”系列的品牌效应及同名电影带动，成人精装版的“哈利·波特”系列也获得了很好的销售业绩。

随着出版事业的发展，精装书突现出巨大市场发展潜力。为了降低成本，出版社出版的软面精装图书也比较多。

纸张的变化

如前所述测评，为了展现电子出版物所缺少的纸质传统出版物的魅力，出版界更为注重纸张的应用，故这几年来书刊出版中纸张的变化也比较大。

1. 书芯纸张定量增大

前几年图书书芯用纸多为 52g/m² 的书写纸或 60g/m² 的胶版纸，图文并茂的图书、期刊或画报使用 105g/m² 的铜版纸。而近两年的图书印制除了继续采用质量较好的胶版纸、铜版纸以外，还大量使用 70~90g/m² 的蒙肯纸、轻型纸、纯质纸、牛皮纸、芬兰 UPM 公司的低定量优光纸、雅光纸等收购，期刊常用 60g/m² 轻涂纸。

书芯的纸张变化给装订加工带来了一些难度，如厚度、定量的变化就给胶订带来了障碍。还有，近年来国内生产的轻型纸、纯质纸种类较多，用量大，但是纸张中的纤维较短、较少，纸张发脆，有时质量不稳定，不利于装订，图书易掉页脱落。尤其是最近几个月以来，纸张产量有点供不应求裁员，纸张的某些质量及指标不稳定，造成书脊厚度偏差大。

2. 纸张规格增加，书籍开本种类增多

近几年，图书用纸的发展呈现出两大趋势，一方面流程，许多书籍使用的纸张规格已改为国际标准幅面，即 880mm×1230mm 或 889mm×1240mm；另一方面，纸张向“小型纸”系列如 635mm×965mm 发展，小规格纸张的出现，使图书的小型开本如小 16 开增多。

3. 图书封面、环衬用纸的材料种类、规格增多

目前印刷教育，图书封面、环衬用纸也更为讲究。纸张定量增加，胶版纸封面减少，几乎都在使用铜版纸、牛皮纸、特种纸（见图 10、图 11）。特种纸具有各种纹理，它们或柔软或坚挺，或光滑或粗涩，或轻薄或厚重，给读者触摸和阅读增添了美感，故现在用量大增，纸厂产量也在提高。但对于印后加工及装订而言，就要研究各种特种纸的适印性、纹理走向装订，与黏合剂的亲和性等。同样，用纺织品、皮革、木材等材料作封面时，我们也需要多了解其印刷适性。

图 10 用手揉纸做封面的图书

图 11 函套独特的图书

环保要求提高

日益严重的环境污染引起了印刷界与出版界的焦虑与重视,许多出版社开始放弃图书封面印后覆膜加工,以求环保及降低成本。在封面整饰加工方面设备,出版单位现在十分关注既环保又便宜的全幅面上光技术——过油,以取代封面覆膜工艺。但这种工艺所用设备、技术,以及适用对象、上光质量等方面尚待进一步提高。

对装订质量要求提高 社厂沟通加强

在书刊的印制过程中,书刊印刷装订质量、周期方面还存在一些问题,其中有些问题不在于印刷企业耗材,而是由出版社的设计人员、编辑、印制人员不了解印刷知识而致,如书脊计算不准确,发印前核对片子与清样马虎,特种纸的纹理裁切问题,封面套印以节约印刷工价问题耗材,图片和合页出片时订口留空问题,胶订时间与精装书装订时间不够问题等。这些问题会导致印刷装订质量下降,成本增加,周期增加。

近几年,印刷企业及出版社之间出现了一些好现象,相互间主动沟通和紧密交流多了。有些大型印刷企业邀请出版社的美术编辑、设计师、编辑及印制人员到企业学习印刷装订方面的知识,了解印刷新技术;也有一些出版社诚恳地邀请印刷企业的管理人员、业务员们到社里来座谈,请他们提意见和建议,使大家相互理解,在工作中更好地合作。