

动漫书籍装帧创新设计

叶风华

(广东工业大学, 广州 510090)

摘要: 论述了中国动漫书籍装帧创新设计的必要性, 分析了中国动漫书籍装帧的现状及问题, 并以《K-BOY》漫画的装帧设计为切入点, 分析了该漫画书装设计的创新印刷工艺、创意体验设计和特殊的人文关怀等创新点, 并在此基础上提出了在不同档次的图书市场中, 动漫书籍的包装也可以做出有品质、有核心竞争力和有道德高度的创新设计的观点。

关键词: 动漫书籍; 创新设计; 包装工艺; 人文关怀

中图分类号: J524.5 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)14-0016-04

Creative Design for Cartoon Book Binding

YE Feng-hua

(Guangdong University of Technology, Guangzhou 510090, China)

Abstract: Through discussing the necessity of innovative design in the cartoon book binding, it analyzed the binding status and problems of China's cartoon books. Then the creative printing process, the innovative experience design, the special humanistic and other innovations in designing the binding of the cartoon books were analyzed by taking the binding design of the comic book "K-BOY" as the breakthrough point. According to this basis, it put forward the point of view that in different levels of the book markets, the innovative design of the cartoon books package could be made better in the following three aspects: the quality, the core competence and the ethical degree.

Key words: cartoon book; innovative design; packaging process; human care

在动漫书籍及周边产品走进了千家万户, 带给读者阅读愉悦的同时, 也给生产、设计动漫产品的工作人员提出了更高的要求。动漫类书籍是动漫产业链发展的有力推手, 因此加强动漫类书籍的装帧工艺创新是中国图书出版业生存和发展的必然选择, 是中国实行文化产业强国战略的重要组成部分。随着改革的不断深入, 国外动漫书籍进入中国市场, 市场竞争日益激烈, 中国动漫文化产业要想在竞争中获得发展就必须提高产品的技术创新能力和核心竞争力。

1 动漫书籍包装现状及问题

在动漫产业飞速发展的今天, 动漫图书出版业的发展也极其迅猛。其中不少作品耳熟能详, 像安徽少

儿社的“虹猫蓝兔”系列, 以及江苏少儿出版社的“喜羊羊”系列等。就2009年, 每种动漫图书产品的销量就达到了400万册以上^[1]。香港的图书展是目前亚洲最大的图书交易会之一, 2010年展会的成交量中超过了80%都是动漫图书的贡献, 可见动漫图书的发展对文化产业的发展举足轻重。

为了占据更大的市场份额, 在众多的动漫产品中脱颖而出, 动漫图书出版机构除了在书籍的内容编辑等方面精益求精外, 还必须将书籍的装帧设计提升到新的高度, 进一步提高书籍的品质, 才能满足市场需求。纵观中国图书市场, 动漫图书的装帧设计整体上存在以下几个问题: (1) 同质性过大。中国的动漫图书装帧大多数是仿效日本和港台的设计, 使得中国动漫设计基本上没有大胆的创新。日、韩和港台的消费

收稿日期: 2011-03-14

基金项目: 广东工业大学青年基金项目(072076)

作者简介: 叶风华(1977-), 女, 湖南人, 硕士, 广东工业大学讲师, 主要研究方向为动漫艺术设计。

群体以及文化背景与内地的都不一样,如果只是简单地抄袭设计,就只能放弃了内地动漫读者的喜好,脱离了本土文化的背景。(2)包装工艺简单、材料档次偏低。快餐式的消费文化让商家对图书的包装设计偏向于单一化,有些出版商甚至依靠粗劣的低成本制作进行恶性市场竞争。(3)缺乏人文关怀。商家为谋取短期的市场利润,大部分的目光只集中在吸引固定的消费群体;缺乏对弱势群体或残障人士应有的关注和社会责任感,忽略了视障人士一样有强烈的动漫爱好与需求;忘记了书籍不只是一种商品,还应该是一种价值文化的体现。

2 基于市场创新性的动漫书籍装帧设计

如今的动漫书籍琳琅满目地充斥着读者的眼球,因此,如何吸引读者的注意,如何将动漫的魅力完整地展示在书籍当中,给各类读者带来视觉和感觉的双重体验,进而成为读者喜爱的书籍,应该是出版商最常思考的问题。并且动漫图书的创新也成了出版界迫切的要求。随着亚洲动漫的腾飞,国民文化品位的提高,各国动漫类图书的装帧设计已经逐步从过往粗糙低廉的价值取向转向了对设计和材料品质的追求。年轻的消费群体对动漫图书并非只是进行快餐式的一次性消费。一本经典的漫画书,孩子和年轻人会反复多次阅读、珍藏,甚至伴随成长。美国著名漫画作品《Snooby》在50周年所做的精装本设计,产生了全球抢购热潮,一下就把全球读者对这部作品的热爱推到新的高点。还有现在火热的连环画拍卖市场也是一个很好的证明。因此,如果能在动漫书籍的包装材料、工艺上下功夫,将已有技术进行新组合或再研发而实现创新,做到既节省成本又提高档次,将会更受读者欢迎。中国动漫类图书的包装创新设计的出现是大势所趋。

3 动漫书籍包装创新设计的优点及例证

对于优秀的动漫产品来说,其包装设计是一项重要的工程,因此需要提高动漫书籍装帧设计的关注度,认真研究,力求在设计上推陈出新,紧随时代的步伐,紧跟读者的需求^[9]。这里研究的动漫书籍包装创新设计,可以说已经成为动漫产业飞速发展背景下的

重要课题。通过对入选“第十一届全国美展”的动漫书籍装帧作品《K-BOY》漫画进行剖析,见图1,说明动



图1 《K-BOY》漫画

Fig.1 《K-BOY》cartoon

漫书籍包装的创新设计的优点所在。并使读者进一步了解《K-BOY》漫画书籍装帧设计的特殊工艺,同时将所研究到的成果推广到其它新的设计中去,在经济社会的检验下,体现其巨大的潜力和价值。归纳起来《K-BOY》漫画书籍装帧创新设计主要有以下几大特点。

3.1 高格调的首创工艺

《K-BOY》漫画的装帧设计与工艺属中国首创,是对印刷热塑技术进行研究开发并取得突破性进展的结果,是自主型技术创新和引进型技术创新的结合。它将伴随着一系列渐进性的装帧工艺创新,在一段时间内引发中国动漫书装技术与艺术格调的提升。该漫画封面使用的是荷兰进口特种彩烙纸,该特种纸属于艺术纸类型,色彩高雅、纸面平滑。其表面处理可以不用油墨或其它烫印材料就能展现出类似油墨印刷以及木刻的效果,给人以返朴归真的感觉。该创新工艺的一大特点是设计师在纸浆下均匀地掺和着热熔丝,经过电子控制的热烙技术,当温度达到某特定温度时,热熔丝即开始熔解,被热烙的部分纸张颜色变深,产生一种一般印刷无法替代的效果。热烙效果好的周边会产生火烙印,形成非常好的艺术效果。热烙用的版一般可采用雕锌版,但《K-BOY》漫画封面因热烙数量大,改用铜版,工艺较为精美、耐用。在对《K-BOY》漫画的热烙工艺上,设计师采用了带有延时功能的电子烫金机,使得热烙效果更佳。经过压塑的《K-BOY》漫画封面坚固度更高更能体现包装本质的保护功能。纸张在平滑度、粗糙程度、光泽度、油墨吸收度以及印刷表面的强度上面都符合对动漫书籍的要求,在运输和日常的搬运中,可以起到良好的保护

书籍的作用^[3]。

《K-BOY》封面的设计采用了纯色方案,力求做到第一眼就能吸引住潜在的读者。设计师为了在单纯的色彩上创造丰富的效果,利用新技术通过对各项物理参数的多次试验和不断调整测试,创作出了不同明度和饱和度的色彩细节与造型细节。《K-BOY》漫画封面见图2,从整体效果看虽然是同一种纸质但通过对



图2 《K-BOY》漫画封面

Fig.2 《K-BOY》cover

纸面做的特殊工艺处理,产生出特别的效果。经过这种技术的处理,产品不会再有呆板、单调的感觉,保持了纯色封面的和谐统一,简约干净的风格下体现出不一样的艺术品味。这种品味的体现,不是依靠传统花哨的漫画图样所表现的,而是依靠对装帧的精心设计。它摒弃了传统漫画书装一味追求强烈色彩对比,不重视封面的包装品味,纸质粗糙、随意的缺点。《K-BOY》的这种设计风格,将动漫书籍的艺术格调提升到更高的层面,没有浮夸的装饰,阐释出动漫书籍的文化内涵。同时,由于不需要任何油墨的印刷技术处理,制造出的包装效果更加的稳定,更加的实惠,大大降低了生产成本,可以说是抓住成本控制和材料档次二者的契合点,并将其结合的典范,是艺术与经济的完美结合。

3.2 贴心的体验设计

中国每年会出现新盲人大约45万,低视力135万,即每分钟就会出现一个盲人和3个低视力的患者,到2020年中国视力残疾人数将为目前的4倍,即将达到720余万。这是一个庞大的数字,这组数字后面是一个不争的事实:视障读者是一个不容忽视的群体。动漫书籍装帧当然不能将视障读者排斥到动漫读者之外。动漫作为一种平民化的艺术形式,应该被有需求的大众所欣赏,作为设计者,应该站在读者角度,寻求新的方式满足读者的需求。《K-BOY》在市场潮流的

冲击下,不只是将利润最大化作为最高的要求,还将人文关怀提升到新高度^[4],融入到书籍的设计之中,拓宽了读者的范围,延展了动漫的文化传播范围,是一项值得同类书籍学习的创新。

传统的动漫产品,作为“读物”,自然是通过“眼睛”这扇心灵的窗口获得的,似乎不知不觉对读者的范围进行了规划与限制。当前社会上的动漫读物或图像书籍的设计对视障儿童的关注少之又少,几乎忽略了这个特殊的群体对动漫的需求。《K-BOY》漫画的另一个工艺创新点就是通过将艺术与技术结合创作出有层次的凹凸卡通纹理,使视障儿童在体验式设计的帮助下能加入到动漫欣赏的大家庭中,感受动漫文化的吸引力,而不是只有简单枯燥的盲文阅读,体现了高度的创意和人文关怀。该工艺首创了背贴压塑法(通过增加背贴改变压塑的深度)和增加了电子烫金机的延时功能,解决了中国现有的压塑技术中深压不能加热,加热就不能深压的技术难题。《K-BOY》漫画成为了中国书装设计中热络压痕深度最深,络色饱和度最高的产品。制造出的凹凸纹理形象细腻有层次、生动可感,颜色鲜艳,不但另普通读者印象深刻^[5],还可以通过触摸这些动漫图案为视障儿童打开另一扇了解世界的窗口。在动漫文化对青少年影响变得尤为明显的今天,动漫图书的装帧设计已经演变为书籍外在造型与内在信息传达共融的综合思考。在大家关注潮流的同时,更应注重新风格与设计观念的拓展,要带着一颗关爱之心,以体恤视障儿童对动漫的兴趣爱好和充分了解视障儿童生理特征为依据,运用创意阅读的方式,创作出适合视障儿童心智发展需要的书籍装帧艺术。设计师通过创意设计在触感中引导视障儿童阅读动漫类的图文信息,激发其想象的空间和创造力^[6]。

在网络和电子媒介的冲击下,纸质书籍在某部分人看来似乎不再是紧随时代潮流的产品。由于电子书籍的出现,在时效性,方便性上将纸质书籍推入到一个进退两难的尴尬境界。但是,不要忘记触觉是人类的需求,是人类重要的体验。《K-BOY》漫画发扬了传统媒体的“触感”优势,这也是当前电子媒体现阶段所不能取代传统媒体的地方。《K-BOY》在面对网络媒体的巨大压力下,依旧可以独具创新地结合纸质书籍本身的优势,设计出通过触觉来加深阅读体会的创意阅读方式,值得大家思考。

3.3 引发个性参与的创意设计

《K-BOY》漫画开发的周边产品笔记本“心灵日记系列”,见图3,其漫画和笔记本的设计分别都有4种相



图3 《K-BOY》周边产品心灵日记本
Fig.3 《K-BOY》Spiritual diary

同的色调,即同样的封面里既有漫画又有笔记本2种内容。《K-BOY》漫画的第3个创新点是“多色配”的封面装帧设计方案,可以让读者根据自己的个性喜好进行多种搭配和自由选择,如:素色黑白配、彩色红绿配,经典红黑配等,简洁和谐。按照排列组合的方式计算,搭配方法高达数十种。顾客甚至可以根据每天不同的心情选择不同色彩的笔记本进行记录,引发个性参与的乐趣。对色彩的多样处理是《K-BOY》漫画装帧设计的一大亮点。《K-BOY》产品的颜色搭配见图4。



图4 《K-BOY》产品的颜色搭配
Fig.4 Color collocation of 《K-BOY》

《K-BOY》漫画的扉页见图5,《K-BOY》漫画的目



图5 《K-BOY》漫画扉页
Fig.5 《K-BOY》title page

录见图6,它们的设计都以活泼有序为主并采用三联展开式设计,力求从形式到内容形成一个完整的艺术



图6 《K-BOY》漫画目录
Fig.6 《K-BOY》directory

整体。三联式是现在书籍广泛采用的一种模式,但是在动漫产品的包装设计中却不是很常见,《K-BOY》将“三联式”引入,更加规范了动漫书籍作为一种文化衍生物的规范和高标准性。

与技术发明(创造)不同,工艺(技术)创新不是纯技术活动,而是技术与社会经济结合的活动,从本质上讲,工艺(技术)创新是一种以技术为手段实现经济、文化和社会目的的活动。检验技术创新成功与否的基本标准是商业价值或社会价值的实现。以《K-BOY》漫画为代表的创新装帧设计,采用4个基本色,没有赘余的修饰,在符合色彩丰富的要求下,每款色彩都在亮丽的基调上突显不同读者的偏好,既个性化又不影响书籍设计的简约风格^[7]。通过无油墨的创新印刷工艺,既整体提升了书籍的精致程度又降低了生产成本,创造了很高的商业价值。此外,考虑到了视障读者的需求,首创性地运用纸材的优势,在漫画的表面制作出可感的凹凸图案,满足了该弱势群体对动漫文化的热爱,充分体现出人文关怀,给广大的视障读者打开了一扇通往动漫艺术的大门。这证明了动漫书籍的包装也可以做出有品质、有核心竞争力和有道德高度的创新设计。

4 结语

通过对《K-BOY》漫画装帧设计的案例分析,不难发现在当今商业浪潮的冲击下,色彩缤纷、眼花缭乱的书籍装帧市场中,只有站在读者的角度,以读者的视角去发现亟待解决和改善的问题,才能更好地融入到受读者喜爱的书籍队伍中去,才能在日新月异的商业书籍中处于永不落后的位置^[8]。在装帧的设计、材料工艺、人文关怀三者的完美结合下,将动漫装帧设计变为一门艺术形式,一门展现企业文化,一门关注社会的人文产品经营才是最有效的方法^[9]。

(下转第26页)



图6 “N”形导向设施

Fig. 6 "N" shape-oriented facilities



图7 香港国际机场的导向设计

Fig. 7 The Oriented Design in Hong Kong International Airport

息传递的载体时,将文字、图形或指向符号以一定倾斜角度重复排列在圆柱体上,更有效地达到了多维传递性。

3 结语

在大力加快城市发展速度的时代,高效率已不再是个口号,不论是生活还是工作都已被速度所围绕,导向系统作为城市引路人已不再局限于能够引路,而

是更高效准确地指引人们前进的方向。因此,在导向符号设计中单纯的平面运用已不再满足要求,而是应该更准确地把握平面符号的直观简洁性、立体符号的强冲击力及多维可视性,合理而恰当地将平面符号的直观简洁性运用于立体表现形式中,为人们创造一个更高效的导向系统,使人们出行更便利,秩序更规范,社会更趋于人性化。

参考文献:

- [1] 章莉莉.城市导向设计[M].上海:上海大学出版社,2005.
- [2] 任绍辉.解析平面视觉中的符号——图形创意[J].包装工程,2005,26(12):133.
- [3] 池上嘉彦.符号学入门[M].张晓云,译.北京:国际文化出版公司,1985.
- [4] 刘明来,徐兵.立体构成[M].合肥:安徽美术出版社,2002.
- [5] 邱齐龙,姚秀梅.浅析“视觉冲击力”[J].黑河学刊,2008(6):64.
- [6] 张艳.导向设计之新视角[D].无锡:江南大学,2008.
- [7] 张勇.世界最新标识设计(下)[M].长沙:湖南美术出版社,2006.

(上接第19页)

参考文献:

- [1] 边疆狂徒.少儿市场:活力依旧 亮点缺乏[N].出版商务周报,2010-8-15(11).
- [2] 刘晓宏.创新设计方法及应用[M].北京:化学工业出版社,2006.
- [3] 孙诚.纸包装结构设计[M].北京:中国轻工业出版社,2007.
- [4] 张道一.设计大讲堂[M].重庆:重庆出版社,2007.
- [5] 尹章伟.包装概论[M].北京:化学工业出版社,2006.
- [6] 朱艳艳.创意阅读在儿童书籍装帧设计中的研究[J].大众文艺,2010(5):126.
- [7] 金国斌.包装设计[M].北京:中国轻工业出版社,2006.
- [8] 邱陵.邱陵的装帧艺术[M].北京:三联书店出版社,2001.
- [9] 毛德宝.装帧设计[M].南京:东南大学出版社,2000.