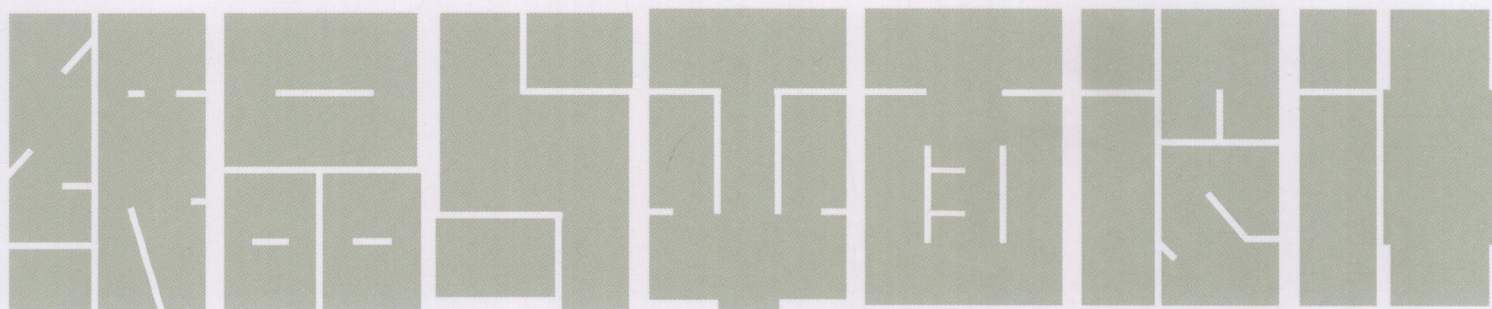


# CHOOSING AND USING PAPER FOR GREAT GRAPHIC DESIGN

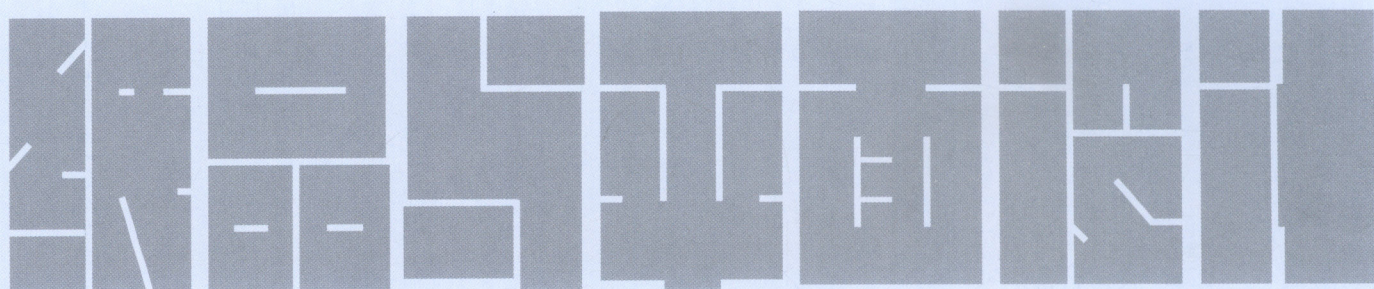


## 纸张与创意完美结合的成功案例

[英] 马克·汉普希尔 (Mark Hampshire) [英] 基斯·斯蒂芬森 (Keith Stephenson) / 编著



CHOOSING AND USING PAPER  
FOR GREAT GRAPHIC DESIGN





#### 律师声明

北京市邦信阳律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由 Rotovision 社授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

#### 短信防伪说明

本图书采用出版物短信防伪系统，读者购书后将封底标签上的涂层刮开，把密码（16 位数字）发送短信至 106695881280，即刻就能辨别所购图书真伪。移动、联通、小灵通发送短信以当地资费为准，接收短信免费。短信反盗版举报：编辑短信“JB，图书名称，出版社，购买地点”发送至 10669588128。客服电话：010-58582300

#### 侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室

010-65233456 65212870

<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社

010-59521255

E-mail: law@21books.com

MSN: chen\_wenshi@hotmail.com

Copyright © 2007 first publication of Rotovision SA

Translation © 2008 China Youth Press

#### 图书在版编目 (CIP) 数据

纸品与平面设计 / (英) 马克·汉普希尔, (英) 基斯·斯蒂芬森编著; 海军译. —北京: 中国青年出版社, 2009

ISBN 978-7-5006-8493-0

I. 纸… II. ① 汉… ② 斯… ③ 海… III. 纸—平面设计 IV. J506

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 164250 号

## 纸品与平面设计

〔英〕马克·汉普希尔 〔英〕基斯·斯蒂芬森 / 编著

出版发行：中国图书出版社

地 址：北京市东四十二条21号

邮政编码：100708

电 话：(010) 59521188 / 59521189

传 真：(010) 59521111

企 划：中青雄狮数码传媒科技有限公司

责任编辑：郭 光 赵媛媛 马志强

印 刷：广东博罗县圆洲勤达印务有限公司

开 本：787×1092 1/12

总 印 张：21.5

版 次：2009年1月第1版

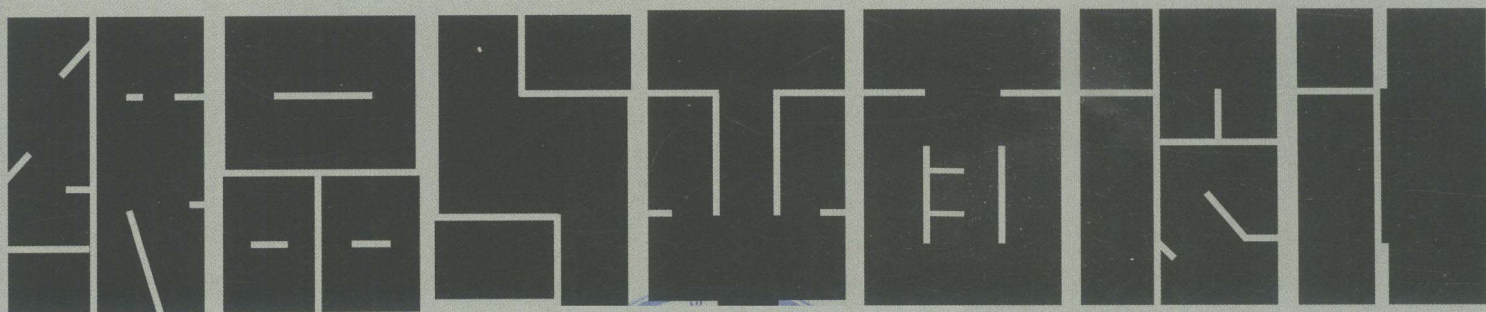
印 次：2009年1月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5006-8493-0

定 价：98.00元



# CHOOSING AND USING PAPER FOR GREAT GRAPHIC DESIGN



[英] 马克·汉普希尔 (Mark Hampshire) [英] 基斯·斯蒂芬森 (Keith Stephenson) 编著 海军 译



## 目 录



|   |   |     |
|---|---|-----|
| 前 | 言 | 006 |
|---|---|-----|

|    |    |           |     |
|----|----|-----------|-----|
| 章节 | 1  | 跨界        | 008 |
| 章节 | 2  | 企业文化      | 028 |
| 章节 | 3  | 邮递品       | 060 |
| 章节 | 4  | 纸商的自我推广   | 082 |
| 章节 | 5  | 形象识别和自我推广 | 104 |
| 章节 | 6  | 包装和产品     | 132 |
| 章节 | 7  | 一次性的创造品   | 160 |
| 章节 | 8  | 有限预算      | 176 |
| 章节 | 9  | 表面效果和触感   | 190 |
| 章节 | 10 | 3D概念      | 208 |
| 章节 | 11 | 材料、技术和厂商  | 232 |

|            |     |
|------------|-----|
| 术语表        | 240 |
| 本书涉及的设计师   | 248 |
| 本书涉及的纸张和纸商 | 250 |
| 索引         | 252 |



数字媒介、纸张和印刷技术的不断进步，使其一直在许多平面设计项目中处于中心位置。从质感光泽华美的公司手册到各种纹理、肌理效果的纸张应用，纸作为一种默认的媒介被大家所认同——并且也常常和电子交流的形式一起被使用。在进行以印刷为媒介的设计时，设计的灵感常常源于对某种特种纸张的有效利用，或是源于一种革新的印刷和制作工艺的发展。同时，一些能够提供支持的专业材料生产商所进行的顾问工作能够给设计师带来巨大帮助，这类材料供应商往往与最前沿的创新保持一致，并能够为每一项我们所设想的印刷项目提供解决方案。而对于并没能享有这种资源和经验的设计师而言，我们希望这本书能够为其无限的设计可能性提供灵感和创造性的来源。

我们设想本书是为任何一位在涉及用纸创作和实现过程的设计师而准备的一本综合性的设计书籍，它由两个关键的部分构成：设计灵感的触发和集中于用纸的设计信息。就纸张层面的设计灵感表现而言，我们从世界范围内挑选了一些设计师的最新作品。这些项目入选的前提都是基于一种特定的纸张、印刷和制作工艺的选择，而且这些因素也的确能够帮助作品提高最终呈现的质量和品质。在第二部分用纸的信息方面，它的目的是帮助我们从纸张的角度、从在最基础的层面上来计划和运营一个项目，从纸张折叠的样式、形态和风格到纸张的大小、装订和包装技术等。

因为本书趋向于选择、使用纸张这种实践性的方面，我们由此也自然关注到材料和工艺技术。但同时我们也有意地回避了关于纸张丰富多彩的历史赘述，我们不想在这里对纸进行以自我为中心式的判断，我们更希望为那些从事设计项目的设计师们提供更多的基础资源。当然，我们选择的这些项目事实上超越了严格意义上的平面设计的学科体系。因此，艺术、时尚、产品设计的内涵都囊括其中，它们共同发展为一种多功能性的、充满人性情怀的媒介。所有入选的项目都是不同设计类型、技术和主题的集合物。

**跨界** 这里选取的项目显示了纸的多功能性、材料应用范围的宽度以及用纸的制作工艺等，这些内容对于今天的设计师是非常有用的。

**企业文化** 这是最重要的以纸张为基础的设计应用门类之一，包括品牌建设的年度报告、企业交流设计等各种形式。

**邮递品** 它要求一种与众不同的设计表现形式，使其能够迅速抓住人们的注意力。这里提到的用纸案例就是在试图达到这样的一种要求。

**纸商的自我推广** 它提供了最多的创意灵感，不仅是因为它们所展示的最新且具独创性的材料，也包括许多设计师在创作这些设计作品时所表现出的那种创意的自由。

**形象识别和自我推广** 这部分选取了多种品牌发展项目。很多案例都来自商业领域以及创意行业中的个人，它们都展示了高度的创新性。

**包装和产品** 这里的项目都是纸制品，我们显示的都是经过挑选的、让人激动的、有时候甚至是意料之外的纸和纸板的应用项目。

**一次性的创造品** 通过这些项目表现我们对于手工艺和纯艺术的敬意。在这一章，我们看到一些在用纸方面具有高度概念感的创造性案例项目。

**有限预算** 这有时候会成为支配设计方向的主导性因素。在这里，我们显示了纸张的选择对于控制财政预算是怎样的关键，但同时也不损害创意的表现。

**表面效果和触感** 选取的这些项目显示了纸张的触感、惯常感觉和品质。

**3D概念** 这些项目的完成得益于一系列复杂的用纸工程，比如折叠、穿孔、模切等。在这里我们展示的是一些最具创造性的、成功的案例。

# 前言



在这些章节里，我们组合了不同的信息，它们都与选取的案例有巨大的相关性。因此，你可以在企业文化章节里看到口袋折叠和装订方式的图标。而折叠的风格，尽管几乎在所有门类中都有用到，但是最普遍性的使用还是在邮递品章节部分。

在包装和产品章节里展现了标准包装的方式。而其他的信息——纸张尺寸、术语、设计公司和纸商信息则集中地反映在最后一章中。

图标方式强调了在不同项目中使用到的专用技术，这样可以帮助我们快速把握在所有项目中运用的技术。因此，如果你对可回收纸张的创作有特别兴趣，那么，无论这些项目是怎样被分类到不同的类型中，可回收的图标将帮助你快速定位你所感兴趣的作品。

最后，我们提供了米制测量和常衡(制)测量两种测量法。但是纸的重量单位没有进行转换，我们仍然分别使用了美式lb和欧式gsm两种单位。

### 本书中使用的技术引导图标



三维



裁剪技术



装订



表面效果：印刷、UV上光等



起凸、压凹



可回收物品



折叠技术



手工制作技术



穿孔



章节 1

跨界



de Liebe  
GUSTAV  
292242

HERZ  
0 8 7 5 4 3 2 1

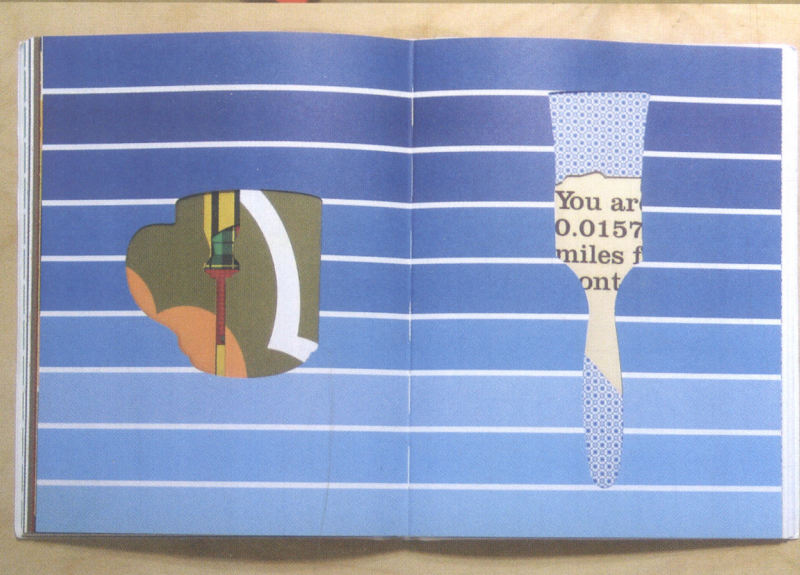
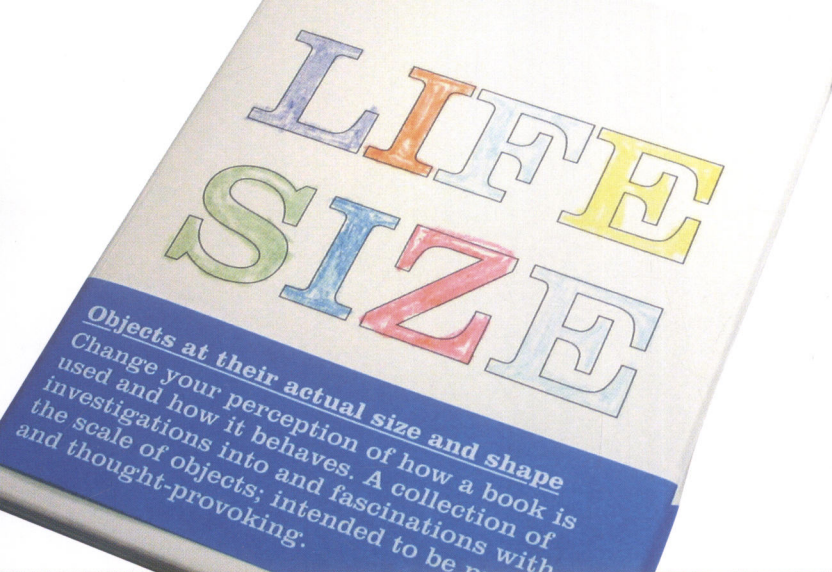
39  
125  
099



GUSTAV ZU R

heeeey,





PUSHING THE BOUNDARIES  
跨界

## Hyperkit

项目 生活的尺度 (Life Size)  
设计师 Hyperkit 设计工作室  
客户 Victionary 集团

### 纸张分析:

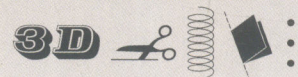
纸张 普通纸: 无涂层纸140lb; 明信片, 可弹起的桌面物品; 收集盒: Chromolux300lb

尺寸 210mm×275mm

印刷技术 四色胶印、丝网印

辅助技术 模切

印制 Perfect Art 印刷有限公司



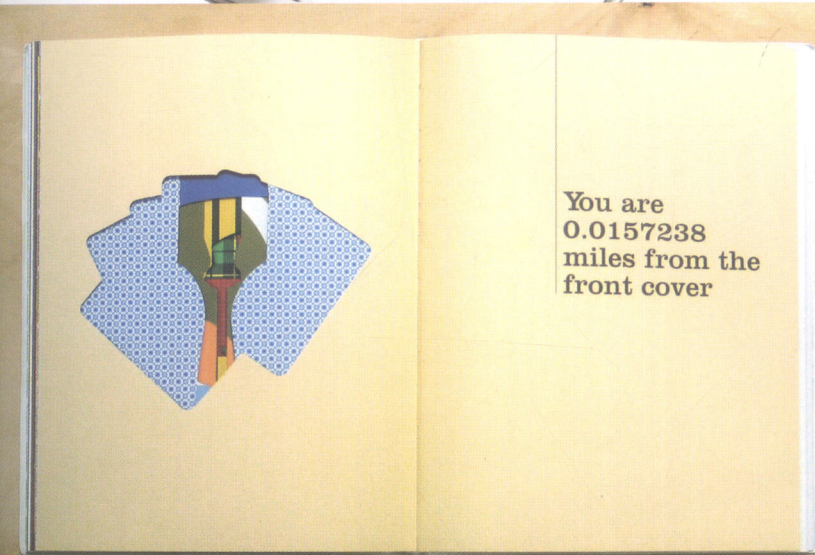
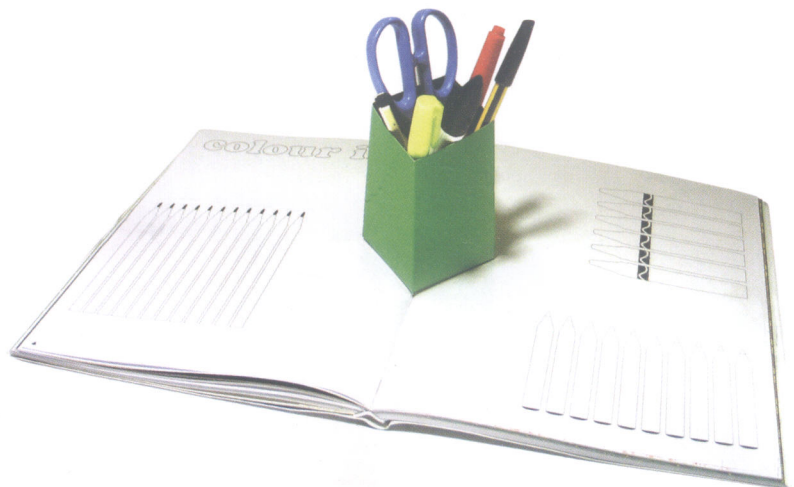
装订 缝线装

### 特别考虑:

“我们的目的是设计一本能在日常生活中使用的书。贯穿于整本书的始终，你能发现许多有趣的内容，比如一个相册集，一个图画模板等等。有些区域，读者可以自己进行改变和设计，从而使其适合于自己。《生活的尺度》全书使用了许多不同的纸样，我们想要通过这些不同纸张的感觉来帮助我们实现表达生活的想法。”

——蒂姆·巴拉姆 (Tim Balaam), Hyperkit, 英国





如何使用一本书以及一本书又是怎样产生作用的，我们试图就此进行一种创造性地表达。《生活的尺度》是许多关于生活调查的集合，也把许多让人迷恋的物品容纳其中。但是，最主要的问题是：如果想要达到这种设想，这样的一本书该怎样进行形态设计，书的大小尺度如何等都需要较好地计划，以便我们能够在其中充分表现所有的内容。这本书来源于设计师对日常生活的一种灵感，它也是为改善家庭生活和家政手册而准备的。裁切和折叠工艺贯穿在整个书中，特别是在高度上的创造性解决方案：把一大堆各不相同的物品——纽扣、一个模切的杯子、一套打孔的活

页明信片等——以它们的实际尺寸表现在书中。

这本书的尺寸规定了所有物品的呈现方式，即是否在单页上表现，还是要贯穿许多页。在经过设计的书籍结构中呈现这种日常生活的物品，从而引导和刺激读者以不同的方式去理解和使用它们。读者也会发现许多能够在真实生活中被使用到的物品，比如一个可用于晚餐的桌垫。如何有效地集合这些不同的物品，设计师实际上在提出一个问题，即书的功能性，及一本可以如何跨越边界。





PUSHING THE BOUNDARIES

跨界

## Henry Hobson



项 目 破坏森林 (Abolish The Forest Book)  
设 计 师 亨利·霍布森 (Henry Hobson)  
客 户 自发项目

### 纸张分析:

纸 张 GF Smith彩色系列森林绿135gsm  
尺 寸 148.5mm×210mm  
印刷技术 封面: 在混凝土板上进行丝网印  
印 制 自己印刷  
装 订 法式折叠、无线胶装

### 特别考虑:

“在高品质的波特兰水泥 (Portland cement) 中混合一些织物原料, 然后用标准的丝网印刷技术来印制。织物原料使水泥获得更加丰富的表现力, 从而提高了书籍的品质。”

——亨利·霍布森, 英国





伴随这个项目的展开，在插图画家亚当·海斯（Adam Hayes）与亨利·霍布森的协作下，他们制作了一部电影。亨利·霍布森以一种激进的解决问题的立场提出了这种富有煽动性的标题。通过在混凝土上进行丝网印，这本书展现了最原始的立场，同时这种形式也是对号召保护那些未遭采伐的森林的一种完美隐喻。

这些推广材料后来被用来完成了一本书和一张海报。书的目录里包括如下的内容：旅行杂志、研究材料、电影背景以及鼓舞人心的诗歌。

整个设计过程中的创新技术对于这本书的完成是非常关键的。在这样一个特殊的媒介上印刷，霍布森认为它能够完美地传达出标题内在的那种紧张感。在这个角度上，媒介和信息有效的合为一体。

由于是自己印制，亨利·霍布森进行了艰苦地探索、试验和研究，去寻找最适宜的丝网印方法来达到这种适应性，包括最好的图像效果表现以及色彩如何有效地匹配到这种特殊的混凝土材料上。在这个过程中，亨利·霍布森也得到了英国混凝土协会的支持。









《GUM》是一本获奖的艺术与设计作品集，由凯文·格雷迪和科林·梅特卡夫不定期地设计并出版，目的就是想要提供给读者一个发自设计师内心的、有创造性的作品。它的创作者们曾这样描述GUM，它是一个“皮纳塔piñata，其中充满了各种波普艺术风格的物品。”材料的使用技巧、各种印刷以及完成技术等被用在了这个作品的所有工序上，就是为了创造一个有趣的效果。外面的盒子底部放置着橡胶球。打开盒子，里面有许多物品，其中包括一本《GUM》、一本行动指南、10张纸牌游戏卡、彪马橡皮糖以及三个橡胶球。

在完成印刷后，由于纸张太厚，使得折叠和装订非常困难。但最终这个团队采纳了一位有经验的装订师的建议，并克服了这些生产过程中的问题。

在这些书的发行上，《GUM》以及随后的《GUM2》受到了一致的赞扬，被《Anthem杂志》这样表述：“这大概是这些年最具创意性的产品，它狠狠地冲击了街边市场。”



# ReadyMade

## HOW TO MAKE {ALMOST} EVERYTHING

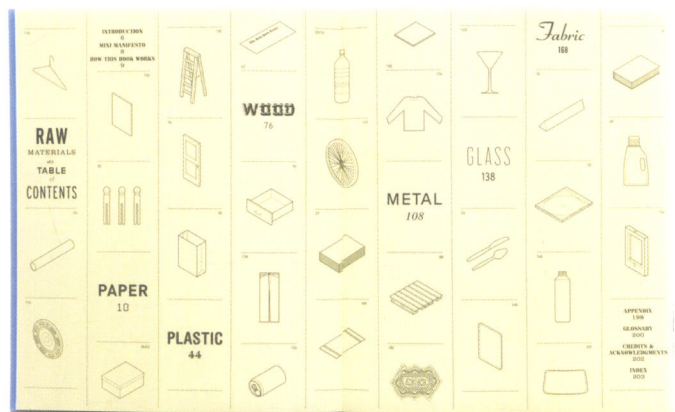
A Do-It-Yourself Primer



ISBN 1-4000-8107-6



You need this book. As the stuff of life piles up and things spin out of control, we could all use a little help. These never-before-seen designs and how-tos are full of surprise and wonder. Learn how to turn everyday objects into spellbinding inventions to give away to friends or keep for yourself. Our simple self-improvement techniques will make you smarter, better looking, and more well-adjusted. Shoshana Berger and Grace Hawthorne, the founders of ReadyMade magazine, have fed and cared for this animal. It will not be domesticated. It runs wild and breathes free.



### CD WALL MURAL

Have you switched to the soft pack of CDs? Are all your empty jewel cases starting to block the way to the kitchen? Time to make something from that mess of plastic brittle. Remember, jewel cases are fabricated from Thermoset, which can't be melted down and turned into two-liter Coke bottles. It's our way or the highway to the dump for these fellers. But look at all they have to offer: protection against the elements; translucency; clean, modern lines. For all those reasons and more, use your empties to make a wall mural. It's yet another step in your march against passive domesticity.

PUSHING THE BOUNDARIES

跨界

## Volume Inc.

**项目** 准备制作: 怎样制作几乎所有的生活用品 (Ready made: how to make almost everything)

**设计师** Volume有限公司

**创意指导** 亚当·布罗德斯基 (Adam Brodsley), 埃里克·海曼 (Eric Heiman), 伊丽莎白·菲茨吉本 (Elizabeth Fitzgibbons), 阿吉科·伊托 (Akiko Ito)

**插图** 凯特·弗朗西斯 (Kate Francis)

**摄影师** 杰弗里·克罗斯 (Jeffery Cross)

**客户** Readymade / Shoshana Berger, Grace Hawthorne

### 纸张分析:

**纸张** 封面: 粗硬纸板; 内页: 日本白色亚光涂布纸140gsm

**开本** 191mm×229mm

**印刷技术** 四色胶印

**辅助技术** 封面: 压箔、UV、胶粘、丝网印胶带装订

**发行** 克拉克森·波特 (Clarkson Potter)

**印制** Asia Pacific offset

**装订** 锁线装、三件套, 前后使用粗硬纸板, 书脊仿布面效果