

2007

全国新闻出版系统职业教育 优秀论文集

全国新闻出版系统职业技术学校教学指导委员会组织编写



印刷工业出版社

2007

全国新闻出版系统职业教育 优秀论文集

全国新闻出版系统职业技术学校教学指导委员会组织编写



印刷工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

2007全国新闻出版系统职业教育优秀论文集 / 全国新闻出版系统职业技术学校教学指导委员会组织编写. —北京: 印刷工业出版社, 2008.1

ISBN 978-7-80000-703-3

I. 2… II. 全… III. ①新闻工作—职业教育—中国—文集②出版工作—职业教育—中国—文集
IV. G219.2-4 G239.2-4

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第176613号

2007全国新闻出版系统职业教育优秀论文集

全国新闻出版系统职业技术学校教学指导委员会组织编写

责任编辑: 吴 嘉

出版发行: 印刷工业出版社(北京市翠微路2号 邮编: 100036)

经 销: 各地新华书店

印 刷: 河北省高碑店市鑫宏源印刷包装有限责任公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

字 数: 435千字

印 张: 17.25

印 数: 1~1500

印 次: 2008年1月第1版 2008年1月第1次印刷

定 价: 30.00元

I S B N : 978-7-80000-703-3

◆ 如发现印装质量问题请与我社发行部联系 发行部电话: 010-88275707 88275602

序

近年来，数字技术和网络技术的发展推动了印刷技术的快速发展。作为出版印刷战线的职业教育工作者，必须具有较高的理论素养和创新能力才能适应新的产业形势对职业教育工作提出的新要求。经过多年努力，我国新闻出版系统已经初步形成了一支具备较高理论水平和动手能力的双师型教师队伍，基本能够满足时代赋予的培养出版印刷技能型人才的历史重任。

但同时必须看到，随着印刷技术的快速发展，对印刷技术职业教育也提出了新的、更高的要求。为进一步提高新闻出版系统职业教育教师队伍的整体水平，促进教师间的相互学习和交流，新闻出版总署人事教育司于2006年开始着手全国新闻出版系统职业教育学校教师的优秀论文评选工作，并由全国新闻出版系统职业技术学校校际协作组协助执行。经过一年多时间认真细致的论文收集和评选工作，最终共评选出专业理论、教育探索、教法研究、其他四大类63篇优秀获奖论文。这些论文来自全国13家新闻出版系统职业学校，思路开阔，题材新颖，集中展示了活跃在教学工作一线的教师对如何做好职业教育工作的深入思考和探索，突出体现在以下三方面：

一、突出理论性。有些论文坚持在创新教育理论的指导下创新教育实践，对一些重要问题，进行了比较深入的理论研究，而且有独到之处，突出了创新教育模式的理论性特征。

二、渗透实践性。有些论文在教育教学中从实践经验出发，坚持具体问题具体分析，摒弃套用现成的理论教条，言之有物、言之有据，在其实用性、操作性、可行性和实效性中集中反映出教育教学的实践性特征。

三、体现前瞻性。相对传统教育，我们现在所从事的职业技术教育是一种超越式教育，它着力培养人的综合素质中的创造素质。这批论文中有些论文突破传统教育思想理念，体现了以前瞻性的眼光对教法研究进行整体、系统和综合改革的思想。

如今这些优秀论文由印刷工业出版社结集出版。它的出版，标志着系统内印刷职

业教育的学术研究与经验交流有了一个新天地，进入了一个新阶段，必将对各职业学校之间取长补短，互相学习和借鉴，进一步提高教学质量，起到积极的推动作用。事实上，在国家提倡大力发展职业教育之时，由来自不同地区、不同学校的教育工作者共同讨论、交流印刷技术和出版印刷职业教育，本身就是一件具有重要意义的事情。

我相信，全国新闻出版系统职业学校首次结集出版的优秀论文集，必将对我们印刷职业教育的发展产生良好的影响。是为序。

新闻出版总署人事教育司

孙文科

2007 年 11 月

■一 专业理论

浅析国内网上书店的发展	杨格平	3
显示器的校色	陈翔	8
书画艺术作品印刷图片的数据采集	郑晓丹	16
计算机染料配色的基础数据研究	宋苑	19
浅谈彩色喷绘中色彩管理的实施	李延翟茹	24
激光照排技术中的参数优化	李瑞	28
浅谈关于平面设计的印刷色彩模式	马爱丽	38
浅谈图书版面设计中的美	马明远	41
浅析《读者》的办刊理念	高澜	44
谈谈 BD 排版语言注解的参数缺省	祁菊	48
印前制版软件综述及应用概况	马静林	51
平版印刷机印版装夹机构结构设计探讨	徐永利	56
CTcP 与 CTP 的成本浅析	余竹	63
彩报印刷材料适应性分析	张永彬	66
电子出版——推动出版业发展的生力军	李果	72
关于丝网版正确曝光的分析	任伟	76

■二 教育探索

关于中职学校学生素质教育初探	屈银娣	81
坚持专业特色 深化教育改革 促进学校和谐发展	刘宁俊	85
师德说	尚曙升	89
技校编程教学的出路	杨速章	93
浅谈职业学校学生综合运用能力的培养	刘 敏	97
试析职教“工学结合”新模式	刘其红	101
切实加强中专生的情感教育 塑造中专生的健康人格	肖玉荣	105
网络环境下职业学校德育工作的思考	耿明霞	111
职业院校实践课教学方法探讨	张晓艳	115
增强思想政治课吸引力的一点思考与实践	孙国贤	118
教育重素质 素质在教育	陈华嘉	123
中专学校学生管理的思考	秦元芬	125
在中专学校实行专业模块教学的探索与实践	刘 敏	128
新闻出版行业开展继续教育初探	熊耀龙	131
新形势下技工教育发展的理性思考	王旭欣	134
如何做一个会思考的班主任	何 然	138
技校学生心理素质教育探讨	王红飞	141

■三 教法研究

提高高职（高专）学生英语阅读理解能力的实践	侯薇育	149
课堂的桌椅摆放对英语教学活动的影响	彭 燕	153
提高学生语文阅读兴趣和能力初探	陈 帆	158
Photoshop 软件在印刷色彩教学中的反应用	王志华	162
印刷专业英语教学的探讨	谢逊冰	167
浅谈印刷技校专业课的模块教学	梁艳霞	172
任务驱动教学法在《印刷材料》教学中的初步实践与探索	唐裕标	175
浅谈如何激发学生对实训课的学习兴趣	王荣华	179
浅谈多媒体教学	王 雷	182
技工学校教学导入、阅读、议论、练习的教学方法探索	曹昆华	185
激趣启思——浅谈思想政治理论课中故事的效用	刘红兵	189
关于在中职学校开设文学欣赏课的构想	熊慧群	192
论《印刷色彩》教学方法——动动右脑	王金微	196
改善英语教学 培养合格印刷技术工人	张红梅	200

■四 其 他

发展中等职业教育应该遵循的几项原则	李 予	205
现代印刷企业的人力资源发展战略	严 格	209
感悟多媒体的界面设计	张梧桐	213
如何和学生“说话”	吴 宁	218
“出版经济”再认识	吴克群	221
浅谈职业院校钢笔书法教学	白永红	224
先进制造业和现代服务业如何与包装印刷业融合与发展	童燕菲	229
谈中国传统吉祥图案在食品包装设计中的运用	刘 葭	235
应对城市个人信用制度 加强高职学生诚信教育	蒋仕梅	240
中职学校印刷专业短期实习的问题与对策	阎山岭	244
刍议出版社少儿读物的整体形象编辑与策划	黄 彬	248
浅谈绿色包装	黄 丹	252
谈谈包装的定位设计	庄前矛	256
谈职业教育的现状分析——改革是职业教育的立足点	梁清荣	259
以精神文明为主线 做好学校工会工作	高华松	262
对技校学生迷恋上网的分析及思考	杨正国	265

— 专业理论

浅析国内网上书店的发展

江西省新闻出版学校

杨格平

摘要: 网上书店是信息时代书业电子商务的一种表现形式,是我国出版发行业的新鲜事物。本人从网上书店的基本现状和发展出路两个方面作出浅析。

关键词: 国内; 网上书店; 发展

引言

20 世纪 90 年代中期,美国亚马逊网上书店开创了书业电子商务的新领域,短短 10 年间便成长为全球 500 强企业,统领着世界各国网上书店蓬勃发展。这是在进入 21 世纪信息化社会行业运用电子商务手段的客观反映和重要内容。1995 年,中国书店作为中国内地第一家网络书店正式在网上开通,10 年之间,经历了狂热的蜂涌而起和萧条的泡沫低谷后进入了相对理性的平稳发展阶段。如何看待和评价这一新生事物?特别是面对过去两年亚马逊已经亏损了 4.64 亿美元和国内已经有了 100 多个挫败的范例等现实情况,网上书店如何发展?业内人士是要认真地研究和冷静思考的。本文对此作些学习研究。

一、网上书店的现状

1. 网上书店的几种类型

从经营主体的角度看可以分为三种类型。

(1) 出版社的网上书店。这是出版上游以传播出版信息、宣传企业形象和自办发行销售为初衷目的而开设的类型。是依托信息化平台,起着沟通上、下游信息,优化图书选题,减小库存,扩大销售的作用。例如“人民时空”不仅成为人民出版社对外的窗口,而且还吸引了 250 多家出版社在它搭建的平台上唱大戏,壮大了网上书店的实力和扩大了影响力。

(2) 发行机构的网上书店。这是指国有书店、民营书店和股份制书店开设的类型,是在传统书店的基础上通过电子商务技术作业务和销售的延伸和拓展。如杭州市新华书店网上书店、中国现代书店(亚太网络)、旌旗席殊网网上书店、上海书城网上书店等。

(3) 业外企业的网上书店。这是指从事 IT 业的网络公司、投资公司涉足图书发行开设的类型。基于图书、音像制品的属性,向来被认为它们是发展电子商务的首选。各类图书网站中,网上书店也是最实际、最保险的一类。入世后出版物市场开放的格局,更促使投资者进入网上争夺、占得先机。以致形成 2000 年上半年,国内网络公司、风险投资公司掀起一股创办网上书店的热潮。如有中国“网上第一图书店”和“网上第一音像店”的卓越网,由美国 IDG 集团、卢森堡剑桥投资集团、日本软库 (softbank) 和中国科文公司共同投资的当当网,贝塔斯曼集团属下的“贝塔斯曼书友会在线”等。

2. 网上书店的基本现状

(1) 从经营模式看:国内的网上书店,绝大多数是借鉴亚马逊模式。这种模式实际上是人们所评价的属于与传统发行相结合的“鼠标+水泥”的销售模式,即顾客通过访问书店的网站,一次性在线完成选书、订书、付款等手续,配货则通过自身或第三方物流,送货上门。由于中国的国情与美国国情有很大差异,同亚马逊相比,国内网上书店运作也不尽相同。各自的经营理念、价值取向和实际发展有差异,经营模式各有特色。如全球最大的中文书店、亚洲最大的书店北京图书大厦网上书店创造了适应网上特色的图书分类方法,并在主页上作了书介、书评、登录等工作,利用在线查询和检索,通过首都电子商城提供的会员网上支付服务,使消费者实现网上付款购书;科利华全国购书网的“BBC”模式联合 1000 家书店成为覆盖全国零售行业的连锁组织,通过网络实现交易;旌旗网提出发展特许加盟;贝塔斯曼与邮政联手推出便利快捷的售书方式;卓越网创造“精选品种、全场库存、快捷配送”这种符合中国特色的电子商务模式等。有些网站在经营模式相类似的情况下,寻求细节的差异,尤其表现在服务上。

(2) 从经营的目的看:国内网上书店的目的主要有:利用图书销售盈利;紧跟电子商务潮流,抢占电子商务市场先机;效仿亚马逊提高无形资产价值;以拉广告赚钱等。利用图书销售盈利的如有“网上第一图书店”卓越网每天订单都在 12000 单以上,订单金额 100 万元以上;北图网上书店系统支持 50 万种图书的存储能力,每天可接待 100 万个访问者;全国最大的当当网上书店是科文书业信息技术公司与美国 IDG 集团、卢森堡剑桥投资集团联合创办的,这类 IT 企业创办的网上书店有明确的经营目标,那就是抢占电子商务市场的先机;有不少网站,回避国内证券市场规定原始股不能变现,风险投资没有迅速退出的通道这一现实,纷纷选择在美国纳斯达克上市。其上市的目的并非把公司经营下去,投入是为了在证券市场卖掉,利用无形资产升值。

(3) 从经营的成长度看:一哄而起掀起开办网上书店浪潮的门户时代已经过去。目前,国内网上书店已初具规模,全国已有大小 300 多家,大部分网上书店在经营策略和经营实战中更为理性和成熟。部分网上书店功能更齐,兼具信息发布和网络交易等多功能;在 B2B、B2C、B2B2C 等业务方面,已逐渐积累起经验。如卓越网已成为中国最大的 B2C 电子商务网站;网上的图书交易活动也不只是传统交易形式的网上转移,并且,更注重网上信息互通基础上的货源开发,货物储运、配送、售后服务等。除了经营主体在发展外,外部环境也得到改善。目前,信息产业部正在制定电子商务管理办法、CA (认证) 指导性技术规范、CA 管理办法等一系列推进电子商务的指导性原则;中国电信为企业提

的电子商务应用系统, Visa 和 MasterCard 两大信用卡集团牵头制定了“安全电子交易(SET)系统”;招商银行与中国邮电电信总局、新浪网、南方航空公司三家企业签订电子商务协议, 利用“一网通”卡在银行系统率先启动网上银行服务业务。这些对促进网上书店的成长发展有着十分重要的意义。

3. 部分网上书店索引(略)

4. 目前网上书店存在的主要问题

(1) 外部环境问题:

①国内互联网普及程度不高, 网上读者相对量小。目前, 中国互联网用户为 0.988 亿, 占中国人口的 7.72%。在互联网用户中又真正浏览网上书店并点击选订的更不多, 一般受众多为白领阶层和专业人士。

②结算方式滞后, 网上银行发展不发达。2004 年末中国互联网中网上银行用户为 16.9%, 其中只有 5.1% 将网络银行作为常用网络服务之一, 更多的网上业务结算还是通过传统的异地汇款和货到付款。银行间的复杂结算造成延迟到书, 失去网上书店快捷的比较优势, 丧失竞争力。

③社会信用水平不高, 交易诚信相对差。中国个人信用制度尚处于起步阶段, 诚信凭个体的道德自律, 社会上信用问题较多, 人们担心网上交易的安全性。

④人们购书和阅读习惯一时难以改变。网上书店提供的图书信息无法了解到图书的详细内容, 而了解才是购买与否的关键。

(2) 内部因素问题:

①信息服务不完善、低质量。查询、分类形式单一, 注重图书数量的丰富而忽略图书及其相关知识和信息的提供、介绍。图书推介过于简明扼要、书评太少, 读者缺少选择参考。

②图书配送周期长、成本高、时效性差。物流不发达, 配送网络不畅, 无配送点的地方只能采用邮资成本居高不下的邮寄方式。

③经营目标有差异、动机不一。不少投资者进军网络, 以网上书店做壳, 进行做秀、炒作圈钱。其投入是为了在证券市场卖掉, 而非把公司经营下去。这将会影响网上书店健康发展, 以至把书业电子商务引入歧途。

④经营模式未走出传统书店模式。营业流程仅将店头买卖转变网络点选, 再依不同运输动作送到消费者手中, 其充其量是传统书店的被动网络资源, 并未真正做到网上书店低库存量的优势, 没有充分体现出电子商务对商业的革命性的意义。

二、网上书店发展的意见

网上书店现状中存在的一些问题是在发展中的必然反映和过程。这一新型的业态在不同的国度、不同的环境条件下有着不同的表现形式和反映结果, 需要结合客观实际, 通过磨合、适应和不断创新取得发展, 实现本土化。达到这个目标需要时间, 需要在多方面创造条件。

1. 培育好市场

①提高互联网用户的普及率和网民在网上书店的参与率。网上书店是建立在互联网基础上的网络交易, 没有足够的网民参与是不可能实现好的销售业绩的, 这是一个基础性工程; 图书商品是非物质基础性产品, 其消费属性也是弹性的、受导性的, 这也是一个引导

性的工程。要实现这个目标,经济基础很重要。如美国网上书店发达就得益于互联网的普及。统计数据表明,2005年5月美国互联网用户达到1.63亿,约占美国总人口数量的55.3%;截至2004年11月,44%的美国互联网用户使用了某种网上银行服务。从这个意义上说,网上书店的发展是与社会经济的发展成正比例的。中国的网上书店不可能在短时期一蹴而就,成为类似美国亚马逊式的成熟业态。人们对国内网上书店的期望值应该是长期的,而应避免短期功利行为和抱有投机心态。

②建立相关法律、制度保障网络交易的规范。网上书店的交易是非面对面的直接交易,因此就出现诚信的道德问题和法规制约的盲点问题。美国拥有全球最为发达的信用管理企业,个人的信用制度建立较早,有一部直接规范信用行业的基本法,对不诚信的行为进行处罚。健全的法规体系对网络交易的健康运行至关重要,需要政府、行业管理机构适时制定法规并监控实施。电子商务发达的国家,都与政府的高度重视分不开。日本于1996年成立“电子商务促进会”,并制定了电子商务推动计划;1997年,欧盟提出“欧盟电子商务行动方案”;1997年,美国发表了“全球电子商务框架”白皮书;1998年,新加坡设立了电子商务“新加坡一号”示范项目;1998年,英国颁布了“网络的利益:英国电子商务发展规划”等。事实上,美国亚马逊之所以做得大,与美国出台的给予电子商务免税优惠的产业政策有很直接的关系。

2. 培育好市场主体

①完善网络选、订、购体系。网上书店与传统书店比较,最大的进步和优势在于网络信息的利用。要构建并完善好这个体系,至少有三个方面必须做足:一是图书信息发布功能,包括书目、内容、书评等相关信息,大容量的品种书目固然重要,但如果不是有目标性的购买,单览书目,隔山买牛,是很难成交的,因此图书内容的预览和书评等相关信息做细做够是十分重要的;二是图书信息交流功能,包括作者、出版社、读者等相关信息互动,国内外图书信息介绍和相关网站的链接等;三是非图书信息的社区服务功能,包括社区服务项目、其他商品介绍和相关网站的链接。前一项是与销售交易有直接关系,后两项是通过吸引人气、做出品牌、间接促销。

②完善网络交易体系。主要是要通过网上银行来实现。现在有些网上书店通过银行和邮局汇款的方式解决付款问题实际上是传统书店的做法,符合不了网上书店快捷通路的要求。需要银行、邮政等金融市场主体建立信用卡系统支持网络交易体系,使网上书店的选书、订书和付款在网络上能一次完成。使用信用卡付款已经体现在各个行业,并且将是今后发展的趋势。但作为一种期货交易使用信用卡,必须让使用者在“信用”上能得到保证。

③完善配送体系。网上书店所经营的图书有实物型和虚拟型的,目前是以实物型为主。因为读者的使用习惯、审美趣味和条件限制等因素的作用,以纸为载体的图书商品仍将长期存在。所以,货物配送环节必不可少,并且是标志网上书店实现交易成功的最后环节。我国现有网上书店的配送系统不完善,运费也非常高,不少网上书店也在探索B2B、B2C、B2B2C等物流配送模式。美国亚马逊网上书店主要采用物流外包方式,达到全美范围内免费送货且2天内送到的水平,国内是没有一家网络书店能效仿的。中国网上书店目前不能实现低成本的全国性物流外包和零库存运营,从中国的实际出发,选择社区24小时便利店和利用廉价劳动力投递的方式来解决配送问题,是发展中的网上书店的首选。

3. 研讨出现象的本质

亚马逊是电子商务的一面旗帜,但6年内亏损了12亿美元,无独有偶,当当和卓越是中国网上书店的佼佼者,连续年增长率不低于60%,但是并未很好地实现盈利目标。在中国,人们对亚马逊公司争论不休。对互联网、电子商务抱有信心者以亚马逊为例进行说明,而认为互联网包含有巨大泡沫者同样举亚马逊的巨大亏损为例。正面评价亚马逊者认为评估亚马逊必须考虑几个因素:一是看亚马逊的无形资产;二是亚马逊财务报表上的一大亏损是对外投资的亏损,投资大多投在发展必须的领域上,对现在和未来都是极有价值的;三是亚马逊的亏损实际上是一种计划内有控制的亏损,从资产的效率来说,其拥有的巨大现金资产,应投资发展为固定资产,快速发展的要求在短期内不能赢利。亚马逊现象,对我国电子商务及其网上书店的发展,既是一个很现实的例证,又是一个很有深入内含意义的话题,需要出版发行、信息、经济等领域的专家学者进行理论上的研究探讨,用理论研究的成果,指导实践。

4. 推进网络“质变”

所谓“质变”是指电子商务阶段性发展的标志。网上书店初始发展阶段是图书销售模式虚拟化,而这种销售模式是从传统图书销售模式借助网络“质变”而成的。“质变”是进化的开始,也是进化必须的原动力。未来知识传递模式当中,网络工具将扮演极重要的角色,实际上,“质变”从这项内容中反映,其就是冲击“质变”的核心。每开发出一种具“质变”的网络工具,就把知识信息传递的方便及通透性向前推动了一步,新的生产和销售模式由此产生。如网络出版方面:①图书搜寻工具:以往的图书搜寻依据订单书目或图书馆书目卡,现在可以用网上书店的搜寻引擎;②电子阅读工具:电子浏览器是电子书的阅读工具,它的出现,解决了在任何时候都方便进入虚拟化电子阅读的问题;③POD介面工具:适用于个性化印刷需求,开辟了网上书店的销售方式。因此,没有“质变”的观念,网上书店永远只是实体出版业的通路之一,若能超越此阶段进入全新观念和视野,则未来的展望无可限量。

书业电子商务伴随着信息化社会的前进步伐走向普及和发展,这是不可逆转的客观规律,网上书店因此充满着不竭的旺盛生命力。只要我们顺应历史发展的潮流,坚持科学的发展观、戒除浮躁心理,以创新精神踏踏实实地实践,我国的网上书店事业一定会繁荣昌盛。

参考文献

- [1] 黄凯卿. 我国出版业信息化建设综述. 出版科学, 2002 增刊.
- [2] 张志强, 唐舸. 网络出版研究综述. 出版科学, 2002 增刊.
- [3] 蒋晓京. 图书网站的问题与出路. <http://www2.com.cn>.
- [4] 杜艳华. 中国网上书店借鉴亚马逊模式遭遇瓶颈. <http://dynamic.shhu.com>.
- [5] 佚名. 亚马逊的未来. <http://www.yesky.com>.
- [6] 朱伟忠. 从网络书店看知识的传递. <http://www.cgan.net>.

作者简介

杨格平, 男, 江西省新闻出版学校校长兼书记。

显示器的校色

上海新闻出版职业技术学校

陈翔

一、概述

随着计算机及数码产品的普及,普通老百姓平时也能自娱自乐一把。人们可以通过数码产品如数码相机、数码摄像机、手机等将照片、摄像片段输入至计算机进行播放、欣赏、修改。而一幅作品的好坏,不仅取决于作品的来源(原稿、环境、成像设备),而且对显示还原设备也有一定的要求。好的显示设备能最忠实地反映出原稿的色彩。

一般用户在购买计算机时,很少注意显示器的显示色彩这一环节,且也没这个必要,只要能够满足家庭娱乐、上网浏览或一般的办公需求就可以了。随着 LCD(液晶)显示器的性价比的提高,用户的选择对象主要集中在 LCD 显示器上。而 LCD 显示器的显示色域(显示色彩的范围)比 CRT(一般显像管显示器)要小,所以它的色彩的还原能力要差一些。但是不管 LCD 还是 CRT 的显示器,我们都可以对它进行适当的调整,如果能够在原有的基础上对色彩的还原有所提升的话,你也许会有一点成就感。

作为一名普通用户不可能花很多钱去购买专业的调校设备和软件。而且这些专业的东西使用起来也比较复杂。但我相信玩数码的很少有人不知道 Photoshop 这个软件(以下称 PS,如果不知道的话,那就从现在开始吧)。当 PC 的性能越来越高,利用 PC 进行图像处理也成为越来越多的专业或业余的制作员的选择,PS 这个软件正是图像处理的首选。而且我们还可以利用 PS 中提供的 Adobe Gamma 这个应用程序的调整功能对显示器作一番修整,满足我们对图像色彩的需求。

二、安装与调整

在安装完 PS(以 7.0 版本为例)后,我们可以在两个位置找到这个应用程序。

- * 在控制面板中的 Adobe Gamma
- * 在 Program Files \ Common Files \ Adobe \ Calibration \ Adobe Gamma

为了正确地校正显示器,请在显示器打开后半个小时后进行调整,这样显示器能够达到稳定的状态。将显示器的背景色改为浅灰色,使你感觉到的色彩不受到显示器的背景色的干扰,有利于显示器色彩的校正。为了避免光线的干扰,在调整时应避免光线的直射或