



高等职业教育“广告和艺术设计”专业系列教材
广告企业、艺术设计公司系列培训教材



书籍装帧设计

李 冰 吴晓慧 主 编
温丽华 易 琳 副主编

- 立足广告、艺术设计专业的发展现状
- 突出行业特色，体现最新的设计思想及设计技术
- 全面展示设计过程、设计要点及设计技巧
- 以丰富、多样的版块设置，展现创新教材体系，引领课程改革

赠送
电子课件

HUJI ZHUANGZHEN
SHEJI

清华大学出版社



高等职业教育“广告和艺术设计”专业系列教材
广告企业、艺术设计公司系列培训教材

书籍装帧设计

李 冰 吴晓慧 主 编
温丽华 易 琳 副主编

S

HUJI ZHUANGZHEN
SHEJI

75881/115

Z2

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

书籍装帧既传承着古老的中华文化,也体现着现代科学技术手段,并在文化创意产业发展中发挥出越来越重要的作用。书籍装帧是现代设计基础的重要组成部分,亦是广告艺术设计专业的一门必修专业课程,掌握好书籍装帧知识与应用技能是从事广告和艺术设计工作的必经之路。本书结合中外书籍装帧理论与实践发展的新形势和新特点,系统介绍了书籍装帧形象设计、形态设计、版式设计、插图设计、印艺设计等知识,并通过介绍书籍装帧设计流程分析讲解具体操作步骤,进而提高学生的创作和实践应用能力。

本书知识系统、案例翔实、图文并茂、通俗易懂、强化操作训练、突出实用性,且采用新颖统一的格式化体例设计,力求教学内容和教材结构的创新。

本书既适用于专升本及高职高专院校广告艺术设计专业的教学,也可作为相关行业从业者的职业教育岗位培训教材,对于广大社会自学者也是一本有益的参考读物。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

书籍装帧设计/李冰,吴晓慧主编;温丽华,易琳副主编.——北京:清华大学出版社,2011.8

(高等职业教育“广告和艺术设计”专业系列教材)

(广告企业、艺术设计公司系列培训教材)

ISBN 978-7-302-26116-2

I. ①书… II. ①李… ②吴… ③温… ④易… III. ①书籍装帧—设计—高等职业教育—教材 IV. ①TS881

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 134175 号

责任编辑:章忆文 陈立静

装帧设计:山鹰工作室

责任校对:周剑云

责任印制:王秀菊

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:三河市春园印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:190×260 印 张:14.5 字 数:339 千字

版 次:2011 年 8 月第 1 版 印 次:2011 年 8 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:43.00 元

产品编号:030268-01

随着我国改革开放进程的加快和市场经济的快速发展,各类广告经营业也在迅速发展。1979年中国广告业从零开始,经历了起步、快速发展、高速增长等阶段,2006年全年广告经营额2450亿元人民币,比上年增长20%以上;2007年全国广告市场经营额收入为3500亿元人民币,比上年又大幅增长了40%;全国广告经营单位143 129户,比上年增长了14%,全国广告从业人员超过100万人,比上年增长了10.6%。

商品促销离不开广告、企业形象也需要广告宣传,市场经济发展与广告业密不可分;广告不仅是国民经济发展的“晴雨表”,也是社会精神文明建设的“风向标”,还是构建社会主义和谐社会的“助推器”。广告作为文化创意产业的关键支撑,在国际商务活动交往、丰富社会生活、推动民族品牌创建、促进经济发展、拉动内需、解决就业、构建和谐社会、弘扬古老中华文化等方面发挥着越来越大的作用,并已经成为我国服务经济发展重要的“绿色朝阳”产业,在我国经济发展中占有极其重要的位置。

当前,随着世界经济的高度融合和中国经济国际化的发展趋势,我国广告设计业正面临着全球广告市场的激烈竞争,随着发达国家广告设计观念、产品、营销方式、运营方式、管理手段及新媒体和网络广告的出现等巨大变化,我国广告从业者急需更新观念、提高技术应用能力与服务水平、提升业务质量与道德素质,广告行业和企业也在呼唤“有知识、懂管理、会操作、能执行”的专业实用型人才;加强广告经营管理模式的创新、加速广告经营管理专业技能型人才培养已成为当前亟待解决的问题。

由于历史原因,我国广告业起步晚,但是发展却非常快,目前在广告行业中受过正规专业教育的人员不足2%,因此使得中国广告公司及广告实际作品难以在世界上拔得头筹。根据中国广告协会学术委员对北京、上海、广州三个城市不同类型广告公司的调查表明,在各方面综合指标排行中,缺乏广告专业人才居首位,占77.9%,人才问题已成为制约中国广告事业发展的重要瓶颈。

针对我国高等职业教育“广告和艺术设计”专业知识老化、教材陈旧、重理论轻实践、缺乏实际操作技能训练等问题,为适应社会就业急需、为满足日益增长的广告市场需求,我们组织多年在一线从事广告和艺术设计教学与创作实践活动的国内知名专家教授及广告设计公司的业务骨干共同精心编撰了本套教材,旨在迅速提高大学生和广告设计从业者的专业素质,更好地服务于我国已经形成规模化发展的广告事业。

本套系列教材定位于高等职业教育“广告和艺术设计”专业,兼顾“广告设计”企业职业岗位培训;适用于广告、艺术设计、环境艺术设计、会展、市场营销、工商管理等专业。本套系列教材包括:《广告学概论》、《广告策划与实务》、《广告文案》、《广告心理学》、《广告设计》、《包装设计》、《书籍装帧设计》、《广告设计软件综合运用》、《字体与版式设计》、《企业形象(CI)设计》、《广告道德与法规》、《广告摄影》、《数码摄影》、《广告图形创意与表现》、《中外美术鉴赏》、《色彩》、《素描》、《色彩构成及应用》、《平面构成及应用》、《立体构成及应用》、《广告公司工作流程与管理》和《动漫基础》24本书。

本套系列教材作为高等职业教育“广告和艺术设计”专业的特色教材,坚持以科学发展观为统领,力求严谨、注重与时俱进;在吸收国内外广告和艺术设计界权威专家学者最新

科研成果的基础上，融入了广告设计运营与管理的最新教学理念；依照广告设计活动的基本过程和规律，根据广告业发展的新形势和新特点，全面贯彻国家新近颁布实施的广告法律法规和广告业管理规定；按照广告企业对用人的需求模式，结合解决学生就业、加强职业教育的实际要求；注重校企结合、贴近企业业务实际，强化理论与实践的紧密结合；注重管理方法、运作能力、实践技能与岗位应用的培养训练，采取通过实证案例解析与知识讲解的写法；严守统一的创新型格式化体例设计，并注重教学内容和教材结构的创新。

本系列教材的出版，对帮助学生尽快熟悉广告设计操作规程与业务管理，对帮助学生毕业后能够顺利走上社会就业具有特殊意义。

编委会

主 任： 牟惟仲

副主任：

王纪平	吴江江	丁建中	冀俊杰	仲万生	徐培忠	章忆文
李大军	宋承敏	鲁瑞清	赵志远	郝建忠	王茹芹	吕一中
冯玉龙	石宝明	米淑兰	王 松	宁雪娟	王红梅	张建国

委 员：

刘 晨	徐 改	华秋岳	吴香媛	李 洁	崔晓文	周 祥
温 智	王桂霞	张 璇	龚正伟	陈光义	崔德群	李连璧
东海涛	翟绿绮	罗慧武	王晓芳	杨 静	吴晓慧	温丽华
王涛鹏	孟 睿	赵 红	贾晓龙	刘海荣	侯雪艳	罗佩华
孟建华	马继兴	王 霄	周文楷	姚 欣	侯绪恩	刘 庆
汪 悦	唐 鹏	肖金鹏	耿 燕	刘宝明	么 红	刘红祥

总 编： 李大军

副总编： 梁 露 车亚军 崔晓文 张 璇 孟建华 石宝明

专家组： 徐 改 郎绍君 华秋岳 刘 晨 周 祥 东海涛

书籍装帧既传承着古老的中华文化,也体现着现代科学技术手段,并在文化创意产业发展中发挥出越来越重要的作用。书籍装帧是现代设计基础的重要组成部分,亦是广告艺术设计专业的一门必修专业课程,掌握好书籍装帧知识与应用技能是从事广告和艺术设计工作的必经之路;只有很好地掌握了书籍装帧设计制作基础知识与应用技能,才能顺利就业并更好地从事广告和艺术设计行业的工作。

随着全球经济的快速发展和各类出版业务的迅速提升,面对国际书籍装帧设计制作业的激烈市场竞争,加强书籍装帧设计创作的不断创新、加速书籍装帧设计与制作专业人才的培养,已成为当前亟待解决的问题。为了满足日益增长的书籍装帧设计制作市场需求、培养社会急需的书籍装帧设计制作专业技能型应用人才,我们组织多年在一线从事书籍装帧设计制作课程教学与创作实践活动的专家教授,共同精心编撰了此教材,旨在迅速提高广告设计专业学生及书籍装帧设计与制作从业者的专业素质,更好地服务于我国广告设计事业。

本书作为高职高专教育广告和艺术设计专业的特色教材,坚持以科学发展观为统领,在借鉴国外优秀教材的基础上,强调将书籍装帧设计制作基础理论教学与实践应用相融合,注重启迪开发学生设计思维的创造性,使其能掌握书籍装帧在设计制作中应遵循的原则,注重训练和培养学生的动手能力。此教材的出版,对帮助学生尽快熟悉书籍装帧设计制作与应用操作规程,毕业后能够顺利就业具有特殊意义。

本书共九章,结合中外书籍装帧设计制作理论与实践发展的新形势和新特点,针对高职高专广告和艺术设计专业人才培养的目标,系统介绍了书籍装帧形象设计、形态设计、版式设计、插图设计、印艺设计等知识,并通过讲解书籍装帧设计流程、分析具体操作步骤,提高学生的创作和实践能力,注重强化广告与艺术设计专业从业者的专业素质与艺术修养的培养。

由于本书融入了书籍装帧设计制作最新的教学理念,力求结构合理、内容新颖、叙述简捷、案例经典、图文并茂的特点,并具有较强的理论性、示范性、可读性、操作性和实用性,且采用新颖统一的格式化体例设计,本书既适用于专升本及高职高专与成人高等院校广告和艺术设计专业的教学,也可以作为相关行业从业者的职业教育岗位培训教材,对于广大社会自学者也是一本有益的参考读物。

本教材由李大军进行总体方案策划并作具体组织;由李冰和吴晓慧任主编,李冰负责统改稿,温丽华和易琳任副主编;由具有丰富教学和实践经验的书籍装帧设计制作专家李辉教授审定。作者编写分工:吴晓慧编写第一章,李冰、吴晓赞编写第二章,刘晨编写第三章,陈光义、耿燕编写第四章,易琳编写第五章和第九章,温丽华编写第六章,李冰编写第七章和第八章,华燕萍负责全书的修改和版式整理,李晓新负责本教材课件的制作。

在编写过程中,我们参考了大量的国内外有关书籍装帧与设计制作方面的最新书刊资料,精选收录了具有典型意义的优秀作品,并得到了编委会有关专家教授的细心指导,在此特别致以衷心的感谢。为了方便教师教学和学生学学习,本书配有教学课件,可以登录清华大学出版社网站进行免费下载使用。由于作者水平有限,书中难免存在疏漏和不足,恳请专家和广大读者给予批评指正。

编 者

第一章 书籍装帧设计概述	1
学习要点及目标	2
核心概念	2
引导案例	2
本章导读	3
第一节 书籍装帧设计的概念	5
第二节 书籍装帧设计的起源和演进	6
一、书籍的起源	7
二、中国书籍设计艺术的历史沿革	10
第三节 书籍装帧设计的近现代发展	15
一、近现代书籍装帧设计的艺术形式对 人们生活和精神的影响	15
二、近现代书籍装帧的发展	16
第四节 现代书籍装帧设计与市场经济的关系	21
一、市场经济对现代书籍装帧设计艺术 发展的影响	21
二、书籍装帧设计艺术的时代审美感在 市场经济中的价值体现	22
三、市场经济中书籍装帧设计师应具备的 素质与能力	24
本章小结	26
思考练习	26
实训课堂	26

第二章 书籍形态设计	27
学习要点及目标	28
核心概念	28
引导案例	28
本章导读	29
第一节 封面设计	30
一、图形设计	30
二、文字设计	32
三、色彩设计	37
第二节 书脊设计	37
一、功能性	38
二、艺术性	38
三、视觉性	39
第三节 封底设计	41
一、封底是书籍整体美的延续	41

二、如何进行封底设计	42
本章小结	45
思考练习	45
实训课堂	45

第三章 书籍形态辅助设计	47
学习要点及目标	48
核心概念	48
引导案例	48
本章导读	49
第一节 封套和护封设计	49
一、封套设计	49
二、护封设计	50
第二节 环衬页设计	52
第三节 扉页设计	53
第四节 目录页设计	54
第五节 内页版式设计	55
一、中国古代书籍的版式设计形式	56
二、现代书籍的版式设计形式	58
第六节 版权页设计	61
本章小结	62
思考练习	62
实训课堂	63

第四章 书籍的版式设计	65
学习要点及目标	66
引导案例	66
第一节 书籍版式设计概述	67
第二节 书籍版式设计的形式美规律	67
一、多样与统一	67
二、对称与均衡	68
三、反复、节奏、韵律	69
四、统觉与错觉	70
五、对比与调和	70
六、比例与分割	72
七、虚实与留白	72
第三节 书籍版式设计的方法	73
一、书籍版式定位设计	73
二、书籍版式易读性设计	78
三、书籍版式个性情感化设计	85

本章小结.....	86
思考练习.....	86
实训课堂.....	86

第五章 书籍的插图设计 87

学习要点及目标.....	88
引导案例.....	88
第一节 书籍插图设计概述.....	89
一、书籍插图的定义与功能.....	89
二、书籍插图的发展.....	92
第二节 书籍插图设计的分类.....	93
一、按照书籍插图的类型进行分类.....	93
二、按照书籍插图的编排形式进行分类.....	96
第三节 书籍插图设计的艺术特征.....	97
一、从属性.....	97
二、独立性.....	99
三、整体性.....	99
四、审美性.....	100
第四节 书籍插图的创作.....	101
一、理解原著，做好插图风格定位.....	101
二、根据不同类别的书籍把握创作技巧.....	102
三、书籍插图的表现形式.....	106
四、书籍插图的编排节奏.....	110
本章小结.....	112
思考练习.....	112
实训课堂.....	112

第六章 书籍装帧印艺设计 113

学习要点及目标.....	114
引导案例.....	114
第一节 书籍承载物设计.....	114
一、书籍承载物的选择.....	114
二、印刷纸张种类及规格.....	115
三、书籍承载物的开本设计.....	118
第二节 书籍的印刷工艺选择.....	127
一、平版印刷.....	127
二、水墨印刷.....	127
三、丝网印刷.....	127
四、凸版印刷.....	129
五、铸字排版印刷.....	129

六、热压凸印刷.....	129
七、亚麻油毡浮雕版印刷.....	129
八、组合印刷.....	129

第三节 书籍装帧后期工艺设计 131

一、上光油.....	131
二、模切.....	132
三、折叠.....	132
四、起凸和压凹.....	132
五、烫箔.....	132
六、毛边.....	133
七、切口.....	133
八、打孔.....	134
九、覆膜.....	134

第四节 书籍装订形式设计 134

一、骑马订.....	135
二、铁丝平订.....	135
三、缝纫机线订.....	135
四、三思线订.....	135
五、锁线订.....	135
六、胶粘装订.....	136

本章小结..... 137

思考练习..... 137

实训课堂..... 138

第七章 书籍设计流程 139

学习要点及目标..... 140

核心概念..... 140

引导案例..... 140

本章导读..... 141

第一节 书籍的设计流程..... 141

一、一本立体的书.....	142
二、与作者、编辑交流.....	144
三、收集素材.....	146
四、勾画草图.....	147
五、电脑辅助设计.....	148
六、确定设计方案.....	149
七、制版打样.....	150

第二节 书籍设计流程实例..... 150

本章小结..... 160

思考练习..... 160

实训课堂.....	160
-----------	-----

第八章 书籍设计操作步骤..... 161

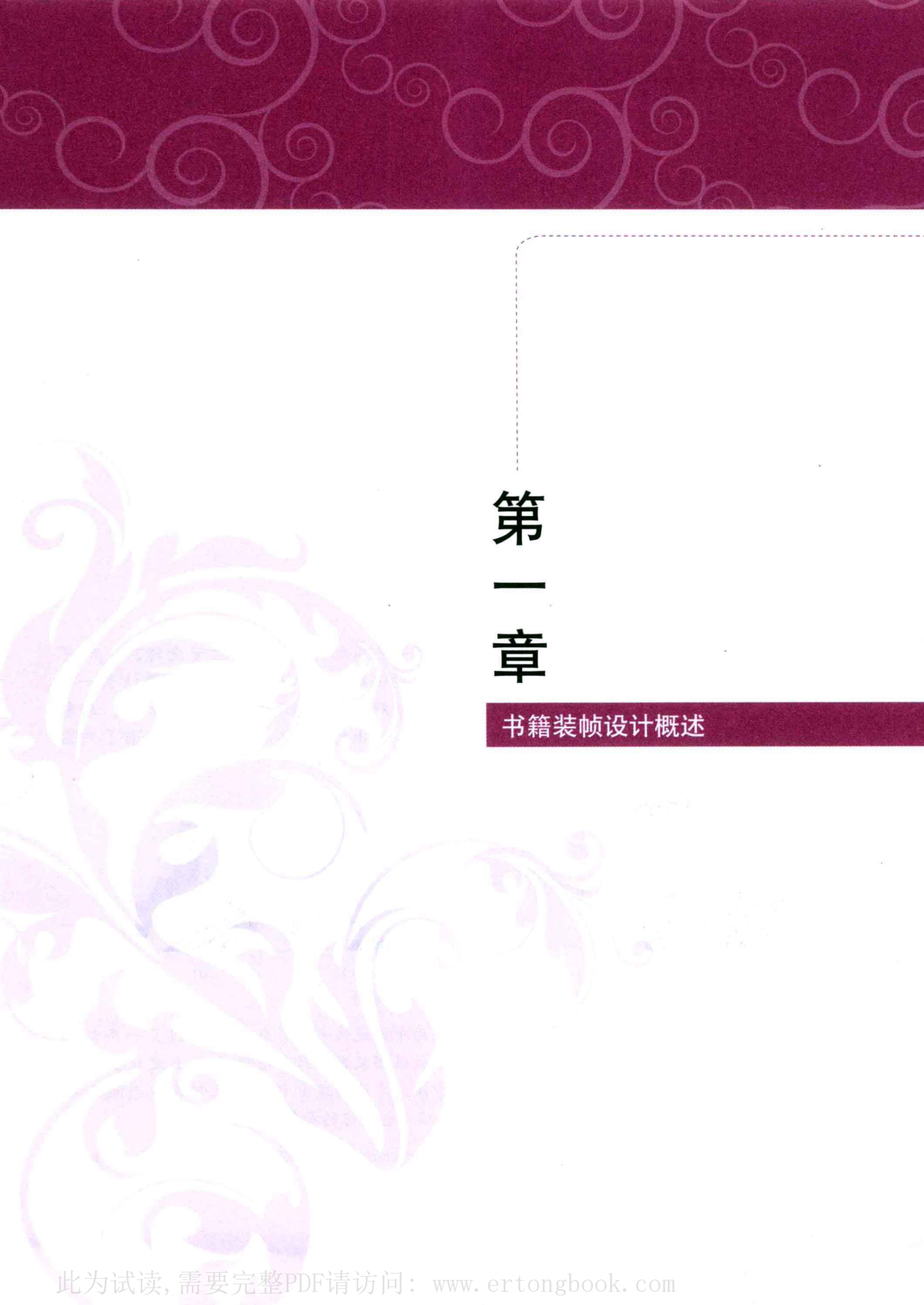
学习要点及目标.....	162
核心概念.....	162
引导案例.....	162
本章导读.....	162
第一节 书籍装帧设计电脑软件的分类.....	163
一、平面设计软件概述.....	163
二、平面设计软件.....	163
第二节 利用平面设计软件制作书籍装帧效果图.....	165
一、利用PhotoShop平面设计软件设计制作书.....	165
二、利用ILLUSTRATOR矢量软件制作立体书.....	180

本章小结.....	184
思考练习.....	184
实训课堂.....	184

第九章 书籍装帧设计赏析..... 185

学习要点及目标.....	186
核心概念.....	186
引导案例.....	186
第一节 中国书籍装帧设计赏析.....	187
第二节 国外书籍装帧设计赏析.....	199
本章小结.....	213
思考练习.....	214
实训课堂.....	214

参考文献.....	215
-----------	-----



第一章

书籍装帧设计概述

学习要点及目标

- 重点介绍书籍装帧设计的定义、书籍装帧设计的起源和演进等内容。
- 使学生了解什么是书籍装帧设计，以及书籍装帧设计的演进历史。
- 了解现代包装有怎样的发展趋势等内容。



核心概念

书籍装帧设计的概念、书籍装帧设计的起源和演进、书籍装帧设计的近现代发展、现代书籍设计的认识

引导案例

《梅兰芳全传》

设计出无数精美书籍的吕敬人在2000年为中国青年出版社设计了《梅兰芳全传》。除了自己编选图片，使一本纯文稿的书变成一本图文并茂的书籍外，他还别出心裁地设计了一个“切口”：将书端在手中，向下捻开时是梅兰芳的生活照，向上捻开时是他的舞台照。轻轻一翻间，就仿佛翻过了梅兰芳的一生，此外，“切口”生出的形式美感，也同样浓缩了内容的精华，如图1-1所示。

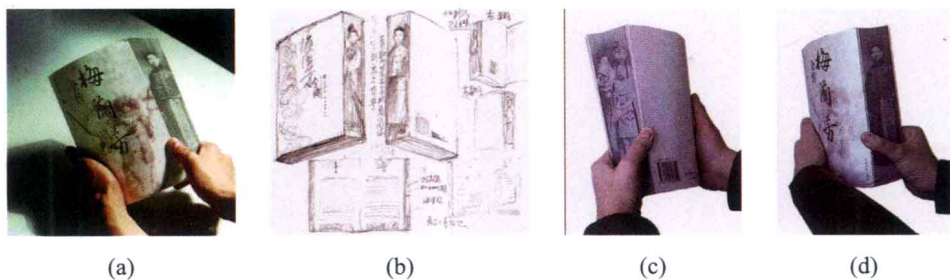


图1-1 《梅兰芳全传》书籍设计

《梅兰芳全传》一书以特有的设计理念和实践为中国现代书籍形态设计开创了一条新路子。这一实践的意义究竟是什么，值得我们思考。放眼书装界，只有植根于本土文化土壤，利用本土文化资源，并吸取西方现代设计意识与方法，才能构建出中国现代书籍形态设计的理念与实践体系，而这既是中国书籍设计的必由之路，也是它的希望所在。

(资料来源：新浪网，<http://finance.sina.com.cn/review/essay/20051130/07282158676.shtml>)



本章导读

书籍的起源和发展

书籍的历史和文字、语言、文学、艺术、技术和科学的发展有着紧密的联系。它最早可追溯于石、木、陶器、青铜、棕榈树叶、骨、白桦树皮等物上的铭刻。将纸莎草用于写字,对书籍的发展起到了巨大的推动作用。

约在公元前30世纪,埃及纸草书卷的出现,是埃及书籍雏形。纸草书卷比苏美尔、巴比伦、亚述和赫梯人的泥版书更接近于现代书籍的概念。

中国最早的正式书籍是在公元前8世纪前后出现的简策。西晋杜预在《春秋经传集解序》中说:“大事书之于策,小事简牍而已。”在纸发明以前,这种用竹木做书写材料的“简策”(或“简牍”)是中国书籍的主要形式。将竹木削制成狭长的竹片或木片,统称为简,稍宽的长方形木片叫“方”。若干简编缀在一起叫“策”(册),又称为“简策”。编缀用的皮条或绳子叫“编”。

中国古代典籍,如《尚书》、《诗经》、《春秋左氏传》、《国语》、《史记》以及西晋时期出土的《竹书纪年》、近年在山东临沂出土的《孙子兵法》等书,都是用竹木书写而成。后来,人们用缣帛来书写,称之为帛书。《墨子》中有“书于帛,镂于金石”的记载。帛书是指在特制的丝织品书写,又叫“缣”或“缣”,故“帛书”又称“缣书”。

公元前2世纪,中国已出现用植物纤维制成的纸,如1957年在西安出土的灋桥纸。在东汉蔡伦总结前人经验,加以改进制成蔡侯纸(公元105)之后,纸张便成为书籍的主要材料,纸的卷轴逐渐代替了竹木书、帛书(缣书)。

中国是最早发明并实际运用木刻印刷术的国家。公元7世纪初期,中国已经使用雕刻木版来印刷书籍。在印刷术发明以前,中国书籍的形式主要是卷轴。

公元10世纪,中国出现册叶形式的书籍,并且逐步代替卷轴,成为目前世界各国书籍的共同形式。

公元11世纪40年代,中国活字印刷术在世界上最早产生,并逐渐向世界各国传播。东到朝鲜、日本,南到东南亚各国,西经中东到达欧洲各国,促进了书籍的生产和人类文化的交流与发展的。

公元14世纪,中国发明套版彩印。15世纪中叶,德国人J.谷登堡发明了金属活字印刷。活字印刷术加快了书籍的生产进程,为欧洲国家所普遍采用。15~16世纪,荷兰的埃尔塞维尔公司制造了一种经济、美观、便于携带的袖珍本的书籍。

15~18世纪初,中国编纂、缮写和出版了卷帙浩繁的百科全书性质和丛书性质的出版物——《永乐大典》、《古今图书集成》和《四库全书》等。

18世纪末,造纸机器的发明推动了纸的生产,并为印刷技术的机械化创造了良好的条件。同时,印制插图的平版印刷的出现,为胶版印刷打下了基础。

19世纪初,快速圆筒平台印刷机的出现,以及其他印刷机器的发明,大大提高了印刷能力,适应了社会政治、经济、文化对书籍生产的不断增长的要求。

21世纪,随着新材料、新工艺的推陈出新,书籍有了更多的形式,书籍装帧艺术便从中诞生了,如图1-2所示。

(资料来源:百度文库, <http://wenku.baidu.com/view/fbb74b5d312b3169a451a466.html>)

书籍 各部分名称

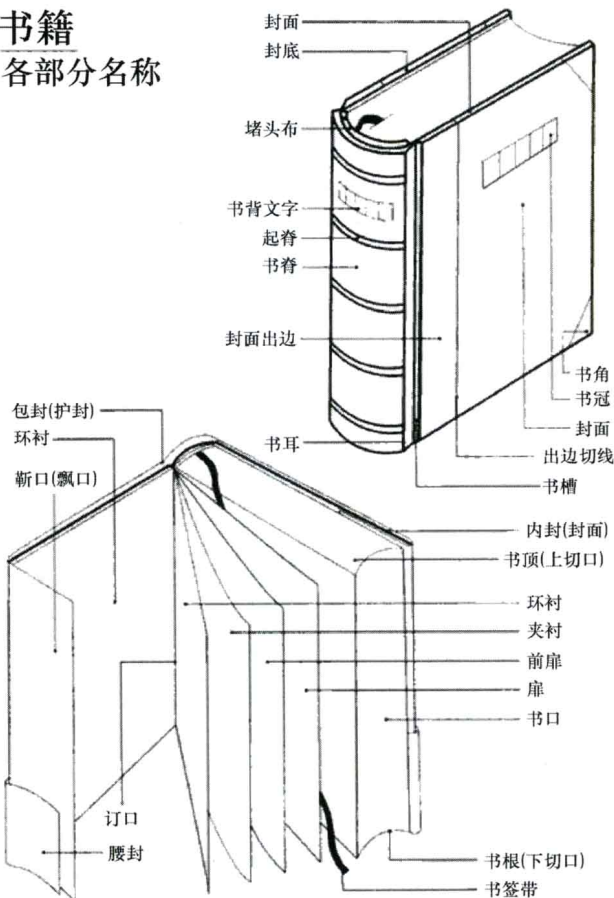


图1-2 书籍各部分名称



背景资料

书籍作为信息的载体,伴随着漫长的人类历史发展过程,在将知识传播给读者的同时,也带给了他们美的享受。因此,好的书籍不仅仅能提供静止的阅读,更应该是一部可供欣赏、品味、收藏的流动的静态戏剧。

书籍的装帧设计作为一门独立的造型艺术,要求设计师在设计时不仅要突出书籍本身的知识源,更要巧妙利用装帧设计特有的艺术语言,为读者构筑丰富的审美空间,通过读者眼观、手触、味觉、心会,在领略书籍精华神韵的同时,得到连续畅快的精神享受。这正是书籍装帧设计整体性原则的根本宗旨。书籍整体设计的整体效果及展开效果如图1-3和图1-4所示。

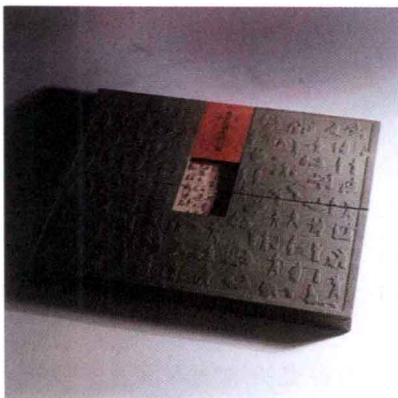


图1-3 书籍整体设计整体效果图例

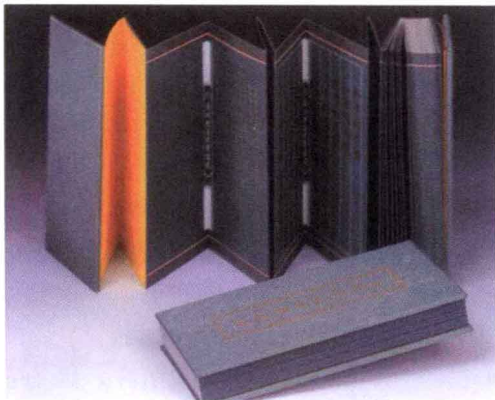


图1-4 书籍整体设计展开效果图例

第一节 书籍装帧设计的概念

书籍，是人类思想交流、知识传播、文化积累的重要依托，承载着古今中外的智慧结晶。一本好书，就好像一个芬芳的世界，洗涤人的肺腑。而书籍的装帧艺术世界，同样也是广阔多姿、耐人探究的。书籍的装帧，也叫书籍的设计(book design)。

书籍装帧的任务，除了达到保证阅读的目的，还要赋予书籍美的形态，给读者美的享受，因此书籍装帧艺术便从中诞生了，书籍装帧艺术的形态美如图1-5所示。

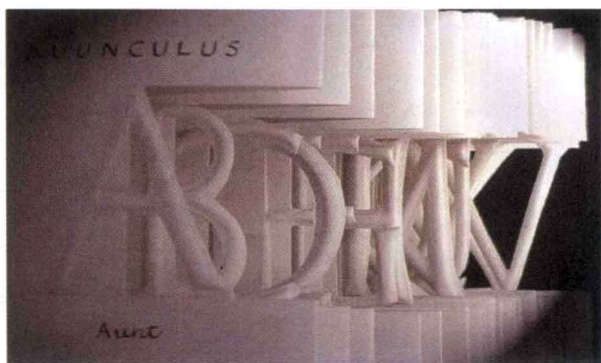


图1-5 书籍装帧艺术的形态美

日本著名书籍设计家杉浦康平先生曾这样形容现代书籍的装帧，“是从一张纸开始的故事”，那么，书籍装帧艺术该是从一张纸开始的艺术吧。的确，由二维纸张的对折、束叠、装订，并融合其他材质构成而引发为一本有生命的书，艺术便蕴涵在其中了。

我国著名的书籍设计大师吕敬人说：书籍设计最重要的是促成有趣的阅读。当一部最后敲定的书稿交到设计师手中，直至能成为正式出版物，书籍的装帧旅程便开始了，这是一个整体性的经历：书稿的主题内涵，确立了从属内容的设计定位，包括书的形态，即开本、大小、装订方式、内文的版面构成、插图等；书的外表，即封面、封底、书脊、环衬等；还有纸张材质选择、印刷工艺的要求等。

成功的书籍装帧，装帧设计师固然功不可没，但同样不能缺少出版者、编辑和印刷装订者各环节的互相配合与协调。书籍装帧艺术，是主观艺术的激情迸发与客观现实要求互相较量的艺术，是糅合了众多因素而达到和谐整体的艺术。

古人对“装帧”概念的论述为：“装订书籍，不在华美饰观，而要护有道，款式古雅，厚薄得益，精致端正，方为第一。”(明朝 孙以添《藏书纪要》)日本书籍设计界的泰斗原宏关于“装帧”与图书设计的解释是：“最近有人提出‘图书设计’概念，从‘书籍整体设计’的意义上讲，它更明确地表达了装帧的意思。不过目前人们仍然模糊地用着‘装帧’这个词。然而，实际工作中我们所说的装帧差不多只是设计书的外观，很少设计书的内部。”(原文载于1970年《日本印刷时报》)

装帧艺术有其不可忽视的力量所在，因为它比书的内容更快地闯入读者的视野。首先，封面，顾名思义书的脸，是书籍与读者最直接沟通的桥梁，读者常常是被书的封面所吸引驻足，再看内容简介，再概略浏览，发现真是一本有趣或有价值的书，从而引发了深入阅读的兴趣、购买和收藏的欲望，并介绍给良朋知己。在书籍的海洋中，决定读者与一本书的缘分常常就是那么简单。

书籍装帧艺术体现了一个国家文化水平和工艺水平的高度。不同地域、国度的作品，常常散发出不同的风格魅力，并保持浓郁的民族特点。不同设计风格的装帧艺术如图1-6所示。



图1-6 具有浓郁民族特点的装帧艺术

第二节 书籍装帧设计的起源和演进

随着出版业的发展和出版市场的逐步开放，以及从事专业书籍装帧设计的团体及个人的不断涌现，书籍装帧设计已为世人所认知，并且对出版业的发展起到重要的推动作用。将书籍装帧设计作为一门独立的艺术学科来学习和研究，并得到了大家的认可。从书籍装帧设计的发展观来讲，若想系统地了解书籍装帧设计，我们就有必要先了解一下它的发展史。

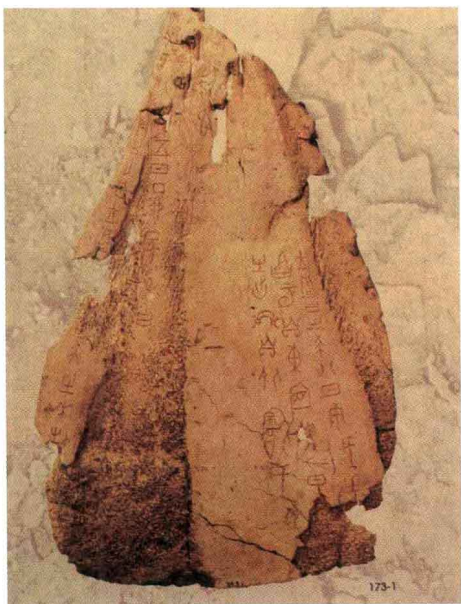
一、书籍的起源

谈到书籍,就不能不谈文字,文字是书籍的第一要素。中国自商代就已出现较成熟的文字——甲骨文。从甲骨文的规模和分类上看,那时已出现了书籍的萌芽。到周代,中国文化进入第一次勃兴时期,各种流派和学说层出不穷,形成了百家争鸣的局面。作为文字载体的书籍,已经出现很多。

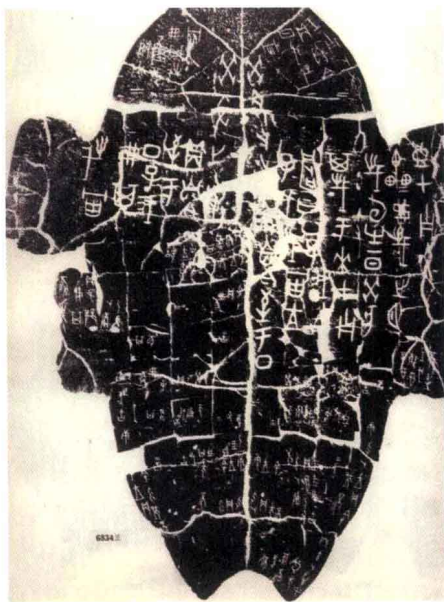
周代时,甲骨文已经向金文、石鼓文发展。后来随着社会经济和文化的逐步发展,又完成了大篆、小篆、隶书、草书、楷书、行书等文字体的演变,书籍的材质和形式也逐渐完善。

(一) 甲骨

通过考古发现,在河南“殷墟”出土了大量刻有文字的龟甲和兽骨,这就是迄今为止我国发现最早的作为文字载体的材质。其上所刻文字纵向成列,每列字数不一,皆随甲骨形状而定,如图1-7所示。



(a)



(b)

图1-7 甲骨文

(二) 石版

由于甲骨文的字形尚未规范化,字的笔画繁简悬殊,刻字大小不一,所以横向难以成行。后来虽然在陶器、岩石、青铜器和石碑上也有文字刻画,但与书籍形式相去甚远,故不做详谈。公元前2500年前后,古埃及人把文字刻在石碑上,称为石碑文。古巴比伦人则把文字刻在黏土制作的版上,再把黏土版烧制成书,如图1-8所示。