



## 浅谈由“UV”现象引发的书籍设计思考

作者：编辑果园

出处：[www.shuhuayanjiu.com](http://www.shuhuayanjiu.com)

时间：2012-03-02 11:00

说起“UV”，当今的平面设计界几乎都很熟悉。走进林林总总的图书市场就会发现，近年来新版畅销图书的封面大多采用了此项工艺。其视觉和触觉效果的特殊魅力正在书籍设计领域广泛流行。近两年从全国书市上我们观察到，采用“UV”工艺印制的图书品种和数量正在迅速增加，几乎占据新版图书市场的六成。在这六成中，主要是旅游、消费型和欣赏型书类使用较多，而且呈上升态势。科技资料、科普类书籍、教材、政治政策类、文学、历史类书籍使用较少。据北京图书大厦2004年3月社科类图书销售排行榜显示，居前10位的图书中有8种采用了特殊工艺印制，其中7种采用了不同的“UV”工艺。

另据新华网2004年4月公布的深圳书城畅销图书排行榜，前10位中现代出版社的《生死遗言》封面采用特种莹彩纸张印制；世界知识出版社的《商道》采用烫银、模切工艺印制；工人出版社的《血酬定律》采用烫黑工艺印制。而去年风行一时的《我们仁》亦采用特种艺术纸张和印白工艺印制。出版界这一迅速兴起的材质、工艺设计现象正日益影响着图书外部形态的变革，应引起我们书籍设计者的关注和思考。目前书市上消费类和休闲类书籍不仅从印刷上，装帧设计上要求一种新奇、多样，同时在文字、书名上也已一种非直观或非正常的语言从侧面给读者以诱导，以吸引和扩大读者群，获取更多的利润。如：《谁动了我的奶酪》、《你的降落伞是什么颜色的》、《做人不要太老实》、《河南人惹谁了》等。

### 一、认识UV的工艺美

UV (Ultra Vioce, 紫外线)是印刷领域的一项新型上光技术，是指在印好的印刷品表面覆盖一种特殊的透明材料，这种材料即UV油墨，又称紫外线固化油墨。是一种非色彩油墨，无色透明。它与普通油墨通过溶剂挥发的干燥方式不同，UV油墨在印刷过程中能在一定波长的紫外线照射下发生瞬间的化学反应，可在几秒钟从液态变为固态。因此可在印刷品的表面形成光滑的层面，使之产生特殊的视觉效果。

UV油墨在固化过程中因不同的加工工艺会产生光滑、磨砂、皱纹、冰花等多变的装饰效果，使平凡的油墨焕发出神采，使观者的审美体验不仅可从视觉感知更可立体的通过触觉进行体验。极大丰富了设计师的设计语汇及作品的艺术表现力。恰当地使用可使设计作品在优雅的氛围中透出悠悠的高贵气质。

UV上光技术与之前的覆膜、贴塑等印刷工艺相比，不仅具有上述艺术表现力，其还具有价格低、易操作、污染小、固化后无毒性、利于环保，可再回收的特点，而且其稳定性强，可擦洗，无覆膜工艺常出现的翘边、起泡、脱层等缺陷，大有替代传统上光工艺之势。

### 二、工艺设计与装帧

UV工艺的迅速兴起不仅极大地丰富了艺术表现力，为装帧设计注入了新的活力，同时对设计理念亦有较强的冲击。设计的艺术创意固然重要，但是其表现的载体和形式也同样重要，工艺设计已成为创意设计中不可分割的组成部分。

在过去近一个多世纪的发展历程中，平面设计从来都是以机器印制的方式来证明自己的价值，它从未脱离过大机器生产而独立存在。即使在国际各种设计比赛中，设计作品的机器生产工艺水平也是评判标准的重要组成部分。任何一件艺术品都离不开材质美、工艺美。如今科技的进步、数字技术的应用都不断冲击着设计观念的变革，书籍设计艺术同样也要靠装帧材料的美感、印制工艺的美感来丰富、创造

书籍设计的美感，创造出更美、更新的图书外部形态。因此作为一名设计师不仅应懂得基本设计原理，还必须掌握机器生产的相关工艺，了解各种材料的种类、性能，使其作为一种设计手段更好地为艺术创意服务。

前两年图书市场上艺术特种纸的流行和最近UV工艺的迅速兴起，以及平装图书领域烫金、凹凸等工艺的广泛应用都说明材质及工艺因素对装帧设计的影响力。如何看待二者之间的关系已成为装帧设计工作者必须研究的课题。设计本身就是一门科学，它囊括着工效学、心理学、材料学、印刷学等现代科学技术。作为一个书籍设计工作者，应当顺应时代，不断学习新知识，掌握书籍设计的前沿技术和设计要求。事实说明，恰当的材质运用及工艺设计在很大程度上会提升图书的艺术品位、创造良好的出版形象。如曾风行全国的中国青年出版社的《藏地牛皮书》一书，封面采用特种艺术纸，内文选用蒙肯轻型纸，切口刷黑，书籍两侧栓绳洞的设计就是将材料、工艺之美融与人文的设计范例。而近年来以卓而不群的图书品味而备受业界关注和读者好评的广西师范大学出版社和河北教育出版社，在很大程度上也得益于其对图书外部形态的创新和对装帧材质、工艺设计的考究。转贴于

因此，设计工作者在从事图书设计工作时，应在必须掌握图书内容的同时还需了解现代科学技术在出版工作中的作用，客观审慎地看待工艺设计。不可盲目追求“奢华”的工艺设计，也不可忽视工艺设计带来的艺术美感，要敏锐地捕捉和把握当今社会的审美需求和走势，融合适当的工艺设计将艺术创意完美的表达出来，从而达到内外兼优、相得益彰的视觉形态。一本理想的书应该体现和谐之美，既为读者创造精神需求空间，又能体现视觉、触觉、听觉、嗅觉的阅读愉悦。

### 三、工艺设计与编辑

随着我国经济的飞速发展，人们审美的需求也更加多元化，读者对书籍外部形态的审美需求也越来越高。仅仅简单满足于阅读的朴素之美已不能顺应时代的需求。科技的进步也为考究的装帧工艺提供了可能，此时的图书编辑理念在书籍的表达方式上也更加注重了装帧设计和工艺设计。毋庸置疑的是，在图书出版的整体运作过程中装帧设计工作日益引起出版业界的重视，但与图书形态息息相关的材料、工艺设计却尚未得到应有的重视。

近年来编辑行业从畅销书的运作分析结果中提出了“编辑含量”的延伸概念，即充分调动图书作为商品的各个元素，创造读者注意程度高，符合“眼球经济”时代读者需求的图书外部形态。这是市场对新时期编辑提出的要求。过去出版社对编辑的要求更多地强调其文字功底。现在看来，图书市场对编辑素质的要求已不限于此，编辑对图书外在表达方式的审美判断则显得越发重要。编辑的审美素质对其产品(图书)的品质具有重大的影响，而这种审美素质显然要基于其对相关设计知识的认知水平。编辑要走出传统图书的固有模式，与美编共同肩负起创造美的图书形态的任务。现代图书形式的灵活多变影响着现代编辑理念，文字编辑与美术编辑的工作分工不再明晰，往往是一种相互渗透、不可分割的工作状态。一本成功的图书必须是集体智慧的结晶，编辑所承担的文字工作的外延不断地扩大，这就要求编辑要了解许多相关的设计知识和工艺知识，并具备非凡的审美素质。因为这些知识的积淀会直接影响到其编辑作品的最终品质。当然，这并非要求文字编辑去替代美术编辑的工作，而是由于图书外部形态设计在图书策划出版的各环节中越发重要，而不断更新的材质及印装工艺又不断影响和作用着图书的外部形态。书籍设计不再单纯是美编的工作，编辑只有了解不同材料的特性和不同印制工艺的效果才能更好的参与出版工作，全面掌控图书出版的整体流程，在激烈竞争的图书市场中占有一席之地。

### 四、工艺设计与出版

我们知道图书的印制环节大多由出版社的出版部门负责运营实施。换句话说，图书最终的形态体现与出版部门的决定也是息息相关的。如今我国的印制工艺水平进步很快，新材料、新工艺的更新速度也很快，如果我们的设计观念跟不上、信息不够灵通，就会直接导致我们的图书设计水平在整个图书市场的相对滞后，影响竞争力。所以，了解并运用新材料和新工艺是设计师与编辑及出版部门共同的任务。

诚然，任何一种新生事物的推广都势必会承受来自各方的压力，诸如观念、成本等。这就要求出版社各部门间要相互沟通、协调，根据图书的具体情况选择恰当的工艺设计进行表达。从本文前面列出的图书销售榜中，我们虽不能说图书的工艺设计与图书的销售之间有必然联系，但至少也从一个侧面折射出读者对当代图书形态的审美取向。图书是文化的商品，因此书籍设计应体现一种文化审美价值。随着人们审美意识的提高，图书的附加值也日益成为消费者选择的重要内容，而书籍的外部形态正是其附加值的具体表现。据查，美国一家出版社的《致命的巧克力》一书未注重装帧设计，销路平平。后经专业图书包装公司一肯尼图书公司重新设计之后，销量顿时增加了25万册。事实上，在这个商业经济竞争激烈的今天，商业操作的低成本、高回报的时代已不复存在了。试想，当年《新周刊》《三联生活周刊》在早期的运营时，若不投入大量的资金又怎能在竞争激烈的期刊市场杀出一条血路。而细观近年来称雄市场的畅销图书，哪个不是给读者以装帧精美、印装考究的审美体验。这期间图书成本固然增加

了，但也促进了销售，增加了利润，同时也树立了良好的出版形象。

## 五、结语

纵观东西方书籍设计发展史，从西方的石块书、泥板书，到东方的简策装、卷轴装直至明清的线装书，其发展莫不伴随着材料与印制工艺的发展与革新。所以，关注当今的新材料、新工艺的更新发展对我国的出版工作也具有特别的现实意义。透过时下兴起的“UV”现象和凹凸、烫金银、印白、烫黑等工艺在平装图书领域的广泛应用，我们应该看到材料设计与工艺设计对装帧设计领域具有深远的影响。曾因《老照片》系列开启了新一轮图书出版时尚的著名出版人、山东画报出版社总编辑汪稼明在考查了欧洲出版业之后就感叹“我期盼着中国图书向工艺化转变:更加注重包装与营销，把活儿做细、做巧”。

当然凡时尚的东西都有兴衰的发展过程，任何事物，有它优势的一面，就有劣势的一面，不论现在还是将来UV等其它新工艺都不可能百分之百地应用在所有出版物，因为它对技术、纸张、书籍种类等有一定的选择性，同时对书籍的经济成本有一定的限制，出版者、书籍设计者应根据需要进行合理的工艺设计，否则会增加不必要的成本。UV工艺将来肯定会被更新的材料和工艺所替代。但UV现象带给我们的革新启示却是亘古不变的发展规律。面对这种现象，我们书籍设计工作者如何去把握利用现代材料与工艺设计来提高图书的销售市场，是作为一个有责任的设计师应重视的一个现实问题。我们需要开拓设计观念，对文学、艺术、科学技术……有全新的感受，领悟书籍设计的新概念，寻找新的设计语言，做出与作品相吻合并具有独立书籍艺术价值的新作品，才能使书籍在文化市场中有一席之地。转贴