

全媒体背景下书籍设计理念的发展与演变

卢建洲

(郑州轻工业大学, 郑州 450002)

摘要: **目的** 梳理全媒体时代背景下书籍设计理念的发展与演变脉络, 概括书籍设计理念的发展现状, 总结书籍设计流行趋势, 丰富书籍设计方法。**方法** 通过对书籍的内容和形态、书籍与读者之间的关系、书籍阅读体验方式等方面的发展演变进行比较研究与案例分析, 归纳总结书籍设计理念在全媒体时代背景下发生的重要演变。**结果** 全媒体时代背景下的书籍设计内容、形态、功能、作用、阅读方式等都发生了重要的变化。**结论** 在信息传达方式与通信技术深度发展的全媒体背景下, 书籍设计出现了信息视觉化设计、交互式用户体验设计、多媒体数字化技术、艺术性表达设计等多种新型设计理念, 这些全新的书籍设计理念拓宽了当下书籍设计的方法和途径。

关键词: 全媒体时代; 书籍设计; 设计理念; 阅读体验

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)16-0268-06

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.16.030

Development and Evolution of Book Design Concept in the Context of Omnimedia

LU Jian-zhou

(Zhengzhou University of Light Industry, Zhengzhou 450002, China)

ABSTRACT: The purpose of the paper is to sort out the development and evolution of book design concept under the background of omnimedia era, summarize the development status of book design concept, summarize the popular trend of book design, and enrich the method of book design. Through comparative research and case analysis on the development and evolution of the content and form of books, the relationship between books and readers, and the way of book reading experience, the important evolution and development of book design concepts in the context of the omnimedia era are summarized. The content, form, function, function and reading way of book design have all changed significantly in the background of omnimedia era. In the way of information and communication technology depth development under the background of the media, there are many new design concepts in book design, such as information user experience design, visual design, interactive multimedia technology, digital design and so on. Artistic expression of these new books design concept broadens the ways and means of current books design.

KEY WORDS: omnimedia era; book design; design concepts; reading experience

我国平面设计师吕敬人在1996年出版的《书籍设计四人说》中提出了“书籍设计”的理念,他强调:书籍的形成是一个全方位的整体构成,是外在和内在、内容和文字的珠联璧合,是作家、编辑、设计者、印制人员、纸张供给者、书店销售人员共同注入情感的生命体^[1]。这个理念对传统的书籍“装帧”提出了

质疑,改变了人们对书籍装帧的固有看法。自此以后该书籍设计理念成为行业共识,对很多青年设计师的书籍设计理念造成了很大的影响。书籍设计成为了设计师与书籍之间互动的系统工程,是设计师对书籍本身整体化的视觉形态设计。书籍设计概念包含了书籍的内容与形式、材料与印刷、视觉元素的设计与组合

收稿日期: 2022-03-06

基金项目: 河南省教育科学“十三五规划”项目(2019-JKGYB-0079)

作者简介: 卢建洲(1977—),男,硕士,副教授,主要研究方向为中原造物思想及视觉文化研究。

等内涵，是集编辑、装帧、印刷等多种工作于一体的整体艺术^[2]，它不仅是书籍内容文本信息的传达方式，同时也是作者和读者沟通的桥梁。

进入 21 世纪后，随着现代传播技术的发展与丰富，信息传播形式呈现出多元化的趋势，人们正处于这样一个信息综合性传播的“全媒体时代”^[3]。“全媒体”一词最早来源于 1999 年成立的美国玛莎-斯图尔特生活全媒体公司。随着现代科学技术不断进化发展，人类通信技术与信息技术快速更新迭代，互联网开始在全球范围内快速发展。2008 年以来“全媒体”一词开始在国内各类媒体中频频出现。在 2009 年济南召开的“全媒体出版整合营销沙龙”上，中文在线总裁童之磊给“全媒体”作出了以下解释：全媒体出版就是指同一个内容同时发布在纸质媒体、互联网、手机和手持阅读器等媒体上^[4]。

在全媒体背景下，多种媒体传播形式打破了传统单一的模式，信息的传播形式呈现出多渠道、多媒体、多平台发布的特点。这种多方位、多层次、多角度的传播方式大大提高了信息传播的针对性和有效性。针对不同媒体的传播渠道特征，信息传播的形式和结构也相应发生了很大的变化，满足了不同用户的需求。随着多媒体技术的快速发展与演变，智能手机、个人电脑、电子书阅读器成为书籍知识信息的另外一种重要载体，电子书籍逐渐走入人们的生活，成为人们阅读的重要方式，数字化阅读也逐步成为现代社会知识传播的重要形式之一^[5]。传统的书籍形态在这样综合多样的全媒体时代背景下迎来了新的挑战和生命。

1 全媒体背景下书籍的发展与演变

1.1 全媒体技术背景下书籍设计形态的发展与演变

随着现代信息技术不断进步，书籍的形态呈现出多样化的特征，书籍作为信息的载体也随之发生了变化。虽然目前以纸张为媒介、以文本和图片为主要信息载体的传统书籍仍然是大部分读者的选择，但全新形态的书籍不断出现在读者的视野中，这些新形态的书籍以其新颖的阅读方式、独特的阅读体验，越来越受到读者的青睐^[6]。

1) 以电子设备为媒介、以文本图片为信息载体的电子书籍。如借助电子设备阅读的电子书籍。此类电子书以超大的知识信息承载量和迅速便捷的信息查找功能，让读者的阅读更加轻便快捷。虽然电子书籍阅读的媒介发生了变化，但其信息的载体仍然是建立在传统书籍的文本和图片信息之上的，因此可以理解为传统书籍的电子版本。

2) 以综合材料为媒介、以文字图形和多维空间造型为信息载体的概念性书籍^[7]。以美国玩具书设计名家罗伯特·萨布达设计的《爱丽丝漫游奇境》为例（见图 1）。这本儿童类书籍是一本 3D 动态立体书，

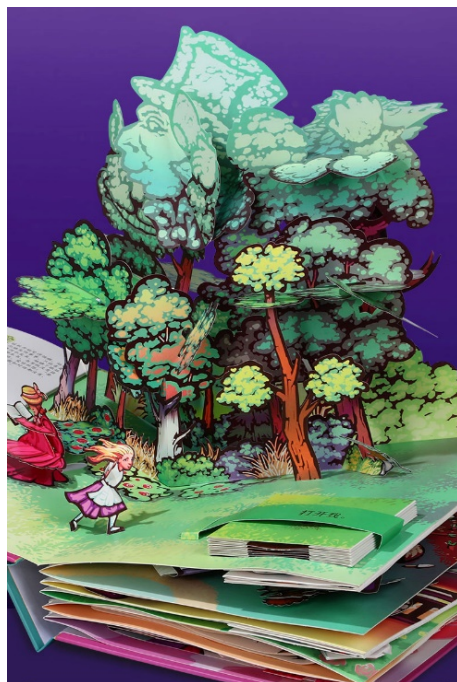


图 1 立体书《爱丽丝漫游奇境》
Fig.1 Pop-up book "Alice in Wonderland"

整本书由锡箔、绒毛、纸等不同的材料，700 多个零件，通过 1 300 多道工序装配而成。该书通过各种材料和装置设计真实地演绎了爱丽丝梦游奇境的生活场景，使小读者近距离地走进了爱丽丝的奇幻世界，穿越魔法森林，一起经历梦幻变身。全新设计的立体书将奇幻的故事和魔幻的立体场景相结合，使这本诞生于 19 世纪的全球著名的儿童文学著作再次焕发生机，令人叹为观止。

3) 伴随数字技术和交互技术的发展出现的以纸张和电子设备的结合为媒介、以文本图形图像及交互技术为信息载体的书籍。例如近些年来由增强现实技术发展而来的书籍。此类书籍通过数字技术将真实的书籍形态和虚拟的影像信息实时地叠加到同一个画面中^[8]。它不仅展示了书籍本身真实的信息，而且将虚拟的信息借助数码终端显示出来，两种信息互相补充、叠加，不仅增加了读者的观看体验，同时也扩展了读者读书的感官通道，由以前静态的文字阅读转变为动态图形或图像阅读，由原来单一的视觉信息接收通道转变为视听综合的多感觉接收信息通道。

4) 以艺术化表达为主要信息载体的书籍^[9]。虽然这种书籍还是以纸质形态为主，但书籍的内容和形态发生了多样性变化，其信息的传达方式脱离了文本和图片的束缚，采用了非常规的材料和方法，运用多种不同的形式语言来表达作者或设计师的理念和精神。例如我国著名书籍设计师朱赢椿创作的《虫子书》（见图 2），作者在书籍腰封的宣传语中写道：本书是虫子们的自然创作，无一汉字，请谨慎购买。朱赢椿对自己这本书的解释是：开半亩田，种五年菜，引

百种虫,集数千字,成一本书。全书都是由虫子们蘸墨后在洁白的宣纸上爬行留下的痕迹,这些随意而为的墨痕构成了一个个神秘的符号,这些虫子因为质感不同,在纸上游走的痕迹也大相径庭,从而有了潜蝇的行书、蚯蚓的大篆、蜡蝉的工笔、天牛的点皴、瓢虫的焦墨、蜗牛的写意、椿象的飞白、马蜂的狂草……^[10]传统书籍是以文字和图形为主要载体进行知识信息传递的,但《虫子书》之类的书籍中并没有过多的文字或形态可辨的图形,抽象、随机的虫子爬行痕迹体现的是一个生命过程,其承载信息的途径发生了重要变化。



图2 朱赢椿《虫子书》
Fig.2 Zhu Ying-chun "The Worm Book"

这些新形态的书籍不再侧重于文字信息的传达,更多的是依靠书籍的形态变化和形式多样性来表达和传递书籍承载的知识或精神信息,给读者带来了与以往(以文字和图片为主要信息载体的传统纸质图书)完全不同的阅读体验。

1.2 全媒体背景下书籍与读者之间关系的发展与演变

书籍是读者和信息之间的媒介,读者的阅读过程是书籍知识、信息、资料、数据的传递、交流和互动过程。传统书籍设计中读者与书籍之间的关系是固定不变的,主要是指书籍向读者传递信息的一个过程。然而,随着交互观念的发展与数字技术的进步,读者和书籍之间的关系也发生了变化,近些年来互动类书籍也进入了读者的视野,越来越多的设计师将交互理念运用于书籍的设计中^[11]。书籍不再是单一的向读者传递信息的过程,慢慢演变成为由出版社、作者(编者)与读者共同互动完成的图书,主要有以下几种互动形式:

1) 读者与传统书籍形态的互动。例如朱赢椿的设计作品《不裁》一书中内页的边缘没有裁开,而是在书的第一页嵌进去一把纸质的裁纸刀,读者在阅读过程中边看边裁,光滑的纸边因读者的裁切变成不规则的毛边,书籍的形态变得自由、随意,见图3。在这一过程中读者不仅对没有裁开的下一页内容有着短暂的期待,同时也因为参与了书籍形态的再创造而获得一种精神上的愉悦。



图3 朱赢椿《不裁》
Fig.3 Zhu Ying-chun "BuCai"

2) 读者与书籍内容之间的互动。读者在书籍阅读的过程中将自己的阅读体验和感受反馈给作者和出版社,然后由出版社将这些内容添加到书籍的下一版本中去,最终把再版的每一本书都变成增加了阅读者个人体验的独一无二的版本,再版的书籍内容会不断丰富、精致,因此书籍具有了一种互动的延续性,读者的角色也不再仅仅是知识与信息的简单接收者,对书籍的感受也变得更具亲切感、融入感和归属感。例如由天一创意联合机构、中国大地出版社、搜狐新闻中心等单位联合出版的《非常爱中国——喜爱家乡的101个理由》一书,该书呈现了“中国34省市自治区喜爱度调查暨喜爱家乡的100个理由”活动挑选出来的3400个喜爱理由。然而,除了书中印刷的各省市区100个喜爱理由之外,还特别增加了第101个喜爱理由的空格位置,由书籍的购买者来撰写喜爱家乡的理由,同时图书的购买者还可以将他们自己喜爱家乡的理由发送到出版社指定的电子邮箱。出版社对新收集的喜爱家乡的理由进行挑选,这些被选中的新的喜爱理由在书籍再版时将替换掉上一版本中的部分喜爱理由,从而使再版不再是简单的复制和印刷,而是书籍内容的精致和优化。书籍通过读者的这种参与和互动,让每一本书都变得与众不同,每一次再版书籍也会变得更加完美。

3) 读者与电子类书籍之间的互动。读者通过操作电子阅读设备,利用移动电子阅读客户端应用中的交互功能,完成电子书籍的互动式阅读。移动电子阅读的服务器终端能够分析读者的行为习惯数据,向读者提出问题,读者的阅读数据可以及时反馈给电子阅读设备,电子设备根据阅读习惯为读者推荐适合的书籍。在电子类书籍的阅读过程中,传统的阅读方式逐渐被互动式阅读取代,电子类书籍不仅能够利用数字技术将简单的文本信息制作成动态画面,同时还可以利用交互技术实现人机互动,充分调动读者的各种感觉器官,使读者的手、耳、眼睛、大脑协调起来接受信息,持续激发读者的阅读兴趣,有利于深度阅读,提高阅读效率。

1.3 全媒体背景下书籍阅读体验的发展与演变

在多样性和多元化信息传播方式的影响下,书籍所包含的内容越来越丰富,书籍信息传播的媒介和形

式也越来越多样。传统的印刷书籍利用书籍本身纸张的质感、印刷的墨香、翻书的声音、精美的印刷工艺让读者的听觉、视觉、嗅觉、触觉都能感受到阅读的愉悦与快乐。传统书籍的设计侧重于书籍的装帧设计、排版设计、印刷工艺设计，设计师的工作大多集中于文字的排版、插图的制作、纸张的选择、印刷工艺的制作、装帧形式的选定等。这些工作要求设计师必须具有较强的插图绘制能力、文本编排能力以及熟练的印刷工艺应用能力。

全媒体背景下的书籍设计需要聚焦于书籍内容的阅读体验上，将书籍中所包含的知识与精神内涵通过形态各异的立体造型、多种多样的印刷材料、全新的印刷工艺和制作方法、新颖的数字交互技术，来调动读者的多种感觉通道去体会和感受书籍的内容^[12]。以前读者的阅读体验主要来源于书籍的印刷形式，而现在读者的阅读体验主要来源于书籍内容的传达方式，读者对书籍的阅读体验变得更加多样化。

因此，在全媒体时代背景下，书籍的外部形态、内容的承载方式、读者的阅读方式和阅读体验都发生了巨大转变。传统书籍需要设计师所具备的能力在全媒体时代背景下来看就显得远远不够。这个全新的时代要求书籍设计者必须扭转对传统书籍设计的一些观念，紧跟时代的发展与潮流，适应书籍形态与功能的转变，为新时代的书籍设计建立起全新的书籍设计理念^[13]。

2 全媒体背景下书籍设计理念的发展与演变

2.1 信息视觉化设计理念

书籍设计信息视觉化指的是通过视觉的方式对书籍内容中的相关信息进行转译，使书籍的阅读者能方便快捷地感知到关键性信息^[14]。

21 世纪之前，书籍是知识和信息传递的主要载体，其文本编辑、插图创作、装帧形式都是以提高信息传递效率为主要目标的。然而，随着 20 世纪 80 年代数字技术的高速发展，各种信息处于一种大爆炸状态，海量的知识和信息呈现在读者面前。如何对书籍中的知识信息进行系统的、视觉化的整理与转化，如何引导读者对书籍进行视觉的快速化阅读，就成为现代书籍设计中需要关注的一种非常重要的理念^[15]。只有具备这种信息视觉化设计的理念，书籍设计师才能合理地运用书籍的各种元素进行信息的整理与传达，将书籍信息以最快捷、最有效的方式传达给读者，使读者在海量的信息中能够快速获得该书籍的主要信息和知识。

在这种设计理念的指导下，书籍设计师利用信息图表、标识等直观的视觉元素对书籍中不易被理解和解释的文本或数字信息内容进行处理，使读者通

过视觉信息图表对书籍的内容有了更加清晰的认识和理解^[16]。

2.2 交互式用户体验设计理念

用户体验这一概念是在 20 世纪 90 年代后期美国著名当代认知心理学家唐纳德·A·诺曼提出的情感化设计的基础上建立起来的。唐纳德·A·诺曼认为：情感总是通过判断来向人们传递外界的即时信息，情感通过影响神经系统的化学物质进入大脑的某个中央区域，从而修正人们的直觉、决策和行为^[17]。科技技术的快速发展使产品种类得到了极大丰富，人们的消费需求不断得到释放，市场竞争也越来越激烈，产品能否满足消费者的心理需求成为衡量产品成功与否的主要参考指标。良好的交互设计能够带给人们良好的用户体验，交互式用户体验设计就是这样一个研究人和人造物之间相互行为的跨学科设计理念，它以用户的行为分析为设计依据，强调用户使用、交流过程中的互动和交互体验，从而满足用户的心理需求^[18]。

交互式用户体验设计理念的扩散与传播使设计师开始关注消费者的心理需求和使用体验。书籍设计领域也受到这一设计理念的影响，书籍设计师在设计过程中也应该从读者的感受、情感、思考及其他关联性体验的角度出发，设计出能够受到读者认可和关注的、满足读者情感需求的、达到用户心理认可度的书籍。

2.3 多媒体技术理念

书籍设计中的多媒体技术是利用现代计算机技术，将书籍中的各类信息转换成数字信号，方便读者存储、读取、控制、检索等操作的系统技术。

在多媒体技术背景下，传统书籍的文本和图形图像信息可以通过计算机转换成文本、图形、图像、影像、声音等多种媒体信息，并进行综合的处理和管理，使读者可以通过多种感官与数字化书籍进行信息的沟通与交流^[19]。读者接受信息的感官通道由原来的单一视觉通道转变为视觉、听觉、触觉等多种感觉的综合通道。从认知心理学的角度理解，参与信息读取的感觉通道越多，读者的大脑就越活跃，记忆就越深刻，阅读的兴趣也就越大。因此，多媒体技术不仅可以让书籍的存储和读取变得更加方便、传播更加便捷，同时还可以帮助读者更快更好地理解书籍内容，从而极大地提高读者的阅读兴趣和阅读效率。

例如在《西南联大英文课》一书的设计中，通过随书赠送的书签可以扫码观看西南联大的纪录片，帮助人们了解西南联大的历史，从而增强读者对书籍背景知识的把握与认识。在每个章节前还可以扫码收听章节的英文语音版，帮助人们练习纯正的英文发音，提高听力水平。这些数字化的设计手段无疑对人们增加书籍阅读兴趣、掌握书籍内容有着很大的帮助。

2.4 艺术性表达设计理念

艺术性一词常常出现在文化领域中,是指一个艺术作品在艺术处理和艺术表现等方面所能达到的完美程度。书籍的艺术性表达指的就是书籍设计本身所具有的艺术感染力,其内容与形式达到和谐统一,能够更好地诠释设计师审美意境所达到的艺术表现力。

随着全媒体时代的来临,信息传播的方式与种类越来越丰富。书籍作为信息的重要载体和主要传播途径,其地位受到了很大的挑战。近些年来,出现了通过书籍自身的多种形态来表达设计师内心的想法、观念的书籍。此类书籍的主要内容不再是传统意义上的文本和图像,也并非现代书籍的数字化信息,而是设计师所创作的艺术化视觉意象或图形符号。这些艺术化的意象和符号呈现了作者的内心世界,表达了作者丰富、细腻的感受和体验。

例如,在我国当代书籍设计师朱赢椿的书籍设计中,运用独特的设计形式与语言表达了其独特的审美趣味和丰富的想象力,书籍本身也通过这种艺术化的表达变得更加有趣、生动,极大地提升了书籍设计作品的艺术感染力。最终读者通过对这些艺术化意象符号的解读,获得了相应的情感体验。

3 结语

计算机技术的广泛应用和数字技术的快速发展迅速开启了信息传播的新时代。多渠道、多平台、多媒体传播的信息传播全媒体时代已经走进人们的生活。在全媒体时代背景下,书籍自身的形态、书籍与读者之间的关系、书籍的功能和作用都发生了比较大的变化,近些年来出现的多种形态、多种形式的书籍带来了读者截然不同的阅读体验^[20]。随着书籍设计的变化,传统的书籍设计理念也产生了相应的变化,近些年来出现了信息可视化设计、交互式用户体验设计、多媒体数字化技术设计、艺术性表达设计等多种新型的设计理念。书籍设计师在这些全新的设计理念指导下,将会设计出更多能够适应新时代、新观念、新需求的现代书籍。

参考文献:

- [1] 吕敬人,宁成春,吴勇. 书籍设计四人说[M]. 北京:中国青年出版社,1996.
LYU Jing-ren, NING Cheng-chun, WU Yong. Book Design IV Days and Nights in Wuhan Said[M]. Beijing: China Youth Press, 1996.
- [2] 陈瑶. 当代情境下的设计概念再解读[J]. 设计艺术研究, 2017, 7(5): 34-40.
CHEN Yao. Reinterpretation of Design Concept in Contemporary Context[J]. Design Research, 2017, 7(5): 34-40.
- [3] 党圣元. 全媒体时代文艺传播的功能与责任[J]. 中国文学批评, 2015(1): 79-88.
DANG Shengyuan. The Function and Responsibility of Literary and Artistic Communication in the Era of Omnimedia[J]. Chinese Literary Criticism, 2015(1): 79-88.
- [4] 罗鑫. 什么是“全媒体”[J]. 中国记者, 2010(3): 82-83.
LUO Xin. What is "Omnimedia"[J]. China Reporter, 2010(3): 82-83.
- [5] 苏怡茵,王胜. 全媒体时代我国数字出版产业的发展机遇[J]. 出版发行研究, 2013(12): 64-66.
SU Yi-yin, WANG Sheng. Development Opportunities of China's Digital Publishing Industry in the All-Media Era[J]. Publishing Research, 2013(12): 64-66.
- [6] 高坚. 数字技术背景下书籍装帧的美学回归[J]. 编辑之友, 2018(3): 100-102.
GAO Jian. Aesthetic Regression of Book Binding under the Background of Digital Technology[J]. Editorial Friend, 2018(3): 100-102.
- [7] 陆勇. 创意阅读——艺术设计类书籍装帧设计新趋向[J]. 出版发行研究, 2018(4): 94-97.
LU Yong. Creative Reading—A New Trend in the Binding and Design of Art and Design Books[J]. Publishing Research, 2018(4): 94-97.
- [8] 高广宇. 交互式电子书籍对传统纸质书籍设计的影响及其对策研究[J]. 包装工程, 2017, 38(10): 100-104.
GAO Guangyu. Influences and Countermeasures of Interactive Electronic Books on Traditional Paper Book Design[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(10): 100-104.
- [9] 陈晶. 试论艺术设计对图书出版的影响[J]. 科技经济导刊, 2017(34): 124.
CHEN Jing. On the Influence of Art Design on Book Publishing[J]. Science & Technology Economic Guide, 2017(34): 124.
- [10] 朱赢椿. 虫子书[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2015.
ZHU Ying-chun. The Worm Book[M]. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2015.
- [11] 于方. 以交互式理念构建书籍装帧课程的教学新模式[J]. 艺术与设计(理论), 2015, 2(4): 129-131.
YU Fang. Study on Building a Novel Teaching Mode about the Course of Decorative Art of Book with Interactive Idea[J]. Art and Design, 2015, 2(4): 129-131.
- [12] 顾媛媛. “高技术”的嬗变——试论现代书籍设计的新发展[J]. 出版科学, 2014, 22(6): 33-37.
GU Yuan-yuan. Change of "High-Tech": The New Development of Modern Book Design[J]. Publishing Journal, 2014, 22(6): 33-37.
- [13] 于应魁,王嘉行. 论书籍设计中的人文精神表达[J]. 武汉理工大学学报(社会科学版), 2016, 29(5): 815-819.
YU Ying-kui, WANG Jia-xing. On Humanistic Spirit in the Design of Books[J]. Journal of Wuhan University of Technology (Social Sciences Edition), 2016, 29(5): 815-819.
- [14] 田华. 书籍设计中的可视化信息图表设计[J]. 四川戏剧, 2015(12): 77-80.
TIAN Hua. Visual Infographic Design in Book De-

- sign[J]. Sichuan Drama, 2015(12): 77-80.
- [15] 阮芳. 书籍设计中信息整合方法研究——以“世界最美的书”中国获奖作品为例[D]. 北京: 北京服装学院, 2016.
RUAN Fang. The Research of Information Transmission in Book Design—China Winning Entries of the Beautiful Books in the World[D]. Beijing: Beijing Institute of Clothing Technology, 2016.
- [16] 向帆. 信息可视化设计的里程碑与发展——从信息可视化设计案例观察信息可视化设计的发展历程[J]. 美术向导, 2011(3): 41-44.
XIANG Fan. Milestone and Development of Information Visual Design—Observing the Development Process of Information Visual Design from the Case of Information Visual Design[J]. Art Guide, 2011(3): 41-44.
- [17] 唐纳德·A·诺曼. 设计心理学 3 情感化设计[M]. 何笑梅, 欧秋杏, 译. 北京: 中信出版社, 2015.
DONALD A N. Design Psychology 3: Emotional Design[M]. HE Xiao-mei, OU Qiu-xing, Translated. Beijing: CITIC press, 2015.
- [18] 吴琼. 用户体验设计之辨[J]. 装饰, 2018(10): 30-33.
WU Qiong. The Differentiation of User Experience Design[J]. Art & Design, 2018(10): 30-33.
- [19] 董嫣. 视觉“触摸”: 数字时代纸质书籍设计的多维阅读体验[J]. 装饰, 2017(4): 136-137.
DONG Yan. Visual "Touch": Multi-Dimensional Reading Experience of Paper Book Design in Digital Era[J]. Art & Design, 2017(4): 136-137.
- [20] 翟建平. 市场经济下的书籍设计探究[J]. 包装工程, 2014, 35(10): 99-102.
ZHAI Jian-ping. The Books Design under the Market Economy[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(10): 99-102.

责任编辑: 马梦遥

(上接第267页)

- [9] 师常然. 浅谈农产品包装存在的问题与发展对策[J]. 科技经济市场, 2019(5): 129-131.
SHI Chang-ran. Discussion on the Problems and Development Countermeasures of Agricultural Products Packaging[J]. Science & Technology Economy Market, 2019(5): 129-131.
- [10] 唐葆祥. 吴彤章口述历史[M]. 上海: 上海书店出版社, 2016.
TANG Bao-xiang Wu Tong zhang Oral History[M]. Shanghai: Shanghai Bookstore press, 2016.
- [11] 胡绍宗. 中国现代农民画的原生性悖论——以黄州民间绘画三十年的创作为例[J]. 装饰, 2015(11): 116-118.
HU Shao-zong. The Research of Chinese Modern Peasant Painting Primary Paradox: Take Huangzhou Folk Painting Creation in the Past Thirty Years as an Example[J]. Art & Design, 2015(11): 116-118.
- [12] 马萍, 李康化. 农民画与地方文化产业发展——以户县、金山和龙门农民画为例[J]. 惠州学院学报, 2015, 35(1): 30-36.
MA Ping, LI Kang-hua. Farmer Paints and Development of Local Culture Industry—Farmer Paints of Huxian, Jinshan, and Longmen as an Example[J]. Journal of Huizhou University (Natural Science Edition), 2015, 35(1): 30-36.
- [13] 侯佳, 张楚. 中国传统元素在儿童玩具设计中的应用[J]. 工业设计, 2020(9): 141-142.
HOU Jia, ZHANG Chu. Application of Chinese Traditional Elements in the Design of Children's Toys[J]. Industrial Design, 2020(9): 141-142.
- [14] 王艳敏. 农民画色彩特征在地域农产品包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2020, 41(10): 267-273.
WANG Yan-min. Application of Color Features of Peasant Paintings to the Packaging Design of Regional Agricultural Products[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(10): 267-273.

责任编辑: 马梦遥