

美术编辑视角下的医学类图书封面色彩运用策略分析

郭淼

人民卫生出版社有限公司, 北京 100021

DOI:10.61369/ECE.2026010031

摘 要 : 医学类图书封面设计是出版流程中的重要环节,而色彩作为视觉传达的核心要素,承载着建立专业信任、传递内容属性、引导读者认知的多重功能。本文从美术编辑策划与管理的视角出发,系统探讨医学类图书封面设计中色彩运用的基本原则与实施策略。研究认为,医学类图书封面色彩设计需遵循功能性、专业适配性、审美性与市场适应性的有机统一;在美术编辑实践中,应建立色彩心理学与医学属性的内在关联,构建差异化的色彩识别系统,平衡内容的科学严谨性与视觉的艺术感染力,并通过全程质量控制确保设计意图的最终实现。本文旨在为医学出版工作者提供具有操作性的封面色彩管理思路,以提升医学类图书的整体品质与市场竞争力。

关 键 词 : 美术编辑;医学类图书;封面设计;色彩运用

Analysis of Color Application Strategies for Medical Book Covers from the Perspective of Art Editors

Guo Miao

People's Medical Publishing House Co., Ltd., Beijing 100021

Abstract : Cover design is an important part of the publishing process for medical books. As a core element of visual communication, color undertakes multiple functions: establishing professional trust, conveying content attributes, and guiding readers' cognition. From the perspective of art editing, planning and management, this paper systematically discusses the basic principles and implementation strategies of color application in the cover design of medical books. The study holds that color design for medical book covers should achieve the organic unity of functionality, professional suitability, aesthetic quality and market adaptability. In art editing practice, it is necessary to build an internal connection between color psychology and medical attributes, form a differentiated color recognition system, balance scientific rigor and visual artistic appeal, and ensure the realization of design intentions through the whole-process quality control. This paper aims to provide operational ideas of cover color management for medical publishing practitioners, so as to improve the overall quality and market competitiveness of medical books.

Keywords : art editor; medical books; cover design; color application

一、图书封面设计的基本原则

(一) 功能性原则

封面设计的根本目的,在于准确、高效地传达图书的核心信息,引导读者完成从注意到认知再到购买的心理过程。这一功能性要求,决定了色彩运用必须服务于信息传达的清晰性与层次性,而非单纯追求视觉冲击或艺术表现。从信息层级的角度审视,封面通常承载着书名、作者、出版社、系列标识等多重信息要素^[1]。色彩在其中发挥着建立视觉秩序的关键作用——通过明度、纯度和色相的对比,引导读者视线按照重要程度依次扫描各信息要素。例如,书名作为最核心的信息,通常需要最高的色彩辨识度,可通过与背景形成鲜明对比来实现;而作者姓名、出版社标识等次要信息,则宜采用相对柔和的色彩处理,避免喧宾夺主。这种信息优先级的可视化呈现,本质上是色彩功能性最直接的体现^[2]。

(二) 专业适配性原则

每一类图书都有其独特的内容属性和读者期待,封面色彩必须与之形成内在的呼应和统一。对于医学类图书而言,这一原则尤为重要——医学作为关乎生命健康的科学领域,其知识载体天然需要传递专业、严谨、可信赖的视觉印象。专业适配性首先体现在对医学学科特质的视觉转化上。医学研究的是生命的奥秘与健康的规律,其知识体系既具有自然科学的客观严谨,又蕴含着人文关怀的温度,理想的封面色彩应当能够传达这种双重属性。同时,专业适配性还要求色彩运用充分考虑医学各细分领域的特殊性^[3]。内科学、外科学、妇产科学、儿科学、中医学等不同学科,有着各自的知识传统和读者期待,封面色彩应当有所区别。这种基于学科差异的色彩分化,既是专业适配性的深化,也是市场细分的必然要求。

(三) 审美性原则

强调专业适配并不意味着对审美价值的忽视。优秀的医学图

书封面，应当能够在严谨规范的基础上，展现出独特的艺术感染力和审美吸引力。事实上，专业性与审美性并非对立关系，而是可以相辅相成、相得益彰的。医学本身蕴含着独特的形式美感——人体结构的精妙、细胞组织的瑰丽、医学图式的简洁——这些都可以成为封面设计的审美资源。优秀的美术编辑善于从医学内容中提炼视觉元素，通过色彩的提炼、转化和重构，创造出既有医学特质又有艺术韵味的封面作品。另外，审美性的实现还有赖于对色彩规律的深刻把握。色彩的对比与调和、节奏与韵律、主次与层次，这些基本的美学法则同样适用于医学图书封面。适度运用对比色可以突出重点，巧妙安排色彩节奏可以引导阅读，精心设计的色彩层次可以增强空间感——这些都是审美性原则的具体体现^[4]。

二、美术编辑视角下的医学类图书封面色彩运用策略

（一）基于色彩心理学的内容属性映射

色彩对人的心理以及情绪有着微妙而深刻的作用，在医学书籍封面设计中有着重要的应用价值。美术编辑在设计封面色彩的时候，应该建立起色觉应答与书籍内容特点之间的关联性关系，使色彩成为内容特征的可视化表达符号^[5]。首先从色彩心理学角度出发：蓝色能够给人带来冷静、理性、专业的感受，正契合了医药学严谨的特点。深蓝色系传递着权威感与内涵，用于科学研究书籍及传统指南；中度蓝色系象征着可靠的专业性，广泛运用于各科教材以及临床手册；浅蓝色系表达出清爽感和希望感经常被应用在康复医学类、预防医学类等相关的书籍中，在这种以蓝色为基础进行细致运用的基础上，可以让色彩更好地契合各类书籍的内容特点；例如，全国高等学校五年制本科临床医学专业第九轮规划教材，整体色彩延续人卫社本科临床教材一脉相承的颜色感受，整体设计中通过蓝色调深浅、渐变方式和角度处理营造出科技与人类的宏观世界（见图1）。



图1 全国高等学校五年制本科临床医学专业第九轮规划教材

而在涉及康复医学、食疗、心理养生等内容类图书中，则多有绿色系产生较之于蓝色系更强的温暖感和期望值。而医学类书籍在运用暖色调方面则需格外谨慎，红色固然具有很强的冲击力，但也会给人以焦虑或者警觉的心理感受，在医疗环境中一般都会控制其使用率。但是有些场合下合理运用暖色则会产生特殊的视觉效果，例如《正念分娩与养育》一书封面设计以雏菊为表现主体，文字设计严谨、规律，通过细节和层次的变化呈现时间和空间感。整体暖色调安静、温暖、关怀、有生命力。借此传递一种开放欣赏的眼界和心灵，使读者看到更多自然的美好和人间

的善意，传递更多的快乐、仁慈、觉知、平静和智慧（见图2）。一位优秀的美术编辑应当把握好这种尺度，使得色彩在准确传达内容属性的同时又不失美感。



图2 《正念分娩与养育》

（二）差异化定位中的色彩识别系统构建

在医疗图书市场竞争日趋激烈的形势下，打造差异化色彩系统已成为强化品牌形象及竞争优势的有效策略。美术编辑应具有更高的站位意识来审视和建构色彩的策略价值。对于成套的医书，色彩能够作为有效方式建立统一的识别符号并区分不同篇章的内容。假如一部医学教材可以在不破坏基本架构的前提下，以不同的色块（如：内科学采用蓝色，外科手术采用深绿色，妇产科病理学采用紫红色，儿科疾病采用橙黄色等等），区隔每一单元的内容——不但可以呈现出整套丛书鲜明的整体感，也便于学生在最短时间内定位所需页码。如此这般“稳定又多元”的设计思路，不仅符合格式塔心理学原理——整体大于部分之总合，还体现出美术编辑对于色彩体系的战略考量。同一出版社的不同医书之间，可借助连续性的用色策略进行资本积累，当受众不断重复接受某种喜爱的配色或单色后，那么它会逐渐形成品牌联想和预期。人卫社对医学类图书设计一直保持着专业、严谨的沉稳大气风格，这也是人卫品牌形象的重要部分。从品牌积淀的角度看，这要求我们在长期工作中保持战略定力，在创新中守正，在变局中固本；我们要准确把握市场定位，差异化发展^[6]。比如对高端专业类图书，我们可用较含蓄深邃的色调表达它的博大精深与严谨；对于实用性较强的职教或临床学习类图书，则可选用明快醒目的色系，突出其操作性强、便于开展等特点；而对于大众读者，我们的科普图书则应活泼生动一些。为降低阅读门槛，增强大众易读性。所以，美术编辑需要根据图书的读者对象和市场定位，为其量身打造最恰当的色彩方案。

（三）科学严谨性与视觉吸引力的动态平衡

关键问题是医学类图书封面设计如何在不失科学性的前提下做到最吸引人的眼球，这就需要美术编辑的专业素养及协调作用，在不一味追求审美而失去了医学性的同时，也不能因过于强调精确性而忽视美感的力量。使用低饱和色系是另一种方法，相比于鲜艳明亮的颜色更加沉稳内敛，给人以专业严谨的印象，并不显得轻浮和随便，而适度的明暗变化和色彩层次又在保证整体统一的基础上，能创造丰富的视觉层次感和美感体验。美术编辑应检查：主色运用是否过于强烈或者平淡？辅助色是否恰当？整个配色方案是否和谐有序？正确地运用互补色，在不破坏整体的专业性的前提下可以极大地增强表现力。对重要内容的突出显示、对视觉中心的关注点设置、对空间层次关系的建立等等，一

般可以借助色彩对比实现。但对比程度又需把握好尺度——过小则不能产生视觉效果,过大则会影响整体构图和谐。美术编辑应把握这一尺度,让色彩对比运用服务于设计目的,同时遵循医学类图书应有的沉稳气质^[8]。另外,要考虑空白与色彩之间的关系,在封面中,空白不仅仅是色彩的衬托物,同时也是色彩联系的重要部分。适当的空白可以使色彩拥有更大的空间发挥色彩的魅力,避免因色彩堆积而造成的视觉压力。同时,空白本身也可视为一种色彩——白色的纯净透明,这恰好契合了医疗行业所具有的特征。美术编辑需要精心考量“留白的地方是否足够大?留白部分和色块的比例合适吗?留白真的起到了突显主色、加强空间作用了吗?”等问题。

(四)印刷环节对封面色彩的全流程把控

封面的视觉效果是基于从策划到印刷完成的所有阶段。作为书籍生产过程中指挥及协调者,美术编辑应当在每一个环节发挥重要作用,确保设计理念得以完整实现。项目初期,美术编辑应结合书籍内容、目标读者群、市场定位等制定初步色彩策略方案。这部分不必过于详尽,但应明确一些基本原则:是保守稳健的传统风格还是时尚前卫的现代风格;是严谨严肃的专业风格还是轻松活泼的人文风格;是否有系列标志或品牌延续性的需求等。这些方向性指导原则可为美术编辑带来启发点,并减少后期反复修改的次数。美术编辑应在设计对话中能够将文本诠释转换成设计语言,能清晰地描述书籍的特点以及色彩预期。这个环节需要反复推敲主色调的准确性、辅助色的搭配以及整个色彩方案的和谐度^[9]。比如,科普类图书——《健身营养书:让增肌减脂变简单》,其护封以充满力量感的图片,配白底色封面,做圆形UV工艺,表现健身与营养的图书主题。内文设计延续简洁硬朗风格,双色呈现,文字排版醒目,阅读舒适(见图3)。

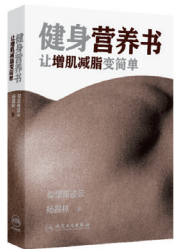


图3《健身营养书:让增肌减脂变简单》

而在审定环节里,美术编辑应制定出多种评判标准。从视觉感受的角度看,色彩能准确体现图书的内容特点以及学科属性吗?从受众角度考虑,色彩能满足读者审美需求和心理预期吗?从市场角度考虑,色彩具备足够的辨识度和竞争力吗?从技术角度看,色彩选用适合生产工艺流程和控制生产成本吗?以上问题如果能够综合考虑,会更加客观合理。我们应认真比对样稿,并确认其色相准确性。纸张材质、印刷工艺、后期加工等因素都会影响最终呈现效果,在此环节,美术编辑应该适当把关。当书中严格地指定了颜色,最好用机器追踪色彩以确保大批量印刷时颜色的一致性^[9]。虽然这属于整个过程的最后一个环节,但是它却会直接关系到设计的真实性呈现,因此美术编辑不可忽视。

三、结语

医学类图书封面色彩运用,看似是设计技术问题,实则涉及内容理解、读者认知、市场定位、工艺实现的系统工程^[10]。从美术编辑视角出发,色彩策略的制定需要遵循功能性、专业适配性、审美性、市场适应性的基本原则,在此基础上实现从内容属性到视觉语言的创造性转化。随着读者审美水平的不断提升和出版技术的持续发展,医学图书封面设计面临着更高的要求 and 更多的可能。美术编辑应当保持对设计趋势的敏感,对新材料新工艺的关注,同时更要坚守医学出版的根本使命,即以最恰当的形式,传递最可靠的医学知识,服务于人类健康事业。唯有将专业的严谨与审美的追求、市场的适应与文化的传承有机结合,医学图书封面才能真正成为内容与形式相统一的精品,在读者心中留下深刻而美好的印象。

参考文献

- [1] 李超霞. 编辑视角下的图书封面色彩运用——以医学类图书为例[J]. 现代阅读, 2025, (08): 24-26.
- [2] 牧仁. 浅谈图书封面与版式设计[J]. 匠心, 2025, (03): 114-116.
- [3] 刘莎. 色彩心理学在图书封面设计中的应用[J]. 新疆新闻出版广电, 2025, (03): 52-54.
- [4] 陈广春. 语义视域下纸质图书封面色彩的视觉表达探究[J]. 出版参考, 2025, (02): 61-65.
- [5] 刘艺琴. 图书封面设计的导向价值与实现路径探析[J]. 出版科学, 2024, 32(06): 59-66.
- [6] 王彩博. 科普图书封面设计的主题创意与实现路径[J]. 编辑学刊, 2022, (04): 87-92.
- [7] 荣西. 图书封面“命题”设计的提升策略研究[J]. 科技与出版, 2021, (09): 92-96.
- [8] 荣西. 医学图书封面设计的主题创意与实现方法探究[J]. 出版广角, 2021, (10): 56-58.
- [9] 李乐. 图书封面装帧设计的色彩情感表达[J]. 中华手工, 2021, (03): 107-108.
- [10] 丁玉娴. 图书封面设计管理工作探析[J]. 今传媒, 2023, 31(5): 74-77. DOI: 10.3969/j.issn.1672-8122.2023.05.021.