

4·23世界读书日



# 翻山越岭研发花草纸 他将“最美的书”做成文创“网红”

专访

在电子信息的时代，一本纸质书存在的充分理由是什么？

四川人民出版社编辑王其进，在作为责编编《植物先生：二十四节气植物研学课》(以下简称《植物先生》)这本书时，切切实实走了一条非同寻常路。从到大山深处研发纸张到众筹上线、打包发货，原本是图书内容编辑的王其进都亲力亲为。这本书将文章内容、装帧设计、传统纸艺完美结合在一起，内容与形式达到高度统一，从而获得2020年度中国“最美的书”称号，并且以128元原价不打折的价格成为读者争相收藏的香饽饽。



书籍设计师许天琪(左)、责编王其进

## 读到写蜡梅的文章 你翻阅的纸张就有蜡梅花成分

《植物先生》是一部散文集。作者是浙江作家袁明华，曾走过120多个国家和地区，沿着“植物猎人”威尔逊的足迹追寻心中的植物。在《植物先生》中，他以二十四节气为纲，从身边的植物入手，写了应时而生的二十四种植物。其中有大家耳熟能详的蜡梅、白玉兰、油菜花、桑树等，也有可能不太熟悉的植物，如无患子、黄山栎树等。坦白说，以植物为主题的优质散文集，并不特别难找。令人格外惊喜的是，当你读到书中关于蜡梅的篇章，你所翻阅的纸张，就有蜡梅花的成分。当你读到梧桐那篇，纸张就带有梧桐叶的碎片。整本书拿在手里的手感非常好：书口三方磨毛边，三孔古线装订，纯天然麻绳，仿佛拿到的不是一本书，而是一个工艺品。在豆瓣上有人评论它是“即便不看，也一定要收藏的一本书！”

而这正是责编王其进和书籍设计师许天琪，与安徽宣城的纸张研发、造纸工艺师一起努力的结果。

王其进从2005年毕业进入四川出版行业，距今已经17年了。如今他是四川人民出版社·鲸歌文学出版中心的一名编辑，每年差不多要责编十多本书。提到《植物先生》，他格外自豪：“这是2020年我做得最累最辛苦的一本书，但也是收获最大的一本书。”

## 开发纸张大费周折 设计师干脆住进山里

接到《植物先生》的稿子后，其中关于植物的精彩描写，激发了王其进“在文字内容的基础上进行再创造，让形式与内容更完美结合，为之加分”的念头。考虑到植物与纸张的联系，他想充分发挥纸张的物质性，即与视觉、听觉、触觉互动的部分。王其进与在成都的书籍设计师许天琪不谋而合。两人决定在《植物先生》上紧密合作。

许天琪曾操刀设计阿来散文集《成都物候记》《寻绣记》，深受好评。其中《成都物候记》获得2019年度“最美的书”称号，《寻绣记》获得2018年度“最美的书”，“第九届全国书籍设计展金奖”。

他们很快达成一致：对应《植物先生》中的二十四种节气、二十四种植物，

用24种花草纸分别印刷。这个点子很好，但是实际操作起来，却费了大劲。

他们找了十多家合作供纸的商家，未果。又尝试直接与造纸厂联系。但要么被拒绝要么提出苛刻要求，如需要用一年来收集原材料，再花半年时间生产。

最终他们从清华大学美院副教授、中国手工造纸联盟负责人原博那里得到指点。前往安徽宣城泾县。宣城是中国宣纸之都。许天琪和助手张睿从杭州出发，原博副教授从北京出发，王其进和四川人民出版社印制部主任祝健从成都出发，在泾县汇合。大暑天，众人汗流浃背，一路飞奔，终于见到了安徽泾县守经皮纸厂年轻的负责人程玮，以及向原博教授推荐纸厂的好友、中国宣纸研究所所长黄飞松。

在8月平均38℃的气温下，大家一头扎进纸张研发车间，甚至翻山越岭寻找造纸原材料。对二十四种植物一一进行分析，如何采集原料，用什么方式融入纸浆中。有个别像合欢这样的植物，实在无法很好地体现在纸张上，就努力通过染色模拟、水印造型、寻找替代材料等方式进行处理。为了让效果准确表达，许天琪甚至在泾县山上的那家纸厂旁边，找了农家房住了一个多月，只为了更方便监控造纸流程，能随

时调整。直到完成了全部二十四种植物的打样，她才撤回成都。

24种花草纸的问题解决了，又一个困难来了：装订起来很费人工。装订采用的是手工折页打孔麻绳锁线加三方打毛。印厂预计安排10名工人每天工作8小时，一个月就能搞定，结果整整三个月还没把书装完。回忆这段经历，王其进感慨，“当时我真的是压力山大，钱一直在花，时间不停地推后，很感恩我们的社长黄立新先生对这本书一直非常支持。”

## “最美的书”走出深闺 两个月销售50万码洋

2020年10月底，《植物先生：二十四节气植物研学课》第一本书从印厂诞生。一周后，本书被评为2020年度中国“最美的书”。

“最美的书”评选创立于2003年，是上海市新闻出版局主办的书籍设计年度评选活动。十多年来，“最美的书”评委会受德国莱比锡“世界最美的书”主办机构德国图书艺术基金会的委托，邀请海内外顶尖的书籍设计师担任评委，评选和推荐当年度来自中国的“最美的书”并送往德国莱比锡参加次年度“世界最美的书”评选。

这种手工性质很强的书，交货缓慢、文创属性较强，要卖出去只能不走寻常路。为此，王其进和同事们制定了一套特殊的销售策略：图书全网全价销售，搭配赠品，对于无法控制销售价格的平台决不供货。先在摩点众筹网上，预计进行为期15天的众筹，目标是一万元。“让我们惊喜的是，半天时间就完成了目标。15天后，以700多册的图书筹集到超过十万元的书款。2020年12月中旬，《植物先生》在豆瓣书店首发预售，一个多月售出超过600册。每本书128元，不打折。”2021年1月3日，《植物先生》新书发布会在杭州举行，500册图书在现场签售一空。《植物先生》在快抱发起团购，200册书一个周末就被抢空，随即返场500册。2021年2月初，书萌面向实体店发起“秒杀”，3天时间征订超过500册图书。

为了增加这本书的吸引力，王其进还和同事们制作了二十四节气花草笺、立春卷轴、四季书签、纯狼毫书写套装、木质印章和时间盒子礼盒等文创衍生品，受到读者热烈欢迎。正是在这种跌跌撞撞的摸索中，依靠编辑自己开拓的渠道和人力投入，在2021年底两个月时间销售了超过4000册50万码洋的图书。

## 有想法的图书编辑 会向发行渠道、书店学习

比起得奖、赚钱，最让王其进感到自豪的是，“有一个女作家看到这本书，爱不释手，赞美四川出版做得好。我们还接到不少机构邀请，让我们去办展览做分享，这些都让我觉得，此前的折腾非常值得。这次经历也给我一个信心：只要你用心去做，一定会被人看到。”

采访最后，王其进向封面新闻记者透露，《植物先生》要出第2辑了，还是跟许天琪合作，依然不走寻常路，“《植物先生》的作者袁明华，又根据24节气写了24种应时食物。我们想在形式上寻找新的突破点，许天琪已经拿了一个设计方案出来，我们会有一些新的想法。”

图书编辑一般更关注出版内容，但王其进有一个深刻感受，“我这几年确实把很多精力放在了渠道的了解和研究上。在这个过程中我发现，更爱图书更懂图书的不一定是编辑，而可能是开书店的朋友。在向开书店的朋友学习请教中，完善了我对出版的认识。”

近些年，媒介技术迅猛发展，信息载体也发生了很大变化。专访最后，王其进感慨说，“媒介技术的进步和运用，更多改变了图书的销售渠道而不是图书的内容。一直以来出版界有个争论，就是出版到底是渠道为王还是内容为王。我也观察到，有许多非常厉害的编辑、策划人，受限于渠道而无法长期持续深耕。而一些非常强的渠道也想涉足出版，但往往把自己的意志强加到编辑身上，编辑只是一个生产机器，只能生产大量同质化的图书产品。在我看来，这两者并不是非此即彼的。只有渠道和内容都做好了，才会是平衡的出版，也才能做得更长久。”

封面新闻记者 张杰 实习生 蒋瑞尧



《植物先生：二十四节气植物研学课》



研发团队在选取加入浆料的植物。



设计师许天琪在试验稿染纸。