



跟着手作书,动动手指,让生活更美好——



温暖个性亲手作

□ 熊 丽

任职于一家文化机构的柳蕊,被朋友们赞为“家居达人”,从收纳到烹饪,样样有心得。在闲暇时间拿起针线制作无纺布小物,成了她的新爱好。缝上可爱动物图案的小卡包送给同事后,还在办公室里带起了一股手作风。

市售商品没有个性?担心食品不够环保?工作太累想沉淀心情?健康环保、富有趣味的手作,正在吸引越来越多的年轻人放下手机,用自己的手指让生活变得更美好。

自己动手更快乐

亲手制作的东西更能让人感到幸福和温暖

手作一词来自日本,又称手工、DIY。在豆瓣网上,以手作为主题的小组多达数百个。河南科技出版社网络销售主管张青认为,手作的流行,具有某种反工业化的特点,体现了人们对于美和个性化的追求。

事实上,与其说手作是流行,不如说是一种回归。在工业化到来之前,我们的许多物品都是由手工打造,在上世纪90年代之前出生的人们大都穿过家人编织的“温暖牌”毛衣。

几年前,毛绒玩具爱好者方略突发奇想,知名品牌的毛绒玩具太贵,一般的品牌又不放心质量,何不自己动手?从毛绒玩具类图书起步,学会后又陆续购入了怎么做马甲、婴儿内衣、椅垫的图书,工具也从针线过渡到了缝纫机。她的这些作品大多分享给了亲朋好友,尤其是为朋友孩子制作的礼物,更是收到无数点赞。

2011年,方略又开始购入烘焙类图书。按照书中所教,她首战吐司,出师未捷,但之后的黄油曲奇却十分成功。自那以后,烘焙的原料和工具越买越多,做的种类也越来越多。自己做的味道不会差,最关键的是比商场出售的健康啊。方略笑着说。

手作书,是让你心手相连的小小工具。虽然现在什么都能买到,但亲手制作的东西更能让人感到幸福和温暖。在一针一线,一衣一饭之间,心里的温情也随之传递。手作的迷人之处还在于,每一个作品都是独一无二的,不到最后一步完成,不知道作品将绽放怎样的魔力。

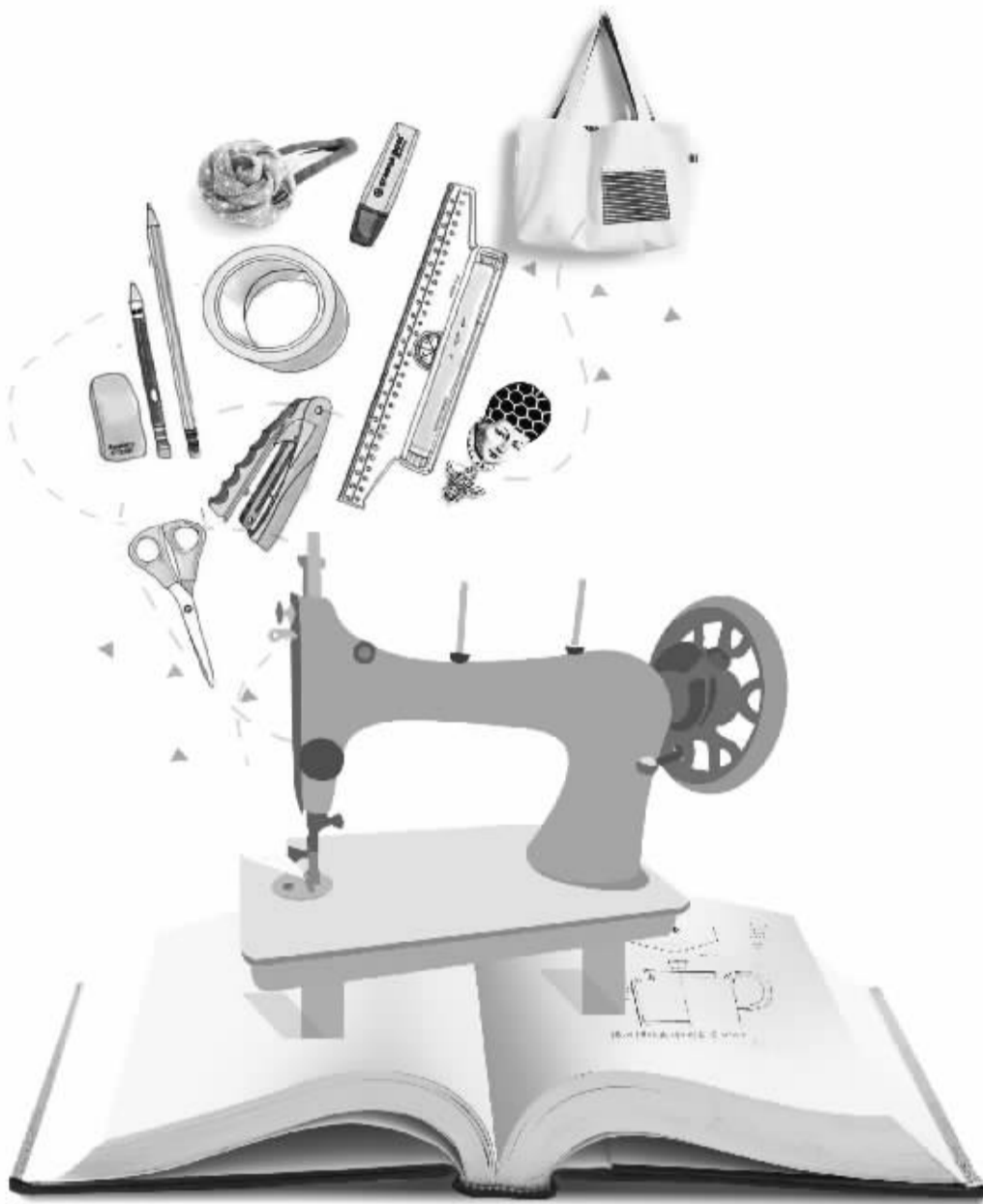
对方略来说,手作更重要的意义是令她实现了工作和生活的平衡。她是一家大型律师事务所律师事务所的合伙人,每天与资本市场打交道,动辄十几天的出差奔波,通宵做项目,更是家常便饭。“工作是做不完的。拿出一个下午专门做烘焙,虽然过程很麻烦,但我在享受结果的同时,感觉自己坚持了对一种生活状态的标准。这样的小小时没有花在工作上,我觉得很开心。”

在北京市一家国企工作的冯女士,6月17日专程来到西单图书大厦选购手作书籍。她的手机里存有很多自己和同事的钩针作品,“你看这个三格的小篮子,左边是果园,放草莓和葡萄;中间是庄园,插着薰衣草,右边我还没想好放什么呢。”冯女士说,“不费工夫,一个中午就能钩出来。”

俗话说,难者不会,会者不难。缺少艺术细胞,又想尝试手作,菜鸟的手作之旅该如何开启?

冯女士说,只要想做,其实不难。市场上手作书数量繁多,品类齐全,从入门到进阶,总有一款适合你。发达的网购,使得手工材料的获取也非常简便。

开卷全国图书零售市场观测系统提供的数据显示,今年1-5月,情趣手工类图书在上一级生活类市场的码洋占有了率达到了3.1642%。手作书码洋之所以能上升,跟人们向往慢生活、渴望温暖牌和唯一性的需求分不开。



大众冷门都有爱

手作书的发展有一个自我验证的过程,不去培育始终起不来

北京白领刘敏莉是手工皂的爱好者,从网络购买成品到自己尝试,原料环保、造型个性、健康护肤的手工皂令她沉醉不已。

记者在西单图书大厦二层体育生活保健部“家庭手工制作”子目牌下看到,8个5层大书架上,手作书涵盖的范围非常广泛,如《橡皮章中毒》、《手缝皮革包》、《27款时尚优雅的手作帽》、《丝带花语:手作80款唯美装饰物》、《时尚趣味折纸大全》、《我的手作烘焙魔法书》等,琳琅满目。

据河南科技出版社网络销售主管张青介绍,手工DIY图书是生活类图书下的细分市场,近年来增长势头良好,引起了中国纺织出版社、河南科技出版社、辽宁科技出版社等众多出版社和民营工作室的关注,当当网等还成立了专门的手工DIY频道。手作书可以分为编织(棒针、钩针、手编、结艺)、拼布、纸艺(折纸、剪纸)、刺绣、羊毛毡、黏土、皮革等超细分市场。其中编织类图书仍然是目前手作书的最大超细分市场,受众面较广,在实体店和网上的销售情况较好,拼布等畅销书可能超过70%依靠网络书店销售。

近年来,一些冷门手作书逐渐趋热,手工皂、冰激凌、护肤品、羊毛毡制作、皮革制作等图书市场受到关注。如河南科技出版社2012年5月份上市的《纯手工冰激凌》在当年夏季高峰期当网月销近千册。一本名为《手缝皮

革技巧事典》的书,销量也达到了约两万册。

中国纺织出版社情趣手工项目部主任向隽表示,2003年至2008年,手作书主要是编织类,以40岁以上人群为主要读者,年轻人相对较少,书的风格比较朴实。近几年,随着大量外版书的进入,越来越多的年轻人对手作感兴趣。在物质相对满足的现在,读者对书的图片、设计、印刷的要求越来越高,手作品种的变化也很大。

在向隽看来,美观、实用、市场容量是评价一本手作书优秀与否的3个主要指标。作品是否足够漂亮,是否有原创度,展示步骤能否教会读者,是否有足够的人喜欢,都很重要。估算下来,如果一本书的投资是5万元,至少销售三千册才能收回成本。因此,出版社对于小众品种的选择会比较谨慎,比如缎带、头饰等,但如果市场调查反映好,也会“冒险一把。”

张青认为,手作书的发展有一个自我验证的过程,不去培育始终起不来。“2009年左右,我们出了一本《我的居家手工艺》,没想到市场反响很好,加印了两三次。”

那么,对于初学者来说,海量的手作书容易让人挑花眼,怎样才能找到属于自己的那本书呢?

专业人士表示,手作学习当面教学最好,其次是视频,再次是书。选择哪个品种入门,往往是机缘凑巧,比如受到身边同学同事的影响。向隽表示,手工爱好者一般都会都有自己的偏好,如果是零基础,建议从相对简单的布艺类入手,比如中国结或者小收纳包,对技法的要求相对较低,完全可以自学。如果喜欢比较精致的东西,可以尝试现在流行的日韩式刺绣,两三个针法就可以绣出精致的作品,容易入门,而且很有质感。

本土原创要崛起

作品的纹理只有书才能看清楚,这是扫描或翻拍难以展现的

从目前的手作书市场来看,引进版和本土作品各领风骚。一般来说,发达地区和网络渠道中,引进版更受青睐,本土作品则在三四线城市和实体店店里粉丝众多。

“手把手教学”、“初次学做就成功”、“打好基础不走弯路”、“给你零失败DIY成功体验”,翻看众多手作书,你不难发现,无论是引进还是本土,它们大多瞄准初学者的“痛点”,将简单、实用、可操作性强作为卖点,步骤清晰完整、设计款式多样,并配有图片的精细图解。

张青告诉记者,2003年以来,河南科技出版社目前引进版占到95%以上,主要来自日本、韩国和我国台湾地区。国外的手作书印刷质量好,内容经过国外手工爱好者的检验,美誉度高,而且原创性强。手作的资深玩家,对国外的书都很了解,也很着迷,往往是出一本就买一本,新品接受度非常高。

目前,手作书的消费群体主要集中在沿海发达地区。从网站京东图书的销售情况看,北京和上海,广州的发货量最大。从价格来看,引进版手作书的定价一般稍高于本土手作书。张青说,这个定价如果与文学类书籍相比,6个印张100页左右定价40多元,的确有点贵,但如果与国外原版手作书相比,还是相当便宜的。

据了解,河南科技出版社还与日本最大的手作书出版社宝库社建立了战略合作关系,并且以宝库社为榜样,试水手工作品的全产业链,包括数字出版、电子商务、行业培训、连锁经营和会展等。

向隽告诉记者,本土手作书占中国纺织出版社的一半左右,在国内出版社算是比较高的比例。而从全行业的情况看,引进版可能高达80%甚至以上。

“虽然外版书很优质,但我们还是在努力地寻找国内优秀的手作人,带动大家一起成长。”向隽坦言,这的确有难度,首先体现在中国传统手工艺与现代审美的融合度不够。其次是文化水平与发达国家有差异,有原创能力的手作人很少,本土作者的开发比较难。国内消费者愿意为手工艺买单的意识还不强,手作人存在着生活的压力。第三,在日本,有很多企业去支持手作人的创新,比如聘为签约设计师或产品开发师,而国内的材料企业一般不会花专门费用去支持手作设计师。

具体到操作环节,出版社对本土手作书付出的精力也更大。与文字类书籍的不同之处在于,手作类书籍尤其是偏实用类的,有几个条件是必需的,一是书中的成品展示图片要足够漂亮。二是在介绍手作的技法、背景、材料等方面,需要作者做足功课,方方面面不能有遗漏。三是手作的制作步骤拍摄耗时较长,摄影师大可能全程跟踪,需要作者有一定拍摄能力。既能写文字,又能设计作品,又能画图,又能制作作品,这对作者的要求是很高的。

对出版社来说,网上各种扫描版教程的“慷慨”分享,虽然培养了部分手作爱好者,也对书籍销售形成了一定影响。不过,出版业人士也认为,手作书有电子版的难以替代性。张青告诉记者,不少手作书都配有1:1的纸型,这是必不可少的,且实体书阅读起来更方便。向隽认为,真正的好书,还是有很多人愿意花钱买的。做手工是个美的享受,作品的纹理只有书才能看清楚,这是扫描或翻拍难以展现的。

“中国原创手作书的发展,需要行业氛围的支持,也需要广大读者的支持。只有他们愿意为好的作者买单,出版社才有资金去支持作者的创作。”向隽说。

排名	书名	作者
1	《选择中国农业》	张云华著
2	《抗日战争(第一卷)》	王树增著
3	《我们伟大的母亲(上、下)》	冯立三、梁晓声编
4	《工业4.0大蓝图》	水木然著
5	《何为美好生活:行之于途而戒于心》	陈嘉映著
6	《谁在悄悄的地方,等待:老年书写与诗学幻想》	简雅著
7	《抗战家书:我们先辈的抗战记忆》	中国人民大学图书馆编、中国人民抗日战争纪念馆编
8	《甘肅: 外婆桥种入仰中国》	李海欣著
9	《火印》	曹文轩著
10	《寻找鱼王》	张炜著

(本书单由中国图书评论学会提供)

新加坡纪伊国屋书店:

细致待客

□ 刘 琳

实体店作为文化与风格的承载地,可谓独具魅力。一间拥有自己独特风格与特色的书店,犹如一位精心待客的主人,努力将家里装扮得体贴、周到且饶有趣味,以期朋友到访时的愉悦与舒心。出门旅行时与这样一间书店不期而遇且有所斩获,当真是人生一件乐事。这间纪伊国屋书店地处新加坡最繁华、最著名的乌节路商圈,位于高岛屋百货的四层。作为日本最大的连锁书店,纪伊国屋来到新加坡便被赋予了当地的文化色彩与独有韵味。

步入书店正门,映入眼帘的是整面墙的当期杂志,各个类别、各国出版、多种语言,几乎涵盖你曾经读过的和你想要寻觅的所有期刊。期刊有实效性,这就让这迎宾墙的内容常换常新,永不重复。书店大约占据商场半层的面积,装修风格简约、时尚,兼具日式书店的细腻风格与新加坡的跨文化特色。徜徉于此,最深的感触便是跨文化融合所呈现的文化平等与碰撞。作为多民族聚居、多种官方语言并行的国家,新加坡在漫长的文化交汇中所形成的多元化文化特点,是其他国家无可比拟的。因此,店内的图书也兼容并蓄,涵盖多种语言,其中主要为英文、中文及日文。想来,这既秉承了纪伊国屋书店在各地的传统,也是新加坡多元文化的需要。

缓步前行,目光所及处图书的分类标示清晰可见,一目了然。书店的图书摆放采用了多维度的分类方法,让读者能够从很多角度轻松理出头绪,找到心仪的作品。而中文、日文与印度语图书的书架上分别以这三种语言标示,让母语读者格外亲切。沿着整间书店的四周墙面望去,全部摆放着文学类书籍,书架上方的标志按照国家名称分类排序,中间的隔层以英文字母顺序区隔标注,想要的一切尽在掌握。中国文学和印度文学作为其中最重要的两部分在显著位置占有多排书架。与靠墙位置不同,书店中间的广大区域图书按照功能分类,涉及法律、经济、军事、美学、心理学等诸多领域,较为庞杂的领域依然按照英文字母顺序再次进行分类。这种多层次、多角度的分类展示和区隔摆放,让寻找目标书籍变得非常轻松。

信步其间,渐渐发现书店的整体布局与服务区域设计得非常贴心,最中央的位置设置了环形服务台与收银台,让读者流连于书店的任何角落都能方便快捷地找到。书店也向读者提供多语种服务,语言服务柜台设置在该语种书架的附近,便于咨询。除此之外,纪伊国屋书店还有专门的区域出售各类文具及日系玩偶,使得整间书店都萦绕在更加轻松愉悦的氛围中。结账时,看到书店推出的会员卡,卡面设计清新别致,让人有想要收藏的欲望。我特意买下一个挂在柜台背后墙上的限量版帆布购物袋,质地精良,美观又环保。

这是一间拥有自己文化视角与设计风格的书店,于细微之处尽显主人精心而用心的待客之道。



(本书单由开卷公司提供)