



《中国国家地理》

让美学与科学交互对话

□《中国国家地理》副主编 张璇

对《中国国家地理》杂志而言,封面是品牌形象的核心载体,它需要兼具视觉冲击力与内容引导性,是美学与科学的对话,就像地理坐标中的经纬线——美学是纬线,提供视觉享受;科学是经线,锚定价值坐标,二者交织缠绕,才织就了《中国国家地理》20多年来封面的“选择哲学”。

美是人类的通用语,给人以最直接的刺激和吸引。封面首先是“视觉的艺术”,《中国国家地理》的每一张封面,都是美的,都是一件艺术品。我们以中国的自然风光为主,但近年来也在进行一些新的尝试。

以2024年7月刊为例,封面展示了味精的主要成分——谷氨酸钠重新结晶后的显微画面。在显微镜下,这种所有人都见过的、平平无奇的白色粉末,竟绽放出绮丽图案,像孔雀开屏时的尾羽,又像山前洪积扇的层叠肌理。此刻,微观世界与宏观世界的界限被打通

了,物理、化学与生物、地理学科的次元壁被打破了。画面色彩艳丽、形态奇妙,充满神秘感与视觉冲击力,可以瞬间点燃读者的好奇心。

《中国国家地理》杂志的定位是科学传媒,科学,往往会有点“高大上”的意味。但由高必定和寡,如何让读者对科学感兴趣,我们选择了用美来打破认知壁垒,吸引读者这样的方式。因为美给人的刺激是最直接的,用美与愉悦,引发读者的好奇心与求知欲,然后再借机与读者分享科学的魅力。

科学是《中国国家地理》的“定盘星”,它让美有了“根”。对《中国国家地理》来说,美从来不是终点,而是起点。《中国国家地理》的封面,还必须要有“硬核背景”,这就是科学。科学不是封面的“配角”,而是“定盘星”。我们选择用一张照片作封面,不仅因为它美,更因为它是一张“会说话的科学切片”,



图案背后“藏着一段科学密码”。

人们常说把科学原理讲明白了会给一些事物祛魅,2024年7月刊的封面却是用科学为平常的事物“赋魅”。味精是最常见的调味品之一,把它溶于水制成溶液,滴到玻片上,随着水逐渐蒸发,晶体在玻片上生长,在偏光显微镜下就会呈现出如此绚丽的图案。这是超乎许多人想象的。这种用一些特殊的科学技术手段来拍摄的照片,属于科学摄影的范畴。这张封面,通过科学的方式、用艺术的形式拆解了“味道”的本质,让读者明白原来“厨房”也能成为“实验室”,“调味品”也能成为“自然志”的主角。

《中国国家地理》的封面,从来不是

“摄影师拍张好照片”就能搞定的事。它是科学与艺术的对话,是日常与非凡的碰撞,是“吸引眼球”与“传递价值”的共生。

从壮丽的山河胜景,到现代的工业奇迹;从难得一见的天象奇观,到会心一笑的日常风物;从生机勃勃的动物、植物,到神秘庄严的文物、古迹——这么多年来,我们的封面始终在回答一个问题:如何能把美的经纬与科学的经线完美交织在一起。

最后,用一句话总结《中国国家地理》的“封面选择哲学”:让读者在0.5秒内被“美”击中,说“我想看”;在合上杂志后,感叹——原来,自然值得如此凝视,科学可以如此生动!

《分子植物》

科学植根生活

□《分子植物》资深科学编辑、副编审 陈蓉

《分子植物》是由中国科学院主管,中国科学院分子植物科学卓越创新中心和植物生理与植物分子生物学学会共同主办的一本植物科学领域英文期刊。于2008年创刊,是中国科技期刊卓越行动计划一期和二期的领军期刊。经过17年的发展,《分子植物》SCI影响因子和CiteScore已连续4年在本领域研究类期刊中排名全球第一,成为植物科学领域的顶尖期刊之一。

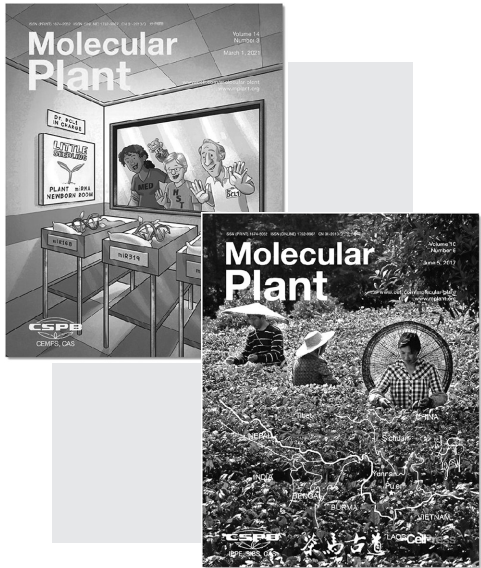
如何在方寸之间把复杂的科学故事以一种浅显易懂的方式娓娓道来?我们认为科学需要艺术表达,艺术赋能科学传播。在对茶树基因组破译的里程碑成果的展示时,封面展示了茶农采茶画面,下方是茶马古道地图,突出了茶的起源和世界传播。我们还经常借用大家耳熟能详的神话,如大禹治水、后羿射日等,用这些文化母体来包装复杂的科学发现,大大降低了公众理解的门槛,让科学更亲切。同时在全球化出版的今天,我们相信中国元素封面不仅是美丽的画面,更是争夺国际话语权的重要策略。

另一类封面是“西化风格”的期刊封面。有一期封面模仿了古老的羊皮纸航海图,以大航海的意象展示了杨树泛基因组学的研究。河流中的DNA双螺旋寓意着大数据将引领我们去探索杨树的环境适应性和表型多样性。另外值得一提的是一幅西式漫画风格的封面,它曾经获得2021年度中国卓越科技期刊十大最美封面,3位和蔼可亲的医护人员代表着植物小RNA生物合成的3个关键蛋白,他们在育婴室中共同精心呵护着小RNA宝宝。

作为深耕植物科学前沿的科技期刊,植物多样性始终是《分子植物》封面的重要元素。再如一期黄花蒿的封面,是为了纪念中国首位诺贝尔生理学或医学奖获得者屠呦呦提取青蒿素拯救千万生命五十载的伟大科学征程。

如果说上述理念构成了《分子植物》期刊封面设计的“三原色”,那么现在我们正探索封面设计的“未来光谱”,即借助海量的AI数据去重构科学想象。我们期待AI能够将封面设计从一对一的“手工作坊”升级为“算法工厂”,释放更多的可能。

未来,我们将继续以封面为媒,让硬核科学“看得见”,让前沿成果“讲得透”,让期刊能够突破专业边界,与更广阔的世界对话。



《知识就是力量》

方寸之间 科普长卷

□《知识就是力量》杂志社社长兼主编 郭晶

创刊于1956年的《知识就是力量》,封面上最醒目的就是周恩来总理亲笔题写的刊名,承载着杂志的核心价值,也是杂志品牌的灵魂所在。封面上的主题图,跨越了70年,蕴含着浓厚的时代印记,既是一部鲜活的科技发展的记录史,也是一部对未来科技发展的创想录。

随着时代的发展,《知识就是力量》的封面设计在不断创新与突破。从传统的平面展示到如今充满立体三维感的视觉呈现,从单一的科学元素到多元信息融合的创意表达,从封面的独立设计到与内文的整体呼应、声气相通、形意相和。每一次风格的转变,都是对时代审美与传播需求的深刻洞察。

《知识就是力量》的每一期封面都有一个故事,都蕴含了丰富的科学内涵,不仅诠释科学主题,还是对精彩内文的呈现。同时运用光影、透视等手法,营造出充满想象力的科学世界。

以今年杂志封面设计为例:3月是世界气象日,杂志以“洞察风云,预警未来”为主题,封面设计独具巧思,主体卫星图案源于本期《风云三号》一文,顶部风云图则巧妙衔接《台风呼啸,为何中心独“静”》。

4月是世界航天日,杂志以“冲向月球基地”为主题,封面更是匠心独运:顶部太平洋仪图与《张思训》一文形成古今对话,展现中国古代天文仪器的智慧结晶;科研实验场景图则引导读者探索《月球水冰知多少》的前沿发现。

6月刊结合世界海洋日,以“探索未知,守护蔚蓝”为主题,将跃动的海豚、遨游的鲸鱼、安静的牡蛎与中国首艘自主研发的大洋钻探船这些看似不相干的元素组合在一起,既展现了深海探测科技突破的《梦想号》,也揭示了小小牡蛎在碳生态修复中的大作用,让读者在科技与自然的交融中感受海洋的无限可能。

自2025年1月,源于杂志LOGO的凤凰图腾在封面上具象,迎接《知识就是力量》创刊70周年。

新媒体浪潮下杂志封面更是与时俱进,读者可以扫码看视频讲解的精彩科学故事以及专门打造的科普视听内容,让原本静态的画面瞬间“活”了起来。《知识就是力量》还将封面故事拆解,做成知识问答的形式,引导读者到内文去寻找对应的文章。科普阅读活动时,我们还将封面故事融入科学教育活动中,封面成为引导阅读的桥梁。

方寸之间,凝聚的是《知识就是力量》对科普事业的热爱与坚守;长长画卷,描绘的是科学精神代代传承的美好愿景。相信在未来,《知识就是力量》的封面将继续书写更多精彩的科学故事,为科普事业的发展注入源源不断的活力!

《中国新闻周刊》

好封面会“说话”

□《中国新闻周刊》总编辑 王晨波

试想一下,最近有哪本杂志能让您多停留3秒钟?在全媒体时代封面仍旧是纸质期刊的门面担当!那么,《中国新闻周刊》的封面逻辑和思路是什么?又是怎么严肃活泼地吸引读者?

首先,它得“站得住,立得稳”。《中国新闻周刊》专注深度报道和硬核新闻,透着“热心、冷静、深度、靠谱”的气质。封面就是其在表现,所以基础必须打得牢。杂志的封面结构像“钢铁直男”:刊头、标题,统统方方正正,棱角分明。就是一副“值得信赖”的架势。标题字是“力量担当”;主标题只用黑体字,特别有存在感!像穿着西装的运动员,穿衣显瘦,脱衣有肉。排版要像“棋盘高手”:字多大、放哪儿,隔多远,背后有个精细的“网格系统”。就像下围棋,每一子都有讲究。同时设计很克制:少即是多,不乱花渐欲,反而更纯粹、更可靠。

其次,封面虽小,但方寸之间见天地。主角必须站C位!封面核心人物、符号或者图形一定要让人一眼抓住,就算一群人挤封面也得有条不紊。比如《中国新闻周刊》有一期是讲旅游的,共有8个人。咋办?设计师让他们围成个圆圈,直接组了个团体造型,整体气势特别足!“加法”(组合)和“减法”(提炼)一起发力!

再次,严肃刊物也要会玩梗和开脑洞。在端庄稳重中加入“小心机”



和“巧劲儿”。杂志每期都在找文字和视觉的“链接点”,努力去发现矛盾点、关键点、交汇点。其中,“长得像”是万能钥匙,用视觉意涵上的“像”来打通这些点。举个例子,在一期狙击养老诈骗主题的封面中,骗子甩鱼钩,老人上当受骗?把鱼钩和老人用的拐杖巧妙结合,一眼看穿“骗与被骗”!

封面看似平面,却要玩“立体戏法”,要巧妙建立“空间感”。分出“前中后”三景:背景、刊名、核心创意,像舞台布景,一层一层搭起来。要有动态感,分层次叠压,给创意主体一种“跃然纸上”的动感。如谈中法关系那期封面:想把北京天坛

《儿童文学》

以童真为笔 绘想象之境

□《儿童文学》副主编 范艳妮



《儿童文学》杂志于1963年创办,目前由共青团中央主管、中国少年儿童新闻出版总社主办。《儿童文学》的封面设计理念是:以童真为笔,绘想象之境。

契合儿童心理需求:围绕儿童好奇、天真、爱幻想的心理特点,通过色彩、形象等元素吸引注意力,激发阅读兴趣。展现文学内核:将儿童文学作品主题、情感与故事元素巧妙融入封面设计,让封面成为打开儿童文学世界的钥匙。传承与创新:在保留经典元素的基础上,结合时代潮流和新技术,不断创新封面设计风格,同时延续我们一贯的儿童性、民族性与艺术性追求。

除了老刊名家荟萃,当今《儿童文学》的插画师实力同样不可小觑。《儿童文学》每月4本子刊,按年龄段分为少年双刊和童年双刊。经典版和选萃版属于少年双刊,适合小学中高年级和初中学生阅读;故事版和绘本版属于童年

双刊,适合小学中低年级学生阅读。4刊集结了上百名优秀的国内外知名插画师。在《儿童文学》的视觉长廊中,艺术家们以笔为媒,为小读者搭建起通往多元世界的奇妙桥梁。

《儿童文学》经典版的封面设计,始终将儿童性、民族性、艺术性作为追求与目标。

如2020年,国风插画大师尧尧以敦煌壁画为灵感源泉,将箜篌、羯鼓等12种民族乐器与飞天舞姿相融合,创作出惊艳众人的“乐舞敦煌”系列,让千年丝路的艺术瑰宝化作跃然纸上的灵动画卷。

《儿童文学》选萃版始终以“贴近少年心灵”为创作内核,在封面设计中不断探索契合青少年生活的美学表达,精准捕捉当代少年的情感共鸣点与审美趋向。团队秉持“建立艺术理解阶梯”的设计理念,不仅通过绚丽的画面呈现视觉之美,更巧妙融入文化隐喻与情感线索,引导读者在欣赏封面的同时,能够理解其背后的创作巧思,实现从“感知美”到“理解美”的升华,从而搭建起编者与读者之间的深度情感桥梁。

《儿童文学》故事版封面以年度主题为叙事线索,构建起连续而奇幻的视觉宇宙。从“迷宫”的隐秘探索,到“12个房间”的时空穿梭;从“探险”的热血征程,到“影子”的神秘隐喻与“旅行”的诗意漫游,每个主题都成为插画师们挥洒创意的舞台。他们以画面为语言,精心编织引人入胜的故事脉络,为小读者们营造沉浸式的阅读前体验,让孩子们每一次翻开杂志都充满发现惊喜的期待。

参与创作的插画师皆是风格鲜明的艺术新锐,兼具国际视野与本土情怀。以2022年“影子”系列为例,插画师kaka凭借对复合材料的娴熟驾驭,将丙烯颜料的浓烈与拼贴艺术的灵动相融合,通过不同画材、纸张碰撞出的独特肌理质感,赋予每个月的封面独立的叙事意境。或在斑驳光影中藏着童话角色的奇遇,或让影子化作神秘符号诉说未知故事,为儿童的想象力搭建起具象化的载体。

《儿童文学》绘本版封面始终秉持“艺术自由生长”的理念,为创作者搭建起无界的表达平台。在这里,儿童插图的本质得以充分彰显——以松弛随性的笔触、天马行空的想象与极具感染力的艺术语言,构建起独属于孩童的梦幻世界。

值得骄傲的是,参与创作的画家均是业界顶尖的艺术大师。他们凭借深厚的美学功底与源源不断的创造力,持续为绘本封面注入惊喜,用一幅幅匠心之作,将儿童文学的魅力以最鲜活、最动人的方式传递给万千小读者。