

敬人纸语 一张纸展现无限的可能

□本报记者 余翠平

经过努力和探索，北京敬人文化发展股份有限公司纸铺品牌开发的7款文旅产品得到了北京市文旅局、各文旅企业和广大消费者的支持和认可，被认定为“北京礼物”，并进行了展示。纸铺总经理蒋祯雄也来到现场进行了签约，纸铺正式成为“北京礼物”的合作伙伴。授权仪式结束后，北京市文旅局组织被授权企业进行了一次企业交流及渠道对接会，会上纸铺的产品受到了寺库、文创科技、时时在途、华江文化、工美集团的一致认可。

纸，在传统形态中多是文字语言的承载，而在“敬人纸语”，纸张成为了一种独立的表达。纸不再只是文字的附属，而是融入了艺术、创意、生活。这家开在南锣鼓巷的创意门店，每天都会有文艺青年熙攘往来，因为在这里他们可以找到一张纸的“无限”可能。

创始人蒋祯雄从事纸行业近20年，与纸的深度“对话”让他看到了纸文化的创新有巨大潜力，凭借在纸张加工贸易的多年经验，2012年他与著名书籍设计师吕敬人一同创办了敬人纸语品牌，期待将“纸语言”讲给更多人。

店面的展示空间曾经是连接两个院子间的胡同，裸露的砖墙刷上白漆任由绿萝攀长，整条的玻璃天窗白昼

可观云影、夜晚可赏星辰。简单干净的装饰似乎都是为了映衬那面由1千余种纸张组成的墙，来自世界各地的纸按照颜色、用途、材质分类陈列，每种纹理、薄厚、色泽都是青春怀旧、深沉明快的独特表达，汇聚成了纸的艺术。

在敬人纸语店内，随处可见对纸的应用，小到一个精致的纸凳子，大到咖啡间的吧台，这些还只是他们探索成果的一部分。北京设计周、文博会等重要文创领域展会上，他们都尝试过以纸为材料的场景搭建。而纸的不断“变身”也创造了一种全新的生活方式。例如，敬人纸语以颐和园为元素设计出了蕴含传统智慧的翻花玩具，每次打开都可以呈现不同的色彩和形状；以《百家姓》为内容的手工材料包，自己在家便可以探索做书的手工乐趣；正在推广的纸家具，环保轻便，还能够根据个人喜好变换家具外观，春节时可以为家具也换一套喜庆的“红装”，配合冬天的初雪可以让家具也“银装素裹”。

据蒋祯雄介绍，敬人纸语不仅是一个创意品牌，也致力于打造一个专业交流的平台，为行业设计师进行资源对接，提供完善的产业链服务。敬人纸语定期举办的专业展览及论坛沙龙，为从业者提供交流学习的机会，还为图书从业者开办了敬人书籍设计



研究班，有图书界“奥斯卡”之称的“世界最美的书”评选活动每年都会评选出14本佳作，研究班开办以来每年都会有成员获得此项荣誉，2016年的评选中就有2名设计者来自敬人书籍设计研究班。

2017年，敬人纸语成立了纸铺品牌，使非专业人士也有了购买时尚纸产品，以及参加展览交流、手工课程、设计教育的平台。店内下沉的手工教室和展厅空间，让大家在这里体验书籍设计、造纸印刷，欣赏有关纸的艺术。品牌的手工课程和文创产品也在对外输出，三联和PAGE ONE

等“网红店”内也会看到敬人纸语的产品服务。

据记者了解，目前，店内已有的文创产品都得到了积极的市场反馈，例如饼干便笺本，以“80后”“90后”童年的零食饼干为外形设计，通过色彩明丽的纸张制作而成，2018年下半年上市至今已销售几万本；四维X10纸灯，灵感来自于作品《天才在左疯子在右》中的“思维虫子”，也广受年轻人的喜爱，2018年底推出至今已售出2千余套。蒋祯雄说，敬人纸语在做的，就是用创意让纸的表达更丰富，让纸成为一种新的生活方式。

唱吧 “又萌又能唱”的高科技礼物

□本报记者 李婧

到北京来旅行，想给年轻人带份实用又有特点的礼物，是个让人发愁的事儿。普通的明信片、价格昂贵的艺术品，抑或是真空包装的特产小吃，都很难吸引年轻人的目光。其实北京也有高科技礼物——在中国特色旅游商品大赛上，一款名为“留声北京”的麦克风就符合年轻人的需求。“留声北京”的造型就像一只握在手中的戴毡帽的人偶，身体上有小篆北京字样和京剧脸谱装饰。它可以像“美图秀秀”修图一样修饰声音，让你听到自己唱出“天籁之声”。当然这款麦克风最大的特点并不是修音，而是集麦克风与音响一体，手拿一只身长不到30厘米的小麦克风，在哪儿都是卡拉OK包厢。

唱吧公司副总裁叶志伟介绍，结合北京的地域特色，唱吧公司设计了这一款有“京城味道”的麦克风，它把麦克风和蓝牙音箱结合为一体，而且拥有无线功能，不连接线就可以通过手机蓝牙功能直接连接到手机，满足用户随时随地的唱歌需求。

唱吧公司供应链负责人常鹏飞介绍了这款麦克风的诞生记。2016年，市场上出现了一种带有喇叭的麦克风，形状就像一只普通麦克风的脖子上长了一个方形“瘤子”，“瘤子”其实是个扩音器。“创意好，但是样子太丑

了，而且放出来的声音，又杂又吡，特难听。”当时这款产品只能当个“扩音器”来使用，但创意吸引了唱吧公司的研发团队。大家琢磨着，要是这款产品能改造得更漂亮，能让声音更好听，而且能无线使用，拿起来就能唱卡拉OK，那得多受欢迎啊！当时，唱吧公司的主要产品也是一款能拿着唱歌的麦克风。只不过没有外放的音响，用户能够插着耳机跟着音乐唱歌，麦克风还可以将歌声录制到手机里。为了实现无线、外放音响、外形可爱的目标，研发团队经过了将近两年时间的研究。常鹏飞介绍，“在设计中，我们要考虑一个平衡点——喇叭体量越大，一般情况下声音效果越佳，但是手握感受就会很差；反之，喇叭小了，手握感好、外形也好设计，但是声音就差了。”常鹏飞表示，在设计过程中，他们手绘的设计图就有几十张，大部分都是“黑科技”，因不实用被否定了。“那时候觉得自己脑洞特别大。比如，我考虑让音响放在麦克风的上面，也就是说用户举着一只话筒，话筒上面顶着一个大头，嘴巴得对着麦克风的腰唱歌；比如，曾经考虑让麦克风和喇叭并排，缩短产品整体的长度，用户举着一块砖，只能对着一面唱；比如，打算设计一个扩音器一样的麦克风，看着比较夸张，



适合喊号子……前前后后，设计了大约20多种样式。”经过多次设计，否定，再重新设计，研发团队初步推出三款麦克风宽度——45毫米、50毫米和55毫米，样子就像个大号的甜筒。制作出成品后，又到处找人去测试，看哪一种尺寸更受欢迎。“最后发现50毫米的产品得到的认可度最高，既能保证声音的干净，女士拿起来又趁手。如果再粗一圈，就得两只手捧着麦克风唱歌了。”常鹏飞介绍。

在初步确定产品尺寸之后，唱吧设计团队开始设计麦克风的内涵和外观。从内涵上看，这只麦克风内不仅有喇叭，而且肚子里有芯片，能够对声音进行修饰，还能够屏蔽杂音，喇

叭的声音也清爽干净。外形上，研发团队进行了“拟人化”设计，让麦克风的头设计成带着各种帽子的人形。比如戴着礼帽的、戴着英国皇家卫队的高筒帽的、戴着毡帽的……总之，成品麦克风看起来就像一个能握在手中的人偶。其中“留声北京”这一款的设计，就很浓的京味，就像一个穿着京剧服装的小人，当个旅游礼物带回家，科技含量可比带个烤鸭回家高得多。

据了解，唱吧品牌系列麦克风先后获得了德国红点至尊奖、德国红点奖、台湾金点奖等设计大奖。并且在2018年中国特色旅游商品大赛上，“留声北京”麦克风获得了金奖。