



聚珍体

乐敦体



# 闭门造字记 一横一竖里的隽永

【文/蔡娴 图/受访者提供】

## 字库开发，任重而道远

于是，叶天宇开始了“白天工作，下班后设计字体”的生活。“拿起纸笔，设计字体、拥抱字体，我才觉得安静平和、踏实。字体知道我想要什么，总能给我鼓励，给我惊喜，让我看到自己在进步。”在叶天宇看来，生活和工作中有很多事，虽然努力，但看不出有什么进步和变化，“但做字体不同，它就像健身一样，只要每天坚持锻炼，你就能看到清晰的变化。我今天做一个字，明天做一个字，到周末的时候，回头看周一做的字就能发现有什么问题存在。这种自我发现、自我反省的感受特别明显，让我能越做越好。”

就这样持续了几年的时间，叶天宇设计出了上百种风格的字样，也陆续把自己的一些作品分享到网络论坛上，收获了几百万阅读量和大量设计师网友的支持和关注。

2016年年初，叶天宇终于下定决心，辞掉了工作，创立“喜鹊造字”专心设计字体：“因为我太想做字体了，我就当给自己放个假，gap一两年，做自己想做的事。很多人这一辈子都没按自己想要的方式活哪怕一两个月，就算最后我没成功，我也是拥有两套字库的人，我愿意为这段做自己的时光买单。”

今年年初，叶天宇首次发布了属于“喜鹊造字”的两套字库：“招牌体”和“乐敦体”。这是他花了一年半的时间开发完成的。

字体设计的工作量非常大，往往字库公司都需要一两年的时间来开发一套字体，叶天宇已经算得上是“神速”了。在字体设计之初，叶天宇会先在纸上打草稿绘制大体风格，再精致绘制五六十个字的设计稿：“这些字样是用来确立风格走向的，我可以拿出来和朋友讨论或者放到网上供网友评论，看看这个字的风格样貌，是不是能够吸引人，会不会被大家所接受。如果反响好、大家喜欢，那么该字体就有一定市场潜力能被大家接受和需要，就是适合做出完整字库的。几十字方向确立了之后，很简单，继续做。”接下来，再相对精细地打磨绘制两三百个模板字，此时，就能够看到其处于词组、句子、段落等各种长度的使用状态。也便于叶天宇体会这个字库在横排竖排段落上该做出哪种调整，有大风格问题甚至可

以推翻重做。当这三百字确立之后，再从当中抽取基础笔画、偏旁部首，进行归纳总结和整理。

据叶天宇介绍，开发一套符合简体标准的字库至少要绘制设计6763个汉字。他平均需要半个小时来设计完成1个字，按每天工作14小时来算，每天顶多完成20多个字，设计一整套字库则要花一年的时间：“踏上字库开发之路的时候，就切实体会到‘任重而道远’这几个字。”

之所以选择“招牌体”作为首发阵容，叶天宇是为了践行“设计为民”。而招牌体的创作初衷，则是受了街头杂乱的招牌启发：“我们走在大街小巷上，看到所有招牌标志都是用黑体、宋体、楷体写的，感受不到‘设计’。我希望创造一款能够活跃在大街小巷的招牌体，给街面上的招牌多一种有中国风味的选择，而亲民的街头招牌字体设计正是我追求的‘设计为民’的一种实践。”

因此，招牌体需要满足“醒目”“中式风格”两个要素，于是，叶天宇就将其字体定位在“粗的楷体”，既亲民又有力。他又翻阅了许多古籍，在明嘉靖年间的《五经魁》古籍中找到具体化的方向，并遵循古字形半复刻半创新地设计了这款简体汉字“招牌体”。

除了“招牌体”和“乐敦体”之外，“喜鹊造字”在年中又发布了“聚珍体”“在山林体”，以及最近刚刚发布的“小轻松体”和“古字典体”，累计共六套字库。叶天宇说，每次都会同时发布两种字体，一套大气实用，一套可爱新奇。这样不仅可以满足大家多元的需求，自己和团队在设计的过程中，也可以反复交叉进行，缓解审美疲劳。这些已经发布的字体并非最终形态，叶天宇还会根据实际情况进行更新和扩充一些基本字库之外的常用字和流行语。

## 让大家都用得起的字库

每天经常对着白底黑字，虽然很热爱，但是客观讲也有枯燥感，所以叶天宇每天都尽量给自己营造一个愉悦的工作氛围：每天到达办公室，他会给自己沏上一杯茶，在播放器里打开评书列表，听书喝茶造字。“评书艺术很迷人，中国文化

太伟大了，评书先生可讲的故事特多，所谓新书老戏听不腻的曲艺，使得我每天一边做字体设计，一边听故事，美滋滋。”

在造字库之余，他还会玩点不一样的东西，比如去年红极一时的《创意字动画》，是叶天宇为首发的两套字体打造的动画宣传片。“其实，每个汉字不是只有一种‘意象’，根据不同读音会产生不同的含义，搭配不同字的意思也不同，甚至联想到不同的东西也能产生不一样的画面感和能量感。汉字是有生命的人，每个人的一生，都不会像字典或标签集里用一个词就能概括得了的。所以，我就从中找到契合字义、契合联想，想象成是这个字生活中的小片段一样。”在叶天宇看来，汉字维度很广，“音”“形”“义”。我们沟通交流的内核靠的是汉字的“义”；动听的诗词咏唱，是汉字的“音”；书法、美术字体，探索的都是汉字的“形”。每个角度都有各自的艺术，他试着将它们结合碰撞，才做了形义结合的这些动画字，果然，闪现了好玩的火花。

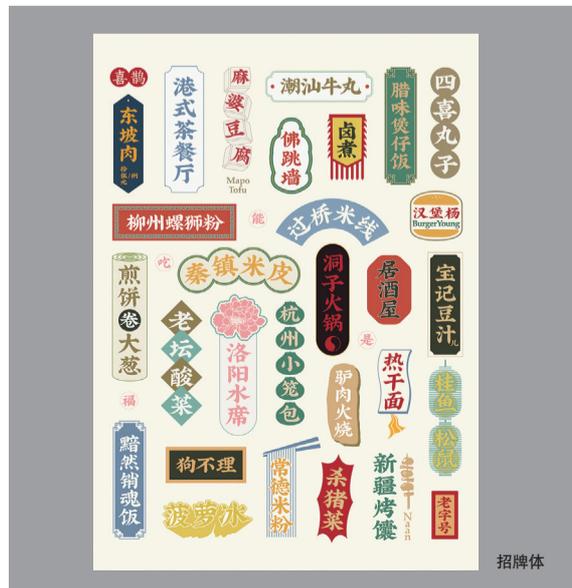
“造字”这件事，虽然看起来好玩又有意义，但面对残酷的市场，最初几乎没人看好叶天宇。

因为市面上有一套正版字库动辄上千上万，朋友都认为这是不讨好的事情，字体上传网就很容易被盗版，卖多少钱都不理智。

面对现实，叶天宇最初给自己的字库定价的出发点是“我只是想比别人便宜”。叶天宇的字体人人都说好，但他把定价从三千改到一千八，朋友依然摇头说不会花这么多钱买一套字。叶天宇才发现问题所在：他面临的不光是价格高低的门槛，还有意识上的门槛。如果意识的门槛都没过，跟大家谈多少钱都没用。“电脑上可以无限地安装很多字库的免费版本，消费者平时常使用这些字体，字体开发商也没有追责，所以很多人并不知道商用字库是需要付费的，还要收这么贵。”他这才幡然醒悟，自己之前的定价“以为比别人便宜就是便宜”，是不太明智的。

“我的初衷是要做让大家都用得起的字库。”一直崇尚“设计为民”的叶天宇最终放弃了高昂的市场定价，他改变了一种思维方式，“如果我接下来要设计出四套字，需要多少成本？如果挣到的钱足够覆盖成本，这可能就是一个合理的价格。”经过换算，叶天宇发现，如果很多人愿意买他的字体，一套只要几十块钱就可以支持他把这件事继续下去。所以，最终他将价格定为99元，意为“可以永久使用”，也让更多人了解了字体是需要付费的。因为价格尚不到百元，在大多数数人能承受的范围之内，所以叶天宇的字体一经推出就得到了很多人的支持。

在设计字体的过程中，叶天宇每天都会给自己规定工作量：“比如一天做三十个字，如果我多做了两个，就会觉得自己往前多走了两步。满足了这个工作目标后，其余的时间，不管我是听评书，还是看书，无论是干什么都觉得是在吸收，这让我觉得整个人都神清气爽，很喜欢这样的状态。”正因为每当设计字体的时候，都让他感觉整个人特别愉悦和踏实，所以早在他和“喜鹊造字”受到热烈反馈的一年之前，叶天宇就坚定了自己的想法——要将设计字体作为自己长久的事业，“作为设计产品而言，字库字体的生命周期很长，一款好的字库可以持续几十年上百年为大众服务。我觉得这是我想要的‘隽永’。”



招牌体