

海归设计师黄鲁哲：用视觉扮靓宁波

他的梦想是让宁波拥有清晰的城市公共符号

走基层 转作风 改文风
行进宁波
精彩故事

4月下旬，甬江畔的设计航母——和丰创意广场迎来一场特殊的“秀”——“入戏”眼镜秀。这是宁波这座城市首次迎来眼镜类的设计师品牌，也是宁波首次举行眼镜类品牌的走秀活动。而引导这个突破的，正是从英国归来在宁波创业的海归黄鲁哲。

“宁波是个工业大市，需要更多高水准的设计师和优秀的设计作品来实现提升转变，所以我觉得我应该从英国回来，这是责任所在。”黄鲁哲充满着梦想，“我要用设计、用视觉来改变、来扮靓这座城市。”

记者 殷浩



黄鲁哲和他的“入戏”眼镜。 记者 王增芳 摄

“入戏” 呼唤时尚

创业初步成功后，黄鲁哲开始了全新尝试——打造设计师品牌，并且选择的是眼镜这个时尚配饰产品，取的名字更是独特——“入戏”。“都说人生如戏，我们时刻都在扮演不同的角色，因此，我们要入戏，扮演好自己的角色。”黄鲁哲说，“眼镜其实是人身上最能抓到别人眼球的第一件饰品，也是我们自己进入不同角色的一把最好用的钥匙”。

“这是一款富有建筑质感的眼镜，与众不同。”黄鲁哲希望，“入戏”能够真正成为受到全球消费者都认可的、来自中国的国际一流时尚品牌。

目前“入戏”已经推出了6个系列的70款眼镜，“喜欢知识分子风格可以戴教授款眼镜，喜欢音乐的可以选择音乐家风格眼镜，喜欢淑女的则可以选择淑女风格眼镜戴上。”黄鲁哲介绍说，“我们希望通过我们的眼镜，将每个人属于自己的性格展现出来，从而找回自己的本质”。在销售渠道上，“入戏”已经在北京、上海、成都、西安开出了5家专卖店，并在法国巴黎、意大利米兰开出了3家，走出了国际化的第一步。

视觉 扮靓宁波

不忘初心。尽管事业小有成就，但黄鲁哲的梦想远未实现。他正为此而更加努力。

“我的梦想，是用视觉改变这座城市。”黄鲁哲毫不掩饰地说出了他的雄心，“这也是我从英国回到宁波的一个重要原因”。

“宁波还缺乏一个公共的城市符号，让人一看到这个符号就想到宁波，比如说城市LOGO、公交站台、路灯系统甚至垃圾箱，都没有统一起来。宁波城市的细节，还没有优化成为城市形象的传播渠道。”黄鲁哲说，“宁波需要一套城市的公共视觉识别系统，我们也在为此而努力。当我们的理念变成一个个项目呈现在市民面前时，当西摩黑石的理念得到越来越多的认同时，我相信，这座城市一定会变得更加年轻时尚，可以比肩北上广！”黄鲁哲说道。

除了做项目，黄鲁哲还在宁波大学、浙江万里学院等宁波高校开讲座，带学生做毕业设计，传播英国设计的理念、策略和操作手法。“当设计师越来越多的时候，当这个城市能够拥有更多设计师作品的时候，就会越来越靓。”黄鲁哲觉得他正在朝理想迈进。

他的“宁波梦”

黄鲁哲是宁波人，父亲母亲从事服装面料贸易生意。

2002年，初中毕业的黄鲁哲作出了人生的第一个重大抉择，去英国留学。黄鲁哲读的高中是伯明翰地区很有名的私立高中Deanclose School，学校教授的是很正统的英式教育。“父亲希望我能成为一个标准的英国式绅士。”

2005年，黄鲁哲选择了威斯敏斯特大学品牌策划与管理专业深造。4年的大学时光培养了黄鲁哲独立思考的意识和独立创作的能力。最终，他确定自己应该所从事的行业的兴趣所在——将艺术设计与商业进行联接。

黄鲁哲有幸遇到了一位很好的课程导师，“他会布置很多作业，每道作业都不可能在书上找到现成的答案，于是我只能自己通过各种途径去寻找属于自己的答案。”这样的锻炼和刺激，让黄鲁哲越来越清晰地意识到，独立思考、探索和创作的无限性和强大的吸引力，“概念只代表了前人的努力，我们依然可以在这些概念的丛林中跋涉，并找到最佳的表达！”黄鲁哲不断清理脑海中那些习惯性的思维和看法，不断地思考和探索，不断向一个真正有灵魂的设计师靠拢。

黄鲁哲的才华在大学时代就初露峥嵘。2008年，位于上海浦东的环球金融中心观光层开业，10张设计新颖的开业海报如磁石般吸引了众多游客的目光，这是大学尚未毕业

的黄鲁哲花了2个月完成的作品。当时，他的导师所服务的一家英国设计机构在上海的合作伙伴中标了这个项目，但这家公司提出的方案一次次被否决，老板将目光投向了刚好回国办事的黄鲁哲……这次成功，让业内人士对黄鲁哲的才华刮目相看。

“大三的时候，我就跟导师一起工作，已经有相当于6000多元人民币的月收入了，大四毕业后我就直接入职。2009年年初，为了实现‘将艺术设计’与商业进行联接’这个梦想，我辞职后跟意大利买手学习时尚，希望能在商业、时尚与设计之间找到灵感。”黄鲁哲说。

尽管在欧洲的生活顺风顺水，但黄鲁哲却作出了一个令人意外的决定——回国创业。尽管周围的亲戚朋友和家人全都反对，但充满理想的黄鲁哲还是在2009年7月回到国内，创办了一家设计公司。而他的30多万元启动资金，全部来自于他在欧洲做设计、做买手赚得的。

“宁波经济繁荣、历史悠久，是一座值得自豪值得为他付出的城市。”黄鲁哲说，他的心底常响起这句话。

“宁波是工业大市，许多企业都需要设计来提升，宁波应该有一家可以媲美国际一流设计公司的本土设计公司，我就要做这样的机构。”黄鲁哲坚信，宁波值得拥有更加美丽的容颜，他也有能力为此而付出。

带着理想，黄鲁哲意气风发地回到宁波。不过，现实，总是离理想有那么一点距离。

租办公房、付定金、招工、培训……很快，黄鲁哲的30多万元花光了。更重要的是，到2009年9月为止，他还没有接到一单生意。何去何从，考验着黄鲁哲。而习惯了英式思维的他，也一下子还没有找到自己的生意人脉。怎么办？

家里人引导他，可以从培训场合找点人脉，因为那个场合的人都是老板。

路还是要靠自己走的。黄鲁哲开始报名参加培训班。他报名参加思八达企业管理培训公司。没想到，这里竟成为他的第一批生意的来源。不过，心灵的折磨才刚刚开始。

在培训班上，借着小组

在困难面前，黄鲁哲选择了坚持，家人也在关键时刻给予他继续走下去的支持。

“我们不想做一家普通的设计机构，客户想要什么，我们就给什么。我们要发现其核心，并通过设计和视觉系统提升客户品牌传播的有效性。”黄鲁哲说，这就意味着设计师不能仅仅作为一个美工，只会设计一些漂亮的视觉要素，他首先应该成为一个帮助客户发现问题，并能提供有效解决方案的人。

或许，这种情怀正是一种生产力。而这种内在的技能和追求，也给黄鲁哲和他的西摩黑石带来了转机。

宁波是工业大市，也是服装大市。扎根在这个基础之上，黄鲁哲的坚持也找到

现实很骨感

交流，黄鲁哲认识了不少老板。其中有一个余姚的LED工厂老板成为了他的第一个客户。对方委托黄鲁哲设计一套公司的VI和LOGO，这让黄鲁哲很兴奋，他天天跑余姚工厂，了解公司的现状和老板的需求，结果第一稿设计方案出来之后，遭到全部否定。

“老板对我说，你的这个设计稿很不错，但是太超前了，不适合我们。我当时感到像是被扇了一巴掌。精心设计的作品和理念竟然一文不值。”黄鲁哲很想不通，“当时我不断抱怨，但也顺着老板的需求做一些调整。后来终于做成了这笔生意。”

“这笔生意才8万元钱，我当时很失落也很委屈，内心的理想和现实的冲突让人非常纠结。为了这8万元的

情怀也是生产力

落脚点。由于多次参加各种活动，黄鲁哲的作品和设计理念也传播开来，逐渐为人所知。2010年年底，希望再次突破的太平鸟男装负责人找到黄鲁哲，交流后，双方发现彼此的理念十分契合。于是，黄鲁哲找到了第一个长期合作的客户。“我们为太平鸟男装提供全套的服务，从平面设计、摄影指导、走秀设计、官方网站设计制作、主题摄影等全方位开展合作。”

有了太平鸟这家宁波时尚潮流的领头羊做示范，黄鲁哲开始在服装业打开市场，宁波新创品牌Venedi、G'saga等纷纷找上门与黄鲁哲开展合作。2011年，原本拒绝黄鲁哲的万达广场也主动找上门开展合作，印象城、

生意，值得我去迎合他的想法、最后做出并不是我想表达的作品吗？”黄鲁哲回忆说，“不过现在想想，那还是很重要的一步，毕竟服务客户、满足客户的需求是公司生存的第一步。”

现实对理想的考验并未就此止步，更糟糕的还在后面。黄鲁哲接到了一笔生意，宁波一家工厂需要设计LOGO和产品说明书。黄鲁哲的设计提案遭到多次否定，可最后却出现在该公司的最新说明书中，而且该公司一分钱都不愿意付。“我当时气愤地跑去理论，结果那个老板说，他由于没有现成的说明书方案，就勉强把我的方案先用一下。说来说去就是不肯付钱，当时我都气晕了。”黄鲁哲回忆起当时心急火燎的状态，现在都觉得很无奈。