

# 烟火泉州里 做温度家装人

参加工作年份 **2001**

名片

人物: **吴文华**

年龄: 43岁

职业: 家装设计师导师

感言: 美好生活从品味开始, 打造美好幸福家!

N海都记者 刘薇

我们常说家是生活的港湾, 是讲爱的地方。吴文华就是一名为爱家奔赴泉州的家装达人。

作为中国第一批的家装设计师, 2001年毕业时, 吴文华和班里的大部分同学都选择了奔赴广州家居装饰行业。当时, 为了让自己尽快上手, 吴文华不是在疯狂地画手稿, 就是在疯狂地练手绘, 一整天下来, 整个手臂都是酸痛的。

正是凭借着一股“拼命三郎”的闯劲儿, 吴文华在短短半年内便跃升为设计总监。然而, 在事业攀升之际, 一个新的机遇摆在了他的面前——与合作伙伴汪总一同前往泉州, 共同创立华浔品味装饰泉州公司。“尽管广州是中国家装企业的聚集地, 但我毫不犹豫地选择了泉州。”吴文华就这样开启了全新征途。

人们装修时常问, 要选择什么样的装修风格?

作为设计师导师, 吴文华认为, 家的设计本质不应只是就风格论风格, 而应“关怀为本, 设计有爱”。人, 才是家的主体。

二十年前, 吴文华给一户有七旬老人的家庭出设计方案, 考虑到老人年龄大, 行动不便, 他特意在老人经常活动的过道设计安装扶手, 所有地面采用防滑地砖, 洗手间也增设安全扶手。几年后, 老人孙子的房子要装修, 再次找过来, 说原来那套房子的设计给老人的生活带来了许多便利。现在, 自己这一套也指定委托他设计。“在爱家设计时, 设计师要给家庭成员预留足够的交流空间, 坚持以人为本, 注重装修细节的人性化处理。”吴文华说。

无论是做设计师还是企业管理者, 吴文华都是以身作则, 带团队共同进步。吴文华对自己的要求一直是: 正念、正行, 在企业里宣导正能量、正思维, 不仅要成

为企业里的一碗“心灵鸡汤”, 还要有“装小家, 爱大家”的社会责任感。在他的带领和坚持下, 华浔品味做了一系列公益活动。在华浔福建总部一楼, 还书写着“烟火泉州, 温度华浔”八大字。“装修爱家, 不仅要装得美, 更要有温度。像热情好客的泉州人, 要做一名有温度的家装人。”吴文华表示。

在泉州创业23年的征途上, 吴文华始终坚持用“品格、品味、品质”三品文化来打造华浔口碑。也正是这样的坚守和初心, 华浔在2017年、2018年, 相继在行业内独家斩获“最富工匠精神企业”和“十大市民最喜爱品牌”的荣誉。

荣誉不仅是对过往的肯定, 也为吴文华提供了更为清晰的指引, 他的方向更加明确: “当前正是家装行业升级转型的关键期, 抓住机遇, 坚持‘四化’建设, 迈向整装新时代, 为业主开启更多爱家可能。”



家装行业也要升级转型, 吴文华激励同事继续加油



设计师杨小明

参加工作年份 **2002**

名片

人物: **杨小明**

年龄: 42岁

职业: 设计师

感言: 一名优秀的设计师, 要有一颗年轻的心。

## 深耕文创

# “航航”创意 他雪藏了6年

N海都记者 黄晓燕 文/图

中国航海日吉祥物“航航”国家级吉祥物设计者; 泉州大型动画片《燕尾侠》动漫原型设计师; 晋江市树市花LOGO设计者……“我是不老设计师小明哥。”时隔十余年, 再见杨小明, 他已是设计界小有名气的“小明哥”。荣耀加身, 不变的是依旧阳光、真诚、热情的笑脸, “一名优秀的设计师, 要有一颗年轻的心”。

深耕于文创产业22年, 从事设计方面的工作, 这源于杨小明小时候的画画爱好。5岁起, 杨小明就很喜欢涂涂画画, 一本《七龙珠》就可以让他安安静静地临摹一整天, 不同的动作、不

同的场景, 这些都成了他儿时在别人眼中“憨憨”的乐趣。一张纸、一支笔, 这是杨小明身上的标配, 走到哪灵感来了, 便可作画, 直至后面将画画结合到自己所学的计算机专业中, 杨小明可谓将兴趣进行到底。

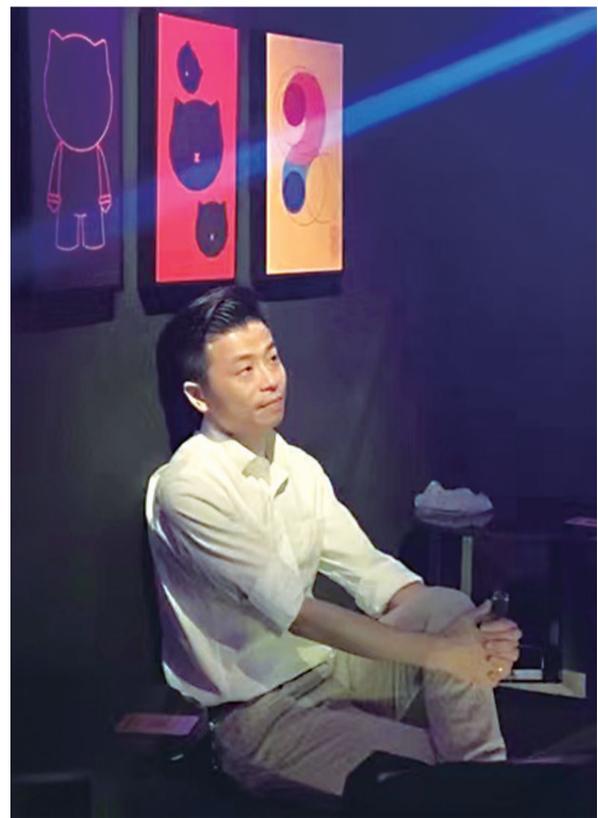
“厦门市圆爱慈善会LOGO升级、母校宁德职业技术学院90周年校庆志……”谈及自己近期的部分作品, 杨小明很是自豪, 如今不只是本土, 连外地人也常常慕其名而找上门。从事设计20余年, 杨小明说, 很多人看到他只觉得顺风水, 一切好似水到渠成, 其实背后付出的努力只有他自己清楚。就拿2010年在泉州举

行的第六届中国航海日吉祥物“航航”来举例吧, 一条站着的小鲤鱼看起来就像一个“泉”字, 小鲤鱼身上的海军领让人一下联想起了大海, 简单的两个细节就把泉州与中国航海日紧密联系在一起。当时, 杨小明将该设计方案提交后, 未经过任何修改一次性通过审核。

“看起来很顺利吧, 其实这是我雪藏6年的创意。”杨小明说, 刚毕业那些年, 看着国内外不少城市都有吉祥物, 就想着给家乡泉州也设计一个。不过到底要设计什么呢? 杨小明绞尽脑汁、冥思苦想, 泉州是海上丝绸之路起点, 吉祥物应该有海洋、帆船等元素。还记得当时是夏天, 他顶着烈日, 一

个人骑两三公里的自行车去海交馆看各种船只模型。“后来尝试了各种帆船画法, 我个人都不怎么满意。”杨小明说, 直至一天深夜, 他躺在床上, 突然想到一句话“古时泉州城形似一条鲤鱼”, 而他脑海里又蹦出一条站着跳龙门的鲤鱼, 看起来就像一个“泉”字, “你不知道, 我当时兴奋得直接从床上蹦起来, 虽然是深夜了, 但我还是爬起来拟了张草稿”。

作为泉州市特色人才培养对象, 杨小明坦言, 他也见证了泉州这20年来的发展。而让他印象最为深刻的就是这几年文旅产业的“大爆发”, 以前传统保守的商业模式变了, 宣传方式也不一样了, 大家懂



杨小明专注文创产业22年

得利用新媒体去包装城市, 去展示和呈现城市的文明, 通过各种方式, 如话题引导、拍摄微短剧、影视等营销自己的城市。同时, 泉州的文创产品档次也越来越高, 属于质的飞跃。

专注文创产业22年, 如今的杨小明已是一位融合了设计、插画、动漫等多重艺术的设计师, 博学、专

业, 易于接受新事物, 同时又能融入传统文化元素。他说, 梦想不灭, 他一直在设计的路上奔跑, 除了创作禅意猫禅画, 他还结合AI技术尝试新领域创作等。

杨小明说, 今后他将通过自己对设计美学的理解, 用自己的专业技术, 去帮助一些有需要的人或企业, 做自己力所能及的事。