“跑男”李晖：乐趣是创业的根本

人生不是短跑，也不是中长跑，而是一场马拉松——马拉松从来没人抢跑，因为绝不会“输在起跑线上”。上海风语筑展示股份有限公司总经理李晖对于马拉松有自己的定义：在这条跑道上，有许多人陪在自己的左右，也有各种名利诱惑你停下脚步，有各种杂音聒噪让你看不清方向。

在创业这条跑道上，他带领风语筑坚定自己的步伐，不随波逐流，将建筑设计与科技相结合，当艺术与技术碰擦出火花，也正是开始好玩的时候。

本版撰文 青年报记者 高彩云
本版摄影 青年报记者 常鑫

[寄语创业者]

创业一定要是自己有兴趣，感到快乐的事情，秉着“玩”的时候把钱也赚了的态度，既要脚踏实地，也要敢于创新有想象力。

初次试水，埋下了创业伏笔

李晖高中时代就与艺术结缘，一切与设计相关的事情都是他专研的课题，在那个“学好数理化，走遍天下都不怕”的年代，他深知纯艺术专业肯定不是自己未来的全部，因此，李晖选择了建筑，凭借数一数二的数理化成绩，他考入了学子梦寐以求的同济大学建筑系。

李晖的大学时期，正是改革开放渐入佳境，人们的想象力开始释放的年代，思维活跃的李晖创办了同济大学的第一个广告社——蓝铅笔广告社。“首先是因为喜欢画画。当时大学里卖什么的都有，我觉得我可以干这个。因为画得好，多人来找我们，我们在学校里做过很多活动。”

蓝铅笔广告社虽然只有两个人，生意却十分红火，此后的大学生涯，李晖再也没有用过家里的钱。这初次试水，也给安于享乐的他埋下了创业伏笔。

毕业后，李晖理所当然地去了改革开放的前沿阵地——深圳。尽管在特区，他接触到了很多前沿的建筑设计，但他大学的创业经历使他并不安于在国营的设计机构守着“铁饭碗”，终于还是走上了创业之路。“那时真是草根，我做过各方面的设计服务，就这样逐步地做起来。”

上世纪90年代，中国新一轮的改革开放中，上海以弄潮儿的身份引领着发展。1996年，在深圳有了一定专业、资源、技术积累的李晖回到上海，创办了建筑规划领域内专业模型设计制作的模型公司。

“合适的时间做合适的事，从实际出发，勇于抓住时代赋予的机遇！”这一最初的创业理念，也是李晖不断取得成功的关键。

2003年，李晖带领着十几名员工创立了风语筑，且当时规划展览在中国是一个新领域，国内几乎没有可借鉴的规划展览设计的成功经验，创业之路举步维艰。但就在这样的逆境中，李晖和他的团队顶住了压力，积极借鉴国外经验，再根据国内市场的需求，不断创新，在一次次摸索后，风语筑在2005年首先提出了“设计领衔·跨界总包”的理念，开创中国城市规划展览馆先河。

跨界整合，做展览业的“特斯拉”

在中国，并不缺乏展览公司，却只有风语筑用短短十多年时间成为行业佼佼者。在风语筑的业务构成中，90%以上为城市馆，包括城市规划展示馆、城市文化展示馆等。

“很多人会问‘你们是谁’？或者‘为什么是你们’？我们希望用项目告诉大家，这是一家跨界公司，跨界是我们发展的基础。”总经理兼设计总监李晖说。

在当代中国，城市馆是一个全新的领域，其特殊性在于参与的工程种类繁多，涉及几乎所有室内、室外、声、光、电几十个设计门类。较之传统展览馆工程，各工程之间的配合更为复杂和琐碎。譬如，多媒体设备线路的预埋、不同展项的施工先后顺序、交叉施工涉及的成品保护等。以往的展览馆工程往往由几个公司分包，但如此运作模式容易造成工种之间的配合问题，也可能产生不同公司之间互相推诿、工期延误等现象。

所以，风语筑从诞生之初，就从“跨界”杀入城市展览领域，跨领域运作，强调不同门类之间的有效衔接。

创业后，李晖也从未放弃他的建筑设计师身份，他说，建筑设计是一个统领，统领着所有的设计。因此李晖一直亲自担任设计总监。“行业是陌生的，团队是混搭的，知识结构是交叉的”，这是李晖入行之初的感受。但他说：“这既是挑战，也是乐趣，不用墨守成规。”风语筑创始团队打破常规，将新锐建筑师、室内设计师、布展设计师、平面设计师、舞美设计师、灯光及影音顾问、多媒体互动软件设计师等加以整合，让他们在整个项目设计过程中既凸现自身特色，又互相交流碰撞产生新的创意和展示方案。加上从设计到施工的一体化运作，跨界让风语筑迅速在行业中赢得口碑。

李晖说：“我们要做展览业的‘特斯拉’。”

在他看来，风语筑和特斯拉从行业归属来说迥然不同，但两者的成长路径与发展模式缺异曲同工。不论是城市馆还是电动汽车，在其自身行业中，都算一种“异类”，都是对原有思维模式的突破，也是将看起来不大的细分市场做大。与此同时，两个品牌都强调对行业本身的专注认知，能够对复杂而综合的多项领域进行系统有序的把控。“在既有的传统元素上融入更多现代的甚至超前的科技元素与理念，让特斯拉成功，也推动我们发展。”李晖说。

如今，风语筑大楼下有特斯拉充电桩，据说风语筑是建筑展览业第一家购买特斯拉的企业。这辆车并非某个高管的座驾，而是专门用来接待客户。“我们希望用这辆车告诉所有合作伙伴，风语筑敢于尝新，也敢于突破。”

工作、娱乐不分家，创高效团队

2013年5月，风语筑的800多名成员搬入了新大楼，这是一个由团队成员一手打造的一座集现代高科技声光电技术的多维立体展示馆。

在大楼参观时，记者已分不清楚，这到底是展览公司还是互联网科技公司。不论是虚拟现实、数字沙盘、5D影院，还是超长高清无缝触摸屏、非触摸互动投影、互动飞屏，都可以在这里看到。还有声光电与机械力学完美融合的魔幻气动墙，将禅韵与活力双重意境精彩演绎，让参观者为之振奋。

更多的亮点在于公共休息区。原来，为了激发设计师的灵感，也作为重要的工作缓冲，风语筑在整个写字楼里留出大量公共空间。这里既有安静舒适的植物园、咖啡吧，也有让人心情振奋的迷你高尔夫场、健身房。李晖告诉记者，公司对外一直宣传要掘金“参观经济”，所以公司自身的设计和展示也要践行这一理念。“一个展项或技术能否成功，公司内部率先试起来。”李晖说。

如今，在李晖的带领下，风语筑从十几人的小公司发展到现在800余人的企业，是国内规划展示行业龙头，以数字科技为依托，数字文化为理念，创意设计为体现的系统解决方案服务商。已打造400座多类别的城市体验馆。面对过往的成绩，他谦虚地说：“公司能取得今天的成就离不开团队的力量，核心团队成员一个都没有流失，他们是公司最宝贵的财富。”

团队成员不仅拥有和李晖一样的梦想，在生活上也是一群积极向上的年轻人。“近年来，除了工作最有意义的事情应该就是马拉松了”，这不止是李晖的个人爱好，更是整个风语筑成员的爱好，动不动就飞到外地乃至外国，货真价实的“跑男”。

“工作与玩不分家”让李晖和整个风语筑团队获得了更高的效率。做“跑男”需要锻炼、需要时间，怎么协调与工作的关系？“我们可以一边工作一边跑。”李晖举了个例子，“前不久参加了厦门马拉松，带着家人一同去参加活动，还抽出了时间带着团队一起考察了当地的项目。”

李晖觉得，如果抱着工作和玩不分家的想法，不仅能对生活、工作充满热情，也能逼着自己更高效率的生活和工作，从生活中积累工作的信息，也从工作中挤出生活的情趣。这样的态度似乎也传递到了风语筑的作品中：既有明确的展示和宣传目的，又能让人收获快乐和满足。

[记者手记]

乐趣是创业的根本

风语筑从创立至今已经步入了第13个年头，而初见李晖，清爽的小平头，戴着一副黑框眼镜，又不乏时尚新潮的打扮，热情睿智，侃侃而谈，似乎随时都会迸发出灵感和创意。当然，对主打设计、创意的企业来说，年轻代表着激情和活力，这一点不仅体现在风语筑的大楼里，在李晖身上更是一览无余，融智慧、设计、艺术于一体。但最打动记者的，是他本人以及团队的工作状态，那就是“工作和玩不分家”。

青商汇 新锐榜 第271期