万捷： 大道至简 悟者天成

何文琦 / 深圳商报记者

编者按：《深圳商报》推出“向创业者致敬——纪念深圳经济特区建立 35 周年特别报道”，将通过权威媒体的客观视角，揭秘深圳创业传奇背后的秘密。万捷董事长作为深圳创业者代表之一，讲述雅昌文化集团的创业发展史。

万捷董事长

万捷，1962 年 6 月生，雅昌文化集团董事长兼总裁，全国政协委员。1980 年至 1984 年，在北京印刷学院学习。1984 年至 1992 年，历任深圳美光彩色印刷股份有限公司厂长、董事、总经理。1993 年至今，任雅昌文化集团董事长兼总裁。

全世界最大的艺术书墙大到什么程度？高 30 米、宽 50 米的丰碑式艺术书墙，足足有四层楼那么高，一面墙的藏书量就超过了许多小型图书馆。

雅昌文化集团耗时八年，从各大顶级博物馆、美术馆、出版社、图书馆搜罗来珍稀艺术图书近 5 万种 12 万册。在寸土寸金的深圳，雅昌文化集团董事长兼总裁万捷率团队搭建起这个全世界最大的艺术书墙“Artron Wall”，打造出全球首创的博物馆式书店，成为引人瞩目的深圳文化艺术新地标。

从一家传统印刷公司，用 22 年发展为中国艺术界不可忽视的一股力量、中国文化产业创新的一个范本，离“卓越的艺术服务机构”目标越来越近，万捷的“中国梦”正在变成现实。

在各大城市打造“东方艺术图书之都”，欲引领全球的艺术图书版图；通过创新把传统印刷、IT 科技和文化艺术有机结合，打造为艺术全产业链服务的全球最大公司；以最大数据库，做艺术界的“四库全书”

雅昌（深圳）艺术中心外景

和“华大基因”……起步于深圳，而绝不囿于深圳；前路没有指引，四周亦无人同行，万捷的每一步前行，都可用“不走寻常路”来概括。

最终雅昌为中国文化产业形成核心竞争力，为传统产业与新经济接轨，提供了一个充满活力与前瞻性的成长样板。

南下深圳创业瞄准艺术印刷
从“中国制造”迈向“中国创造”

万捷缔造了一个文化企业的传奇，他本身的经历也堪称传奇。在雅昌，万捷向深圳商报记者讲起自己的独特经历，依然十分兴奋。

1985 年，大学刚毕业的万捷放弃铁饭碗，从北京登上了南下深圳的火车，进入一家日资印刷企业。仅仅 7 年时间就成为最年轻的董事。可是刚过而立之年的他选择从零开始创业，创立雅昌文化集团的前身——深圳雅昌彩色印刷有限公司。

回望来时路，万捷告诉记者，南下深圳，是因为“怀揣着梦想”；选择创业，是因为“外资企业有很多弊端”。

1992 年小平南巡，激起了万捷的创业热情。1993 年，他在香港注册新公司时，在众多英文名字中，他一下就被“artron”吸引了——艺术（art）+ 电子（–tron）。回到深圳，他把这个名字翻译成了“雅昌”。

此时的深圳印刷界，低端包装印刷业务的竞争日趋激烈。1994 年，万捷通过一单拍卖图录的生意，开始介入艺术品印刷，率团队开始主攻高品质的艺术图书印刷，“做别人做不了的，我就能拥有无可替代的优势”。

此后，雅昌完成《北京 2008 年奥运会申报报告》和与英国出版社合作的“巨书”《曼联》的印刷任务，让全世界见证了印刷业“中国制造”向“中国创造”的进化。此后还承接了《超级碗》、《迈克尔·杰克逊》、《凯尔特人》等大书的订单。

雅昌结合书籍的内容、设计理念提供与之匹配的印制服务，完美呈现书籍，与世界著名的设计大师共同将书籍打造成奢侈品、艺术品和礼品。自 2003 年以《梅兰芳藏戏曲史料图画集》首度荣获有着“国际印刷奥斯卡”之称的班尼金奖之后，雅昌拿奖拿到手软。2015 年的第 66 届美国印制大奖榜单近日揭晓，8 项班尼金奖再度收入囊中，

雅昌数据处理中心

雅昌也再次成为全球获金奖总数最多的印刷企业。

内容和资源成为新核心
“打造中国艺术的四库全书”

万捷很早就研究过日本的印刷行业，在日本经济大萧条的时候，首先崩溃的是出版业。但有两个企业不但没有崩溃，反而逆势而上。究其原因是它跟 IT 结合，把印刷技术用在 IT 上，用新的思维方式对技术进行延伸。这给了他很大启迪：“传统文化企业要想有所发展、有所作为，就要作颠覆性的改变，学会用 IT 思维来经营，探索新的经营模式。”

2000 年前后，雅昌艺术网成立。而建设网站必须有数据库，数据库的打造也就此开始启动。其艺术品数据库涉及古代、近现代、当代的书画、古玩，大多是各大博物馆的馆藏珍品，每张图片都配有介绍资料、历届拍卖数据等电子化数据。

“互联网 +”战略如今已经上升至国家层面，而万捷引领下的雅昌从十多年前就开始进行尝试。他向记者表示：在“互联网 +”行动中，数据库是非常大的支撑和载体。多年来，雅昌在书画、文物、拍卖、摄影等艺术类印刷业务中积累了大量艺术家、艺术作品及相关数据资源。通过将这些资源和数据整理归类，借助文化与科技的深度融合，雅昌文化集团建成中国艺术品数据中心。

以纸墨为桥梁，以科技为支撑，为数字时代下的文化艺术找到新的生存空间。万捷感叹：“建立数据库是雅昌发展很重要的节点，网络打开了雅昌从传统印刷走向数字出版公司的产业升级。”

如今雅昌艺术网已经 15 岁，它悄然改变了雅昌的产业结构和形态。目前已经为全球近 500 家艺术品拍卖公司提供预展、广告、直播、数据管理等方面的服务。2014 年雅昌艺术网的赢利达到 6000 万元。

数据库中更是收藏了 6 万余名艺术家、2000 多万件艺术品珍贵的图

文资料，并以数据的形式永久存储起来。15 年过去了，万捷还有更远大的追求——“要打造一个可以留传后世的艺术品数据库”。按照他的设想，中国艺术品数据库要建成全球最大、最全面的有关中国艺术家、艺术品内容的数据库，并不断刷新，成为中国艺术的“四库全书”。

2008 年，在雅昌文化集团成立 15 周年纪念大会上，万捷宣读了一份雅昌企业的“遗书”：“人和企业都是有生命的，如果有一天雅昌不在了，雅昌所保存的这些艺术品数据，属于人类、属于社会、属于国家”。

6 万名中国艺术家皆是客户
“为艺术全产业链服务的服务商”

经过多年拓展，雅昌的整个布局和模式都有很大的变化，印刷现在只是雅昌全产业链中的一个末端服务环节。在万捷看来，印刷是个大概念，包括数字加工、信息化、大数据、云计算。真正要转型，还是应该从客户需求、市场需求出发，打造自己的商业模式。

通过建立核心数据库，雅昌把艺术品行业最主要的参与者——拍卖行、画廊、投资者、画家、印刷出版公司联系在一个平台上，由此发展互联网、数字资产管理、摄影、出版，以及展览策划等业务。

万捷兴奋地说：“雅昌定位艺术行业，不断延伸服务范围。现在的雅昌已经是全球范围内为艺术的全产业链服务的最大公司，也就是最大的服务商。这一点是勿庸置疑的。因为其服务对象是 6 万名中国艺术家。在国际范围内，没有一个企业能为 6 万名艺术家提供服务，没有哪个公司能够达到这样的规模，只有中国，只有雅昌”。

通过提供艺术全产业链的供应，从艺术的传播到创作再到交易，处处都有雅昌服务环节，形成了以艺术数据为核心，IT 技术为手段，覆盖艺术全产业链的全新商业模式。

作为服务商，他们不断地通过授权，把数据库打造成各类的文化产品。再把这些产品通过电子商务和体验店的方式全部串联起来，让不同爱好、不同收入的人，都能根据自己的欣赏水平和消费水平，享受各种形态的多样化艺术产品。

万捷分析说，雅昌的优势可以概括为 4 个字：数据、服务。一方面

雅昌中国艺术品数据存储中心（深圳）

数据库已经具备相当的规模，任何一个企业用几年时间也不太可能做到我们这个程度；第二个优势是服务，“全球超过 94000 位艺术家、796 家博物馆、988 家美术馆、1108 家出版社、5168 家画廊、984 家艺术拍卖公司全都纳入雅昌服务体系，互联网则有几百万用户，另外还有图书用户、影像用户，中国还有 8000 万收藏爱好者，这些都是我们宝贵的服务资源”。

为了艺术的传承有序，雅昌还全力建立书画艺术品数据库，采集书画艺术品的“DNA”，为它们制作“身份证”。目前，已经获得了 1500 位知名艺术家的大力支持，收到来自 5000 余位藏家提供的送鉴艺术品。“我们通过科技手段将艺术作品的 DNA 提取出来，由艺术家本人亲自鉴定，同时送到国家版权局登记备案。我们现在所做的，你也许不觉得特别有价值，但一旦艺术家故去了，这将成为鉴别其作品真伪的唯一证据。”

万捷坦言，古代艺术品以及近代已故艺术家的作品争议大，不好鉴定，那么就先开展当代在世艺术家作品的鉴定，采用科技手段进行甄别和固定。他说：让中国艺术品从现在开始，用技术的手段来实现传承有序，这是一个对后人负责的态度。深圳有个华大基因非常牛，而我们想要做的是“艺术界的华大基因”。

一面书墙，一部艺术史
“做出这样的书店，才是中国人的精彩”

近日最新消息传来，艺术书墙项目以其令人惊叹的视觉效果斩获 2015 德国设计红点设计大奖“传达设计”奖项，成为中国首个获得传达设计类奖项的博物馆式空间。

雅昌艺术书墙

“文化产业的从业者要敢于做前人所未做之事，才能有前人未有之精彩”。谈到这面全球最大的书墙，总创意规划者万捷满脸自豪与欣喜。

他说，“印刷对文化的传承有着巨大的贡献，而书籍本身就是人类情感的表现、是保留文化记忆的载体，同时一些珍贵的藏书本身就是奢侈的艺术品。八年前我有了这样的一个构想，要做一个以书为纽带的艺术中心，用书造就一座丰碑式的建筑。因此，雅昌整合艺术资源，用古老的图书馆，加上雅昌一向擅长的 IT 技术给予受众良好的科技体验，从而打造出雅昌艺术中心这样复合型的美学综合体。”

有了构想，他邀请了台湾诚品书店的创始团队——台湾行人文化实验室来共同执行和实施自己的创意。台湾诚品书店创始人之一、行人文化实验室执行长廖美立听说了这个大胆的创意之后，产生了浓厚的合作兴趣。

廖美立在发给万捷的短信息中说道，“这对我们也是很大的挑战，我们都希望能做出一个创新的东西来。感觉做出这样的书店，才是中国人的精彩；大时代，大机会，这辈子能够做一个这样的项目，才有真正的成就感”。

彼此之间的合作并非始终一帆风顺，而是经过了两年的磨合和商讨，最终廖美立全面接受了万捷的创意构想。“这是一个从未有过的商业模式。雅昌打造的以艺术数据为核心，IT 技术为手段，覆盖艺术全产业链这一独特模式，不说在世界，至少在台湾是未有过的。这个艺术中心不在购物中心，而是大楼里聚集着美术馆、艺术图书馆、艺术书店、印刷车间、办公室等各个空间。我觉得它应该是世界首创，我们都希望能做出一个创新的东西。”

其实，艺术书墙只是 12000 平方米的博物馆式艺术书店的一个组成部分。深圳的书店不少，但用做博物馆的方式来做书店，更是一个闻所未闻的全新尝试。博物馆式艺术书店包括书墙、书店、公共阅读空间、专业书房等几个部分，能够满足真正喜欢艺术图书的人的需求。

廖美立感叹说，“书墙是面向世界的，它不仅是窗口，更是里程碑，其藏书量之丰富，囊括了世界范围的艺术图书，是值得传承和延续的壮举，这更是一个壮阔事业的表达。”

让全国文化资源为我所用
文化产业 需要激情和眼界

深圳缺少文化传统资源，做文化产业有时比北京、上海甚至杭州、广州更难。对于这一点，万捷有清晰的认识。他坦言：文化产业需要创意，需要激情。深圳有创新，有科技，这是优势，但是从资源上来说，确实是处于劣势的。“就深圳来说，文化产业一定要有新的思路和想法，要有把全国文化资源为我所用的气度和眼光。就像故宫是全世界的，是中国的，是北京的，也可以说是深圳的。”

身在深圳，而眼光始终望向的是全国甚至全球。结缘故宫就是万捷的新思路。在他的力促下，2010 年 10 月 10 日，故宫博物院成立 85 周年纪念日当天，故宫基金会成立。此后募集到万捷、王石、冯仑、刘长乐、马化腾等 8 位企业家捐助的共 1600 万元资金。这是大陆国家级博物馆引入基金会模式募集社会资金的首次尝试。

2014 年，雅昌文化集团又与故宫博物院举行了故宫学院合作签约仪式，将在故宫资源数字化上展开更多的合作，这是故宫博物院首次与民间企业展开合作。眼下万捷正在牵头，由故宫基金会和雅昌合作成立一个数字化的艺术图书馆，让各地的青少年没离开家乡就感受到故宫。

有眼光，更始终保持旺盛的创业激情和创新态度。艺术书墙的设计和完成，前后耗时多年而整个团队坚持不懈，5 万种、12 万册艺术图书资源最终齐聚这个全球体量最大的艺术书墙。艺术家、雕塑家展望表示，“我从没见过这样一个巨大的综合体，一个印刷、展示、艺术、研究、图书、美术陈列等结合在一起的建筑。”将书籍置身舞台式的氛围，从而表达了书籍的真正价值及含义，并且通过建筑向更多人传达这样的价值，万捷的创意让深圳文化再一次站到了创新的前沿。

雅昌太特殊了。快餐行业有肯德基和麦当劳，零售行业有家乐福、沃尔玛可以参照，但是雅昌前面什么也没有，雅昌就是雅昌，只能是试验田，进行创业模式、管理模式和人员配置的多种实验，到国外、到其他行业去寻找参照物。

万捷是个苹果迷。在他看来，苹果公司的胜利，不只是技术的胜利，更大程度上是艺术的胜利，现在已经变身为一个为全人类提供一个生活体验方式的公司，“乔布斯的创新精神、实现自我价值的责任感，是雅昌要学习的。”

为了延续和发展现有的数据库优势，万捷率团队不断在用这个数据库的数据和培养用户使用数据库的习惯，来打造新的数据中心，也就是进行数据库的应用，这方面的潜力非常巨大。

对变化泰然处之，对艺术坚守初衷。2015 年，雅昌 22 岁，而万捷 52 岁。如今雅昌文化集团在地域上完成了华南、华北、华东的布局，雅昌的艺术图书将辐射全国，达到最终打造引领全球的艺术图书版图。同时以“艺术教育”为核心，以“互联网 +”为手段，通过“流动美术馆”、“艺术大讲堂” 、艺术复制与衍生品、影像艺术品等形式，让艺术逐步走进每个人的生活。