



# 万捷的ARTRON

Text 逢伟 《时尚·Esquire》2004年10月号

编者按：2005年1月15日，首届“中国时尚先生”评选在北京奥林匹克中心隆重揭晓，雅昌集团董事长万捷当选首届“中国时尚先生”，荣获2004年度时尚创业奖。

同时获奖的还有万科企业股份有限公司董事长王石、万通集团董事会主席冯仑、搜狐网CEO张朝阳、中央电视台新闻主播白岩松、小提琴演奏家吕思清、国际著名导演陈凯歌、著名演员姜文等。

首届“中国时尚先生”评选活动由中国最具权威性的高档男性生活文化杂志《时尚·先生》发起，历时一年，参选时尚人物涉及了中国各个领域和行业，诠释了“中国时尚先生”“高雅、智慧、成功、前瞻”的风采与特性。

以下特刊出《时尚·先生》杂志对万捷董事长的相关报道，与读者共飨。

ARTRON——雅昌，11年前，万捷给自己创办的企业起了这样一个名字。11年之后的今天，他的雅昌企业（集团）有限公司不但已经在深圳、北京有了4万多平方米厂房、1千多名工作人员，而且还拿遍了世界上的几乎所有印刷大奖，成为中国艺术印刷品市场的领导者。“雅昌”的成功，有一个很鲜明很吸引人的特色——它的创办者万捷，最初只是一个印刷专业的年轻毕业生。他对对印刷工艺技术由衷喜爱、怀有做出世界上最精美印刷品的纯真梦想开始，付出20年努力，终于建造了自己理想的大厦。

## 年轻的董事厂长

万捷是北京人，生长于一个知识分子家庭，是1985年去的深圳。

去深圳的前一年，万捷刚从北京印刷学院毕业，他是这所学校的首届毕业生，毕业后被分配到中国科学院印刷厂工作。

那会儿，北京的印刷行业还显得很

“土”，排版大多是用铅字，有部最原始的照排机，能用上相纸制版就已经是很高级的了，万捷感到跟自己在学校时所想像的景况很不一样。他想去看看、闯闯外面的世界，便在大学毕业后的第7个月，应聘去了深圳。那时，他还不到23岁。他应聘去的单位也是一家印刷企业——深圳美光彩色印刷股份有限公司。这家企业与其他国内的普通印刷厂不同，设备、技术和管理都很先进。日本的印刷工业很发达，一直走在世界前列，而“美光”恰恰是一家中日合资企业。

那时的深圳特区，尚处于发展初期，每日每时都有大量机遇和诱惑出现。别人到了那儿都是一门心思找机遇、抓机会，常常很快就会转行甚至转很多次行；而万捷却一头扎在印刷厂里，一干就是7年。关于他能够如此踏实坚定的原因，在与他的谈话中我体会到了，并且颇有同感。

依我的观察，万捷属于那种喜欢专心

致志做一件事，并且能享受到做这件事的快乐的人。他对自己的看法也是如此：“我从小就愿意跟比自己大的孩子在一起玩儿，长大后又最愿意跟专家打交道；甭管是什么事，只要是做，我就想把它做到专业水平。比如我小时候踢足球，白天跟大孩子们在一起踢，晚上就找来足球技术教材看，书上怎么教我就怎么踢，每个动作都力求做到跟‘专业的’一模一样。这就是我的天性。”这种天性，注定了万捷心无旁骛的做事风格。他不太可能也从心眼儿里不愿意跑到花花绿绿的世界里，去寻觅、从事那些在别人眼里很风光很浪漫的



事。但他的心里，其实又充满了浪漫，总在勾勒着美好的理想画卷，并把自己眼下所走的每一步，都同实现理想联系在一起。作为一个立志于振兴民族印刷事业的年轻人，当来到“美光”这个全新的天地后，他对这儿的一切都充满了兴趣，感到自己该学的东西很多，可以做的事情也很多，所以工作得格外认真。

如果一个人总在踏踏实实地做一件事，他就比较容易获得相应的成绩和尊重。从担任基层业务主管到一步步成为高级管理人员，几年中万捷所担任的职务在不断地发生变化。1987年，企业派他到日本进行了为期一年的企业管理和技术管理培训，回来后，他被任命成为“美光”的董事厂长。那年，他只有26岁。董事会之所以愿意请他做董事和掌管企业，是因为——他太优秀了。

#### 跨越式发展

谁也没有料到，正当人们对年纪轻轻

就已经事业通达、地位显赫的万捷投来艳羡的目光时，他却宣布了一个决定——离开已经为之工作了7年的“美光”，去创办自己的新企业！领导、同事们既感到突然，又难以理解——在“美光”有着这么好的前程和工作氛围，为什么偏要离开这里去辛苦创业呢？对此，万捷的回答是：“没有别的原因，我只是觉得自己现在还很年轻，想趁年轻再试试自己的能力，看能不能自己办好一个企业。”

那一年是1992年，他刚满30岁。

ARTRON，由Art和Electron这两个英文词汇组合而成，寓意“把艺术和电子技术进行完美结合”。这个名字是万捷想了许久才想好的，表达了他的雄心壮志——创办国内最优秀的文化企业。然而，他心里也十分清楚，千里之行始于足下，要实现自己的雄心壮志，必须得从第一步扎扎实实走起，而且，这其中必然充满艰辛。如今规模庞大、业绩辉煌的“雅昌”，当年起



步时实在是很简陋，既没有自己的厂房，也没有自己的设备，只是在别人的工厂里租用了几台机器，人员也只有30多人。

我问万捷：“你是不是感到那时创业的过程很艰难？”

他干脆地回答道：“不难，起码我没觉得难。我一直觉得，自己做印刷是在玩儿，玩儿我自己最喜欢的东西。这种玩儿的最大特点，就是把爱好同事业结合在一起，把我最喜欢的东西用我所从事的专业表现出来，以一种很愉快的心情，干在别人看来很艰苦的事。”

印刷行业，从来就不是一个能够赚取暴利的行业，相反，印刷是一个很传统的加工业，行业内企业间的竞争又非常激烈，多年来许多企业常常陷于经营困难甚至难以维持。与这种状况不同，“雅昌”虽然在物质条件方面起点并不高，但在对产品水准和服务质量的追求上，从一开始就对自己提出了比其他同业者更高的要求。

由于特色鲜明、品质优异、服务周到，工厂的业绩和知名度一路迅速上升。1994年，“雅昌”兼并了中轻包装印刷有限公司；1997年，兼并了中国自动化控制系统总公司深圳分公司；1999年，北京雅昌彩色印刷有限公司正式注册成立；2003年，在公司成立10周年之际，北京雅昌大厦落成，预示着“雅昌”的发展翻开了新的篇章。就这样，在原本并无爆发性可言的印刷行业里，“雅昌”实现了跨越式增长，成为了一个具有相当规模和品牌知名度的企业。

### “雅昌”特色

万捷的公司，同别的印刷公司的确不太一样，每个角落里都充满了艺术气息。采访万捷那天，我去了“雅昌”在北京东郊空港开发区内新建的工厂。一进门，庞大的钢架结构、通体的黑色大理石墙面和琳琅满目的展示品，散发出一股强烈的现代艺术气息，让人感觉这儿仿佛不是一个印刷公司，而是一座艺术博物馆。万捷告

诉我，这座新厂的建筑，是由著名建筑设计师崔恺先生设计的，而许多艺术家也经常来这里交流指点。“韩美林先生已经来过好多次了，他特别喜欢这儿。他说，厂里所有的指示牌都要由他亲自写，包括‘员工餐厅’、‘洗手间’，所有地方都要让它们充满艺术感。”除了外貌与别的工厂不同，“雅昌”的生产管理体系也很特别。在这儿，基本的生产部门已不再是传统的车间、班、组，而是许多个艺术工作室——国画艺术工作室、油画艺术工作室、瓷器艺术工作室……每个工作室都专门负责某一个专类印刷品的制作，从分色、制版，到印刷、装订，形成一条龙的全方位质量控制体系；而工作人员，则超越了传统印刷工艺标准的要求，以创作艺术作品的方式和态度，进行着不懈的探索钻研。在瓷器艺术工作室里，我看到墙上挂满了镶嵌着古代瓷器碎片的精致镜框。万捷告诉我，这些东西并不是装饰品，而是制作人



员的研究对象、操作工具。“用来制作瓷器画册的图片，即便拍得再好，也不可能做到把每一个细部的质感、色彩都表现得与原品一模一样。而要使印制出的画册达到非常逼真和理想的效果，制作人员在分色制版时就需要参照着相应年代、相应种类的实物，对画面上器物的每一个细节进行合理处理。要做好这项工作，工作人员不仅要十分精细认真，更要常年对不同年代、不同种类器物的细节进行鉴赏、研究，获得深刻、全面的知识。这样，随着学识和经验的不断积累，我们制作出的产品，也就更具有艺术含量和价值。”的确，经过11年的努力，“雅昌”人的这种研究实践活动已经进入到了相当深入的层次。我发现，每个艺术工作室的文件柜里，都存放着一本本厚厚的工艺档案，上面详细记录了由该部门制作的所有艺术图书的每一个技术操作处理细节；而每一次所获得的心得，都为以后的实践奠定了宝贵基础。就

这样，经过年复一年，日复一日的努力，“雅昌”的印刷艺术大厦便被一砖一瓦地垒建了起来。在注重艺术印刷质量的同时，“雅昌”也把为客户提供全面、优质和高效的服务，确定为自己的另一个重要经营理念。自创办以来，“雅昌”便连续数年获得“先进技术企业”、“AAA信用企业”、“重合同守信用企业”等一系列称号。而如今在国内的印刷领域和诸多客户的心目中，“雅昌”这个名字则更是成为了信誉的化身、质量的保证，以至于每当人们想要制作高水准高难度的印刷品时，无不首先想到它。

自2001年以来，“雅昌”被指定为国家领导人印制贺年卡的专门单位；2001年、2002年，“雅昌”又先后成功印制了我国的《申奥报告》和《申博报告》，为中国在新世纪迈出进一步走向世界的步伐，做出了重要贡献。2003年9月29日，在美国芝加哥举行的第53届“美国印刷大奖”

颁奖典礼上，雅昌公司选送的《梅兰芳藏戏曲史料图画集》，从全球19个国家和地区的5000部作品中脱颖而出，荣获了有“全球印刷界奥斯卡”之称的Benny Award金奖。而在此前和此后的国际印刷界权威评选活动中，“雅昌”一共拿到了几十项大奖，为古老而正在重新焕发青春的中国印刷业，赢得了无上光荣。

### 永远的玩家

多年来，万捷一直有一个习惯——午睡时喜欢往脸上盖一张充满油墨气味的纸，只有闻着那股味道，他才睡得舒服。有时候，油墨蹭在了脸上，他自己还不知道，就带着一副“小花脸儿”四处走来走去。

局外人对他的这种“舒服方式”无福消受，更无法理解，他为什么连睡觉的时候都舍不得离开那股子油墨味儿？

万捷对印刷事业的热爱和痴迷，的确已经达到了无以复加的程度，以至于他的所有思想和行为，都集中在了这惟一的兴



奋点上。

“我总在想，‘雅昌’的第一个十年虽然已经初具规模，但更长的路还在后面。人常说企业要成为‘百年老店’，这话说起来容易，要做到其实很难。不少企业，虽然开头时挺红火，但过不了几年就悄无声息了，我觉得，这是由于那些经营者往往只是把目光盯在眼前的业务、利润上，而并没为企业创造、沉淀出可以永久保留的东西。‘百年老店’，不是有形资产的比较，而一定是无形资产的积累；不是靠经营单一模式的业务、简单的规模膨胀赢得发展空间，而一定是靠缔造综合的服务体系、价值体系奠定长久发展的根基。”

他向我推荐了一本书——日本学者小林一博先生的《出版大崩溃》。他之所以对这本书非常感兴趣，是因为它在对竞争激烈、每况愈下的日本出版业现实进行了深刻剖析后，指出了一条切实可行的摆脱困境的道路——将出版、印刷和发行集于一身，以实力强劲、功能齐全、效能一流

的全方位综合服务体系，造成社会对自己的充分需求和永久信赖。“你看，日本出版业的年销售收入才只有2.3万亿日元，而两个最大的印刷公司却凭借自己的立体化服务体系取得了2.6万亿日元的年销售收入。我想，这也是‘雅昌’所应选择的道路。”

由于在印制艺术图书方面具有强劲实力，早在上世纪90年代，“雅昌”就开始承制中国的各大拍卖公司的拍品图集。而随着收藏热的日渐升温，人们对艺术品知识和信息也就有了愈发强烈的需求。观察着收藏业方兴未艾的大市场，万捷敏锐地发现了足以为企业提供巨大发展空间的崭新机遇——把企业对艺术事业的追求，从单纯印制产品扩大到整个艺术信息服务领域，使“雅昌”走上全方位参与社会生活的宽广发展道路。2000年，“雅昌艺术网”应运而生，而与之伴生的“A计划会员”活动，则提出了这样的口号：“A，首先是艺术Art的A，其次是雅昌ARTRON的A，更

是最好的A！”眼下，经过卓有成效的努力，他们所精心营造的立体艺术服务体系已经展现出迷人的色彩和景象。“中国2万5千多位艺术家的个人信息和作品信息，都可以在我们的网站上查到。网友只要点击一下相应的目录，就可以了解和观看建国以来曾参与拍卖活动的任何一位艺术家的任何一件参拍作品，同时，历年来这位艺术家作品的价格变动曲线也一目了然。我们的雅昌艺术网不仅已经成为中国第一大艺术品门户网站，而且已经成为了广大收藏爱好者不可或缺的有效工具……”看着此时万捷神采飞扬的表情，能够深刻体会到他心中燃烧着的激情。而这些激情又总会在他最沉迷的时刻和他全身心投入的事业中爆发出来，带动别人同他一起激动。他说，他是一个典型的把事业当成最大爱好的人，所以他总是在玩儿，今后的10年、20年、30年……他会一直这样玩儿下去。

我觉得，的确会是这样。