

印刷企业比的是IT技术

——专家解密雅昌模式并探究传统行业的升级策略

Text 本刊编辑部整理

[编者按] 2005年,雅昌再次荣膺全球印刷界“奥斯卡”大奖——Benny Award金奖,众多媒介广为传诵,也引发了业界的激烈讨论与深入思索。8月13日,《南方都市报》“深圳杂志·文化深圳”栏目专门采访了特区文化研究中心文化产业研究员毛少莹,围绕雅昌如何把一个传统产业做到尖端、深圳能否以雅昌为研究范本克隆出一批明星企业、传统印刷行业的升级与突破的路径在哪里等问题,进行了深入探究。

毛少莹研究员的核心观点就是:目前的印刷业,核心竞争层面是IT技术。

深圳杂志:作为文化产业研究者,你对“雅昌模式”怎么看?

毛少莹:雅昌在成长为印刷行业专业品牌企业的同时,是以“雅昌艺术网”闻名的——由雅昌公司创建的“雅昌艺术网”(www.artron.net),整合众多艺术资源,提供各类艺术行业服务,其中包括各大美术馆、艺术品拍卖公司、艺术家档案;各类展览会、拍卖会信息等。事实上,“雅昌艺术网”已成为了中国艺术品行业名副其实的门户网站和不可或缺的公共平台,其发布的“雅昌艺术指数”更以其对艺术品市场的权威把握,在中国这个新兴的艺术品市场建立与国际惯例接轨的文化艺术品经营规范,也树立了雅昌作为龙头文化企业

的形象。可以说,雅昌的走法创立了一种可称为“雅昌模式”的发展道路,这种模式简单讲就是将传统的加工制造业,与现代IT技术、与艺术品经营等相结合,实现了跨行业、跨地域的经营,将本行业优势延伸、拓展为一种单独的行业难以具备的综合优势,从而催生出高度重视内容、高文化附加值的典型文化产业。

深圳杂志:目前深圳印刷业生态如何?

毛少莹:据2004年底的统计,深圳共有各类印刷企业1829家,从业人员14万人,已形成颇具规模的产业集群。企业规模、经济效益、产品质量及经营管理、专业人才、综合服务、品牌建设上都领先全国,和北京、上海一齐被公认为全国三大



印刷基地。深圳文化产业的总体生态是好的，但出版等产业链不完整是一个大问题；另一问题是外单太多，很多产值是给了国外；三则是管理不够严格规范，地下印刷厂很多。

深圳杂志：可否说，印刷业的发展是“文化立市”战略的重要板块？

毛少莹：2004年，继提出“文化立市”战略之后，深圳市政府部门再次提出将文化产业发展作为深圳第四大支柱产业的宏伟目标，如何发展，却让人颇费踌躇。要知道包括印刷行业等在内的深圳文化产业（2004年粗算增加值为163.39亿元）占全市GDP的比重仅为4%左右（2004年的不精确计算为4.77%），要达到支柱产业的标准

（一般得占GDP10%）显然还有待大量艰苦的努力。正在研制中的“深圳文化产业发展规划”也在如何选择文化产业发展策略上大伤脑筋。

你觉得这种模式对深圳的印刷行业，乃至文化产业有何启示？

毛少莹：关注雅昌的成功经验，或许可以带来启发。在已有优势行业基础上寻找文化产业的增长点，将优势行业的优势延展、衍生出更多的相关优势行业，显然是深圳发展文化产业必须要考虑的。其次，“雅昌模式”高度重视IT技术的应用。“雅昌艺术网”本身即是IT技术的产物。深圳有一定的高新技术产业的优势，将传统行业与高新技术产业相结合，或许又是深圳

发展文化产业的另一大思路。三则是进行跨地域的文化资源开发，以提高传统产业的文化附加值。作为民营企业，雅昌公司成功地进行跨行业、跨地域的文化资源整合与开发，将优势产业与文化艺术相结合，大大提高了其产品的文化含量，更拓展了公司的业务范围。可见，深圳要改变文化产业本身结构不优（文化制造业比例过大）等问题，如何学习雅昌，广借外力，整合包括外地的文化资源，进行跨地域经营（也是避开深圳文化市场不够大的劣势），提升传统产业的文化附加值，乃至改变传统产业性质，也是深圳发展文化产业应该考虑的一大思路。

（原载于2005年8月13日《南方都市报》）