



雅昌的精神宣言

不久前，在雅昌15岁生日庆典上，雅昌董事长万捷当着数百位贵宾的面郑重地立下了一份企业“遗嘱”。

一个踌躇满志的“15岁少年”，宣布“遗嘱”，不免“面露”作秀的神色。但当万捷宣读完《遗嘱》的当儿，中国美术馆庆典现场爆发出热烈的掌声。《遗嘱》说：人是有生命的，企业也是有生命的，雅昌可能有一天会像金融危机中的雷曼兄弟一样倒下，但是雅昌企业保存的资料及数据资源不属于某个人、某个企业，雅昌要与国家签一个协议，将来不管境地如何，雅昌资源要归国家来保管，因为这些资料都是国家的。万捷还透露企业正在跟文化部、新闻出版总署及国家版权局等有关方面商量归属事宜。

每个人都听得出来，这并非一份“遗嘱”，而是一份企业家的“精神宣言”。

15年前，万捷领着35名工人，借债40万元，租借了别人的设备开了名叫“雅昌”的制版印刷企业。不曾想，仅仅15年，小厂摇身成为印业龙头强势企业。问及成功奥秘，不少人会将其归结为“其独树一帜的对艺术市场的开拓”——他们以艺术品印刷为基础，以“中国艺术品数据库”为核心，通过对艺术资产的保存、管理、开发、传播、利用，为艺术界提供专业综合服务。如今，雅昌已经成为拥有包括德、日、英籍世界级专家在内共2000名员工的“国际团队”；拥有我国最大的艺术印刷品市场开发和经营体系。《遗嘱》里所要给国家的正是他成名立腕最重要的资源之一——艺术品数据库。

“立嘱”时逢经济危机登陆之初，大量外向型印刷企业受创颇重、四顾茫然。有人说，雅昌是看到雷曼兄弟倒闭而自感危机，大力作秀，吸引市场。但如果是这样，笔者认为将数据资源作为最后的资本砝码抵挡危机比一分钟的作秀似乎更具效力！且据雅昌内部透露，企业效益并未因危机而受挫，相反几个月以来尚有不俗业绩。

有人说，正是因为万捷不把眼前的危机放在眼里，要建“百年、千年的老店”，才堂而皇之地将“百年后的月亮”归于国家。这“作秀之说”似乎也没错，只是，有一层更

开阔的天地，心胸狭隘者无法透过：如若一个企业赚钱不仅为了效益，也切实为了社会优秀文化的传承和弘扬，从而企业利益与社会利益紧密融和、捆绑共振，这个企业就自然在经营中拥有了社会性的资源；那么同时，它也必将因“捆绑效应”而拥有社会共同体的背景，成为社会性的大企业。透过这番视野，就有了故宫博物院院长郑欣森所说的那种企业：“市场经济下，一个企业要自律，它不仅是一个经济的组织，一个好的企业，也应该是有担当的，有社会责任感的。有了这么一个胸怀，它走的路，它看到的问题，包括它的发展，我们就能看到它是高人一头的。”

市场有分工，风力有疾冲，作为企业，并非简单地见风使舵即可健壮生存。汶川地震、雷曼兄弟倒闭、三鹿奶粉事件让大家更加清楚了企业社会责任感的重要性：离开了对社会责任承担，企业即是无根之木。笔者曾看到有关机构对民营企业的社会责任意识分析，在谈到民营企业承担社会责任的总体情况和趋势时提到一个问题，就是“责任意识表面化”——如满足于捐款捐物、合法纳税等的表层要求，但往往无法将社会责任内化为企业的价值观，不能把企业的发展战略与承担社会责任有机结合起来。

而这一点正是笔者在雅昌“遗嘱”中所看到的最闪光点！雅昌通过这份遗嘱再次申明了“印刷为人民艺术服务”的理念——他们与艺术家紧密联系，通过现代科技手段使艺术作品能够为更广泛的大众、为后人所欣赏；他们首创中国艺术品数据库，整合中国艺术并为民族积聚百千年的艺术财富……信念支撑了这个企业的发展，使得企业自始至终发展不离厚土。这样的生命群体就是在最恶劣的条件下也会成为被大自然所保护的一族。

来源：《中国新闻出版报》 作者：王凌