

# 进化的力量

## ——万捷和他的雅昌王国

# 05

《雅昌》编辑部

总第58期

WITRON



由知名媒体人麦子创作，由中信出版社出版的传记《进化的力量——万捷和他的雅昌王国》即将于11月出版。这是一本了不起的作品，这部作品由万科集团董事局主席王石、中国美术馆馆长范迪安、凤凰卫视董事局主席及行政总裁刘长乐作序，中国著名经济学家吴敬琏、著名收藏家马未都、著名媒体人洪晃联合推荐，足见这本书的分量。

这是历经30年中国文化体制改革中一个极具传奇色彩的成功案例。

就印刷行业而言，他是民族英雄，他以自身的实践，在行业里战胜了强大的国际对手。因为他的出现，他在高科技大潮中不失时机的举措，令改革开放后进入中国并引领中国印刷

前沿的境外印刷企业纷纷后退；因为他的出现，中国印刷27次夺得世界印刷最高奖项，以使中国人在900年后为印刷术的故乡重新赢得了世界的尊敬。

他没有止步于印刷业，从高端艺术品的仿真制作及艺术精品书籍的印刷，他转而晋身艺术王国，从雅昌艺术网到艺术阅读体验中心，誓言为国民的艺术普及教育做出贡献。

他20年的进化之路，为企业树立了一个蜕变的标杆，那是一个成功企业家和企业从优秀到卓越的成长之路。

他是万捷，他就是雅昌。本书为你讲述万捷和雅昌进化路上的格局与境界。他将引发人们对发展中国文化产业的一系列思考。

图1> 《进化的力量——万捷和他的雅昌王国》

## 05

02 &gt;



图2&gt; 王石

## 那个踏实的“年轻人”

我和万捷相识于20多年前，他是众多南下的年轻人中的一份子，万科也是深圳众多正在创造历史的小企业中的一员。那时候，还没有现在的雅昌，万捷正在为一家中日合资的印刷企业工作，干得很出色，万科当时也涉足了印刷业。

今天，雅昌成立快20年了，回头一看，至少在印刷行业，万科可是雅昌的手下败将。

上世纪八十年代末，万科的合资厂需要印刷行业的专业人才，我就打算把万捷从中日合资的工厂里挖过来。但被万捷拒绝了，他对我说，自己身边的厂长和很多技术员都是日本人，他们手上有最先进的印刷技术，他希望把这些技术学到手，而且即便跳槽了，面对日本人的竞争，也不能胜算，反而辜负了我们。

无法反驳的理由，我不能不被说服。同时也默默地佩服起这个年轻人的踏实和沉着——那时候的深圳，人人都在淘金，钱似乎是做一切的动力，像他这样的年轻人真不多。

1993年，万捷离开了工作了6年的东家，想必是有了充足的信心可以打败日本人，他创立了自己的企业，就是今天看到的雅昌。

我当时也很看好他的创业，果然，没过多久，雅昌的名号已经在深圳打响，我又动了合作的念头，万科的印刷厂与雅昌合并，双方各占一半股份。结果这个方案又被万捷拒绝了，但这次他提了个新的方案：双方照旧合并，但雅昌占90%的股份，万科只占10%。万捷懂行情，看出了雅昌与我们的印刷厂相比的优势所在。

思考一番后，我同意了他的方案。后来由于种种原因，合作还是没有展开，但这没有影响我对万捷的欣赏，他一定是个能成就一番事业的人。

雅昌二十年来的发展，证明了我的判断。万捷目前所达到的成就，绝不仅仅因为他让雅昌找到了一条艺术品印刷的路线。其实，找到这条路并不是偶然，能一直走下去，更加不偶然。这背后折射的是他对这个行业的热爱，和极尽完美的专业主义追求。

十几年前，还在与其他印刷企业混战的雅昌，就把退休的德国海德堡公司中国首席工程师请了过来，海德堡是世界最大最先进的印刷设备制造商，它的工程师，代表着最顶尖的专业水准。创办不过几年的雅昌，敢把这样的人物请来，可见万捷当时的抱负和追求——眼光就是要盯着行业最高水准。

雅昌的印刷产品精度要求非常高，这不只是靠花大价钱买套好设备就能做到的，从生产流程，到生产环境，甚至车间里的灯光光谱，都要有一套被严格贯彻的标准。显然，雅昌的成就已经证明了：这条踏踏实实的路有多正确。

说到这里，就有惺惺相惜的感觉了，在房地产行业，万科也是像雅昌一样追求标准化、精细化的企业，看着雅昌一路走来，我这个老朋友，在欣慰的同时，也有作为同道者的自豪。

万捷这样的人，雅昌这样的企业，理应有今天的。

（万科集团董事局主席 王石）

# 05

总第58期

WUJIE

当前许多中国企业都面临着转型升级的考验。如果你面对这个生死关头感到不得其门而入，那么我建议你读一读《进化的力量》这本书。经济学说得很对，企业转型升级的核心和本质，无非就是提高产出中的技术含量、知识含量或者说文化含量。万捷和他的雅昌团队正是这样做的，并且由此取得了令人艳羡的成功。虽然不同的行业各有自己的特点，但是触类旁通，无疑都能从雅昌的经验中得到启发。

——著名经济学家 吴敬琏

在房地产行业，万科也是像雅昌一样追求标准化、精细化的企业，看着雅昌一路走来，我这个老朋友，在欣慰的同时，也有作为同道者的自豪。

万捷这样的人，雅昌这样的企业，理应有今天的！

——万科集团董事局主席 王石

万捷使雅昌从一个概念变成了一个企业，从一个以彩色印刷为起点的传统型企业变成了以视觉文化为方向的新兴型企业，他还把雅昌变成了一个综合性的品牌，从一个品牌变成了一个名牌，从中国走向世界。

——中国美术馆馆长 范迪安

印刷是人类广泛传播文明最有效的手段，可以跨越时空沟通。古人利用印刷品来传达信息已有两千年的历史，两千年来，印刷标准没有改变，务求准确。雅昌却把印刷当做艺术，不仅限于追求准确，而且追求真实。这已脱离了一般意义的印刷，完全赋予了印刷品以生命。这个意义，影响深远。

——著名收藏家 马未都

作为雅昌的灵魂人物，万捷为中国企业形成核心竞争力，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性样板。雅昌超越传统印刷企业的模式，涅槃重生成为著名文化企业，是万捷的文化使命感赋予了雅昌在进化道路上“闲看庭前花开花落，漫随天外云卷云舒”的从容气度。

——凤凰卫视董事局主席及行政总裁 刘长乐

不容易，一个传统的印刷企业，能成为中国当代艺术发展的重要推动力量，可谓丰功伟绩了！

——著名媒体人 洪晃



图3> 吴敬琏

图4> 范迪安

图5> 马未都

图6> 刘长乐

图7> 洪晃