

全国人大代表、中南传媒董事长龚曙光:

# 迎接数字媒体时代的挑战

证券时报两会报道组

随着数字媒体对传统媒体的冲击日趋明显,人们对传统媒体的未来也越来越悲观。

作为一位来自文化企业的全国人大代表,中南传媒董事长龚曙光对于媒体的发展路径和发展方向有着清晰的认识。在两会期间,就传统媒体的转型和如何应对数字化媒体的挑战,证券时报记者专访了龚曙光。

**证券时报记者:**在中南传媒业务结构中,传统媒体占比很大,如何看待传统媒体的发展瓶颈?

**龚曙光:**从整体格局上来讲,传统媒体正面临数字媒体的挑战,以纸媒为代表的传统媒体正面临由盛而弱、由强而衰的趋势。在这一轮宏观经济的调整中,房地产调控和汽车的饱和甚至可能成为压垮某些传统日报的最后一根稻草。但同时,针对不同人群的媒体所处的状态并不一样。

以日报类媒体为例,日报类媒体毫无疑问已经受到了网络、社区等全新交流模式和信息平台的挑战和分流。不过,针对特殊人群的特殊媒体产品,其寿命可能更长、衰亡速度更缓慢,比如针对老年人群的传统纸媒,我们创办的《快乐老人报》,不到3年时间,发行量已经突破了百万份。

在《快乐老人报》创办初期,很多人不理解。但是当时我们认为,从老年人对纸媒的依赖角度讲,虽然不能说他们不改变,但是他们被改变、被替代的可能性比较小。对于50岁以上的人群来说,他们对纸媒有习惯性依赖,纸媒仍是老年人主流的信息接收媒介。

相比日报而言,杂志寿命又会长一些。杂志针对的是分众人群,甚至是小众人群,具有随时翻阅、可收藏的特点,这就使得杂志的衰退节奏缓于日报。过去有些人认为纸质杂志将会很快被电子杂志所取代,但现在从全球发展趋势来看,纸质杂志被取代的节奏缓于日报,并且越接近日报消费内容和形态的产品,消亡越快。反倒是专业化及与日常生活关联紧密的知识性、趣味性的杂志很少被替代。

因此,纸媒在趋势上已处在下行通道中,但是由于纸媒自身的产品类型、接受人群不一样,便呈现出不同的生存状态。

所以在这个意义上讲,中南传媒作为传统出版集团,目前放弃纸媒是不明智的,也没这个必要。但作为一个在未来想成为主流内容提供商,依然想吃传媒饭的企业集团来说,不重视纸媒的整体发展态势,不介入纸媒数字化转型、不创办数字化平台也是不行的。

**证券时报记者:**既然传统媒体存在机会,中南传媒将如何进行布局?

**龚曙光:**对于传统媒体的布局,公司的战略十分清晰。目前是一多媒体战略,二是目标人群战略。所谓目标人群战略就是锁定目标人群,整体而言,公司为五类人群服务,其中境内四类,

境外一类。

第一类人群是25岁以下的青少年,这是公司的第一大目标人群,他们既是最大的教育类图书消费者,还是互联网产品、动漫产品的消费者。所以在媒体战略中,这是我们所有出版物第一需要满足的人群。

第二类是55岁以上的中老年人群,这也是我们现在投入比较集中、未来发展空间很大并具有蓝海性质的目标人群。公司将为此3亿目标人群提供专属内容产品,未来这一块具有巨大的市场空间。

第三类是以城市为主体兼顾城镇的公务员、白领、金领以及都市妇女,对于这一类人群,我们将主要提供时尚生活类图书、分众类的杂志、生活类网站等媒介产品。

第四类是新闻类产品所覆盖的主流人群,目前主要是面对湖南市场的7000多万人。

境外的目标读者则是指有意愿接受中华文化、了解中国的海外读者。

**证券时报记者:**中南传媒作为传统的出版集团,如何把握自己的优势和劣势?

**龚曙光:**对于新技术,业界的说法是“不做等死,做了找死”。但是认真想一下,不做是百分之百等死,做了可能是百分之五十找死。所以,我们认为,面对数字技术,等待是最大的成本,不做是最大的风险。

公司作为传统的传媒集团,介入数字化转型,无疑既有优势又有劣势。

从优势来讲,不管数字技术有多好,但终究只是呈现方式的不同。传统出版集团有内容优势,也有人才优势。劣势方面,则是绝大多数的传媒集团,习惯了过去的模式,在心理上对来自数字技术的挑战,有一种怨对和幻想。所谓怨对就是认为数字化媒体是一个入侵者,所以在情感上不亲近、不接受;所谓幻想就是他们还在怀疑数字化媒体是否会完全替代纸媒,这种替代是否会在这代人身上实现,还心存侥幸。以至于他们喊狼来了的多,但实际上自己动手,寻找打狼棒,扎牢篱笆,不让狼进来的行动却很少。

在这一优一劣的格局中,未来将会呈现两种极端的形态。如果传统的出版人用实际行动去欢迎新技术,那么他们比非传统出版集团拥有更大的优势。反之,他们比任何人都都不具备未来生存下来的可能性。

**证券时报记者:**中南传媒对于新媒体和数字出版这块有何想法,当初为何选择和华为合作?如何这次合作?

**龚曙光:**其实当初公司的选择对象比较多,华为也找过多个出版集团,甚至还和索尼谈过,但最终我们彼此认同。这其中的原因在于,第一,这个项目应该是具有技术优势和内容优势的两个公司之间的合作;第二,中南传媒和华为都想寻找各自领域的领军企业。基于这样的认识,我们达成合作。

与华为合作的天天数媒公司,我们对它的定位是:做中国教育的全数



中南传媒董事长龚曙光

证券时报两会报道组 / 供图

字解决方案提供商。即将教育的主要功能包括教育行政管理、课堂教学、家校通讯以及家长对学生的课后辅导等,以数字化方式呈现,在传统教育被数字管理替代后,天天数媒将提供云端的一体化解决方案。

目前天天数媒在龙岗试验的2.0版本的产品已经封版。该产品已经完成了试验区的检验,是一款售卖产品今年的销售额将超过2亿元。

一旦国家要求中小学教育全部实行数字化,那么毫无疑问,天天数媒在这个领域,就像华为在通讯领域一样,产品既具有技术领先优势,还具有经过反复、磨合的使用优势。

**证券时报记者:**未来数字教育的市场份额有多大?中南传媒会占据多大的市场份额?数字化产品未来的商业模式是怎样的?

**龚曙光:**在教育市场上,我们判断整个市场应该是2000多亿元。公司期望至少动态占有三分之一以上的市场,即大约800亿元左右。不过,具体份额目前尚无法准确估计,这要取决于中国推进教育数字化的速度、推进模式。

数字化产品未来的商业模式是平台提供商,未来这个平台除了公司提供的内容之外,可能更多是教师、学校甚至是

学生社交中提供的内容。

**证券时报记者:**中南传媒未来业绩是否具有可持续性?

**龚曙光:**我只能说,公司经营很正常,并且公司对长期利益和效益看得很重,不会为哪一个年度的利润而牺牲长期战略和长远绩效。

在公司同行业中,可以讲没有任何一家企业,在新技术、新产品、新市场的布局上,比我们时间更早、品种更全、规模更大、力度更强。目前,我们过去所布局的这些数字类媒体、老年类媒体等,已经全部进入商用期和收获期。

**证券时报记者:**公司上市后手握大量现金,未来在外延并购上有什么打算?

**龚曙光:**并购是我们未来重要的经营模式,自主创新和战略并购是我们并行不悖的两个运行方式。

中南传媒上市时机是最适合融资的时机,但不是适合投资的时机。所以,在前几年,中南传媒所要完成的最重要的工作是融资。

不过现在反过来了,目前是最好的投资窗口。国外大牌的私募基金、产业基金由于投资的期限到了,现在他们急于退出,但现在的实际状况是他们无法退出。在这种情况下,他们只能寻找一级市场退出,我的资金就有了用武之地。

日前,潍坊政府部门治理卤水空排力度加大,溴素厂家生产受到严重影响,而河北、天津等地溴企库存低位,出货量不大,当前南方下游市场接货正常,对溴素需求平稳,供需矛盾进一步加大,溴素价格受到进一步推涨。

从上市公司方面看,产品中有溴素的上市公司有鲁北化工、山东海化

而LCD液晶电视从推广到普及,至今不过10来年时间。相比国内企业的现实,日韩引领者的步伐或者预示着行业变革比我们想象的快。2012年,SONY出让相关股权宣布彻底退出LCD液晶面板领域,专注于OLED,并计划与松下组建OLED合资公司。

韩国的LG和三星则在占据LCD液晶面板行业优势的同时,加紧布局OLED。两家公司明确表示,将于2013年向中国投放OLED电视。LG Display日前宣布,已经确定将投资约7063亿韩元(约合40.6亿人民币)增设一条8.5代WRGB OLED电视面板生产线,月产能为二万六千片,预计将于2014年上半年实现量产。三星也已将8代OLED生产线投资计划提上日程。

而一旦日韩企业布局完成,OLED技术成熟成为主流,京东方等国内面板企业或将不得不继续投资,追逐新的行业趋势。

## 易贸研究中心荣子龙: 服装业去库存周期已近尾声

证券时报记者 周少杰

在国内经济增速下滑的背景下,纺织服装行业陷入低谷。

近期,一些服装品牌商频频曝出撤店的消息,甚至有消息称服装行业“库存够卖三年”,服装业高库存的现状成为资本市场关注的焦点。对此,易贸商品信息研究中心研究员荣子龙表示,服装行业去库存周期已近尾声,但整体情况仍不太乐观。

2012年,A股纺织服装板块全年整体跌幅逾25%,细分行业中除了印染、丝绸等行业,其余均大幅下跌。荣子龙认为,纺织服装行业在股票市场的表现与行业不无关联,2012年服装行业亏损总额较前两年大幅增加,亏损的绝对值和相对增速都比2008年更糟糕。

从上市公司2012年三季度报告看,国内服装行业库存达到2570亿元,有市场人士据此测算,如此巨量的库存如果全部内销,将用三年时间消化。

对此,荣子龙认为这一说法不妥,以2011年服装内销额1.4万亿元计算,消化上述库存仅需2.2个月。此外,一些服装企业涉足其他领域的投资,而进行库存计算时,将服装库存与其他产品库存合并计算并

不合理。以雅戈尔(600177)为例,雅戈尔公司服装业务占比31.98%,2012年前三季度存货高达240亿元,存货中的服装仅占17亿元。

整体来看,2012年服装行业库存较前两年明显增加,但从近期调研情况看,服装行业去库存周期已经接近尾声。”荣子龙表示,自2012年底,包括李宁在内的国内服装企业已经开始加快去库存并取得一定成效,应收账款应该有所改善”。

“不过,出口形势仍不容乐观。”荣子龙认为,2013年上半年服装出口情况仍难现好转。广交会是最好的风向标,去年秋交会与会人数和成交数据双双走低,预示今年上半年形势不会太好,而下半年的形势则要看今年春交会情况。”

资料显示,2012年国内服装出口至主要市场的同比增速出现不同程度下滑,其中欧盟同比下降12.08%。

“不过,从长期来看,城镇化促进服装需求释放和转移。”荣子龙看好城镇化给服装行业带来的机遇。数据显示,中西部服装产量占比逐年增加,2012年份额17.4%;2012年西部产量增速18.29%,而东部仅为2.75%,2011年东部产量更是出现13.81%的跌幅。

## 华数传媒: 互联网电视播控平台未违规

针对某媒体近日刊登的关于华数互联网电视机顶盒在山东违规的报道,华数传媒(000156)相关负责人接受证券时报记者采访时表示,华数互联网电视播控平台不存在违规行为,也没有收到主管部门的相关文件通知。

该负责人称,公司已对媒体报道的事件进行了详细的了解。互联网电视是智能终端和互联网大发展的新兴产物,互联网电视产业链涉及到智能终端、播控平台、销售渠道等很多方面。

他表示,该则报道中所涉及的机顶盒是由华数合作终端厂商生产提供的,盒子集成了华数的互联网电视播控平台客户端,经华数客户

端提供的内容和服务不具备公共互联网连接功能,是严格按照管理要求执行的,没有违规行为。但目前互联网电视主流机顶盒和智能电视机均使用安卓智能操作系统,该系统 and 智能手机一样是一个开放的操作系统,可以加载具备上网功能的应用程序。报道中所提到的直播可能是用户通过安卓应用商城下载的第三方应用程序服务,网络浏览服务是安卓操作系统自带功能,并非华数播控平台所提供的服务。

他同时表示,华数互联网电视业务是公司正在探索的新业务,目前在公司的收入中占比很小。

(吕婧)

## 国内溴素价格涨幅近15%

近期来,国内溴素市场继续攀高。数据显示,自去年10月以来,溴素价格持续上行,从最低点18300元/吨起,截至13日出厂报价21000元/吨,涨幅已经接近15%。

鲁北化工证券部人士就表示,没有接到溴素产品价格大幅波动的通知,且治理地下水污染也没有影响公司生产。

据了解,溴素主要用作制取溴化物,用于医药、农药、染料、香料、摄影材料、灭火剂,选矿、冶金、鞣革、净水等部门。

(颜金成)

## 德勤发布今年矿业趋势报告

德勤日前发布了《2013年趋势追踪》报告,对今年可能影响矿业的十大趋势进行了分析。报告称,由于受宏观经济调整、商品价格波动、工业化国家短期需求日益减少,以及获取资金的渠道受限等原因影响,矿业公司制定更为精细的投资组合分配决策至关重要。

德勤有限公司能源与资源行业全球矿业领导人 Philip Hopwood 先生表示:随着商品价格不断下滑

以及全球经济不确定性的长期存在,矿业公司要想预测未来的需求格局将更加困难。面对中国需求的下降,企业纷纷暂缓扩张项目,但未来几年全球需求还是有望大幅上升。另外,随着成本压力持续升温,加之人才短缺问题挥之不去,企业要想经受更为巨大的波动,进行一定的投资是必要的。”

(刘晓晖)

■新势力 | New Power |

## OLED时代来得可能比想象快

证券时报记者 周悦

人类才惊叹“画框里的人会动”不到百年,把电视机像毛毯一样“卷起来带走”即将成为现实,这个梦想的实现有赖于有机发光二极管(OLED)技术。作为下一代屏幕面板技术,其替代液晶(LCD)面板的速度正在加快。

相比LCD液晶,OLED具有不少优势,包括自发光、更薄、更轻,还可以透明化显示、折弯弯曲等。随着智能手表、头戴式显示器等穿戴式终端兴起,OLED作用越发不可或缺。这并不是科幻,SONY去年推出的采用OLED高清屏的头戴式3D显示器非常畅销,而谷歌眼镜以及苹果即将推出的智能手表iWatch更是科技网站最热门的话题。

近两年,OLED已经在小尺寸屏幕上蓬勃发展。居智能手机全球市场首位的三星手机,屏幕效果颇受好评,

其主推的畅销手机基本采用自家生产的OLED屏。而在三星下一代旗舰手机Galaxy Note3中,更是计划采用可弯曲的柔性OLED屏。

在大屏幕市场上,OLED也来势汹汹。2013年1月,在美国举行的国际消费电子展上,三星、LG、松下、索尼均推出了OLED电视并大出风头。

与此同时,我国面板企业在去年才刚刚完成液晶面板4.5代线、5代线、6代线以及8.5代线的布局,生产线还都在建设中。

“未来发展方向肯定是OLED,LED的未来就是CRT(一种使用阴极射线管的显示器)的现在。”一位彩电业公司高管不讳言,这家公司投巨资打造的液晶面板生产线还在建设中。未来OLED生产线尽管可以由LCD生产线改造,但存在一定难度。

OLED还有种种不足,比如价格高、寿命短等等,国内面板商在OLED

上并不积极,而是更看重现有的市场占有率。在早期市场,OLED面板和LCD液晶面板的替代关系不会表现得特别明显。

以LG公布的OLED电视为例,尺寸为55英寸,厚度4毫米,带3D技术,售价定在1100万韩元(约合6.23万元人民币),价格确实不菲。产品问世至今,在韩国仅预售万台。市场普遍预期,OLED产业化至少还需3~5年时间。

但历史总是惊人地相似。十年前,国内刚刚完成CRT产业链条的布局,平板显示时代突然降临。如今,国内液晶电视是市场主流,同样处于薄利出货的境地。

历史仍有些不同,电视机问世百年,CRT电视占据市场半个世纪,直到2010年,还有人在宣传CRT相对LCD的优