道氏技术董事长荣继华：以创新铸造世界一流材料企业

“道氏”与美国百年材料企业“陶氏”谐音，而陶氏化学正是荣继华心中学习的标杆；道氏这个名称，既有着中华文化的底蕴，又有着向西方巨头企业学习的格局和胸怀。

“我认为一个企业想要开启‘二次飞跃’，一定要在自身发展比较好的时候就启动转型；如果等到企业开始走下坡路再着急‘找路’，那就已经错失了最佳时机，甚至可能‘病急乱投医’。”

证券时报记者 李映泉

2014 年 12 月，道氏技术上市，许多金融圈人士把关注点放在了公司名称上。当然，道氏技术的主业与金融并无太大关联，公司以陶瓷釉面材料和陶瓷墨水产品起家，上市后开始不断向新能源材料领域布局，如今公司业务已经涵盖锂、钴、石墨烯和碳纳米管导电剂以及氢能材料等多条产业链。道氏技术在锂电材料行业的多点布局，促进了客户资源的整合和产品技术的迭代发展。

聊起道氏技术名称的由来，创始人荣继华津津乐道：一方面，“道氏”与美国百年材料企业“陶氏”谐音，而陶氏化学正是荣继华心中学习的标杆；另一方面，熟读《道德经》的荣继华，认为“道”涵盖了中华文化中的精髓。道氏这个名称，既有着中华文化的底蕴，又有着向西方巨头企业学习的格局和胸怀。

技术立命

道氏技术掌舵人荣继华，带着湖南人特有的激情和狠性。他思维敏捷、语速极快，稍不留意就可能跟不上他的节奏。

2007 年公司成立之初，陶瓷材料行业已经有一千多家大大小小的企业，从业者不可胜数。然而学材料出身的荣继华专注于技术创新，带着 50 万元的原始投入和一群以博士为主的研发人员，以创新驱动企业发展，一路披荆斩棘，仅仅用了 7 年时间，便成功于 2014 年在深交所上市，成为釉面材料行业第一股。

多年来，道氏技术发明了金属釉、全抛釉、微晶熔块等材料，这推动了釉面材料标准化与专业化生产，令道氏技术迅速脱颖而出。公司一直紧密跟随世界技术的潮流，发明了陶瓷墨水，改变了陶瓷行业的传统印刷方式，是陶瓷行业里程碑式的创新，将陶瓷产品从丝网印刷时代带进了数码打印时代。公司不断以新的技术和产品，引领着建陶行业的主要产品创新，是陶瓷釉面材料行业的龙头企业。

回想起创业那些年的“峥嵘岁月”，荣继华最深的体会就是“技术立命”。“如果要说过去我们为什么能在行业坚持下来，最主要的就是技术上的创新。如今这么多年发展下来，我们也一直都没有停下技术前进的步伐。”荣继华说。

选好新跑道

2013 年至 2015 年，凭借新产品陶瓷墨水的发力，道氏技术的业绩迭创新高，公司也成功上市。但荣继华顾不上喝“庆功酒”，而是把大量精力花在思考业务转型上，最终将目光锁定在新能源材料领域上。

“我认为一个企业想要开启‘二次飞跃’，一定要在自身发展比较好的时候就启动转型；如果等到企业开始走下坡路再着急‘找路’，那就已经错失了最佳时机，甚至可能‘病急乱投医’。”

除了提前做好转型的准备，荣继华认为，选好转型跑道也至关重要。“首先要有广阔的前景，每年需要有确定性的高速增长；第二，新的跑道我们不做则已，要做就要做到行业领先。”

材料出身的道氏技术，在业务中频繁接触到锂云母、钴盐等材料，而这些材料又是生产新能源汽车电池的上游原材料。预料到产业未来巨大的空间后，荣继华选择坚定并有韧性地持续大手笔布局。从 2016 年起，道氏技术就通过投资并购的方式，全资控股了佳纳能源和青岛昊鑫，同时也开始了江西锂云母项目的建设。

佳纳能源是国内非常重要的钴产品供应商，并通过技术积累和产品研发将产品线向下游拓展至三元前驱体，积累了稳定的大型企业客户。而青岛昊鑫是国内重要的石墨烯和碳纳米管导电剂生产商，在国内处于领先地位。

百年道氏

上市后的几次并购运作，道氏技术给资本市场留下了深刻的印象。有人认为公司敢想敢为，但也有人担心公司风格是否会过于激进。

荣继华对此也是淡然一笑。“并购本身是好事，但必须厘清真正的产业并购和套利式的并购。与一些迎合热点、套利并购相比，我们是真正基于产业机遇、理念一致的并购，与被并购方都有着长远的、共同的价值观，大家都必须脚踏实地把实业做好。”

事实上，无论是在锂、钴、石墨烯，还是今年介入的氢能材料领域，荣继华都已经提前 2-3 年做了调研和准备。他将自己比作一个“温度计”，时刻在产业中感受前沿技术的热度。

近期，科创板的开市吸引了极高的关注度。其中，正在申报科创板的企业天奈科技的招股书中，将道氏技术旗下的青岛昊鑫列为重要同行竞争对手。

对于科创板，荣继华认为这是党和国家领导重视科技创新的一个标志，未来科技创新将在社会发展中迸发出更大的能量。而对于同行的上市，荣继华认为是一件好事，因为这样能更大地推动行业发展，同时公司也会从竞争中不断地为行业创造价值与进步。

放眼未来，51 岁的荣继华有一个“百年道氏”之梦：“首先，一个企业的命运与国家的命运是高度相连的，未来几十年，我认为中国将会进入一个高质量发展的黄金时期，这个时期会走出许多伟大的企业，我希望道氏就是其中之一。未来，我们将以核心技术为突破口，以优秀的人才为基石，向更多的知名跨国企业学习，以创新铸造世界一流材料企业。”

本版美编：彭春霞

中南传媒董事长龚曙光：做滋养人类灵魂的文化产品

“湖南出版”与共和国同岁，企业发展中天然形成的“厚重感”并没有让中南传媒人拥有绝对的优越感，相反，湖南人身上特有的“先天下之忧而忧”情怀，让龚曙光和他的团队一直坚定地相信，受互联网冲击，传统出版媒体的介质革命一定会发生，如何在今后不同轮次的行业“洗牌”过程中成为主流出版机构，早已成为多年来中南人的日常命题。

证券时报记者 薛源

和中南传媒董事长龚曙光的采访相约于西安第 29 届全国图书交易博览会。展会上，中南传媒领衔的湖南展团携近 3000 种弘扬时代主旋律、庆祝新中国成立 70 周年的精品出版物华丽亮相。

中南传媒去年在经济下行压力和教辅政策影响完全释放的局面下，公司的图书出版却创新纪录，在全国出版机构市场占有率中排名第二，同比上升两位，仅次于中国出版集团，位居地方出版集团榜首，并创湖南出版历史最好排名。从今年第一季度收入来看，增长幅度进一步扩大，同比增长 12.36%。龚曙光称，这份沉甸甸的成绩单源自于中南人坚定的创业性战略选择。

放眼世界超前变革图新

“湖南出版”与共和国同岁，企业发展中天然形成的“厚重感”并没有让中南传媒人拥有绝对的优越感，相反，湖南人身上特有的“先天下之忧而忧”情怀，让龚曙光和他的团队较早地洞察到自身一方面在资源上不如北京、上海、南京、西安等地丰富。另外，他们一直坚定地相信，受互联网冲击，传统出版媒体的介质革命一定会发生，如何在今后不同轮次的行业“洗牌”过程中成为主流出版机构，早已成为多年来中南人的日常命题。

龚曙光把它视为是一场难度更大、成本更高的创业，因为它是要对一个已经运行了很长的机构进行功能性地变革，同时，又是对某一个机遇期更深刻地把握。

基于在教育出版领域多年积累的雄厚实力，以“立足湖南、面向全国、走向世界”的胸襟和气魄，中南传媒将服务于教育改革和教育服务体系数字化融合作为变革的一个重要发力点。

2018年中南传媒与全球出版与教育龙头——培生集团达成合资合作，通过合作，中南传媒将进一步丰富教育产品序列，拓展教育出版和数字教育等业务。龚曙光表示，合资公司将给读者提供在教育思想上更具领先性、在产品研发上更具世界水平、在技术支撑上更具前沿性、在本土化改造上更具适应性的产品与服务。

此外，为了使中南传媒数字化教育拥有更多的用户和市场，公司旗下的天闻数媒、贝壳网、中南迅智聚焦于 K12 教育的数字化，围绕教育产业线上线下融合发展方向，不断优化推出数字化教育产品，向学校提供智慧教育云、智慧校园、智慧课堂、智慧沟通组成的教育信息化整体解决方案。

在出版领域，中南传媒把做原创、出精品作为企业的追求和定位，除了教育出版，不断在大众出版和专业出版领域里发力增长。此次西安书展上，中南传媒参展的 3000 种精品图书，其中 2018 年 1 月后出版的图书达到 70%以上。正是教育出版、大众出版和专业出版三个版块齐头并进的发展战略，公司去年因政策因素导致的教育出版市场损失被控制在了有限的范围之内。

在国际市场方面，中南传媒作为中国出版界的代表企业，每年有 300 种左右的图书进入全球主流出版市场。不仅如此，中南传媒也在全世界寻找优秀的作者，《无限接近自然》作者是越南著名的建筑师武重义。这部独特的作品，是国内出版机构直接策划国外作者原创内容的一次尝试，代表着中南传媒原创战略的突破。

伴随着以 5G 和人工智能为代表的新技术进一步产业化，传统的出版媒体人不约而同地集体紧迫起来，在龚曙光看来，新的技术要适应传统的内容呈现，传统的内容也要逐渐地满足新的呈现方式，这个过程中蕴藏着重大产业机遇。

在中南传媒的展台前，记者看到了一套新版《红楼梦》，从表面看，这套书和传统出版的书看不出有什么区别，但实际上这套书不仅可以看、还可以听，除了故事本身还可以查看相关的历史文献资料，成为了集各种研究成果，以及相关历史素材的数据库，技术层面利用了数据存储 AI 技术，是一套真正的富媒体出版物。

正是因为超前的变革意识，在 5G 时代来临之前，中南传媒已经做好了与 5G 技术相适应的各种富媒体的出版，龚曙光预测这应该是未来一个阶段内人们阅读的一个新的兴奋点，也是一个新的市场点。

龚曙光表示，中南传媒为了适应新技术、新体验、新需求，时至今日已经布局了众多的转型项目，绝大多数成长良好，这不仅仅为公司的全面转型提供了各个版块区域性实践经验，还为进一步推进这种战略在人才、资源方面完成了储备。

情系读者信仰“内容为王”

出版作为人类最古老的传播方式，虽然经过多轮次的媒介革命，但是书籍作为人类最重要的精神产品，并没有因为媒体介质的变化而丢掉它传统的意义。

在龚曙光看来，互联网技术虽然衍生出来很多内容传播平台公司，但他相信任何一个技术公司最后都要嫁接到传统的出版内容。

“做内容是给人提供精神滋养，身体是需要有滋养的，灵魂也是需要滋养的。”

龚曙光认为，作为一个内容企业，所做的事情本质就是用自己的产品在社会民众的心灵内“圈地”，一个文化企业的品牌所具有的心灵的响应度有多大，这个企业所拥有的市场就有多大。

龚曙光除了企业家的身份，自身还拥有作家、评论家等诸多头衔，此次书展时间也正值龚曙光的新书《满世界》发布，封面中的龚曙光戴着墨镜，穿着花色衬衫低头沉思的形象文艺范十足，一改之前印象中的企业家龚曙光形象。上面一行很小却瞬间让人思考的小字：“终归，灵魂是没有理由自我囹囚的”，显得神秘而又亲切。

龚曙光坦陈，写作除了是个人对文学的追求之外，更能将其不断地从读者、编者、作者等不同角色进行切换，这样会大大提升其对一本书的判断。对他而言，写作更像是作为文化企业管理者必须体验的一门功课。

“很多人做文化产品只是强调它的商业属性，实际上文化产品的商业属性和商业价值的最大化是由它的非商业属性实现的。”

龚曙光旗帜鲜明地在业界提出了做文化产业的“反向”商业逻辑，所以中南传媒提出了绝对不沾成瘾性游戏的经营底线。在他看来，就是让读者和家长有一个最基本的认同，中南传媒在经济利益和社会效益面前，会非常鲜明地选择社会效益。

“我们努力把自己的品牌、自己的产品烙到读者的心灵上去，努力把自己在读者心灵上所能圈的地圈下来。”

龚曙光曾在自己写的《李白评传》中，评价李白是中国一个少有的有欲望的诗人，盛赞李白在有限的生命里把自己的欲望都展开了。从中南传媒发展变革的轨迹中不难看出，龚曙光正在用身心诠释着《满世界》封面那句“终归，灵魂是没有理由自我囹囚的”内涵。