

全国人大代表
中南传媒董事长
龚曙光

全国人大代表、湖南出版投资控股集团有限公司董事长、中南传媒董事长龚曙光是出版行业的领军人物。14年前,他创办了湖南第一纸媒《潇湘晨报》,此后更让由湖南出版投资控股集团有限公司主营业务和资产重组改制而来的中南出版传媒集团股份有限公司(以下简称“中南传媒”),于2010年成功上市,并在去年实现净

利润14.7亿元,较上年增长32.33%。

龚曙光在本届全国“两会”上把注意力投放在文化和教育领域,并就此提出两个建议:其一是倡议金融监管部门能对文化企业的担保体系重新审视或是构架,解决企业担保难的问题,从而帮助文化企业能够有更加方便、快捷的融资方法和途径;其二是希望政府能够加快教育信息化进程,使教育实现均等化,做到因材施教。

当然,作为中南传媒的董事长,龚曙光对出版业也有很多理解。在龚曙光看来,虽然数字出版和传统出版之间、电子书和纸质书之间存在争议,但每种都有不一样的光彩,使出版业更多元化,形式更丰富,并为企业带来更多的商机。



龚曙光： 文企离不开担保护航

·商报访谈·

教育领域将成出版业新商机

互联网与出版深度融合

随着互联网的发展,以及终端技术的不断提高,互联网正在影响着人们的生活和消费习惯,在文化产业中,尤其是出版领域,这一点尤为突出。其中,最能引起行业内广泛热议的,就是数字出版和传统出版之间的较量。自从电子书出现后,由于其携带更为方便,满足读者利用碎片化时间阅读的需求,纸质书的销量一度出现负增长,特别是实体店,直到去年才有所缓解,实现了正增长。尽管从表面看,由于电子书的挤压,纸质书已经无力还击,但龚曙光却对此有不一样的见解。

“虽然有很多人会在互联网上阅读,但当读者在网上阅读到一本好书时,往往会回头读纸质书,所以互联网实际上是给纸质书打了一个广告,吸引大量读者回到线下。因此,未来电子书和纸质书还会有一个很长的共存时期。”龚曙光表示,“同样,实体店也不会因为图书电商的存在而在短期内迅速消亡,原因是很多实体店已开辟出网络平台,将部分市场份额转移到线上,满足了读者多样化的需求”。

教育出版仍有很大空间

互联网现已与出版业密切联系在一起,使出版领域不断涌现出新的商机,特别是在在线教育,呈现出巨大的市场潜力,出版企业纷纷布局,希望能在尚未完全开发的“蓝海”中分得一杯羹。

据龚曙光介绍,中南传媒已成为国内最重要的教育出版商,除在全国29个省市发行多种自有知识产权教材外,还进入韩国、中国台湾等地。而且,由中南传媒控股的天闻数

媒公司研发的教育数字化解决方案,也在深圳、上海等省市超过500多所学校投入使用。“通过互联网,建设教育数字化的方案和网络体系,将各种教育资源联系在一起,可以对学

生因材施教,实现教育的公平。”龚曙光表示。除中南传媒外,还有很多出版企业布局了教育领域,尤其是在在线教育。比如日前上市的数字出版第一股中文在线就与清华大学建设了学堂在线。

产业发展需解决担保难

文化产业近年来发展迅速,数据显示,2013年文化产业增加值达到约2.1万亿元,占GDP的比重由2004年的2.1%上升为3.7%,2004-2013年文化产业几何增长率达24.76%,大大超过GDP增速。这使得文化产业已经成为经济发展的重要推动力量,并在一定程度上带动了其他产业的发展,如旅游、餐饮等。为扶持文化企业发展,虽然国家已经在税收上给予企业优惠,但这都无法从根本上解决文化企业发展难的问题。

“在文化企业的发展过程中,有一点非常关键并起着决定性作用,那就是文化企业的担保。但是,文化企业若想获得担保很难,因为文化企业往往在草创时期对于资金的需求比较迫切,其最重要的生产要素是创意,缺少担保法规中要求的不动产,如房屋、土地等,这就对文化企业的发展产生了制约,那些优秀的创意也就无法实现。长此以往,越来越多的优秀创意被埋没,我国的文化产业将会失去生机。”龚曙光表示。

对此,龚曙光建议,我国可设计一个对创意进行评估的制度,并由政府承担评估的任务,当文化企业需要进行担保时,政府通过对创意进行评估,对其未来的收益权进行抵押,并由政府作为第三方的信誉担保单位为该公司进行担保。这样银行就能放心地将贷款给文化企业,让文化企业有发展的资金基础。

北京商报记者 卢扬 郑蕊

·代表声音·

多种出版形态将共生

众筹出版是典型的线上线下的出版模式,就是在互联网上发布相关的图书信息,让对此有兴趣的读者进行预订。该模式从美国开始,并逐渐扩散到其他国家,包括中国。它与其他出版方式有一个很大的不同,即充分利用互联网的优势编辑发行传统图书,通过利用大数据分析,使出版更精准、销售更便捷,值得众多出版人尝试,甚至将其形成一个常态的制度。

目前来看,我国的众筹出版还处在初期探索阶段,尝试众筹的图书数量还很少,且很难出现特别成功的,但不可否认的是,众筹出版肯定是未来一个很重要的图书发行渠道。可是,如果说众筹出版模式将来一定会替代现有的图书传统发行渠道,这也并不是一件简单的事,因为图书电商有自己的独家优势,传统出版也不例外,每种方式都有其不可取代的特点。

不同的出版方式也会给读者带来不同的消费感受。比如有的读者就喜欢逛书店,享受独自在几万种乃至几十万种的图书中,自由挑拣的状态和氛围,而另外有部分读者则喜欢在网上挑书,认为这种购书方式既简单又快捷,且不用费太多的精力。

同样,众筹出版图书也会给读者带来一种不一样的心理感受。因为众筹实际上是筹款,尽管数额较小,但它仍是一种投资行为,这就有可能会给读者带来紧张的消费心态,比如担心是否会在消费过程中遇到投资欺诈和投资陷阱,或者是在投资前没有看到实体样本,从而让自己的内心焦虑不安,这种种的心理反应都会影响其消费欲望。但也有可能会有部分读者对众筹出版没有这么多的担忧,而是觉得这种消费模式比较新奇,使自己有参与感。所以,对于不同的读者来说,不一样的出版方式会给他们带来多样的消费感受,从而满足读者的多种需求。

当然,存在一条渠道就代表会有人选择这条渠道,随着渠道的增多会引发分流,这意味着众筹出版模式的出现势必会占据传统实体店和电商的部分市场,只不过能否完全替代并不好说,今后可能是实体店、传统电商、众筹,以及互联网出版等各种方式形成一个共生共融的状态。