

禾赛科技联合创始人向少卿：

创业要心怀使命

本报记者 祝伟

无人送餐车、无人配送车、无人消毒车……在新冠肺炎疫情阻击战中，由自动驾驶技术赋能的无人车大显身手，为支撑医疗机构正常运营、满足居民生活需求提供了有力保障。无人车之所以能“看到”面前各种障碍物，奥秘就在于身上的关键部件——激光雷达。

2014年，因为看好激光雷达广阔的市场前景，向少卿从国际顶级智能硬件企业辞职回国，与两位志同道合的校友联合创办了禾赛科技，并出任首席技术官。如今，这家企业已拥有300多项专利，产品遍及18个国家和地区，为无人车装上了“中国眼”。

回国创业是最正确的选择

在清华大学和斯坦福大学求学期间，向少卿十分热爱“捣鼓新鲜事物”。彼时，他的理想是成为一名发明家，而非单纯的科学家。因为在他看来，科学家更注重追求事物的本质，而发明家则更注重知识的利用——这一点恰恰是所有科技创业者孜孜追求的。

向少卿曾在苹果公司担任下一代产品开发的架构师，主攻手机电路系统设计。而他却说：“选择回国创业是最正确的选择。我们这代人非常幸运，国内的社会环境对创业者友好而包容，这是不容错过的机会。”

激光雷达作为自动驾驶必不可少的传感器，也是最大的“痛点”之一，面临着性能不够好、可靠性不够高、产能跟不上等问题，是一个十分具有挑战性的行业，这也决定了向少卿的创业之路注定不会平坦。

“创业之初，我们的一款产品存在瑕疵，虽不影响使用，但很快被‘推翻重来’。因为我们对标的是行业最高水准，绝不能将就。”回顾创业历程，向少卿的最大感悟是，自我要求的高低在一定程度上决定着发展上限，“我们会选择跳起来才得到的目标，它会倒逼我们不断成长，成为更好的自己”。

人才是企业最牢固的“护城河”

从无到有，从小到大，向少卿见证并参与了禾赛科技的诞生和崛起。随着公司的发展壮大，各种赞美之词也随之而来，但他始终保持着清醒头脑——任何一家企业要取得成功，既离不开企业家精神和战略眼光，更离不开一支具备创业热情、技术能力、敬业精神团队。

在禾赛科技，工程师团队被看作公司最宝贵的财富。正因如此，公司吸引了一大批毕业于斯坦福、伊利诺伊等国际知名高校，以及曾就职于苹果、三星等企业的顶尖研发人员，帮助禾赛始终紧跟行业发展前沿，保有持久竞争力。

“人才是企业最牢固的‘护城河’。特别是对于激光雷达这种高科技产品，它的研发涉及光学、精密机械、深度学习等诸多领域，这决定了我们必须始终对知识、对人才抱有渴求之心。”向少卿说，成立短短几年，禾赛科技已经从几十人成长为近700人的团队。同时，他们的激光雷达产品也凭借优异性能和可靠性越来越受到客户青睐，世界各地的自动驾驶工程师亲切地称禾赛的激光雷达为“Blue Dragon”。目前，禾赛科技的客户已遍布全球68座城市。

勇闯产品创新的“无人区”

对向少卿来说，公司成长壮大的过程既奇妙，又在情理之中。“奇妙之处在于，今天我们在激光雷达领域已经能与世界巨头一较高下，这在几年前是很难想象的。情理之中在于，激光雷达正进入一个高速发展的‘井喷期’，我们及时发现这条赛道，并抓住时机布局，抢占了发展的先机。”

2016年底，当禾赛发布第一代激光雷达原型机时，全球虽有几百家公司研发激光雷达，但产品技术复杂，真正做到量产化的仅有几家美国公司，它们几乎垄断了全球市场。向少卿说，中国企业要与国际巨头一较高下，就必须具备跨越技术攻坚“深水区”的能力，以及闯入科技创新“无人区”的勇气。

作为公司自主创新的标志性成果，向少卿带领技术团队5年磨一剑，于2019年推出了激光雷达产品“PandarGT 3.0”，其中使用了自主研发的高速振镜系统和激光器，在低成本量产和产品整体性能可靠性上迈进了重要一步。

如今，禾赛科技已经构建起完备的研发体系，抢占到可观的市场份额。不过，向少卿也清醒认识到，禾赛仍然是一家创业公司，面临着激烈竞争和挑战，发展道路上还会有很多新问题不断出现，因此一刻也不能松懈。

“热情是所有创业者需要的，但面对未知领域以及强大国际竞争对手，仅凭热情远远不够，还要有代表中国企业与国际同行一较高下的使命感。”谈及创业6年多的感悟，向少卿说，科技是用来改善生活的，不是用来赚快钱的，只有潜心做对社会有用的产品，一家企业才能有长远发展，才能在科技前沿占领一席之地。



向少卿在发言中。

本报记者 祝伟摄

中国人的消费痛点。

第二个是新企业叫什么名字？茅理翔希望沿用“飞翔”一名，这就像他另一个儿子，倾注了一生心血，而且不用再注册。茅忠群则提出“方太”这个名字，有“方便太太”的意思，容易让人联想到女性使用者和厨房，更为亲切、形象。

这两大重要决策，让“茅忠群能不能说了算”在创业之初就遭受重大挑战，父子俩展开了激烈争论。最终，茅理翔被茅忠群翔实的调研报告所说服，接受了油烟机这一选择，又在茅忠群母亲的劝说下，认可了企业的新名字。

茅理翔在此后的一次采访中坦言，自己既然让儿子回来接班，只要内心觉得儿子是对的，就应该放下父亲的架子。

因此，1996年，方太诞生了。

1997年，茅忠群邀请香港烹饪节目主持人方利莎女士拍了方太吸油烟机第一支广告，“炒菜有方太，抽油烟机更有方太”的广告语一炮打响，方太一下成为家喻户晓的厨电品牌。

做一家伟大的企业

方太创立后首战告捷，1996年当年销售额就达到4000万元，1997年销售额破亿元。方太智能风魔方油烟机和水槽洗碗机已成为家喻户晓的明星产品。

“品牌的基础是产品，你如果拿不出好的产品，就别做品牌，更别做高端品牌。”茅忠群的这句话被放在方太企业内部展厅最醒目的位置。

怎样才能做出好的产品？那就是以客户为中心，坚持研发先导。截至2019年12月，方太拥有授权有效专利3000多项，其中发明专利400多项，实用新型专利2200多项。雄厚的科研力量，确保了方太的创新实力。

2017年，方太的营业收入突破百亿元，成为行业中首家百亿企业，并提出了千亿新目标。“我们的目标是建设千亿元级的伟大企业，而不是千亿元级的普通企业。”茅忠群说。

“其实，这4个标准正是提醒我们，要切实履行对于各方的社会责任。”茅忠群说。

新冠肺炎疫情期间，方太第一时间向湖北省慈善总会捐款200万元，用于疫情防控工作。同时，向湖北、浙江、广州等省市多家医院定向捐赠净水机、消毒柜、消毒液等总价值450多万元的防疫物资。

方太还团结上下游共渡难关，履行对经销商的责任。2020年一季度，方太无条件向经销商返利3900万元，还计划拨给经销商约5200万元的房租和人员补贴。此外，针对某些具体产品线，方太还承诺会给出有针对性的补贴。

在2020年新年致辞中，茅忠群提到，方太人要实现千亿元级伟大企业的根本动力，来自于方太人的初心和使命。总结起来，方太人的“初心”是12个字：打造高端品牌，创扬方太文化。

回顾发展历程，方太在创立之初便立志“打造家电行业中国人自己的第一个高端品牌”。

2008年，方太进一步提出全面导入中华优秀文化，探索建设“中学明道、西学优术、中西合璧、以道御术”的方太文化。在此“初心”引领下，方太初步形成了具有中国特色的方太文化体系，并开始向企业家传播推广。

2018年初，方太提出新的使命：为了亿万家庭的幸福。这意味着方太不仅要继续提供高品质产品和服务，打造健康、环保、有品位的生活方式，还要大力弘扬中华优秀传统文化，让亿万家庭享受更加美好的生活，实现幸福圆满的人生。

“‘打造高端品牌 创扬方太文化’的初心和‘为了亿万家庭的幸福’的使命是激励方太人快乐学习、快乐奋斗的根本动力。”茅忠群说。

创新的目标是幸福

提起方太，高端、创新是其显著的标签。自方太创立之日起，24年来，茅忠群坚持不打价格战，走高端创新之路。“创新是方太永远的追求、坚守。”茅忠群接受经济日报记者采访时说。

2019年8月，方太公布了一项全新的NSP膜色谱双效净水技术。凭借这项技术，方太的净水机能在高效滤除重金属的同时还保留有益矿物质。事实上，做一款中低端净水产品并不难，采购一套陶氏反渗透膜，找一家代工厂再设计一个外包装，最快半年内就能做出来。但方太不愿意，用了8年时间默默研发攻关，为的就是打破目前国内高端净水机依赖进口的局面。

技术研发周期长，商业化周期更长。茅忠群的想法是：“要从消费者出发，做别人不能做或不愿意做的事情，无愧做美善产品的初心。”

2018年，方太将企业使命升级为“为了亿万家庭的幸福”，并提出了著名的“创新三论”，即创新的源泉是仁爱，创新的原则是有度，创新的目标是幸福。

对此，茅忠群解释说，创新最大的源泉是仁爱之心，也就是良知。源于“良知”的创新，更能对社会发展起到正向、可持续的作用。脱胎于“中庸之道”的“有度”，则是方太创新的原则，即不过分追求噱头而忽略消费者的实际体验。

“方太的创新首先要从仁爱之心出发，而非简单快速占领市场份额、提升销量。方太的经济效益都是在实现企业使命的过程中自发实现的。”茅忠群说。

这并非虚言，关爱用户才能真正抓住用户的需求。2010年，茅忠群看到了一篇报道，名为《厨房油烟加剧家庭主妇肺癌风险》。于是，在当时各油烟机品牌纷纷比拼风量、风压等定量指标的情况下，茅忠群果断调整了方太研发方向，将关键指标定为“最佳的吸油烟效果”。

“我们本是关爱用户的角度出发，结果，风魔方系列吸油烟机上市之后效果非常好，很快就成了行业全国畅销榜冠军，直到现在依旧是冠军。同样，我们宁愿坚持七八年不进入净水机市场，就是为了给消费者打造一款能够带来真正健康好水的净水机。”茅忠群说。

“无为而无不为”

茅忠群的办公室墙上悬挂着一幅大字：“无为而无不为”，这6个字是他的经营哲学。

“在有所动摇之时，我会用‘无为’自我告诫，只有顺应事物的发展规律才能获得真正成功。知道自己想要什么，不妄为、不乱为，最终成就了方太今天的‘无不为’。”茅忠群说。

方太正是茅忠群奉行“无为而无不为”才诞生的企业。

1994年，茅忠群的父亲茅理翔创立的点火枪企业飞翔集团已做到全球出口量第一，但因为技术含量低、竞争激烈而面临困境。茅理翔意识到企业到了需要做出重大变革的时候，而能担此重任的莫过于儿子茅忠群。此时，茅忠群刚从上海交通大学毕业，正计划出国攻读博士。他回来后在飞翔转悠了3个月，最终选择留下。

留下并不意味着对父亲的安排照单全收。茅忠群与父亲“约法三章”：第一，不做点火枪，要做新产品、新品牌；第二，亲戚不能进公司；第三，企业重大决策和业务，要由茅忠群说了算。

“约法三章”后，茅氏父子很快遇到了两大重要决策。第一个是不做点火枪做什么？茅理翔想做微波炉，那时在中国，微波炉还是个新鲜事物，技术含量也更高。而茅忠群选择了已有许多企业参与竞争的油烟机行业，理由是：当时市场上的产品并不适合中国人的烹饪习惯，解决不了

方太集团董事长兼总裁茅忠群：

守望亿万家庭幸福

经济日报·中国经济网记者 黄鑫



人物小传

茅忠群，方太集团董事长兼总裁，创立方太24年来，坚持不打价格战，走高端创新之路。2018年，他将方太的企业使命升级为“为了亿万家庭的幸福”。经过不懈努力，方太已成长为厨房领域最成功的生产厂家之一。

2020年，突如其来的新冠肺炎疫情打乱了很多企业的脚步。疫情期间，方太集团董事长兼总裁茅忠群写了一封《致全体方太人的公开信》，标题是“危机如镜 照见吾心”，信中处处透露着儒商之风。

茅忠群一直致力于推动以儒家文化为核心的中华优秀传统文化在企业落地。无论是方太的企业目标、产品理念还是核心价值观，都能从中找到答案。

方太要做什么样的企业？茅忠群在信中这样说：“企业三观正不正，危机中见分晓。方太的‘三观’成为我们在危机时期的自觉行动指南。以‘为了亿万家庭的幸福’为使命，以‘成为一家伟大的企业’为愿景，以‘人品 企业 产品 三品合一’为核心价值观，方太人是这样说的，也是这样做的。”



方太消毒柜生产线部分复工。

(资料图片)

山东广育堂国药有限公司总经理杜新磊：

持续创新是对老字号最好保护

本报记者 王金虎



杜新磊(左)指导药工炮制中药。公素云摄

活了大半辈子的杜新磊坦言，自己做得最明智的一项选择，是用一顶“乌纱帽”换来一位440多岁的“老中医”。

2002年，经上级组织部门推荐，刚过不惑之年，时任乡镇党委书记的杜新磊临危受命，担任了陷入破产危机的济宁中药厂厂长。然而，当他站在杂草丛生的厂区，看着锈迹斑斑的设备，手握4000多万元的负债表时，心里凉了半截。第一次开职工大会，正值隆冬，厂里连个会议室都没有，瑟瑟发抖的职工站在室外不停跺着脚。半年未发工资，养老保险欠缴4年多，当杜新磊表态“不欠职工一分工资、不欠银行贷款”时，大家哄堂大笑，窃窃私语：“又来了一个吹牛的……”“咚

咚”的跺脚声以及阵阵讥笑声，像锥子一样扎在杜新磊的心窝。

厚道人做良心药

“病人膏肓”的中药厂该服什么解药呢？聚人先聚心。为了实现承诺，杜新磊拿出全部家底，按月支付工人工资；又借遍亲朋好友，凑了100多万元，购买了原材料、设备，交上了水电费，让中药厂的机器转了起来。

上任伊始，杜新磊“新官先理旧账”。得知药厂有位债主长期催款未果，杜新磊亲自上门二次还款，债主连门都懒得给开。临近春节的一天，天上飘着鹅毛大雪，杜新磊在债主门外守到半夜12点。当债主接过杜新磊手中的信封，一看里面除了一张还款支票，还有一张三年利息的支票时，感动得一把抱住了杜新磊：“你这个朋友我交定了。”

杜新磊的诚信感动了客户，重建了企业信誉，一些供应商、大客户又恢复了供应链、销售渠道，济宁中药厂开始出现生机，职工按月拿到了工资。

做药如做人。他常说：“修合无人见，存心有天知。中药选料、炮制与制剂虽在作坊里进行，一般人看不见，但人诚药真，只有精选地道的药材，才能使药剂发挥最大疗效，才能做出良心好药。”

老字号“出土”

上任不久，杜新磊从老职工口中得知，济宁中药厂前身是有着440年历史的广育堂。明朝万历六年(公元1578年)，御医徐春甫的弟子李广育来到山东济宁，创建了寓意“广济世、育众生”的广育堂药铺，并在孔子故里曲阜设有分号，孔府历代只从这家药铺抓药。

“把老祖宗留下的金字招牌束之高阁，咱这不是抱着金饭碗要饭吃吗？”杜新磊立即成立了广育堂文化挖掘整理小组，深挖老字号品牌文化内涵，将广育堂商标在国内外开展注册。他还走遍老济宁城的大街小巷，搜集整理了广育堂传承的1180个古方。其中，调理体质的二仙膏最具代表性，制作要经过13道工序、99道工序。

2017年6月12日，经山东省文物局备案，杜新磊带领药厂建立起3000平方米的中医药文化博物馆，展出藏品1000余件。2018年2月，企业正式更名为“山东广育堂国药有限公司”，村落灰尘的广育堂涅槃重生。

为保护和传承特有的炮制技艺，广育堂恢复了二仙膏古作坊，不仅还原古老的炮制技艺，还联合高校培养出一批批中药炮制人才，使流传百年的炮制技艺传承下去。2014年11月，二仙膏古法制作技艺被列入国家非

物质文化遗产，又在2018年入选国家首批传统工艺振兴目录。

“炮制技艺是广育堂历代传人的智慧结晶，更是祖国中医药文化中的瑰宝，应该让其薪火相传。”杜新磊说。

“尊古”更要创新

“要真正获得市场认可，必须与时俱进，‘古方’也要在创新发展中焕发异彩。”杜新磊告诉记者，其实，不少古方已不再适合现代人。在人的体质、药材生长环境等方面，现在同几百年前相比都已发生很大变化，最终造成药方疗效改变。为此，相当一部分古方需要重新验证，重新调整配比。更关键的，古人对药材的毒性不是很重视，如何用其他药材替代这些毒性成分，对企业来说都是创新课题。为此，广育堂成立古方创新研究室，采用科学手段对古方开展药理学实验研究。针对中药制药中最关键的环节炮制，他们和清华大学工业工程系在智能制造方面合作，实现从中药材的炮制到提取、浓缩全过程实行全自动化生产、信息化管理。目前，广育堂国药先后获得发明专利5项，实用新型专利19项，广育堂这个老字号焕发出了新生机。

“只有持续创新，才能使老字号品牌焕发青春。”杜新磊说。