

致敬上市公司的女神们

编者按：巾帼不让须眉这句话，已经不仅仅称赞军营中的“铁娘子”们，在资本市场中，作为领袖人物的女企业家们如今也备受关注。在国际妇女节到来之际，本报聚焦这些驰骋商场的女企业家，一探她们背后的故事，以饕读者。

探路者董事长王静：攀登中工作 工作中攀登

■本报记者 向炎涛

142天完成地球九极(七大洲最高峰+南北极极点)探险、4次登顶珠峰、先后10次登顶8000米以上雪山，她是登山探险圈的知名人士，她的另一个身份是上市公司探路者的联合创始人、董事长兼总裁，她是王静。

“户外运动和企业经营，两者不冲突，我的状态一直是：攀登中工作，在工作中攀登。”

3月8日，王静接受《证券日报》记者专访时表示，在疫情下这个女性的节日里，王静仍忙于公司管理的各项事务，在加强对员工健康防护的同时，带领探路者启动全员在线信息化办公、员工轮岗制线下办公等方式，保障日常经营管理工作的有序进行，“我想要在力所能及的范围内为他人做些事情，而作为女性本身，我相信女性可以活得更精彩，也更有力量。”王静对记者说到。

抗击疫情 组织生产非医用防护服

王静对记者谈到，1月23日，武汉宣布封城后，她意识到疫情的严重性，立刻召集高管开会，快速成立公司疫情应急响应小组。在疫情不确定性陡增时，要求团队成员保护好自己，同时，展开各项抗击疫情工作。比如了解一线的物资需求，快速调拨冲锋衣、睡袋、帐篷等探路者最具优势的产品，并决定通过探路者公益基

金会捐赠价值500万元的物资全力支持抗击疫情。

1月26日，探路者收到武汉市武昌区疫情防控指挥部等单位对冲锋衣物资的紧急需求，探路者公益基金会连夜筹备首批物资，上千件套绒冲锋衣通过“疫区物资绿色通道”发往武汉，后续物资也分批发出支援前线的医护人员、社区志愿者和工程建设者。

“我后来又了解到，很多医生在防护服实在缺乏的情况下，会穿探路者的冲锋衣，在外面套一层无菌手术衣进行应急隔离。这让我感觉心疼又备受鼓舞。”王静说，基于医护人员的需求，探路者紧急筹备，向赴武汉的中日友好医院医疗救援队、北京广安门中医院医疗救援队和四川省妇幼保健院感染科的医护人员等分别发出物资。

疫情对于医疗防护用品的需求量大增，而探路者在防护用品相关领域具备很强的技术研发能力，这让王静觉得，有责任也有义务为抗击疫情提供更多帮助。

“比如我们自主研发的TIEF PRO-X2防水透湿环保科技面料(主要应用在冲锋衣、连体服等相关产品中)不仅具有优异的防水透湿功能，具有一定的持久性，还能够有效阻隔病毒刺穿。所以公司也在相关部门的支持下，积极快速投身到非医用防护服的研发及生产供应当中。”王静说，目前，公司生产的非医用防护服已陆续供给雷神山、华大基因等最需要的防护一

线。

王静也坦承，在新增非医用防护服的生产供应过程中确实也遇到了很多困难，比如要快速地调度生产线及基础材料物资、了解并采用辐照灭菌新技术对防护服进行灭菌处理、及时增加公司经营范围等。

“但我始终觉得，只要大家的心在一起，有问题就能快速解决，有困难也能一起快速找到解决办法，整个效率是非常快的。能够尽自己所能积极为国家抗击此次疫情做出更大贡献，让探路者所有的同事都倍感欣慰。”同时，王静也认为，尽管外在防护是有效的，但最根源的还是人体自身的抵抗力、免疫力。

生命在于运动，加强锻炼提高自身免疫力，才是身体最好的防护盾。

勇攀高峰 聚焦主业已见成效

1999年，王静与先生盛发强创立了探路者品牌；2009年，探路者在深交所上市，成为国内户外用品第一股。由于2007年探路者引入职业经理人，王静曾淡出管理层岗位，开始了全球户外探险体验及系统的知识学习；十年后，2017年，王静回归，担任探路者董事长兼总裁。

“登山者需要思考，如何将钢铁意志转化到每一步的上升中直至顶峰，而这与企业经营其实是相通的。管理企业和登山，对于我，是不断革新探路者产品的一个过程，也是自修自悟的

人生历程。我用自己的经历，去设身处地了解目标用户的实质性需求。而整个企业团队，则是帮助一起去把这些理想化和概念化的东西转变为产品的重要伙伴，也是我‘攀登’路上的重要队友。”王静说。

王静并不想过于强调自己的女性企业家身份，在她看来，领导力是不分男女的，在企业管理上，“男女搭配、干活不累。女性有她自己的特点和优势，比如在处理一些问题的时候会更柔和，这是跟男性领导可能不太一样的地方。”

而对于个人成长，王静认为，不同时期也给了她不同的角色定义。“一开始就是一个纯粹的创业者，每天只需要把创业这件事做好。

后来有了孩子，就转换成母亲的角色，更多是照顾好家庭，公司更多是先生(盛发强)在管理。随着孩子逐渐长大，公司引入更多职业经理人，我也就逐渐淡出公司日常管理，并成为了公司特殊的‘首席产品官’，对产品研发提出意见。”王静说，非常幸运的是，登山和自己的事业完全融合在一起，这让她感到幸福。

如今，重回公司管理一线，王静对公司提出了“聚焦主业”的新战略，目前也已见成效。

近日，探路者发布2019年度业绩快报，预计2019年度实现净利润1.10亿元，较上年同期扭亏为盈，其中，营业利润同比增长153.66%至1.10亿元，利润总额同比增长153.48%至1.12亿元。

的医疗物资以及“米蓓尔角质重构倍润乳霜”等生活物资近5万件，累计捐赠物资超过950万元。

“1月20日，我是在出差回京后得知武汉出现疫情。”赵燕说，三年前，为扩大玻尿酸应用领域做技术储备的时候，备案一款消杀产品，但一直没有做大规模市场投放。

于是，她紧急要求公司成立疫情应对领导小组，并亲自担任组长，马上调动所有资源来准备。当时公司已经放假，她把生产、研发、品管的七十多人重新召回，投入到组织生产中。

赵燕介绍说，“当时原材料采购不到，我们就全国各地找，在各地分批采购。没有包材，我们就把其他产品线可以满足医用级的包材优先调配给消毒产品。记得当时我们有一批为其他产品订购的包材还暂时存放在对方的仓库里，因当地疫情的管控要求，无法打开仓库大门。我们请求济南市政府协调让这批包材顺利出库，并又从济南派车将这批包材拉回来。最终我们把近4万件医用免洗消毒凝胶送到20多个地区的防疫前线。”

华熙生物相关人士告诉记者，赵燕董事长从新闻上得知前线的医护人员因为长时间佩戴口罩，皮肤红肿过敏，出现“口罩脸”，又马上要求公司将一款修复过敏肌的产品“米蓓尔角质重构霜”捐赠给一线医护人员。当下，华熙生物已经按照国家有关规定和要求实现了安全有序的全面复产复工。

谈到这次疫情对企业带来的影响和变化时，赵燕表示，疫情发生以后她带领公司管理层对市场未来走向进行预判，并决定要把这次危机变成转机，利用市场变化重新进行相关产品布局。

基于公司长期的技术积累和产品储备，比如这次在疫情暴发第一时间就拿出了含有玻尿酸的医用免洗消毒凝胶产品，让公司更加坚定了未来的发展战略，就是一定要具备以科技力为核心的竞争力。未来公司会继续提高研发水平，深耕科技力，打造产品力，建设品牌力，不断拓展华熙生物的综合竞争力，以更好的应对未来的变化和挑战，做国人自豪世界尊敬的企业。

退休女工关玉香的逆袭：创建百亿元市值上市公司 湖北工厂陆续复工

■本报记者 李乔宇

20世纪80年代，退休女工关玉香正面临着抉择。30余年后的2020年，截至3月6日收盘，关玉香一手创建的上市公司奥瑞金已经突破百亿元市值，是国内市场最大的金属包装供应商，在百威啤酒、青岛啤酒、红牛、加多宝这些知名品牌的背后，都有奥瑞金的身影。

在创立奥瑞金的峥嵘岁月里，关玉香展示出了作为女性企业家特有的决绝与柔情。为了实现与奥瑞金第一个大客户红牛的紧密合作，在两个月内，奥瑞金团队曾在海南、深圳再到广州之间往返41次；为了满足红牛的需求，关玉香生生将由16个员工小厂的生产水平提升到了国际水平；为了更好地配合红牛生产，红牛在北京建厂，奥瑞金就紧随着红牛来到北京，在距其800米的地方建立了第二个奥瑞金工厂。

今天的奥瑞金已经不再是当年跟在红牛身后的小公司了。2012年，奥瑞金成功上市。在奥瑞金的客户版图里，除了红牛，还多了更多的国际驰名品牌。如果说关玉香的坚持和决绝给了公司发展起来的机会，她的柔情和责任感则使公司进一步稳健前行。“我们绝不拖欠员工的薪水，也信守与合作伙伴之间的承诺。”关玉香表示，“我们每次新建工厂都会在工厂所在地支持当地条件落后的学校。我们建设员工宿舍和公租房，为员工解决后顾之忧。”关玉香告诉记者，奥瑞金的企业精神是“奋进、创新、诚实、和睦”，奥瑞金的口号是“质量第一、赚钱第二”，“这使我们每一位员工都具有了质量意识，产品质量也随之提高”。

时至今日，已是耄耋之年关玉香终于甘心功成身退了。

“我现在每天生活很规律，偶尔参加一些社会活动。”这位昔日的女企业

家告诉《证券日报》记者，“也会关心一下经营情况和一些大事，最重要的是每天晚上开始收看新闻，了解一些国家大事，我觉得这样才能不与社会脱节。”

回顾创业过往，关玉香仍将成功归功于改革开放和优惠政策。她也同时坦言：“我也是凭借一股不服输的干劲，解决了很多困难，一直走到今天的。”

退休女工关玉香不服输，她的公司也是。如今，奥瑞金正在面临着新的挑战。疫情期间，食品饮料行业进入淡季，作为多个知名食品饮料品牌的包装供应商，奥瑞金难免受到牵连。谈及疫情带来的影响，奥瑞金方面并没有流露出过多的负面情绪。“一季度有所影响势在难免，对疫情过后市场的恢复充满信心。”奥瑞金方面相关负责人告诉《证券日报》记者。

时机似乎正在到来，进入3月，疫情笼罩下的湖北地区生产线正在迎来暖意。3月8日，奥瑞金湖北制罐公司也正式迎来了恢复生产的日子。“目前员工的返厂到岗率90%，工厂对员工实施封闭式管理，员工进入厂区后不能外出。”奥瑞金方面告诉《证券日报》记者，此外湖北包装公司计划3月11日开工，员工返岗率90%；湖北饮料计划3月8日开工，员工返岗率90%，其他地区的工厂也已全线开工。

复工时刻，奥瑞金为重点地区工厂的返岗员工进行了新冠肺炎病毒核酸检测，检测率100%。

为了这一天，奥瑞金已经等了27天。早在2月10日，奥瑞金方面就公开表示，湖北工厂已做好充分准备，随时可以开工。

“整体还是向好的局面。”关玉香告诉《证券日报》记者，“行业近年来竞争激烈，但我相信这种情况会逐步得到缓解，而且很多市场机遇也会使行业得到新的发展空间”。

华熙生物董事长赵燕：让健康之美说话 做国人自豪世界尊重的企业

■本报记者 赵彬彬

3月8日，国内知名女企业家华熙生物董事长赵燕接受《证券日报》记者采访时表示，科技是手段，目的是让人们健康充满活力。好产品会说话，在从B端走向C端过程中，公司以核心技术为支撑，有信心建立好自己的品牌，与国际大牌竞争。

以科技力提升产品力 不断延伸业务触角

“美，一定是健康的，是由内而外的。内在的免疫力不断提升，外在的状态年轻充满活力。颜值经济其本质是健康经济。”赵燕对《证券日报》记者开门见山，公司所有的产品都是围绕为消费者带来健康美丽快乐的宗旨来布局和服务的。作为一家高科技公司，华熙生物的初衷就是通过科技手段让人充满健康活力。

赵燕说，华熙生物20多年来专注于玻尿酸这一物质的研究，因为它是人体的自有物质，主要有润滑和锁水两大功效，与人类的生命健康息息相关。比如眼球、关节的活动，需要玻尿酸的参与，它还可以在身体表皮和黏膜表层形成锁水膜。后来，研究又发现它对细胞有修复作用，可以帮助皮肤达到水油平衡。

选了一个好领域，要做出好产品，就需要有好的技术来支撑。赵燕说，华熙生物20多年打造的微生物发酵和交联两大技术平台，是公司的核心优势。基于上述两大平台，在玻尿酸的研发基础上，公司逐渐聚焦到研究两大类物质，即多糖类和氨基酸类。华熙生物建立了从原料到医疗终端产品、功能性护肤品以及食品等全产业链业务体系。

目前公司的产品主要布局分布在原料、医疗行业 and 功能性护肤品三大行业。

赵燕说：“原料，是华熙生物的基础，代表深度。”仅透明质酸的原料产品，公司就有超过200个规格品种。此外，公司还研发生产出像γ-氨基丁酸、依克多因等其他生物活性物质。

“医疗领域，是华熙生物的品质和门槛，代表高度。”赵燕说，医疗领域对

产品的技术要求极高，公司的医疗终端产品已经在眼科、骨科、外科、整形美容方面广泛应用。

随着基础研究领域的不断积累和突破，公司现在逐渐尝试将应用领域拓展到肿瘤治疗、组织工程、药物载体、口腔、全消化道、耳鼻喉等方面。

功能性护肤领域，代表广度，是华熙生物未来的发展前景。目前公司旗下拥有包括“润百颜”、“BIO-MESO肌活”、“米蓓尔”等十多个C端品牌系列，产品种类包括次抛原液等护肤产品、护发产品、母婴产品、男士护肤品等。在这次疫情抗击中，公司还推出首款以玻尿酸为基质的免洗消毒凝胶，可以边消毒杀菌边护肤，为前线医护人员和消费者提供日常防护。

用产品力“硬刚”品牌力 国货之光开始闪亮

赵燕告诉记者，华熙生物过去一直是做原料的，在B端市场上是隐形冠军，绝大多数一线品牌都用的是华熙生物的原料。当公司从B端走向C端时，品牌是必须面对的一个问题。

“需要承认不仅是美妆产品，在整个消费领域，相较于国际品牌，中国企业在品牌建立时间和品牌影响力上处于劣势，但是本土品牌也有自己的优势。”赵燕表示，首先，在技术方面、产品品质方面，公司已可以生产出丝毫不亚于进口品质的产品。

其次根植于本土，公司有迅速的市场反应能力，可以快速并积极的与消费者互动沟通。同时研发的反应速度及领导层的决策速度都更快，这些是国外品牌不能比拟的。

再次，从中国消费者层面来看，85后、90后以及00后，已经不再盲目崇拜国际大牌，他们更注重体验，对品质、性价比的要求也更高。正是这样的市场变化，为国产品牌的崛起和发展形成了良好契机。

赵燕强调，华熙生物不是一家传统的日化企业，不会用传统的广告营销方式去与消费者建立沟通。同时，公司更重视投入产出比，把经费更多用在研发上修炼内功，核心是通过好

的产品，用合适的方式去跟消费者沟通。

“好的产品会说话，它自带传播属性。”赵燕说，要打造品牌，首先要把产品做好，同时要找到合适的契机，把品牌有效地推广出去，形成影响力。“故宫口红”就是这么一个例子。

2018年，华熙生物与故宫博物院联合推出的“润百颜·故宫系列口红”火遍全网。赵燕说，公司将专利成分Hycolor®油分散透明质酸用于口红中，让玻尿酸突破了“彩妆禁区”。

事实上，故宫口红只是公司“润百颜”品牌下的一款产品。“润百颜”是华熙生物旗下专研玻尿酸的功能性护肤品牌，所有产品都是以玻尿酸为核心物质，主要解决人体年轻化的问题。

赵燕表示，希望将“润百颜”打造成为全球玻尿酸第一品牌。“因为20多年来公司在玻尿酸领域的最新研究成果和最高技术水平都体现和加持在‘润百颜’的产品中。”

2012年，“润百颜”注射用修饰透明质酸钠凝胶获得原国家食品药品监督管理总局(CFDA)批准上市，这是国内首家获得CFDA批准的国产交联透明质酸软组织填充剂，打破了国外品牌对市场的垄断。此外，“润百颜”品牌下的玻尿酸次抛原液，是全球首款将生产眼药水的工艺用在化妆品生产中，是这一品类的开创者。

前段时期，应对疫情公司又推出了国内首款以玻尿酸为基质的消杀产品——“润百颜”医用免洗消毒凝胶，突破了玻尿酸与市面上绝大多数的消杀成分物质无法相容的问题，是玻尿酸在这一领域的全新应用。

“我们完全有信心能与国际大牌竞争，我们的产品力优于他们，性价比更高，距离市场和消费者更近。”赵燕说。

凭竞争力立足长远 做国人自豪世界尊重的企业

在产业上，华熙生物不断拓展，积极回报股东；在社会责任上，华熙生物尽己所能，回馈社会。

据了解，截至目前华熙生物已经先后捐赠了九批包括“润百颜”医用免洗消毒凝胶”、防护服、护目镜等在内

“咖啡女王”钱治亚：瑞幸无人咖啡机“逆行”1185公里

■本报记者 李乔宇

对于武汉这座城市，从武汉走出的瑞幸咖啡创始人钱治亚或许怀有着更为特殊的感情。

2月3日早晨，钱治亚带领各流程关键领导层成立了一只“特别行动组”。继企业为抗击新冠肺炎捐出一千万元后，寻找“更直接”的方式再做点什么是他们一直在思考的事情。作为中国最大的连锁咖啡品牌，最直接的助力方式，或许就是为一线工作人员送去咖啡了。

无人咖啡机走入医院，做起来绝非听起来这么简单。

“当时没有人尝试过往武汉运医疗器械之外的设备，所有经验都是未知。”瑞幸咖啡大区拓展、营建总经理李敏对《证券日报》记者回忆那段历程，全国物资紧缺，物流停运，问题不断出现，“但迎难而上快速解决，恰恰是瑞幸所擅长的。”

彼时，已有部分瑞幸无人咖啡机在武汉医院投入使用，但数量无法满足需求，需要从北京总部调运。海内外供应商也正在全球联动，加速核心部件的海外运输和国内组装，优先保医院、供武汉。

李敏回忆起，2月17日，第一台从北京运来的无人咖啡机穿越1185公里的路程来到武汉，随车还装载了管理层为一线工作者“众筹”的口罩、测温枪、消毒液、消毒粉和防护服……

为了满足无人咖啡机的运营需求，瑞幸给每家医院都一次性配置了足量的咖啡豆、饮水、杯子和糖浆；瑞幸大学“临时招收学员”，为医院工作人员开发了工程师专属的培训通道，远程速成设备维护、装料与消杀流程。

李敏颇为自豪地告诉《证券日报》记者，咖啡机直接运到医院内，医护人员从手持取件二维码扫码，到拿到一杯现磨现冲咖啡，整个过程仅需30秒。

据《证券日报》记者根据公开数据粗略计算，自2月12日第一台无人咖啡机入驻武汉六七二医院以来，瑞幸无人咖啡机已经入驻了15家武汉地区医院。

“因为疫情缘故，原计划铺设设备时间提前，设备大规模生产和短时间调运是当下一大难点。”瑞幸咖啡告诉《证券日报》记者，“我们已启动紧急生产和快速的全球调运工作，优先满足医护人员需求。”

此次疫情中，“无接触”服务正在成为热词，瑞幸咖啡的无人咖啡机也在此次助力疫情防控中崭露头角。

值得一提的是，就在不久前的1月8日，瑞幸咖啡正式宣布智能无人零售战略。此次在疫情中大展拳脚的，就是当日发布会中推出的产品无人咖啡机“瑞即购”。

“无人零售模式能使我们更接近消费者，同时不受营业执照限制。”瑞幸咖啡相关负责人告诉《证券日报》等媒体记者，按照瑞幸的商业逻辑，无人终端与公司智能系统无缝对接，运用IoT物联网、大数据等先进科技，创造全新客户消费体验。无人零售与门店端互为补充，有着距离消费者更近、更便捷，低成本、快速融入多场景的优势，很大程度上满足了当下的消费需求。“希望能用无人零售模式驱动零售行业的再次升级”。瑞幸咖啡相关负责人如是说。

从1月份公布无人零售战略，到2月份无人咖啡机在特定地区供不应求，这只是个巧合还是无人零售爆发的必然过程？

“无人零售是我们的重要战略，接下来我们会加快无人零售的布局。”瑞幸咖啡相关负责人告诉记者，“无人零售终端有零接触、免排队、距消费者更近等优势，安全便捷满足消费者所需，和现有的瑞幸门店网络相辅相成、互相补充，疫情的影响也凸显了无人零售的需求、加快了其发展速度”。