



42岁的郑红超，一身朴素的装扮，说话时脸上露出腼腆的笑。虽然已经成为北京泛博科技有限责任公司的副总，但在他身上，丝毫没有企业家的架子，举手投足间始终透着当年从事教师职业时的质朴与憨厚。



郑红超简介

郑红超，男，1973年2月生，毕业于渭南师范专科学校。1998年2月到北京创业，一直在北京泛博科技有限责任公司工作。参与申报“一种强结合型合成鞣剂的制备”、“一种水处理剂、其制备方法和应用”等50项国家发明专利，目前已获得专利授权书13项。参与指导并配合开发泛博系列皮革用化工材料400余种，涵盖皮革化工的各个不同类别的产品。他主持研发的“希力毛皮耐晒低温酸性染料”和“节能环保高性能毛皮专用低温草上霜染料”多次在行业领域获奖，这两个项目也分别于2012年、2013年被科技部产业研发中心认定为国家火炬计划项目。2012年，由他主持开展的“节能环保高性能漂染材料的研发及产业化项目”被评为中国轻工业联合会科学技术进步奖一等奖。2014年10月，他主持研发的“毛皮草上霜染料”获得科技部颁发的“国家重点新产品”荣誉证书。2015年，郑红超被评为“北京市劳动模范”。

郑红超： 从教师到副总的“晋升”之路

□本报记者 金海鸥

由教师到研发人员的转变

1996年7月，毕业于渭南师范专科学校的郑红超，理所当然地成为了一名中学教师。但两年后的他，为着内心的理想来到北京打拼，开始了在北京泛博科技的工作之路。

刚进入泛博科技时，这个新起步的公司只有几排低矮的小平房，车间内几台小设备孤零零地摆在地上，连个像样的实验室和实验仪器设备都没有，生产工厂只有三个人，出的产品也只有很简单的五六种，这让郑红超显得有些失望。然而，当总经理把他叫到办公室，语重心长地跟他谈企业发展并对他委以重任时，郑红超忽然感觉到肩上责任的重大，他别无选择。

就是在这一年，郑红超辞掉了公职，开始背水一战。他通读了有关裘皮制造方面的书籍，了解了什么化工材料适用于裘皮，并通过生产应用与试验掌握了其相关性能。他开始了解什么是真正的市场，因为全年销售量不达50吨产品，加上东南亚经济危机，给公司造成了很多死账。在这一年，他担任了工厂所有角色，每天除了工作还是工作，没有个人生活。

就是在这样内外萧条的社会经济环境下，郑红超潜心钻研，终于研发出现有的“希力”一代产品，并开始对车间进行简单改造，为新产品的市场推广奠定坚实基础。1999年，郑红超主持研发的“希力”一代产品迅速打开市场。随着公司软硬件的不断完善，又相继推出了捷力系列、威斯系列、威勒系列、威佳系列等

产品。如今，公司的产品涉及到裘皮加工的各个领域。

总经理一句话重振研发信心

在泛博科技工作的十七年时间里，郑红超也有过犹豫，他甚至一度想过放弃研发，重新回到自己的教师本行，但在总经理的鼓励下，他又重拾信心，继续坚持下去。

在郑红超心里，永远忘不了1999年11月那个清冷的天。当时，他和两名职工正在工厂的院子里做增光剂产品实验。由于当时的试验条件有限，加之使用的原材料是酒精，且为明火加工，一个不小心，部分产品掉在了火苗上，过度紧张和操作不当使得整个加工容器里的产品立刻卷入了火苗。火苗随势而上，不扑灭的话，整个厂房都会发生危险，情急之下，郑红超和同事们顾不上抢救原料，只好用土挡住了火势。

与火舌的奋力搏斗终于结束了，郑红超却多处被烧伤，他的眉毛被烧光了、头发大面积被烧掉、手上也有多处烫伤。当天晚上静下心来，郑红超忍着疼痛给总经理打了个电话：“我不想干了，也不奢想以后的宏伟蓝图了，还是回家继续自己的教师生涯吧。”在郑红超看来，这次火灾给他发出了一个信号，他唯恐这个工厂在自己的手里毁于一旦，如果因为他的失误而让总经理背负太多，他承担不起这个责任。

令郑红超惊讶的是，总经理很大度的回道：“怕什么，我是白手起家，烧光了大不了从头再来，我们都还很年轻！”就是因

为这句话，让郑红超在以后的工作中始终坚持下去。每遇到挫折或者情绪不稳的时候，每当做试验持续不前想放弃的时候，郑红超都会想起这句话。“失败了不可怕、可怕的是缺乏一种必胜的信念，只要这种信念存在，生活和工作就没有过不去的坎儿，就没有做不成的事情！”郑红超说，经过这么多的事情自己才真正明白这个道理，也正是在这种高压信念的支撑下，他多次战胜了“精神上的自我”，带领工厂职工一步步挺过难关。

产品生产中 最沉重的一课

2002年的10月，公司新推出了捷力“M”系列产品，由于当时过于着急、市场需求紧迫，在对产品的使用效果还没有完全了解的情况下便开始批量推向市场，这使得公司遭遇又一次重创。

因该系列产品里某一化工材料含量过高，致使在染色时容易糟板。当郑红超带着技术人员赶到河北辛集客户的工厂，看到投下去的蓝狐皮捞不上来时，看到因为自身的产品质量问题而导致业务员、总经理逐个给客户解释并且赔偿时，看到当时整个公司营销人员因此而面显无奈时，可以说是心如刀绞。

“当时我真正体会到了市场的残酷，以及公司付出的惨痛代价。我也明白了客户价值、公司形象、团队力量的重要性。”这一课，让郑红超背上了更沉重的包袱，也让他在以后的生产管理中更加严谨。

他提出了“高标准、精细化，对客户及市场要100%负责”

的服务理念，要求公司员工在产品的开发及生产过程中，一定要做到“把困难留给自己，方便留给客户”。这样的要求，让公司在市场发生巨大变化时，也能及时调整研发思路，研发出与市场客户要求匹配度极高的优质产品，使企业不但在竞争激烈的环境中一次次站稳脚跟，市场销售额逐年提升，还拥有了一支业务精干、水平高超的研发技术队伍，产品销售网络遍及全国和国际主要毛皮制造区域。

化投诉为动力 提升产品品质

在十七年的工作生涯中，郑红超接到最多的就是“投诉及埋怨”。这其中客户的、有业务员的、有各相关部门的，他们有的是因为产品的包装质量，有的是因为产品的内在质量，有的是因为埋怨公司的产品不如国外的好等等。起初接到这些投诉时，郑红超的心里特别郁闷。“当时真想跟他们据理力争，但是冷静一想，我凭什么跟人家理论？投诉人又是为什么对我们进行投诉？心里就又平静下来。”郑红超笑着说。于是，当时的怒气开始转向不断的改善产品品质、完善生产工艺、提高自身服务上来。

在这一想法的驱动下，公司的检测方法日臻完善、生产工艺更加精湛、供应服务日趋人性化。公司对产品生产的各个环节细之又细，员工对产品也是精雕细磨。“一定不要嫌弃或抵制任何投诉，因为投诉会使人进步，让我们的产品不断更新换代，趋于完善，我们要树立起这个长久的信念。”郑红超最后总结道。