

家国情怀
奋斗者

砥砺前行

郑坚江： 与新中国同行 为宁波发展助力

记者 乐晓立

从龙观乡的“小作坊”到如今连续多年位列中国企业500强，从“养鸡种草”的懵懂少年到全国人大代表、全国优秀企业家、全国劳动模范、全国优秀建设者，郑坚江与奥克斯走过的33年，是中华人民共和国从富起来到强起来的33年，也是中国民营企业崛起的华彩缩影。

正如现代管理学之父彼得·德鲁克在1987年发表的《创新与企业家精神》一文中所谈到的，“企业家是那些愿意把变革视为机遇，并努力开拓的人”。郑坚江显然就是这样的人。

站在中华人民共和国成立70周年的伟大历史时刻，郑坚江与奥克斯仍将坚守初心，不断前行，引领中国白电市场走向新的时代征程。



1. 应天时而弄潮

小时候，郑坚江家里条件很差，父亲36元的月工资要承担6个人的生活。

他回忆，那时候，半根油条蘸蘸酱油，沾点油气，要吃上一个礼拜的泡饭。油条的香味、酱油的咸味，让他吃得津津有味，到现在还是忘不掉。当时的生活现在看来是难以想象的，也正是这样的环境，磨练了他不怕吃苦的韧性。

其实郑坚江创业时的愿望十分简单，就是向往美好的生活，希望能过上电视机、电冰箱、自行车的日子，所以就抱着初生牛犊不怕虎的态度，想去闯一闯、奋斗一番。

1978年的十一届三中全会上，通过了两个对于未来产业深刻变革的政策，宣布解禁农村工商业、家庭副业和集贸市场。又过了4个月，760万知青返乡，中共中央、国务院又迅速转批了第一个有关发展个体经济的报告。

于是，关于乡镇企业的故事悄然拉开，尽管开始得磕磕绊绊，但其发展的迅速则如烈火燎原，不可阻挡。

改革开放把经济搞活，这是天时。宁波有着东方大港便利，交通运输非常方便，这是地利。而随着改革开放，人们的生活会越来越好，商品需求活跃，这是人和。

在1986年春天宁波开始推行企业承包制时，郑坚江毛遂自荐，承包了钟表零件厂。当时这个厂有7个员工，负债20万元，因此接手厂子后的第一步就是出去找钱。为了获得2000元的银行贷款，他不断跑到信用社主任家里。为联络感情，跟他下棋；为了让他了解厂里情况，主动向他汇报工作。一次不够，就去两次三次。连续一个礼拜后，精诚所至，金石为开，2000元终于到手，由此获得了启动资金。

创业初期类似这样的故事还有很多。出差时，他经常和好几个人睡在一个旅馆房间里，打地铺是常有的事，也经常睡在火车站候车室的长条椅上。

他说，创业的经历是非常辛苦的，可以用“历经千辛万苦，说尽千言万语，走遍千山万水，想尽千方百计”来形容。

2. 顺市场而突破

进入20世纪90年代，郑坚江渐渐意识到企业的生存与发展关键在于要有自己适销对路的产品。在与上海环球、华成等仪表厂联营生产电能表的基础上，1989年，郑坚江成立了宁波三星仪表厂，正式跨入仪表制造业。1995年公司3个月就开发、投产了我们自己的DD201型电能表。

上世纪80年代末是短缺经济年代。DD282是电表的一种老产品。当时国家七部委联合发文，要用DD862新表替代老表，价格高出原用产品4倍。而郑坚江坚信得人心者得市场，继续坚持做老产品。同时上书部委办，最终获得了“让市场来检验筛选产品”的认可。

凭着对市场趋势的准确判断，三星电表坚持的老产品供不应求，人家生产的新产品却无人问津。大量订单涌进来，厂房更换了几次都不够大，企业进入飞速发展的时期。

尽管电表做到了最大，但谁也不知道三星电表是什么品牌，郑坚江感觉自己的价值没有得到充分体现。1994年，他开始瞄准当时属于奢侈产品的空调行业。当时，中国空调业发展迅速，最大的空调企业春兰集团是奥克斯的1000倍。

同时，在消费领域，由于“物价闯关”对商品经济带来的深刻变革，居民在购物时发现，可以讨价还价、货比三家了。正因如此，消费意识开始从计划时代的短缺消费逐渐过渡到追求性价比的理性消费，这也为本地品牌的成长提供了机会。

现在看来，家电行业是改革开放中发展得最快的行业之一，享受到巨大的政策红利。比如企业大量引进国外先进技术和理念，不断学习和借鉴好的产品和技术，少走了很多弯路；充分发挥了企业家的积极性，释放了企业家创新的内在动力，创造出巨大的物质财富。目前，国内家电产品尤其是空调，80%以上都是中国生产。

奥克斯空调最开始的口号是，“同等价格高性能，同等性能价格优”。尽管当时春兰、华宝等空调品牌占据了绝大部分市场，但是奥克斯通过自动化生产、精细化管理提高生产效率，用优质优价迅速打开市场。五年过后，奥克斯空调就跃升至行业第四，积累了消费者的良好口碑，而当时的竞争者却逐渐走了下坡路。如今，奥克斯空调稳居行业前三。郑坚江一直认为，我们要不断生产更优质的产品，企业家的最大目标是要给消费者创造价值。