

寻找“千里马”

# 从世界500强高管到国货防脱品牌创始人 李明霞的“孤勇者”之路



公司产品。



李明霞。企业供图

## 1 放弃与出发

李明霞的履历，几乎是一份“别人家的孩子”的标准范本：南开大学博士毕业，师从我国著名有机化学家、中国科学院院士陈茹玉；作为国际日化领域的顶尖科学家，她先后任职于宝洁、联合利华、通用电气、法国罗地亚、英国乐购等世界500强企业。

然而，2014年，当她在乐购的高管职位上急流勇退、决定回国创业时，身边的朋友无不愕然——明明身处职业高光，为何偏偏要“没苦硬吃”？

李明霞笑着回应，这份创业梦恰恰植根于过往的光鲜经历：“在世界500强企业工作的过程中，我也一直在关注着国内的日用化工发展。我们拥有过硬的工业基础，快速发展的技术实力和庞大的市场，却始终没能生长出像宝洁、联合利华那样在全球范围内具有影响力的百年品牌。”

观察到这一差距后，她暗暗下定决心，有朝一日一定要回国创业。

下决心不难，真正难的是放下已有的一切从零开始。从何处着手？李明霞的起点微小却务实，从解决困扰自己的那个问题出发。

“2002年生完第一个孩子后，我遭遇了严重的脱发问题。”她回忆道，“当时头发大把大把地掉，头皮上很快斑秃了一大块。”严重到上班时，为了不让同事瞥见后脑勺的斑秃，她说话时总是微微仰起头。久而久之，同事们误以为她性情高傲。

更令她沮丧的是，她把市面上能买到的防脱发产品都买来试了个遍，结果无一见效，有些产品反而让脱发情况雪上加霜。

“与其依赖别人，不如仰仗自己。”在察觉到防脱发产品市场鱼龙混杂，而脱发又是普遍困扰之后，李明霞一头扎进了自己的研究中。

那一刻，她仿佛再次听见了创业初心的感召，于是毫不犹豫地辞了职，在上海成立李明霞博士实验室，专注钻研研发、防脱等问题。不仅如此，她还说服了曾经的两位上司——宝洁美国首席科学家、中国研发中心创始人潘亚麟博士，以及法国Rhodia全球研发副总裁卡尔博士一同加入，并吸纳了曾在宝洁、联合利华等顶尖企业拥有超过20年研发经验的科研人员组成科研团队。

自此，3位科学家完成了向企业家转型的“信仰一跃”。

## 2 挣扎与涅槃

从原先埋头专注科研到同时肩挑经营与研发，两者区别之大令3位科学家在创业之初措手不及。

实验室初立之时，李明霞曾收到一些投资意向，但总量不是很大。此外，也有不少机构看好这一项目，纷纷递来橄榄枝。然而彼时的她，面对纷至沓来的热忱，反倒格外克制与谨慎。

多年读博与科研生活，让她养成一个习惯：若对某件事物不够了解，便不盲目认同与加入。“同样，对于这些蜂拥而至的热钱，我也保持审慎，于是逐一婉拒，转而拿出自己的积蓄。”

事实证明，这份清醒至关重要——彼时与她同期起步、大肆吸纳融资的企业，因追逐资本而忽视了技术与产品的扎实打磨，至今已有八成黯然退场。

但那并不意味着李明霞团队创业初期的日子就一帆风顺。

与许多品牌的快速扩张路径不同，李明霞选择先沉下心打磨一款产品——经过各项严苛实验，确认有效且对人体无害后才上市，这一周期最短也要三年到五年。这意味着，实验室成立最初几年毫无收入，只能靠自有资金苦苦支撑。

“这是以往在500强企业从未体会过的磨炼。”李明霞感叹道，“在那里，资金从来不是问题，只要有想法就能大胆尝试。”

创业之初，李明霞与另外两位博士需从50多种技术中筛选，找到既能让毛发生长、又能如正常毛发般健康

生长的技术。其间经历了上万次实验，过程漫长而艰难。

团队还需将配方用于大量动物与人体测试，中间一度资金不足以支撑测试。面对困境，李明霞当机立断，决定先将测试暂时放在一旁，重心放在技术积累上。

面对实验室里的一众伙伴，她只能无奈告知，每人每月仅能领取1000元薪资，熬过这段最艰难的时光。这一数字在上海，几乎是天方夜谭。随后，她马不停蹄转身去寻找其他投资。

在日复一日奔波于实验室与投资机构之间时，她眼睁睁地看到一些同行撑不住离开。但她心里始终憋着一口气：“我很清楚未来在哪里。”

2017年转机出现。在宁波国家高新区的盛情邀请与政策、资金支持下，李明霞将公司总部落户宁波，成立宁波见睿新材料有限公司，并先后入选宁波市“高新创业精英计划”，获评国家级高新技术企业、专精特新企业。

第一次遭遇至暗时刻又慢慢拨云见日的经历，像一堂生动的课，让李明霞在日后面对各种波折时愈发沉着。2018年，公司再次遭遇现金流危机，她顶住如磐的压力，与团队背水一战。

真正的转机终于在2019年降临。李明霞团队首次推出防脱产品——密思丝密洗发水。首发当日，销售额冲破3000万元。望着那串数字，她笑中带泪。

那一刻，所有的挣扎都化作了涅槃的荣光。

## 3 反思与前行

当众多同行选择外采原料以压缩成本时，李明霞与她的团队却始终守着自研这条路：“诚然研发需要源源不断的投入，但我们依然坚定走这条路，并确保所有原料均为独家发明专利。”

李明霞对自家的实验室到底多有底气？她回忆起2016年，女儿刚刚降生，便与她一起成为产品的0号种子用户。“因为我们的产品经受过荧光标记、乳猪拔毛、人体临床等重重体内外试验的‘拷问’，并最终获得国家发明专利。所以，我敢拿百分之百的自信说它对人体无害，才敢往自己女儿身上用。”她举例道，仅激素检测一项，产品在63项激素检测中结果均为零。

辗转于实验室之外，这位科学家也开始了营销方面的初次试水。毫无销售经验的她，选择了一条最直接的路——送。“我在宝洁校友会里送，在企业家人朋友间送。这个群体很挑剔，却也能检验产品的好坏。”李明霞说，“结果他们不仅成了会回购的回头客，还靠着口口相传，为我攒下了一批又一批的客户。”

此后，她组建了自己的天猫团队进

行线上销售。但由于缺乏专业的运营与营销人员，公司一度陷入亏损。李明霞对此直言不讳：“虽然技术研发是我们的强项，但管理和销售团队相对薄弱，这也是此前出现亏损的根源。”

“这没什么不能承认的，只有反思才能真正推动企业进步。”正是这份坦诚，让她在此后获得“朋友圈”的持续支持，“今年我吸纳了一位朋友成为合伙人，还有一位精通营销的朋友也将加入，补足我的短板。”

历经多年沉淀，企业发展步入快车道。如今，团队研发的产品已收获上百万的购买量，同时维持着不足3%的超低退货率，这一数据在同类竞品中处于比较领先的水平。

2023年，随着量产规模的扩大，见睿新材料总部大楼与象山工厂同日竣工。自此，公司已具备同时运行5条流水线的能力，日产规模达到20吨。一年后，密思丝密登顶天猫国货防脱品类TOP1，并获人民网唯一推荐防脱品牌。李明霞终于在巨头环伺的“赛道”上撕开了一道口子。 记者 王婧