



## 2010 企业·人物系列 之 杭州天姿家用纺织品有限公司



杭州天姿家用纺织品有限公司，创建于1989年（1992年前身是杭州天姿床上用品厂），是“阿里巴巴”推荐金牌供应商，是一家专业从事设计、生产、销售高星级酒店、酒店及家用棉纺织品的源头企业。公司生产的被套、床单、羽绒被、毛巾、浴袍、台布等一系列床上用品曾多次荣获“省消费者满意产品”、“省市”“优质产品”等称号。

“天姿”品牌2000年被中国中轻产品质量保障

中心评定为“中国市场保护品牌”，“天姿”品牌2006年通过ISO9001:2000质量管理体系认证和ISO14001:1996环境管理体系认证，产品远销全国二十几个省市及东南亚、南美地区。

去杭州天姿家用纺织品有限公司之前，记者听说这家公司是千禧国际、皇冠、日航等国际酒店集团的指定供应商，是喜来登、香格里拉、索菲特等五星级大酒店的合作伙伴，心中对“天姿”的品牌含金

量便相当有信心，毕竟国际酒店集团和五星级大酒店的品质要求，已经是企业最好的品牌了。

总经理方义庭把上世纪90年代初还只有4台缝纫机的小厂，做成了浙江酒店布草行业的翘楚、全国酒店布草行业的佼佼者，对于这样的成绩，方义庭显得很谦虚，他说：“其实我只有这个懂，那就踏踏实实地做好这个！”

# 方义庭：专业领域 做响品牌

### “认真对待每张订单，那都是一个考验和机遇！”

方义庭是一路从供销做到总经理，白手起家型企业家，他知道一切来之不易。他从代加工做起，切实感受过“没有自己的品牌，就是把企业的生死存亡捏在别人的手上”；创立品牌又是如此的不易，“天姿”的第一笔订单，是杭州军供宾馆一张7万元的订单，当时拿到订单时方义庭激动了好些时候。因为那是业务员拿着两张宣传纸、天天上门推销才得到的，现在回想起来，可能当时对方是被“天姿”的诚意打动才赢得的订单。最后订单的圆满完成，让“天姿”掘到了第一桶金。

让方义庭印象最深的一张订单，则是给企业赢得转机的一张订单。那是横店集团一张200多万的单子，当时通过招标后，设计、打样、服务，对方都很满意了，但是当他们在实地查看的时候，对方依然是倒抽了一口冷气，因为当时工厂里只有6台缝纫机，几个工人，这样的企业规模，要完成一笔两百多万的

订单是有很大的风险的。最后单子还是定下了，更多是因为在前期的长期接触中，对方对于方义庭个人的信任。

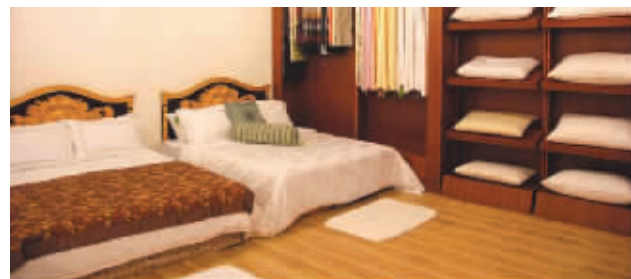
对于方义庭而言，接下订单的快乐，几乎在走进车间的时候就不复存在了，因为对于注册资金只有50万的企业而言，要完成这样大的订单，压力是不言而喻的，供应商拿来的原材料几乎都是靠个人诚信预支来的。方义庭当时可谓是“成也萧何，败也萧何”，成败都在此一举。重压之下，“天姿”几近完美地完成了订单，得到了供应商和客户的信任。同时企业赢得了利润，也给“天姿”注入了向上的动力。

去年，“天姿”获得了创建以来最大的单笔订单，那是通过福建外贸公司获得的一张古巴政府采购1500万床上用品的货单。1500万，3个月时间，10几个集装箱的货物，当按时、高质量地完成货单时，方义庭为“天姿”感到骄傲：这是在全球“金融危机”最为严重时，“天姿”能安然“过冬”的保障。

### “金杯、银杯，不如口碑！”

“天姿”品牌就像方义庭的孩子，因为来之不易，所以倍加珍惜。去年“天姿”的品质曾受到很大的挑战：因为给“天姿”供货的棉纺厂，一批布棉纺配比不好，导致成品在洗涤后会出现轻微的起球。当一家酒店向方义庭反映这个问题时，他认为这个问题很严重，马上召回所有这个批次的产品，无论是已经多次使用过的或是全新还未拆封的，照单全收。

“召回”或许会在食品或汽车行业中有耳闻，但是在床品生产企业中是绝不多见的。方义庭当时考虑的就是保证“天姿”品牌的诚信，“住五星级酒店的顾客是不能忍受起球的床品的，作为高品质服务顾客的五星级酒店是不能容忍这小小瑕疵的，除此之外‘天姿’也是担不起瑕疵品带来的品牌影响的。虽然召回2万平米左右的布，眼前的直接经济损失会有40多万，但是这样的损失‘天姿’是承担得起的。如果不消除影响，‘天姿’可能会失去信用，失掉整个市场”。在收回那



批产品后，高星级酒店更看到了“天姿”对产品的负责，方义庭用自己的诚信，使得“天姿”的这次危机转化成了一次成功的品牌宣传。

树立品牌不单单是要对自己的产品负责，还要对自己的员工负责。“天姿”建立了科学、合理、极具竞争性的薪酬体系，充分调动员工的积极性和创造性，并保障每一位员工的切身利益，为员工提供充分发展的广阔空间。在每一次危机中，方义庭对员工都保有着战友的情谊。非典危急中，很多纺织品厂家都辞掉了工人，但是“天姿”没有叫一个

工人走，虽然工厂停工了一段时间，但方义庭坚持顶住压力给职工发生活费。在2008年年底，忽然之间该开张的酒店不开张了，该到的货款也不到了，该签的订单都消失不见了……“金融危机”毫无预警地影响到了“天姿”。方义庭感到了很大的压力，但就在这样的情形下，他依然没有放弃他的员工，利用这停工的空余时间，他给员工们抓培训。

正是这样的同舟共济，让员工们对“天姿”更有信心，一批高素质的人才队伍也正与公司同步成长，最终实现“天姿”品牌与员工个人价值的双赢。

### “在自己的领域，谋求展翅高飞！”

由于“天姿”的产品质量稳定可靠，价格合理，服务到位，赢得了广大客户的一致好评。如今，“天姿”已经形成了一批稳定的客户群，“天姿”品牌在酒店布草行业内已经是一个响亮的名牌。

近年来旅游产业蓬勃发展，酒店业前景看好。方义庭相信酒店布草这块蛋糕还很大，他努力本着“质量第一、诚信为本”的原则，以市场需求为导向，以科技进步为动力，励精图治，奋发图强，致力于“天姿”品牌的提升、产品质量的提高。“本行业做强做好，这才是立身之本，才是发展之基。”方义庭坚信这个原则。

除了酒店布草，“天姿”也开始蓄力向产品延伸段发展，一方

面就是床上用品向家用方向的发展。“床上用品行业是相关联的，‘天姿’的再投资、再发展，会比一家新企业的重头进入有优势。现在高星级酒店布草，是引领床上用品潮流的，也是与国外接轨最早的。现在家用市场可能还对‘天姿’比较陌生，但是把五星级酒店的品质带回家，这应该是消费者都愿意接受的。有的酒店住客，喜

欢酒店的布草，会从酒店直接购买。听‘海外海’的房务总监说，去年‘纵贯线’来杭，临走前就买走了一套酒店的布草……”谈到进军家用市场，方义庭信心满满。

另一方面，“天姿”也考虑向酒店的其他产品发展，毕竟目前“天姿”累积的1000多个酒店客户群，为继续的合作提供了很大的发展前景。

栏目主办：

杭州市余杭区实施品牌经济战略工程领导小组办公室

承办：

杭州市工商行政管理局余杭分局

杭州市质量技术监督局余杭分局