

# 华东周刊

## EAST CHINA WEEKLY

A1 人物 Profile

总第 072 期 2021 年 3 月 1 日 星期一 主编:马晓才 执行主编:李洁 董国荣 美编:楼燕红 新闻热线:0571-85068763 战略合作: 杭商传媒



● 柳桥集团有限公司董事长傅妙奎 徐青青 / 摄

## 傅妙奎： 从泥瓦小工到亚洲羽绒大王

让客户赚钱——是傅妙奎对做生意的秘诀最简单的描述；  
为客户持续创造最大价值——是柳桥集团的企业使命。

傅立钢 / 文

接到采访任务后，笔者开始着手了解将要采访的对象——柳桥集团有限公司董事长傅妙奎，发现媒体关于他的报道已经不胜枚举，内容主要集中在创业的艰辛和如今的辉煌。本文试图为读者还原连接这位卓越创业者从创业到成功之路上的基石。

就像很多媒体报道的那样，傅妙奎曾经在江南耳熟能详的“鹅毛—鸭毛—甲鱼壳”大军中的平凡一员。但如今，世界只有一个柳桥。由他创办的柳桥集团，在国际羽绒界声誉卓越，羽绒产销占到全球需求量的约五分之一，产品远销 50 余个国家和地区。美国羽绒市场中三分之一的原料由柳桥提供，阿迪达斯、耐克与乐斯菲斯等品牌，更是指定柳桥作为他们的羽绒供应商。柳桥已然是亚洲规模最大、技术最先进的羽绒加工基地之一，连续多年被评为中国民营企业 500 强、杭州市百强企业。

国际羽绒羽毛局主席斯蒂芬·帕尔默曾经作过一个形象比喻：“柳桥打个喷嚏，世界羽绒市场就得感冒。”

### ▲ 员工是所有财富的创造者

笔者比约定时间提早 15 分钟到达柳桥总部，在行政主楼后面看到一排 5 层高的楼房，冬日暖阳毫不吝啬地倾照其上，从窗外往里望，应该是宿舍。是谁住在这阳光灿烂、位置便利的楼里？带着这样的疑问，笔者走进了傅妙奎的办公室。少顷，傅妙奎大步走

进来。在略加寒暄之后，笔者就向他抛出本次采访的第一个问题。

傅妙奎可能没想到笔者一上来就问了一个采访提纲没有的问题，他朝笔者微笑一下，回答道：“那几幢宿舍住的都是我们的员工。企业创办 30 多年，员工来自全国各地，有跟着我创业多年的元老，也有进来没几年的新员工，为他们解决食宿问题是柳桥后勤部门的第一要务。你看到的员工宿舍楼，既有单人宿舍，也有家庭房。住宿是免费的，每日的员工餐也是免费的。”他朝窗外望了望，阳光照在他那饱经风霜的脸上，眼神中流露出深情，“柳桥拥有的一切，都是我和员工们共同创造的，他们默默为企业奉献着，我对他们充满感恩之心，善待他们就是善待我自己！”

笔者从柳桥集团工会主席那里了解到，经历了几十年的积累，集团已经形成了一支分工明确、团结协作的管理队伍，工作上的不少事情已经无需傅妙奎事无巨细地全盘操心。不时地去车间或者员工宿舍转转，与员工聊聊天拉拉家常，成了他的习惯。

每年酷暑，傅妙奎都会走访慰问高温下坚守岗位的一线职工，将清凉防暑用品送到他们手上，感谢他们不受炎热天气的干扰，依然奋战在自己的岗位上；此外，傅妙奎要求集团工会每年组织员工春游、秋游，免费为员工体检；每年的年夜饭也是颇受员工欢迎的重头戏，傅妙奎会到每一桌去敬酒，并向每位员工送上红包。

“暑假，很多员工的孩子在家无人照顾，公司每年会办几个班，让孩子们有地方可以

玩耍、学习。”柳桥集团工会主席告诉笔者。同理心是企业管理者对员工最好的回馈，傅妙奎深知孩子是一个家庭最大的牵挂，为切实解决员工子女暑期安排问题，柳桥集团多年前就开办了小候鸟爱心班，集团工会找来在校大学生作为小老师，每天安排作业辅导、绘画、下棋、看卡通片等课程内容，安排工会委员和相关管理人员值班。此外，傅妙奎要求集团工会积极联系各类社会资源，参加春泥计划，从青少年宫的百变折纸、环保宣传画教学课程，到浙江中医药大学护理专业的卫生知识等等，努力为孩子们提供更多的趣味课程学习机会。

企业的发展离不开员工的努力，柳桥集团始终以开放透明的政策吸引各类人才扎根，把员工的福利和待遇放在第一位。正是凭借对员工的关爱，让来自全国各地的员工深深地爱上了柳桥这个大家庭。

2008 年，柳桥集团斥资百余万元，组织管理人员参加总裁执行风暴和各种拓展训练，通过加强企业执行力，彰显企业人文关怀；2012 年，柳桥集团投入大量人力和财力，创办了柳桥商学院，作为柳桥内部人才培养基地，造就一大批适合柳桥发展需要的专业人员。

桩桩件件，皆是小事；桩桩件件，皆暖人心。大道至简，傅妙奎相信，帮助自己的唯一办法就是帮助他人，企业发展亦如是。

### ▲ 母亲的谆谆教导须臾不忘

“诚信、秩序、回报、追求”，简简单单四

个词组成的柳桥核心价值观，是柳桥的灵魂所在，也是柳桥从一个村办羽绒加工小作坊发展成为今天的打个喷嚏，世界羽绒市场就得感冒的大型集团的重要基石。

年少时代，傅妙奎家境贫寒，家里没有多余的钱供他继续上学，作为长子的傅妙奎为帮助母亲分担家庭的重担，扛着蛇皮袋，跟着做收毛生意的亲戚，走街串巷收购鸭毛鹅毛。“我们家有五兄妹，我是老大，从小我妈一个人把我们拉扯大，很不容易。”他说。傅妙奎陷入了沉思之中，“我 14 岁就出去干活，下过田，也做过泥水工。后来跟着舅舅一起走街串巷收鸭毛，收入比之前做泥工时多了不少，家里的生活条件得到了相当大的改善。当时，我就觉得干这行能越做越好，越做越大。”

母亲对傅妙奎一字一句的谆谆教诲，成就了他诚信踏实的品性；挨家挨户上门收购鸭毛的经历，造就了他肯吃苦、不怕苦、吃得苦的精神意志。他起早贪黑，勤勤恳恳地干着“收鸭毛，我从不拖欠别人的钱。”正是这个诚信的经商原则，助力傅妙奎挖到了人生第一桶金，“柳桥 80% 的客户，在企业成立时就建立了合作，这是我们取得的最大的成功。在我看来，这份成功最大的原因，便是诚信！”他说。

“柳桥集团发展至今，一直遵循‘发展一个，巩固一个’的原则。”傅妙奎对笔者说道，神情中充满自信，“如果一个企业经营目光短浅，急功近利，那么，他往往会自觉不自觉地‘捞一把，是一把’，缺少应有的信用，企

业也就不可能获得长远发展。”

让客户赚钱——是傅妙奎对做生意的秘诀最简单的描述；为客户持续创造最大价值——是柳桥集团的企业使命。

“修辞立于成，民无信不立”“人而无信，不知其可也”，在柳桥集团行政中心，随处可见类似的标语，傅妙奎将企业和客户视为一个利益共同体，“一定要把自己赚钱建立在别人赚钱的基础上。我们要将满足客户的需求作为首要任务，为客户创造价值，使客户满意是我们永远的追求。”

正是这样的理念，让柳桥拥有着一批忠实的客户群。在与波司登多年的合作中，柳桥屡次获得“年度合作企业 AAAAA 级”“最佳质量企业奖”“最佳合作企业奖”等荣誉。过硬的质量、优质的服务、诚信的品质让柳桥集团赢得了市场，更赢得了尊敬。

如今，柳桥已经是中国羽绒行业的一个传奇。每年，从柳桥出去的羽绒量逾 1.5 万吨，羽绒制品、家纺品和服装达 1200 万件，是亚洲最大的、技术最先进的一流羽绒加工基地之一。

从走街串巷收羽毛到如今铸就亚洲羽绒大王的地位，傅妙奎对品质的追求从来不曾改变，这也成就了柳桥的羽绒品质越来越高，与他的诚信，也成为这个行业大浪淘沙后闪闪发光的金子，在多年的积累下，为柳桥赢得了业界广泛的信任与赞许，让柳桥成为品质保障的代名词。在柳桥，大到公司高管小到一线工人，内心都有一份同样的自豪，那就是：柳桥出品，必是精品。

### ▲ 追求是企业进步的不竭源泉

凭借诚信这块基石，傅妙奎收获了第一桶金，但他不满足，他要企业做大做强。如今，柳桥已经成为全球羽绒界的佼佼者，他依然不满足，他希望柳桥能引领这个行业，不仅在市场中，更在前中后端的大市场中成为领跑者。

“以前的柳桥是订单决定生产，现在的柳桥是生产改变订单。”傅妙奎的语言依旧精炼，但这句话的背后是柳桥在创新之路上孜孜不倦的上下求索。

1999 年，柳桥集团在生产羽绒原材料的基础上，决定打造自己的中高档羽绒服品牌；2001 年，“迪欧达”羽绒服正式投产。近年来，“迪欧达”羽绒服在国内市场的销售量年均百万件以上。“迪欧达”品牌在全世界 14 个国家注册，在国外消费者心目中，“DEODAR”商标亦已成为他们首选的品牌之一。

2006 年，柳桥集团投资 2 亿元，建成了集裁剪、缝纫、检验、后道、仓储为一体的家纺生产加工车间，并引进 CAD 电脑设计系统、OCIMA 全自动验布机等尖端设备，保证了公司的生产设备和制造水平与国际水准全面接轨。集团采用国际标准组织生产，部分自己制定的生产标准，甚至高于国际行业标准。

柳桥集团自主研发出了耐水性好、抗污性强的羽绒产品，每年世界羽绒行业的大会，傅妙奎再忙也会抽出时间亲自前去参加。每次参会，已稳坐业界大咖地位的他还是会以学习的心态，认真聆听每一位与会者的发言，并在最前端的团队中捕捉最敏感的消息，将手中纤细的羽毛反复加工实验，直到产品被成功开发出来。这样的认真与坚持，征服了全球顶级的羽绒服奢侈品牌，也让柳桥的产品成为了国际规模最大、水准最高的家纺专业展会——德国法兰克福国际家用及商用纺织品展览会上最受关注的品牌之一。

2011 年，柳桥集团开始进入电商领域，借助互联网优势，专注于羽绒制品和家纺产品在电商渠道的销售；2013 年，柳桥集团羽绒产品开创网络销售平台的先河，为羽绒企业的产品销售打开了新的渠道。2015 年，柳桥家纺打开跨境电商之门，上线初期，就实现了日成交 3000 美金的业绩。电子商务平台为产业链上企业提供网上购销、仓储物流、质量监管、数据信息等一系列综合服务，打通了一条高效、畅通、安全的贸易流通渠道。

在新领域不断尝试的同时，傅妙奎仍不忘产品研发的重要性。柳桥集团是行业内第

▶▶▶【紧转 A4】