

## 因“智”而强， 通用股份推进工业互联网融合创新

当下，全球范围内的新一轮科技革命和产业变革蓬勃兴起。工业互联网作为新一代信息技术与制造业深度融合的产物，日益成为新工业革命的关键支撑，对经济社会发展的带动作用日益彰显。

工业互联网背景下，轮胎行业数字化的新图景会是如何？对此，通用股份有着清晰的着力与布局，以自主创新为引擎，抢抓机遇，以数字化转型赋能传统制造业提升质量、效率和智能化水平，大力推进工业互联网发展，不断增强企业内生发展动力。

### 化危为机，智能制造优势凸显

在疫情防控、复工复产的关键时刻，通用股份布局智能制造的优势得以充分显现。通用股份乘用车轮胎智能制造工厂积极落实各项疫情防控举措，发挥自身在大数据、云计算、人工智能等技术上的优势，实现防疫复工两不误，在复工潮中率先“苏醒”。

在这一切的背后，智能化建设起到了无可替代的作用。

“机器换人”，是通用股份智能制造工厂实现复工复产的有力保障。以硫化车间生产线为例，机器人代替人工成为生产主力，而工人只需在中央控制室，关注有无异常状况，做好设备上下线的辅助工作即可。通过“生产自动化、物流自动化、管理信息化”高度融合的智能生产，不仅有效避免了工人聚集，减轻了疫情防控压力，产能也大幅提升。相比传统工厂，生产效率提升40%，运营成本降低20%，产品研制周期缩短30%。

### 加快制造步伐，推进产业转型升级

为了提升智能制造水平，通用股份以用户为中心、以智能制造为手段，通过物联网、互联网等技术，打造基于数据驱动的工

业大脑，实现制造柔性化、决策智能化、供应敏捷化、产品个性化的新工厂。

去年12月底，通用股份120万套高性能全钢子午线轮胎智能制造工厂首条轮胎正式下线。该项目按照“工业4.0”标准规划，在乘用车轮胎智能制造成功打造的基础上，构建“大数据工业大脑”，实现从原材料入厂到成品出库全过程的智能化生产，包括研发设计与生产过程的协同制造，建立轮胎制造全生命周期数据库平台，同时采用国际高端智能化装备，引进日本神钢密炼机、意大利进口COMERIO钢丝压延设备、德国进口面胶TROESTER设备等，全面提升自动化程度，帮助通用股份实现生产、管理和服务方面的飞跃。

智能制造在效率高度提升的同时，更保障了制造全过程的品质控制，轮胎产品的动平衡、均匀性及内在性能的稳定性得到进一步提升。2020年7月，通用股份

两项技术创新——《防扎静音新能源汽车轮胎的研发及应用》，以及核心技术攻关《新型节能环保全钢子午胎》分别入选江苏省和无锡市的重点技术创新目录。同时，通用股份“内置植入式高性能RFID轮胎”技术已具备国内领先水平，通过将RFID技术应用到轮胎内部，让智能轮胎从概念逐步走向现实。相比国内同类产品，该项目的电子标签读写距离远超国家标准数倍，安全性能更优，能充分满足客户对智能化轮胎的需求。新一轮技术革命已经到来，掌握核心技术、坚持自主创新，方能突破重围。

未来，通用股份将紧抓国家发展智能制造、推进“两化”融合的战略新机遇，以智能制造为主攻方向，大力推动产业升级，全面提升“智造”水平，推动公司高质量发展迈上新台阶，打造具有国际影响力的民族轮胎高端品牌！（安伯艳）

## 我是一块砖，哪里需要往哪里搬！

——访红豆置业南京公司副总经理  
兼营销企划经理顾伟



尽全力去做，并且要做好。

### 果敢担当：“去公司最需要的地方”

当局部利益与全局利益、个人需要与组织需要、个人选择和组织选择相矛盾时如何取舍？顾伟用行动做出了回答：“去公司最需要的地方。”

在红豆20余年的职业生涯中，3次异地调整，9年异地生活中，每一次的调整顾伟都视为一个全新的挑战，并在短时间内调整自己的心态，直面自己的工作。此次任命下达后，顾伟便做好交接，以饱满的精神状态回到了南京。短短一周时间，他对周边市场、项目现状、客户需求等进行了整体摸排，并整理出了较为系统的工作思路。对于接下来的工作，顾伟充满信心：“所有的市场工作都是围绕‘客户’，提供好的产品和服务给市场，才是赢得市场和口碑的‘终极武器’。”

谈及多次调整，顾伟坦言，红豆的企业文化熏陶和领导者的担当精神是他这些年感受最深的，“每次看到周海江主席等领导，不管风里雨里，总是深入到一线，心中非常有触动，每每想到，更加督促自己不敢懈怠。”

员工的成绩需要有平台的加持，也需要自己牢牢把握每一次机会。顾伟明白，作为红豆人，要主动担当，要创造价值，其“砖头”精神背后蕴含的是大局观念。

### 甘于奉献：把“小家”融入“大家”

面对多年的异地生活，家人的支持成为顾伟坚强的后盾。

据悉，顾伟一家三口都就职于红豆，是名副其实的“红豆家庭”。“红豆是个大家庭，我的小家融入这个大家庭，就要在这个家庭中发挥作用贡献力量！”

自从异地工作，顾伟回家的时间就寥寥可数。对于工作和家庭如何平衡的问题，他表示，工作和家庭同样重要，红豆的这份工作能让人生活有保障，自己也能在公司需要添砖加瓦时发挥作用。

一直以来，红豆坚持让员工与企业共同成长，把党建与企业发展结合起来，实施“政治有方向、事业有希望、生活有保障、情绪有释放”机制，践行“八方共赢”的发展理念。正是在这种企业文化机制下，员工才能够放心地将小家融入大家，才能够做到为了这“同一个家”而安心打拼。

红豆集团常务副总裁、红豆国际公司董事长戴敬君表示：“把自身事业和红豆事业融为一体，勇于担当责任，充分发挥了红豆人不怕困难不怕苦的精神，顾伟值得我们每一个人学习！”

顾伟作为众多红豆优秀党员的代表，用行动充分阐释了红豆党员的“砖头”精神，能打硬仗、能啃硬骨头，能服从组织、与组织步调一致，能有直面困难时的韧劲和果敢担当的精神，能为每一个岗位需求完善自身素质，能有甘于奉献的胸怀。

多年以来，红豆本着对人才的信任，为人才提供良好的上升通道，业绩导向，竞争上岗，制度选人，只要努力工作，能力突出，就会有广阔的发展空间。（杜雨叶、杨柳）

## 登陆无锡黄金公交线路， 千里马抗扎胎即将火热上市！

近日，在无锡市乘坐23路、63路、703路公交的不少市民发现，这三路公交车正悄然发生新变化：不仅乘车环境越来越舒适，车外外观也有了鲜明变化。原来是通用股份旗下千里马抗扎胎公交车广告项目正式上线运行了，科技感十足的车身设计，蓝、黄两色的经典搭配，随处可见的“千里马抗扎胎”品牌标识，轮胎元素装点其中……令人惊艳

的外观，吸引了不少候车人员、过往路人驻足观看。

本次千里马抗扎胎车体广告不仅画面引人注目，车身上显目的广告语“千里马抗扎胎，扎100个钉子都不怕，一年扎坏，免费换新”更是引发广泛热议，过往市民都十分好奇，什么样的轮胎扎100个钉子还能继续使用？一年扎坏，是不是真的可以免费换新？千里马抗扎胎告诉你。

### 千里马抗扎胎：新一代安全轮胎

消费者选购轮胎的理由有很多，但是几乎所有的人都会选择更安全的轮胎！近年来，随着消费者对安全、品质、性能需求的不断升级，千里马抗扎胎以引领用户需求为中心，聚焦品类战略，将产品定位再度升级——制造“更加安全”的轮胎，经过潜心研究和攻关，在抗扎防爆轮胎领域取得突破，重磅推出“新一代安全轮胎”。其中，千里马抗扎胎有效解决了普通轮胎被刺扎后造成的泄气和慢漏现象，确保行车更加安全。

众所周知，在行驶过程中，普通轮胎很容易被钉子等尖锐物体刺穿，造成轮胎漏气和慢漏现象。千里马抗扎胎采用高分子纳米记忆材料的记忆自愈功能，当钉子等尖锐物体（直径5mm以下）刺入轮胎胎面时，将被胶涂层紧紧包裹住，保护轮胎不会漏气。

当钉子等尖锐物体被拔出时，胶涂层又将自动聚拢在穿

孔处，填充和密封好轮胎缺口处，防止气体外泄，从而实现自动修复的功能。第三方实验室数据表明，即使被100个钉子刺入胎面，千里马抗扎胎也无需补胎，当钉子全部拔出后，千里马抗扎胎仍然可以正常使用，保持良好的气密性。

“千里马抗扎胎，扎100个钉子都不怕，一年扎坏，免费换新”不仅是一句广告语，更是千里马抗扎胎产品品质和售后服务的有力宣言，真正做到让用户买的放心，用的安心，重新定义乘用车轮胎的选择标准。

通用股份始终以用户需求为导向，以研发和创新为引领，坚持打造更加安全的轮胎产品。立足当下，通用股份将凭借着对轮胎产品的匠心打磨，对品牌塑造的坚定信念，为广大消费者带来一个更加亲和且可靠的品牌形象，成为消费者心目中首选的高端轮胎品牌。

千里马抗扎胎即将火热上市，敬请期待！（安伯艳）



## 寻找Mr. Real 红豆男装听你说

2019年，红豆男装时尚大片《Mr. Real》刷屏网络，红豆形象大使吴奇隆身着红豆男装，演绎有型有度的男神风采，Mr. Real也成为当时的网络热词，迅速引起多方讨论。

2020年，红豆男装开启“寻找Mr. Real”之旅，希望通过本次活动为更多中国男人提供一个展示自我的平台，走进他们的内心，用心倾听他们的故事，找寻真正属于每个人心目中的“Mr. Real”。活动自启动以来，得到了社会各界人士的热烈响应。

Mr. Real，是什么？每个人的解读都不尽相同，正如每个人生阶段对自我的理解都在不断更新，逐渐完善。透过Mr. Real，红豆男装希望挖掘中国男人真实的自我，品味三十岁的苦辣酸甜，探寻他们的成长与感悟。

为了深入探索三十岁男性的内心世界，红豆男装对多位用户进行采访，听他们畅所欲言，袒露当下最真实的情感。与此同时，红豆男装也在线上各平台征集用户的想法，倾听他们的声音，在收集到的上千条留言中，我们看到了很多人对于Mr. Real的独特见解，他们的思考和阐述也让意义更加完整丰富。

有人以为Mr. Real包含着直面挑战、一往无前的勇气。“蹉跎中练就技艺，时间中磨亮光芒。面对人生无所畏惧，敢于挑战，这是Mr. Real。”“真实简单，厚朴真诚，匹夫有责，展现中国男儿的热血气概。”

有人以为Mr. Real意味着成熟和强大。“Mr. Real就是真诚

简单的男人，成熟强大，又保持着赤子之心。”“真我不一定是多大的年龄，但一定内心强大，足够成熟。年龄不是分界线，心态才是最好的分水岭，懂得面对，从容去面对现实才能找到真我。”

有人以为Mr. Real体现了责任和担当。“Mr. Real字面意思是真男人，在我看来是有担当有责任感的人，其实男人的魅力也在此。”

对于Mr. Real的理解没有标准答案，答案藏在每个人对于生活和自我的理解中。当“父亲、丈夫”这些身份成为定义你的标签，是否还能透过标签看清自我？当我们被时间的洪流裹挟向前，是否还记得停下脚步回顾从前？寻找Mr. Real，就是在寻找

每个人对于自我的真实认知，帮助他们探索内心最真实的一面。

红豆男装“寻找Mr. Real”活动不仅为广大消费者搭建了一个展示自我的平台，同时也向大众传递了品牌对于男性群体的关怀。从做一件好衣服到传递一份温暖和力量，红豆的“情”倾注在对产品的精益求精中，也联系着每一位用户的体验与感受，在聆听用户心声的过程中更贴近他们的真实需求。

多年来，红豆男装陪伴中国男人成长，不断挖掘他们真实的需求，通过丰富的产品展示男性形象，在自身不断发展的同时也承担着文化传播的使命，充分展示民族品牌之责任，而此次寻找Mr. Real活动，亦是为用户关怀的延续。（庄怡）

## 这条自带凉感的裤子， 比吹空调更舒适

一到盛夏，酷暑难耐，尤其是三伏天带来的闷热潮湿，让肌肤感觉透不过气，整个人也打不起精神来，这个时候，穿得舒服就显得尤为重要。高温酷暑中如何才能穿得舒适？女生大多会选择选择清凉的裙子或是舒适的T恤短裤，而在男装类产品中，“清爽凉感”也成为各类购物平台上升趋势的搜索热词。

为了给男性消费者提供更多夏季着装的选择空间，满足他们凉爽舒适的穿着需求，红豆男装近期推出的一系列产品从面料、工艺、细节等各方面提升凉感与舒适度。无论是亲肤柔软的小白T、清凉透气的桑蚕丝健康T，还是轻柔吸湿的莫代尔轻爽T，都是通过吸汗透气的面料材质来缓解高温中的汗湿黏腻，让肌肤自由呼吸，为消费者带来清爽的穿着体验，解决了夏季的各种穿衣困扰。

除了丰富的T恤类产品，近期红豆男装的一款“凉感”冰丝裤也成为全国门店的热卖款，随着气温的不断攀升，这款产品不仅销量持续上升，用户反馈也好评如潮，这款听着就凉感十足的冰丝裤有什么特别之处呢？

据红豆男装裤类产品设计师介绍，“凉感”冰丝裤精选针织面料，不仅手感垂顺舒适，而且弹力高，无一般男士裤装的紧绷束缚感，适合各项健身运动；同时，蜂巢工艺的采用为这款裤子增加了凉爽透气的特性，自带凉感，高温酷暑也能清清爽爽、从容自在。

凉感和弹力是这款“凉感”冰丝裤的重要特点，也成为吸引消费者的两大优势，毕竟一款好裤子决定了身体的舒适度，既要适应久坐，又要适合运动休闲。不紧绷不闷热的“凉感”冰丝裤，适用于各种生活场景，动静皆宜，让身体从正装的束缚中解脱出来，双腿也能拥有轻松的自由感。王先生是红豆男装的忠实用户，由于自身易出汗体质和

微胖身材，一直想要购买一条凉感透气且弹性较高的裤装来应对夏季高温，经过门店店员的推荐，他体验并购买了这款“凉感”冰丝裤，触手可及的凉感缓解了皮肤的黏腻不适，高弹力的特点也满足了他对通勤和运动的需求。

为了提升舒适度，“凉感”冰丝裤在细节处也做到了精益求精，舒适与品质感并存。这款裤子做工细腻，走线均匀，3D立体裁剪修身塑形，贴合人体曲线，同时，斜插口袋的设计更具时尚感，松紧腰带适合不同身材，裤腰抽绳、松紧随心。

在“凉感”冰丝裤的面料与细节中均可感受到红豆男装对于舒适的追求，而这款产品的畅销热卖和良好口碑也印证了用户对于产品的认可以及对品牌的信赖。红豆男装将继续在产品领域发力，围绕用户舒适需求，提升产品的穿着舒适性，诠释舒适生活新主张。（庄怡）

### 以柔软出圈的新国货 到底什么来头

## 红豆绒柔软型内衣新品即将亮相鄂尔多斯

近些年，凭借“柔软”、“舒适”口碑的裂变，红豆居家推出的红豆绒柔软型内衣成了很多衣柜中的私藏单品。根据官方数据显示，红豆绒内衣销量已经突破1亿件/条。而此次8月5日，红豆居家将在鄂尔多斯举办红豆绒柔软型内衣新品暨2020秋冬红豆绒羊绒系列新品发布会，柔软再升级的红豆绒羊绒系列新品即将亮相。相信红豆绒柔软型内衣新品的面世会为用户带来独有的柔软、薄暖、舒适的触感，刷新用户对内衣的认知。

### 柔软，引领行业趋势

目前市场上的内衣琳琅满

目，但大多传统内衣虽然能解决保暖的需求，但是往往伴随着各种不舒适的体验，让内衣成了生活中的束缚，更何况“内衣是人体第二层皮肤”的舒适体验。而红豆居家，早在2014年就开始探索，通过回归用户视角和使用场景，在大量前期用户互动调研后，最终发现用户需要的是“柔软型内衣”，于是红豆居家提出“内衣，柔软才舒服”，唤醒用户需求。

面对新机遇，红豆居家率先定义了“柔软型内衣”——红豆绒，并在2016年以后推出了红豆绒柔软型内衣，一时之间，柔软成风，用户争相购买。可以说，

红豆绒多年来的“柔软型内衣”定位的成功，是顺应时代潮流，顺应消费者需求的必然结果，同时也为国内内衣产业带来颠覆性的改变与指引。

### 以专业突破柔软边界

据了解，此次发布会除了柔软的红豆绒内衣新品的亮相，还将邀请面料代表、行业专家、协会代表、合作品牌代表等各方面专业人士，届时他们将进行内衣行业用户需求与品类发展趋势方向的探讨，寻求决定优质内衣背后的需求。同时，基于红豆居家与小米均“以用户为中心”，使用“强大技术实现超预期的功能”解决

市面上消费者的痛点，发布会上还将推出跨界合作惊喜。

鄂尔多斯有着柔软“纤维宝石”、“软黄金”——羊绒，而始终保持“柔软”初心的红豆居家，选择在鄂尔多斯召开红豆绒柔软型内衣新品暨2020秋冬红豆绒羊绒系列新品发布会，一方面见证了红豆绒内衣为了满足不同行业用户需求，精选柔软原料，走遍全球的行动力，另一方面也见证了红豆绒柔软型内衣专业突破柔软边界，以创新力和产品力打造品类的决心，相信红豆绒柔软型内衣会成为用户“美好生活需求”。（红豆居家）

