



邵华泽题

HODO 红豆集团

无锡市优秀连续性内部资料出版物  
网址: http://www.hongdou.com

2020年 9月 9日 星期三 第15期 (总第603期) 准印证号: S(2020) 02000039 内部资料 免费交流

# 中柬双方视频连线，共谋西港特区高质量发展

周蜜、骆燕艳报道 9月3日，江苏省外办主办了以“助力柬埔寨西港特区高质量发展，打造后疫情时代‘双循环’新标杆”为主题的视频连线会议，会议主会场设在无锡，柬埔寨金边和西哈努克省设分会场，柬埔寨西哈努克省副省长芒希、中国驻柬埔寨大使馆商务参赞邵国权、江苏省外办主任费少云、无锡市副市长周常青、红豆集团董事长周海江等参加会议并致辞，共同为西哈努克港经济

特区高质量发展出谋划策。芒希对于中国政府一直以来对柬埔寨王国的支持及在柬埔寨抗击新冠肺炎疫情时期给予的帮助表示衷心感谢。他指出，西港特区是西哈努克省最大、发展最快的经济特区，其建设不仅拉动了当地就业，减少了贫困率，而且极大推动了西哈努克省经济社会的发展。与此同时，也促进了西哈努克省与江苏省在经贸等领域的交流合作。邵国权表示，新冠肺炎疫情

发生以来，中柬两国守望相助、共克时艰，树立了国际社会抗疫合作的典范。西港特区作为中柬两国经贸合作的务实样板，充分发挥中柬两国互补优势，积极打造“双循环”标杆，为当地创造了近3万个就业岗位，日益成为一个国际务实合作的典型样板园区。费少云在致辞中指出，柬埔寨是江苏省在东盟的重要合作伙伴，特别是自西港特区建设以来，江苏省与西哈努克(下转2版)

# 周海江：“自己人”论断在抗疫中得到有力印证

鞠宏清、肖建新报道 9月8日上午，在北京人民大会堂召开的全国抗击新冠肺炎疫情表彰大会上，荣获“全国优秀共产党员”、“全国抗击新冠肺炎疫情先进个人”两项殊荣的红豆集团董事长周海江，难以抑制心中的激动。他说：“感谢党和国家给我这么高的荣誉。红豆作为民营企业中的一员，作为中国特色社会主义建设的‘自己人’，在国家危难之际，应该尽力而为。为党为国为人民，红豆必须争分夺秒。”

在疫情防控的关键时刻，周海江第一时间向党组织交纳了1000万元特殊党费，第一时间动

员全集团突击转产、及时完成了国家下达的65万件防护服送到武汉一线，第一时间向“一带一路”合作伙伴柬埔寨红十字会捐赠100万只口罩，第一时间推进全集团复工复产、进化转型发展。

命至上，保护人民生命安全和身体健康可以不惜一切代价”。扎根人民、服务人民、依靠人民、马克思主义人民观是中国疫情防控的灵魂，定向了中国的决策基准、催化了中国的制度优势、激发了中国的民众力量。因此，中国疫情防控的胜利，本质上是中国共产党以人民为中心执政理念的胜利，是中国特色社会主义制度的胜利，是中国强大国力和现代化治理能力的胜利，是中华民族不畏艰险、众志成城、众志成城的胜利，是国家和政党与人民利益高度统一的胜利，也是马克思主义人民观的历史性胜利。经此一疫，人民对我

党更信赖，百姓对国家更热爱，世界对中国更尊重。



苏州大学马克思主义学院-红豆集团民企党建研究生工作站揭牌仪式

赵媛报道 9月2日，无锡市“两新”党组织书记示范培训班在红豆集团开班。开班仪式上，苏州大学马克思主义学院-红豆集团民企党建研究生工作站揭牌成立，无锡市委常委、组织部部长柏长岭和苏州大学马克思主义学院院长田芝健共同揭牌。

苏州大学马克思主义学院-红豆集团民企党建研究生工作站的成立旨在贯彻习近平总书记关于民企党建工作重要论述精神，不断创新民企党建工作方法，提升民企党建品牌含金量，促进高校资源与企业实践资源优势互补、协同发展，建强基层党建堡垒，推动民企党建高质量引领民企发展高质量。

柏长岭在培训班开班仪式上高度肯定了红豆集团的党建工作。他指出，“两新”组织与人民群众密切联系，与基层治理密切相融，与经济社会发展密切相关。“两新”组织党建工作是巩固党的执政基础的内在要求，是促进“两新”组织健康发展的根本保证，是建设“强富美高”新无锡的有力支撑。

抓好“两新”组织党建，要把握规律特点，既要把握共性要求、整体推进，又要把握工作重点、精准施策；既要“盆景”亮，更要“风景”美，充分发挥“两新”党组织政治核心和政治引领作用，不断提高“两新”党组织党建工作的质量水平。

红豆集团党委书记、董事局主席兼CEO周海江在开班式致辞中说，红豆取得今天的发展是靠党的领导，未来实现高质量发展更离不开高质量党建引领。红豆集团举办的每一次学习、培训、教育，不外乎要解决的是正心、取势、明道、术而，苏大马院和红豆的战略合作将会为企业党建发展提供一个有力的支撑。

红豆集团党委是全国先进基层党组织，是全国民企党建的标杆，苏州大学马克思主义学院是省高校示范马克思主义学院，田芝健教授作为学院院长、博士生导师，多次参与主持国家重大重点课题，理论功底深厚、学术视野开阔。此次，双方协商决定成立民企党建研究生工作站，为深化民企党建理论研究和实践创新搭建工作平台、探索有效路径。

据了解，红豆集团不仅在党建工作实践上积累了丰富经验，在党建理论创新上也取得了不少成果。2018年10月，民营企业马克思主义研究小组在红豆集团成立。2019年6月，红豆集团获全国工商联“全国非公有制经济人士理想信念教育基地”授牌，成为首批教育基地中唯一一家民营企业。2019年7月，红豆集团的党建经验入选中央组织部组织编写的《贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想、在改革发展稳定中攻坚克难案例》丛书《党的建设》本。2019年8月，江苏省委组织部“江苏省党员干部学院分院(无锡)”在红豆集团挂牌，系江苏唯一一家。2020年7月，周海江作为主要参与者、无锡商业职业技术学院党委书记杨建新教授主持的《基于职教集团的商贸类专业现代学徒制育人探索与实践》项目，获全国职业教育国家级教学成果一等奖。同月，红豆集团成为江苏省委统战部、省工商联在全省设立的第六家、也是唯一一家民企“江苏省民营经济人士理想信念教育基地”。

在未来合作中，苏州大学马克思主义学院将选派优秀博士生、硕士生进站工作，同时红豆集团有关领导担任苏州大学马克思主义学院校外实践导师，实现专业教师与民企优秀党务领导干部合作互融，院企联动创新、合作共赢，走出一条彰显百年高校和民企标杆深厚底蕴、遵循基层党建发展规律的务实高效科学的马克思主义理论研究、人才培养的新路径。

据悉，此次培训班为期3天，既有政治理论的学习，也有稳企兴企的政策解读，既有基层党建的经验交流，也有经济发展趋势分析，将通过课堂教学、专题辅导、视频教学、经验介绍、现场教学和分组讨论等多种形式展开。9月3日下午，周海江还为培训班学员们作专题讲课，阐述红豆探索实践的“现代企业制度+企业党建+社会责任”三位一体的中国特色现代企业制度，并分享红豆的党建工作经验与特色。

作为客户消费过程中最为直观的体验，产品和服务质量的提升对于企业进化而言至关重要。集团倡导各公司继续重视线上线下产品和服务质量，提升顾客复购率；从基本做起，提升客户购物体验、使用满意度，并积极推进客户关系管理；以线上线下消费者为中心，优化完善产品质量体系文件和服务规范要求，提升产品和服务标准化水平，通过建立并遵守全流程质量考核指标、优化服务流程、内容和技(下转2版)



## 简明新闻

### 江苏省人大常委会领导一行到红豆调研

8月26日，江苏省人大常委会副主任曲福田一行在无锡市人大常委会副主任任博、锡山区人大常委会副主任毛晨等的陪同下到红豆参观调研，集团董事长周海江、集团常务副总裁戴敏君、西港特区公司董事长陈坚刚等接待。

座谈会上，调研组一行听取了西港特区发展情况的汇报。曲福田表示，红豆集团通过几代人的奋斗，已经成为了中国企业的标杆和典范，他称赞“市场上有红豆的品牌，创新中有红豆的探索，帮扶中有红豆的担当，开放中有红豆的贡献，党建中有红豆的经验，社会中有红豆的传奇”。他认为，红豆集团主导开发建设的西港特区已经成为江苏企业“走出去”的典范，他希望通过调研，能学习红豆集团在对外开放中的经验，为做好“十四五”规划提供更多启发。

### 苏浙青年企业家跨国经营培训班到红豆参观交流

8月27日，由江苏省工商业联合会和浙江省工商业联合会主办的苏浙青年企业家跨国经营培训班走进红豆集团进行参观交流。交流会上，红豆集团董事长周海江向培训班成员介绍了红豆集团的发展历程，并分享了企业家必需的

“三种素质”、“三种能力”和“三种精神”，西港特区公司董事长陈坚刚分享了西港特区十多年取得的发展成绩及建设体会，并欢迎苏浙企业家到西港特区投资考察，与特区携手实现共赢发展。

### 2020红豆童装财富峰会在锡东财富广场召开

8月19日，智变·聚焦2020红豆童装财富峰会在锡东财富广场召开，童装公司董事长兼总经理周宏江以及来自全国各地的100多位加盟客户代表出席峰会。

加盟客户代表表示，本次峰会不仅对红豆童装品牌有了更深刻的认知，更是一个共享、合作、双赢里程的新开始。周宏江表示，未来童装公司将通过聚焦资源、强强联合，与全体加盟商继续齐心协力、全力冲刺，在健康童装领域，乘风破浪、扬帆远航，再创新辉煌。

### 集团举办小红豆开放日活动

为进一步加深员工子女对父母工作的了解，增进员工、员工子女和企业之间的情感交流，让员工子女了解红豆文化，8月27日，集团人力资源部主办了小红豆开放日活动，小红豆和家长通过参观锡东红豆

展馆、样板工厂，学习国学礼仪，参与冷餐会和DIY活动，充分了解红豆企业文化和传统文化，也让孩子们增强了身为红豆子女子的自豪感，让小红豆们满载收获而归。

本版编辑：卓之敏

# 红豆七夕节二十周年“创始奖”燃情颁布

赵媛报道 2020年，红豆七夕节迎来了二十周年生日。8月25日七夕当晚，以“爱在七夕 红豆传情”为主题的红豆七夕节二十周年直播晚会在无锡东港红豆万花城举行。晚会上，为感谢近年来推动七夕节发展做出非凡贡献的各界人士，复兴七夕、倡导中国人过自己的情人节的首家企业——红豆集团向贺敬之、余光中(逝世)、李谷一、刘征、丁芒、范小青、史光柱、赵本夫等21位嘉宾授予了红豆七夕节“创始奖”荣誉，对他们弘扬中华传统文化和传统节日做出的表率作用和广泛影响致以敬意和感谢。

在颁奖现场，江苏作家协会主席、中国作协全委会委员、国家一级作家范小青发表获奖感言：一想到红豆就想到情人，因此不管到了多大年纪，内心都会有一处柔软，让人跟红豆总有着不解之缘。语音中无限的情思和缠绵勾勒出范小青作为文坛名家的代表对于红豆所代表的意象之深远和悠长的构想。

国家一级战斗英雄、作家史光柱在晚会发言中称：红豆七夕情人节不仅是个体化的承诺，更是一种家国情怀的表现。江苏作家协会副主席、国家一级作家、著名编剧赵本夫接过获奖证书允下红豆七夕节40周年之约：20年前红豆七夕节创办时参加第一届活动我是人到中年，20年过去，我已年过70，这个年龄参加七夕节好像有点老了，但我要告诉大家，过20年，等我年过90的时候，希望我仍能带着一颗少年的心再来参加这个活动！

获奖嘉宾中还有一些因为疫情等原因不能亲临现场的红豆老朋友也通过多种方式发来问候。著名诗人余光中曾为红豆题下“一粒红豆，千年因缘”，他的夫人范我存女士在台湾录制了一段视频：祝福红豆关于中华传统文化对于感情的观念能够发扬光大，永续经营下去。当代著名老诗人、作家、文艺评论家丁芒祝福红豆越走越远，欣欣向荣，生生不息，希望红豆七夕节能够把中华之美、和合之美传遍世界每个角落！著名歌唱家李谷一在献给红豆七夕节20周年庆的贺信

中，祝福红豆七夕节所引领的中华优秀传统文化能够一直绵延传承下去，把民族的瑰宝发扬光大。

据了解，2001年，红豆集团创始人周耀庭有感于西风东渐，传统节日逐渐式微。为振兴和复苏传统，红豆集团正式推出了首届红豆七夕节，通过多种形式，在各地开展活动，并通过主流强势媒体传播，结合时代的发展，依托红豆日注入新灵魂，让人们喜闻乐见、易于接受，在一呼一吸、一颦一笑中感知中华优秀传统文化的魅力。因此，红豆七夕节“创始奖”荣誉授予对象囊括了文学界、传媒、教育界、演艺圈等的名士大家，对各级政府和社会人士20年来给予的关心和支持、帮助和扶持献上最诚挚的感谢。

# 效益与进化并抓，集团全面推进第十六届科技质量月

杨佳骅报道 今年9月是红豆集团第十六届科技质量月，今年也是集团“三自六化绩效年”，集团一直以来都将科技创新作为企业发展的原动力，并将质量视为企业的生存之本。本届科技质量月，集团及旗下各公司将围绕“一手抓效益、一手抓进化”两个主题，在增效益方面，开发差异化产品、减少质量损失、开展攻关活动；在助进化方面，关注用户评论、提升产品和服务质量、加快信息化建设，从两点六面深入落实，稳步推进本届科技质量月的相关工作。

一手抓效益。现代企业竞争力的核心是企业的自主创新能力。本次科技质量月的首个重点，就在于从产品、人才、研发等方面出发，促进企业的发展效益。差异化产品开发是促进产业效益、提升企业盈利能力的重要支撑，集团推动各公司从功能化、绿色化、智能化出发，重点围绕“健康”、“安全”开创新品类，挖掘高频产品，并重点推广有科技含量的专利新品，提高相应产品的销售占比。目前，全集团各公司共有专利新产品434项，销售占比稳步提升。

集团一直以来高度重视高级人才以及关键岗位人才的引进与培养。目前，集团各公司累计引进技术研发型人才606人，并将持续壮大集团人才队伍，为企业发展提供强大动力。集团重视供应链上下游与产学研合作开发产

品，鼓励各公司与产业链上重要企业以及中科院、千人计划和省产研院等建立并保持连接，赋能产品研发增效，并重视加大研发投入，不断增加研发投入占比，严格执行全员新品等级奖励制度以及科研人员考核等创新制度。

减少质量损失、提升员工专业技能是提升效益的重要途径。集团通过建立红豆大学等线上学习平台，邀请质量行业专家授课，为员工提供学习通道；通过检测机构实地参观、科普问答；让员工深入了解产品质量特性；通过组织技能PK活动，加强员工专业技能培训，提升产品质量与服务品质。在企业内部，执行三检制度，完善三标管理，运用5S

管理、SOP等标准化方法，减少过程波动，降低质量损失。此外，为了有效识别技术、质量短板，并迅速做出应对调整，集团鼓励各公司成立跨部门小组，定期召开攻关小组讨论交流会，针对产品痛点、瓶颈进行及时调整，开展立足岗位的群众性创新活动，并倡导一线员工通过TPM改善、QC小组等活动，优化生产流程，提升生产效益。今年各公司已累计发布课题97个，并取得了可观的经济收益。

一手抓进化。在促进产业进化升级方面，集团拟从关注用户评论、提升产品和服务质量以及加快信息化建设三个方面发力。用户评论作为社交媒体平台的核心，具有极强的传播性和导

向性。针对线上产品，紧抓用户关注点，提升产品描述与实物一致，全方位提升服务质量；积极建立多部门参与的改进机制，实时监测网店评价，适时提出针对性措施。

作为客户消费过程中最为直观的体验，产品和服务质量的提升对于企业进化而言至关重要。集团倡导各公司继续重视线上线下产品和服务质量，提升顾客复购率；从基本做起，提升客户购物体验、使用满意度，并积极推进客户关系管理；以线上线下消费者为中心，优化完善产品质量体系文件和服务规范要求，提升产品和服务标准化水平，通过建立并遵守全流程质量考核指标、优化服务流程、内容和技(下转2版)