

红豆股份荣获 商务部“首批线上线下融合发展数字商务企业”授牌



10月13日，无锡市电子商务创新发展大会暨国家电子商务示范基地挂牌仪式成功举行，作为积极推进数字化转型的优秀企业代表，红豆股份荣获商务部“首批线上线下融合发展数字商务企业”授牌以及“无锡市数字商务创新示范企业”称号。

生态，来自政府机关、企业高管等不同领域的嘉宾齐聚一堂，搭建相互学习、共同进步的平台。无锡市副市长周常青、江苏省商务厅电商处处长邢冲、无锡市商务局局长汪行、新吴区副书记洪延伟等出席大会并致辞，红豆股份等企业代表现场分享在数字电商领域的工作经验，共谋创新发展之道，助力企业高质量发展。

线上经济正处于与实体经济深度融合发展的关键阶段，数字化新零售的飞速发展为企业带来了新机遇，与此同时，也带来了更多的新思考。据王昌辉介绍，红豆股份基于工业互联网、大数据、云计算等前沿技术的融合应用，早已拉开了智慧化发展的序幕。通过3年时间的建设，已初步完成了数字化建设，重点打造了敏捷供应链平台、全渠道营销管理平台、集成财务管理平台，实现商品数字化、用户数字化、订单数字化、库存数字化的数字化营销体系。

乘风「双循环」，红豆助力「乡村振兴」加速跑！

一座城市，彰显一个时代的精神；一座商业体，推动一座城市的繁华；一座建筑，承载一种生活的脉搏。历经210个日夜的精细雕琢，2020年10月7日，江阴红豆万花城顺利封顶。

作为红豆集团旗下的重要产业板块，红豆万花城秉承“红色基因”，以服务国家战略为指引，主动扛起助力“乡村振兴”战略的责任，主动转型，一方面红豆调整战略思路，坚决不拿高价地、不碰天花板，防范化解风险，另一方面，服务国家战略，用行动服务“乡村振兴”。

在此指引之下，红豆探索出了“红豆万花城”商业模式，择址“中心镇的镇中心”，并形成了“商业+住宅”的拿地模式，“消除城乡差别，让城镇百姓过上城里人的生活。”

这是红豆集团涉足商业地产的初衷，如今，红豆万花城已经落地无锡、江阴、镇江等地，并引入诸如肯德基、星巴克、屈臣氏等品牌商家，不仅形成了550家品牌资源库，更创造了多个城镇商业传奇。

2021年红豆万花城将盛大开业，红豆谱写的商业新篇章正在徐徐展开，让我们共同期待，一起见证红豆笔下的城镇商业新篇章！（顾倩倩）

让柔软羊绒离你更近， 红豆居家社交电商在线发力！

圈粉无数的柔软型内衣红豆绒羊绒系列，9月27日现身杭州国际针织品博览会暨杭州内衣供应链采购节。鄂尔多斯“纤维宝石”山羊绒的加持、不止柔软，薄却更暖的舒适感，与久洗不易变形的超预期体验，让这款新品自带光环，自8月5日鄂尔多斯发布会后便获得了众多粉丝的强力追捧。

这款红豆绒羊绒系列，精选多国原料，其中珍贵的“软黄金”——鄂尔多斯山羊绒温润软糯，可以说是红豆居家柔软型内衣的典范制作。经测试，红豆绒羊绒系列的面料仅为6张A4纸厚度，但由于山羊绒特有的锁温性能，让红豆绒羊绒系列内衣兼具轻薄与温暖，穿着不臃肿。同时，红豆绒羊绒系列采用高支高密度的工艺，久洗不易变形。

本次杭州针博会，与以往展会形式不同，不再局限于线下的专业观众，而以社交电商直播的形式，精准触达消费者。其中，红豆居家的红豆绒柔软型内衣羊绒系列新品社交电商发布，就吸引了120万+的观众同步在线观看。

“消费领域全面加速的数字化、线上化给企业提出了更高的要求，我们要加速布局，实现员工在线化、组织在线化和销售在线化。目前最重要的进步和改变就是拥抱数字化新零售。”作为企业代表，红豆股份总经理王昌辉在大会上分享了公司在数字化新零售方面的转型工作。

无论是智能制造、智能仓储、智慧门店，智慧红豆的建设最终都体现在对终端的赋能和优化消费者的购物体验上。今年红豆股份顺应零售升级，将原有的信打通线上线下，搭建营销闭环后，红豆居家将凭借更多柔软舒适的产品，成为柔软型内衣的独角兽。

“柔软触感”进行测量评价，重新定义柔软新标准。引领行业从传统的保暖型内衣向柔软型内衣进阶。红豆居家的红豆绒柔软型内衣，精选6国柔软原料，采用9道柔绒工艺，以专业突破柔软边界，达到3级柔软面料标准。

目前，柔软型内衣红豆绒销售已经累计超1亿件，而红豆绒羊绒系列更是上市即热销。据统计，鄂尔多斯新品发布后，在短短一周就销售了超10万件”。



不止柔软 薄却更暖 精选鄂尔多斯山羊绒 久洗不易变形



西港特区：以“共赢”理念打造国际园区

（上接1版）理念，不断完善生产、生活配套设施，提升国际化服务水平，为来自世界各地的企业营造“引得进，留得住，发展好”优良的营商环境。区内建设了污水处理厂、热电厂、公寓楼、职工宿舍等配套设施；引入了“一站式”服务窗口，柬埔寨发展理事会、海关、商业部、劳工局、西哈努克省政府为区内企业提供手续办理等行政服务。

同时，西港特区公司还积极履行社会责任，开展公益慈善活动。2008年2月，捐资为当地修建学校；每年向柬埔寨红十字会捐款；捐资助学，帮扶贫困学生；为附近乡村捐赠水泥，改善交通状况；给灾民捐赠饮用水、被子、大米等生活物资，使他们感受到温暖与希望。

完善的配套设施，全面的平台服务，对于企业来说，入驻西哈努克港经济特区的好处是实实在在的，也正因此，吸引越来越多的国际企业入驻。2020年2月，一家来自老挝的企业入驻特区，主要生产食品；6月，一家来自瑞士的企业入驻特区，主要生产眼镜；8月，一家来自法国的企业入驻特区，主要生产箱包……

享受到西哈努克港经济特区发展红利的除了区内企业，还有当地人民。西哈努克港经济特区现已创造就业岗位近3万个，其中仅属地波雷语县就有70%的家庭在特区工作，极大改善了他们的生活水平。

国庆黄金周，红豆服装销售同比增长49.68%，在线增长138.37%

（上接1版）周机遇，畅通国内外沟通，以红豆运动装为首的红豆外贸实现同期增长680%。今年上半年，红豆外贸积极抓住防疫物资的出口机遇，实现逆势增长，并试水跨境电商蓝海，相继开通亚马逊美国站和欧洲站，火速上线红豆运动海外网站，为促进“双循环”打下坚实基础。

十一黄金周，红豆宝宝绒再掀热销狂潮！

这个“十一”黄金周，红豆童装与国同庆、热闹非凡，销售更是热火朝天，捷报频传。自9月13日新品发布后，红豆童装新一季宝宝绒开始迅猛增长，销售不断突破新高，在刚刚过去的十一黄金周期间，更是广受消费者好评与喜爱，红豆宝宝绒迅速成为2020秋冬爆款产品，并再次掀起热销狂潮！

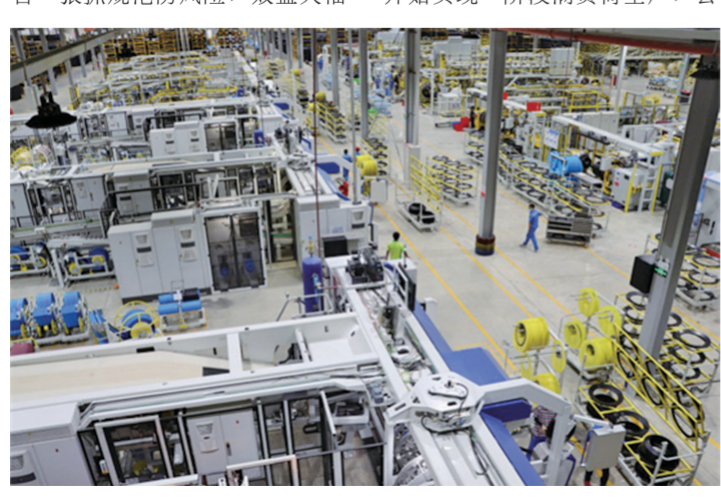
假期一开始，门店捷报不断！据后台数据监测显示，国庆长假期间，红豆童装实现了销售金额和会员拉新人数双增长的佳绩。受“宝宝绒健康内衣节”带来的后续效应和节前持续性宣传影响，在此期间门店订单迎来井喷式增长，拉新人数突破2万，实现销售拉新双增长！

聚焦口碑营销 销售再攀新高度

品牌实力强劲 产品独具匠心 红豆童装火爆的销售业绩，不仅表现为国庆黄金周火爆的销售场面，自宝宝绒新品上市以来，顾客好评不断、回购次数多，口碑传播更是屡见不鲜。究竟是什么让红豆童装销售业绩火爆不已呢？一方面源自品牌实力强劲，红豆童装成立于1994年，专注设计生产儿童服饰27年，始终致力于打造适合中国儿童的健康型童装；依托集团深耕服饰行业60载的经验，始终致力于为消费者提供舒适的产品，让每个孩子享受舒适、健康的美好童年。

畅通双循环，通用股份泰国公司满负荷生产，效益喜人

近日，于今年开业的通用股份泰国公司捷报频传，面对新冠疫情以及海外办厂的重重困难，通用股份泰国公司团队齐心协力，力克时艰，通过狠抓市场销售、狠抓规范防风险，效益大幅提升。



自2019年12月28日通用股份泰国工厂首胎下线以来，今年3月23日，工厂的第一批轮胎从曼谷林查班港口起航发往美国，8月开始实现一阶段满负荷生产，公司在海外同业中创立了投产速度快、产能提升快、盈利能力强的好口碑。目前，该泰国工厂产能规模已实现全钢50万条，半钢300万条，月销售超1亿元，同时积极开拓泰国本土和国际营销网络，为后续业绩增长奠定坚实基础，全部达产后预计将新增年营收21.80亿元。

针对国内外市场出现的变化，我国明确提出建立以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。面对今年新冠疫情所带来的不稳定因素，国际大循环动能明显减弱，对此，习近平总书记指出，要更好地利用国内国际两个市场、两种资源，实现更加强劲可持续的发展。为更好地促进国际双循环、开展国际间合作。对此，通用股份提前布局，认准了泰国得天独厚的橡胶资源优势、成熟的轮胎制造产业链以及具备国际优势的政策支持，早在2018年便着手筹备泰国工厂的建设。

在海外疫情蔓延之初，通用股份泰国工厂也在第一时间成立防疫工作小组，保证员工的健康安全与项目的平稳运行。通过借鉴国内防疫经验，建立领导值班制度，提前准备防疫物资，加大健康检测力度，落实疫情防控知识培训，提升员工自我防护能力，在疫情防控和生产销售方面各交出了一份令人满意的答卷。

立足经济全球化，迎接国际市场庞大的产品需求，利用起国际化供应链管理优势、税务豁免政策以及优惠进口关税，通用股份泰国公司加速推进生产销售，实现了喜人的效益产出。未来，随着产能规模的进一步完善，相信通用股份泰国工厂能够凭借公司先天的管理、技术优势再次完成质与量的飞跃，全面提升综合实力，继续为促进“双循环”贡献力量。（杨佳骅）