

红豆股份摘得“2020中国商业十大影响力奖”殊荣

12月10日-11日，由中国商业联合会指导，中国商报社、中国商业出版社等主办，第八届中国商业创新大会在京举办。会议围绕“提升内需驱动力 构建新发展格局”主题，探讨企业如何通过创新抓住机遇，为消费市场及商业领域增添活力。会上，主办方颁发了2020中国商业“企业社会责任典范奖”、“十大创新奖”等系列奖项，红豆股份摘得“2020

中国商业十大影响力奖”殊荣。红豆股份此次入围“2020中国商业十大影响力奖”行列，得益于其多年的品牌建设。自品牌创建以来，红豆股份就始终坚持以打造中国第一文化品牌为己任，从产品、服务、传播等多维度构建以“情”文化为核心的品牌体系。在品牌建设方面的多年努力，如今已培育出丰硕成果，2019年10月“红豆”入选央视大

国品牌“新中国成立70周年70品牌”；2020年8月世界品牌实验室公布中国500最具价值品牌排行榜，红豆品牌位列79位。正如大会所探讨的，目前国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局正不断形成。红豆股份作为服装品牌企业，一直坚持的就是培育自主品牌，秉承着“品牌的一半是技术，另一半是文化”的信念，始终把“做好优质产品”和“说好品牌故事”放在重要位置，不断擦亮“红豆”这块金字招牌。

产品设计研发上，红豆股份与专业院校、国内外著名面料商等进行研究合作及面料开发。近年，公司推出“轻羽绒”、“3D高弹裤”、“小白T”等匠心产品，将更多的功能性创新面料巧妙地使用在服装上，打造舒适质感，生动诠释“32年专注舒适面料”的工匠精神。并联合意大利设计师Fabio DeI Bianco推出“登峰系列羽绒服”、跨界系列IP开发“速度与激情”等系列产品，携手中国长城研究院推出“长城”IP联名系列羽绒服，不



实力彰显，千里马XR290荣获2020“轮胎之星”称号

11月29日，由中国汽车工业协会后市场委员会、中汽协后市场委员会商用车专委会等共同举办的“2020中国商用车后市场年度大会”在上海盛大召开，通用股份作为商用车轮胎行业的中流砥柱受邀出席。

大会以“洞见趋势·顺势谋变”为主题，中国轮胎行业专家、领军大咖、骨干企业代表等齐聚一堂，通过同台巅峰碰撞探讨行业发展趋势、典型模式分享学习成功经验、树立行业标杆提升市场影响力等环节，深挖商用车后市场全产业链各方发展新机遇，合力推动行业高质量发展！



作为年度盛会，“2020中国商用车后市场年度大会”深受市场关注，特别是备受期待的颁奖环节，将会议现场氛围推向高潮，多项行业重量级奖项正式揭晓。其中，通用股份旗下拳头产品——千里马5X XR290，凭借创新科技和耐磨方面的突出表现，在众多参选产品中脱颖而出，荣获2020“轮胎之星”称号。

在竞争激烈的中国商用车轮胎市场，上市仅一年就能获得消费者和行业认可，成为行业再启的新星，千里马5X XR290究竟有何魅力？

此外，千里马5X XR290在胎体、胎面、胎面等部位也进行了升级改造。采用超高饱和度的四线花纹，增加了胎面与地面的覆盖率。胎体采用GS-AUT轮廓设计技术，提升轮胎胎圈刚性，保持胎面直立效果，使得胎体更加坚固耐用。同时，胎面的S型半圆生产，大幅提升产品性能，通过科技成果鉴定，达到国际先进水平。

用户体验是验证产品性能最好的方式，得益于杜仲胶创新科技和优秀的耐磨性能，千里马5X XR290备受消费者青睐，卡车司机师傅们纷纷为其打call。一位来自山东的司机于今年5月开始使用XR290，行驶里程3万公里磨损仅1MM，全程质量稳定，他表示将推荐给更多的朋友使用，“这款轮胎不仅外表好看，胎噪声音也小很多，还不耗油，性价比太高了。”

用户需要的产品才是好产品。作为一款革命性产品，千里马5X XR290直击消费者痛点，创新采用行业领先的杜仲胶胎面配方技术，赋予轮胎更加卓越的品质，有效的解决普通卡车轮胎在使用过程中消耗快、油耗高等

问题，轮胎安全性与耐磨性大幅提升。当下，消费者对于轮胎耐磨需求日益增高，然而目前市场上普遍采用加深花纹的方法，没有根本解决产品痛点，损耗依旧较快。此外，随着车辆行驶里程的增加，将导致轮胎内部胶料生热高，产生肩空、冠空等一系列问题，无法从根本上解决轮胎的磨损问题。

千里马5X XR290进一步提高了轮胎在湿路面上的安全性能，降低了轮胎在使用过程中的能量损耗，相比普通轮胎安全性更加优异。在专业测试中，XR290抗湿滑性能和噪音性能实现双级。除卓越的性能优势，XR290还拥有出色的颜值。全新胎侧和冠面设计以及独特的花纹，高颜值的外形令人惊艳，风格更具冲击力，给司机驾驶带去更多自信。

荣誉既是肯定也是鞭策，作为中国轮胎市场的领军企业之一，通用股份将不负使命，继续秉持以用户为中心、持续创新的发展理念，持续深耕探索前沿科技，努力为用户带来更多集创新和品质于一体的轮胎产品，提供更佳安全舒适的出行体验，一路突破前行，向上发展！

作为高端导向轮胎的匠心之作，“耐磨”、“更长里程”是千里马5X XR290性能的关键词，得益于杜仲胶优异的耐磨基因，不仅增强了轮胎性能，提高了轮胎的抗冲击性能和耐曲折龟裂性能，也让XR290拥有更强大的高速耐久性能，行驶里程可提升30%以上。同时杜仲胶能有效降低轮胎中后期的生热，使得高里程、高耐用性成为稳定保障。

在规划上，红豆·和院充分考量西津的建筑特色，因地制宜，以“一带两轴，五巷六园”匠承国风美学，造书香雅境，筑绿色人居，呈现国风美学院墅。“一带”：运河滨河绿化带，生态休闲公园，这是业主休闲运动空间；“两轴”：一条文化轴，一条山水轴，“五巷”：每一巷都有不同的景观，绿树成荫、花香满径，宛如游走山水之间；“六园”：每一园都有不同功能，文化的，休闲的，童趣

的，会客等应有尽有。建筑风格为新亚洲风格，既有传统文化的元素，又有西方文化的理念，即保持了古韵雅致，又融入时尚舒适。立面整体以石材、金属，高档仿石漆为主，基石石材是采用了石材中的贵族——卡拉麦里金，建筑外观更是采用经典三段式，同时运用新亚洲独有的大尺寸屋顶飘檐，让建筑回归艺术。

红豆的造园理念，凝练成四个词就是：国风韵，书院风，西津景，园中国。项目所打造“国风韵”，师法北方官派建筑的代表—恭王府，雕梁画栋，奢华贵气；“书院风”汲取南方的造园理念，人文浓厚，诗情画意；西津景主要是造园的时候充分结合镇江的当地文化，内外相得益彰；四匠造园中国，红豆·和院，外部有天然后花园，内部也有五重园，园中有园，境中有境，身在园中，步移景异，美轮美奂。

红豆·和院品牌暨产品发布盛典举行

11月29日晚，“西津墅院，荣耀镇江”红豆·和院品牌暨产品发布盛典在镇江喜来登酒店举行，社会各界精英人士、广大“红粉”及新闻媒体等350多人参加活动，红豆置业戴敏君董事长一行参与，更有红豆艺术团倾情助力。活动将文化演绎、品牌及产品研发，节目表演，抽奖等有机融为一体，精彩纷呈。

发布会上，红豆置业公司总经理丁宇星以致敬五千年华夏文明、致敬家族传承个人修养、致敬甲子红豆匠心、致敬红豆置业健康人居战略、致敬三千年江山梦续这五致敬，表达了红豆置业的心意。发布会现场邀请了国家级非遗香醋传承人乔贵清大师和镇江市非遗铜版纸传承人康顺伟大师到场。

和合天下，西津墅院。镇江红豆置业有限公司总经理刘爽女士对红豆·和院作品进行了深度解析。分溯源和规划两大篇，从城脉、院说、仪制、落位、院质、尊享六大方面，为大家匠说这个红豆置业倾力打造的作品。

发布会上，红豆置业公司总经理丁宇星以致敬五千年华夏文明、致敬家族传承个人修养、致敬甲子红豆匠心、致敬红豆置业健康人居战略、致敬三千年江山梦续这五致敬，表达了红豆置业的心意。发布会现场邀请了国家级非遗香醋传承人乔贵清大师和镇江市非遗铜版纸传承人康顺伟大师到场。

发布会上，红豆置业公司总经理丁宇星以致敬五千年华夏文明、致敬家族传承个人修养、致敬甲子红豆匠心、致敬红豆置业健康人居战略、致敬三千年江山梦续这五致敬，表达了红豆置业的心意。发布会现场邀请了国家级非遗香醋传承人乔贵清大师和镇江市非遗铜版纸传承人康顺伟大师到场。

发布会上，红豆置业公司总经理丁宇星以致敬五千年华夏文明、致敬家族传承个人修养、致敬甲子红豆匠心、致敬红豆置业健康人居战略、致敬三千年江山梦续这五致敬，表达了红豆置业的心意。发布会现场邀请了国家级非遗香醋传承人乔贵清大师和镇江市非遗铜版纸传承人康顺伟大师到场。



红豆·和院位于镇江的黄

金地带：商脉盛，地脉境，文脉厚。何为商脉盛？自古以来，西津渡作为从长江南北岸航运的命脉，以渡口为基发展起来的商业已经繁华千年，镇江名门望族的家族产业也多集聚于西津渡，是镇江不可多得的商业宝地。

直至今日，历史犹存，繁华依旧，市中心商圈、万达商圈、西津商圈商业荟萃，高端学府环绕，交通四通八达，仍然服务着现代人的生活。兼顾繁华与自然，台山风景区就是业主的后花园，运河玉带环绕，山河相逢便是奇迹。

发布会上，红豆置业公司总经理丁宇星以致敬五千年华夏文明、致敬家族传承个人修养、致敬甲子红豆匠心、致敬红豆置业健康人居战略、致敬三千年江山梦续这五致敬，表达了红豆置业的心意。发布会现场邀请了国家级非遗香醋传承人乔贵清大师和镇江市非遗铜版纸传承人康顺伟大师到场。

红豆集团：拥抱数字化，让衣服更“懂”人

新华社 2020年12月2日 今年“双十一”期间，红豆居家服饰有限公司一款柔软型内衣成为“爆款”，共售出190多万件。这款内衣并非新品，其累计销量已超1亿件，为何还能再度成为“爆款”？

“‘爆款’源自精准发力。”红豆居家电商一公司负责人说，近两年，红豆运用行业大数据和会员大数据为其消费者“画像”，让产品改进、定价和广告推送都更加有的放矢。

“读懂”了消费者需求，销售不会差。克服新冠肺炎疫情带来的种种不利影响，今年“双十一”期间，红豆集团全渠道销售额同比增长26%，达11.63亿元。“回头客”也在增多，以红豆男装为例，截至9月末，其品牌会员总数达1325万个，整体复购率与去年同期相比提升13.9%。

近几年，国家助力品牌建设的政策红利不断释放，“一带一路”、“中国制造2025”、“中国品牌日”，中国品牌的发展环境正越来越好。而红豆股份目前正全面加速数字化、线上化，在产品策划、销售模式、中后台支持等方面不断更新改进，为品牌发展开辟新空间。可见，红豆品牌正不断构建新发展格局，丰富内涵，延续与创新并举，积极拥抱市场变革。

近年，红豆集团主动拥抱数字经济，努力推动产业数字化，销售端运用大数据构建精准营销，而生产上则积极建设智能车间。在红豆股份衬衫厂智能车间，记者看到，流水线上，裁剪好的不同款式、不同颜色的面料，依次准确找到应该前往的工位，一旦质检员发现有质量问题，又能返回对应岗位进行修改。

“拥抱数字化，就是要让我们生产的衣服更‘懂’人。”红豆集团信息化技术部部长奚丰告诉记者，这两款产品都内嵌了传感器，可实时监测心率、睡眠。未来，红豆集团将持续推进“5G+纺织服装工业互联网”建设，从智慧设计、智慧供应、智慧生产到智慧物流、智慧门店，全方位发展“智慧红豆”。

红豆男装长城系列 守护三十而立的你

如果说有一处建筑可以体现我们的民族精神和文化自信，万里长城一定是一个热门的选项。尽管时光变迁，沧海桑田，但“万里长城永不倒”，她背负着千年历史，承载着厚重的中华文化，以恢宏的气势和雄伟的丰姿，向世界无声地讲述中华民族坚韧不拔的精神力量。

通过文化价值的输出，红豆男装长城系列能够满足更多人的精神需求，与此同时，长城系列的御寒、防护与时尚感，也充分迎合了消费者的穿着需求，用一份恒久的温暖守护着三十而立的你。

三十而立，对于冬季着装更注重实用性；经常在外奔波或是游走于商务场合总是需要一件足够御寒保暖但又不会臃肿的羽绒服，让他们无论在任何场合，都能游刃有余、大展拳脚。红豆男装长城系列羽绒服轻便随身，具备了极强的防护功能，版型经典细节精工，适合注重品质感的成熟男性；而长城标识的露出则打破了市面上男士羽绒服千篇一律，彰显独特气质与时尚品味。

时至今日，长城精神与长城文化也以各种形式在中华民族的思维方式、价值观念、艺术作品之中得到传承。中国长城与服装相结合，又将产生怎样的化学反应？今年，民族品牌红豆男装与中国长城研究院跨界联名，携手打造红豆男装长城系列。自长城系列羽绒服上市以来，不仅线上线下热卖，更引起了大众对于IP联名以及长城文化的热烈讨论。

万里长城抵御外敌侵袭，守护着中华文明，它已经不同于一般的物质文化，而是化作一种精神、斗志与力量，经久不衰；而立之年的当代男性肩负着多方重任，逐渐成长为社会、家庭的中流砥柱，如同一道“长城”一般守护着家庭，在人生道路上开拓进取，无不体现着中华男儿的气概。

自信、自立、自强，源远流长的长城文化激励着一代又一代中华儿女；立德、立功、立言，三十而立这一人生分水岭意味着更多责任与担当。它们是中国传统文化流传下来的宝贵财富，在时代的变化中不断衍生出新的解读，与时俱进，赋予它们更丰富的意义。

用户体验是验证产品性能最好的方式，得益于杜仲胶创新科技和优秀的耐磨性能，千里马5X XR290备受消费者青睐，卡车司机师傅们纷纷为其打call。一位来自山东的司机于今年5月开始使用XR290，行驶里程3万公里磨损仅1MM，全程质量稳定，他表示将推荐给更多的朋友使用，“这款轮胎不仅外表好看，胎噪声音也小很多，还不耗油，性价比太高了。”

发布会上，红豆置业公司总经理丁宇星以致敬五千年华夏文明、致敬家族传承个人修养、致敬甲子红豆匠心、致敬红豆置业健康人居战略、致敬三千年江山梦续这五致敬，表达了红豆置业的心意。发布会现场邀请了国家级非遗香醋传承人乔贵清大师和镇江市非遗铜版纸传承人康顺伟大师到场。



携手共进，合作共赢

红豆童装召开2020年度供应商大会



12月8日，红豆集团童装公司2020年度供应商大会在红豆杉庄召开，各职能部门负责人、连锁公司总监以及50多家供应商代表参会。本次供应商座谈会以“携手共进 合作共赢”为主题，与合作伙伴共谋合作、共话发展。

会上，各职能部门负责人、连锁公司总监以及50多家供应商代表参会。本次供应商座谈会以“携手共进 合作共赢”为主题，与合作伙伴共谋合作、共话发展。

会上，各职能部门负责人、连锁公司总监以及50多家供应商代表参会。本次供应商座谈会以“携手共进 合作共赢”为主题，与合作伙伴共谋合作、共话发展。

会上，各职能部门负责人、连锁公司总监以及50多家供应商代表参会。本次供应商座谈会以“携手共进 合作共赢”为主题，与合作伙伴共谋合作、共话发展。

会上，各职能部门负责人、连锁公司总监以及50多家供应商代表参会。本次供应商座谈会以“携手共进 合作共赢”为主题，与合作伙伴共谋合作、共话发展。

会上，各职能部门负责人、连锁公司总监以及50多家供应商代表参会。本次供应商座谈会以“携手共进 合作共赢”为主题，与合作伙伴共谋合作、共话发展。