

“两在两同”在行动 无锡中院走进红豆集团开展党史学习教育专题读书班

深入贯彻落实习近平总书记“七一”重要讲话精神，扎实推动“两在两同”建新功行动，开展“三强三促”开新局主题活动，8月13日，无锡中院党组书记、院长钱斌组织带领40余名党员干部来到红豆集团，开展党史学习教育专题读书班活动。

周海江还与学员交流了受邀出席庆祝中国共产党成立100周年系列活动的情况，他深刻感悟，我们的伟大源自造福人民的初心，源自人民观的伟大。



当全省“争当表率、争做示范、走在前列”排头兵，先后被最高法院、省法院分别荣记集体一等功、二等功，获“全国法院司法技术工作先进集体”、“全国法院组织工作先进单位”等荣誉称号。

钱斌表示，党史学习教育已经进入第二阶段，开展党员干部党史学习教育专题读书班，重点任务是贯彻习近平总书记七一重要讲话精神，并以此为抓手，深化党史学习教育的系统把握，推动教育成果的内在固化。

周海江还高度认同了无锡中院在全国首创的“预审重整引导人制度”，认为其具有“先立后破”的创新性和示范性。

钱斌高度评价了红豆集团学党史、听党话、跟党走、报党恩的实践行动，他表示深受启发，并号召无锡中院党员干部在党史学习教育中，学习企业家的

每一次红豆七夕节，都是一次“国风嘉年华”

农历七月初七，是七夕节。在以前，七夕节还是一个很有仪式的节日，如今牛郎织女的故事依然耳熟能详，但街市之趣却日渐式微，甚至绝迹。

“文化”。摆明了说：虽然我是传统制造业的老将，但是我也能文武。

其中《七夕鹊桥仙遇见》在预告阶段就已大火，以一场“逆世界”的奇妙穿越，再现长安乞丐的场景，不仅有穿针乞巧、放荷花灯、飒爽的剑舞，还用蒙太奇电影手法创造了一场穿越千年的舞会。

分，则通过查找古籍、对比同时期建筑等方式完成。从明故宫遗址里建筑的残垣断壁，确定每处殿宇的准确位置及占地面积；从各种地方志及建筑古籍中，汲取明代建筑风格特色；从大量现存的明代建筑中，进一步确定比例关系及各细节规划。

七夕当日的夜晚，如同白昼，秋风至，人头攒动，各种吆喝声此起彼伏，七夕是一个很有烟火气的节日。

可以看到，红豆集团跨出的第一步就不仅仅局限于以往看到的晚会形式——歌舞、朗诵等节目内容。让书画家挥毫泼墨迎七夕，可以说是将“传统文化”做到了极致。

而七夕晚会正是把我们传统文化中最精致、最典雅的内容呈现出来，切合了中国人自己的意趣，所以广受欢迎。而在红豆七夕节的主战场，全国诗词楹联大赛、寻找最美爱的故事是这次晚会的主题。

而这些都是传统文化的“民间”表达，爱情+爱国，古代+现代的演绎方式，红豆七夕节是在探索关于七夕节恋人之间纯真的爱、传统文化脉络中真挚的爱。

宫廷中，喜逢佳节是件大事，歌舞宴乐，连夜不断。宫女们登上乞巧楼，揽月穿针。

到了第二年，红豆七夕节换了一种形式，但万变不离其宗，依然是出其不意。这次的主题不再是“挥笔墨”，是“作诗词”，并投入40万元奖金，宣称“寻当代王维”。

而这些都是传统文化的“民间”表达，爱情+爱国，古代+现代的演绎方式，红豆七夕节是在探索关于七夕节恋人之间纯真的爱、传统文化脉络中真挚的爱。

说到“红豆”与“七夕”的缘分，红豆集团创始人周耀庭先生这样解释道：“红”即“工”，代表了织丝的织女，“豆”则代表了种豆的牛郎，因此将“红豆”与“七夕”进行了完美融合。

现在每到七夕，朋友圈就异常热闹起来，晒礼物、晒红包，电商平台的活动也蜂拥而上，盯准了这个叫做“爱情”的大好商机。

今年，在由红豆集团独家特别呈现的2021年央视总台七夕晚会上，红豆“巧用”央视这一平台，将让更多人感受到七夕文化。

寻找最美爱的故事中，南京小伙子曹杨复原明故宫图的故事，让我们看到了普通人对于传统文化的深厚感情。

这些传统文化，在今天看来或许也蕴含着巨大的价值，也只有我们把这种价值捡起来，才证明我们对中国的传统文化有了更强大的底气和自信，“七夕”也可以过得更不同一点。

但假如这就是全部，那么爱情多无聊啊，七夕这个节日又有何意义？

今年，在由红豆集团独家特别呈现的2021年央视总台七夕晚会上，红豆“巧用”央视这一平台，将让更多人感受到七夕文化。

这些传统文化，在今天看来或许也蕴含着巨大的价值，也只有我们把这种价值捡起来，才证明我们对中国的传统文化有了更强大的底气和自信，“七夕”也可以过得更不同一点。

这些传统文化，在今天看来或许也蕴含着巨大的价值，也只有我们把这种价值捡起来，才证明我们对中国的传统文化有了更强大的底气和自信，“七夕”也可以过得更不同一点。

一个制造型企业，和中国传统文化形成了“绑定关系”，它是如何做到的？

今年，在由红豆集团独家特别呈现的2021年央视总台七夕晚会上，红豆“巧用”央视这一平台，将让更多人感受到七夕文化。

这些传统文化，在今天看来或许也蕴含着巨大的价值，也只有我们把这种价值捡起来，才证明我们对中国的传统文化有了更强大的底气和自信，“七夕”也可以过得更不同一点。

这些传统文化，在今天看来或许也蕴含着巨大的价值，也只有我们把这种价值捡起来，才证明我们对中国的传统文化有了更强大的底气和自信，“七夕”也可以过得更不同一点。

“第一路”焕新 为红豆·和院添彩

近期，路过镇江市和平路的市民或游客，都发现这条串联长江路与中山北路的城市主干道，正全程封闭，热火朝天的加紧建设，到今年底将实现竣工，以全新面貌迎接新的一年；作为连接西津渡景区最为密切的道路，焕新后的和平路，将为西津渡景区，这张镇江城市旅游名片，增加城市封面的新魅力；有道是“近水楼台先得月”，红豆和院位于和平路西侧，焕新的和平路，为红豆和院添彩，将直接为

安全出行，出行更为安全、便捷，前往西津渡的城市道路将更加宽广与现代，历史的风貌也能更好的被呈现；和平路西侧是红豆置业系列高端产品：东侧是红豆江南府邸一期、二期红豆云台居，还有镇江市外国语学校西津渡校区；西侧就是红豆和院。在和平路改造完成之后，就将这些高端住区更好的融入城市封面。

今年，在由红豆集团独家特别呈现的2021年央视总台七夕晚会上，红豆“巧用”央视这一平台，将让更多人感受到七夕文化。

今年，在由红豆集团独家特别呈现的2021年央视总台七夕晚会上，红豆“巧用”央视这一平台，将让更多人感受到七夕文化。



今年，在由红豆集团独家特别呈现的2021年央视总台七夕晚会上，红豆“巧用”央视这一平台，将让更多人感受到七夕文化。

今年，在由红豆集团独家特别呈现的2021年央视总台七夕晚会上，红豆“巧用”央视这一平台，将让更多人感受到七夕文化。

抢抓“八大机遇”

后疫情时期，民营企业如何逆势而上？8月2日的集团汇报会上，集团董事局主席周海江强调，疫情中要抢抓的八大机遇：即电商机遇、直播机遇、培训提升机遇、七夕红粉季转型机遇、履行好品牌社会责任机遇、防护物资机遇、信息化机遇、大健康产业机遇。

抢抓直播机遇 促进直播运营专业化

“5、4、3、2、1，上链接”早上8点，红豆童装官方旗舰店的抖音直播准时开播，以主播、助播、运营、场控等组成的直播团队激情满满，从产品讲解、展示，到气氛协调、产品上下架、引导互动，节奏把控，大家各司其职，精准配合，各项工作有条不紊的进行。据了解，这样一场2个小时的直播，他们平均一天要上播6个场次，直至晚上12点才下播，往往都是主播、助播轮番上场，但是只要一开播，大家永远都是用最热情、最专业的语言，为粉丝们讲解产品。7月30日，红豆童装单日直播5小时GMV突破10万，新增粉丝突破2500。

是加强直播运营能力，前期直播脚本制定、主播话术制定，开播前流量投放，提升转化率；四是做好产品规划，细分主推款、秒杀款、福利款、捡漏款，针对目标用户，精准投放产品；五是优化考核，进一步激励团队；六是每场直播当天必复盘，对不素的数据进行复盘，千次观看、场观、平均在线、最高在线、商品点击率、转化率、停留、成交转化率等做全面总结，反思存在的不足和可提升方面。

合红豆童装的品牌发展之路。除抖音直播外，红豆童装每天还要在淘宝、快手、拼多多、淘宝等平台进行直播，总时长近40小时/天，随着每日开播、复盘、总结、改进，直播运营管理也在不断优化。结合当前红豆七夕红粉季，红豆童装、红豆居家、红豆股份等集团旗下各品牌积极造势，引导更多消费者关注直播，拉伸流量，促进转化率。七夕红粉季期间，红豆童装累计直播538场，总观看量达331万次，七夕当天红豆童装抖音直播间销售较之前单日增长100倍。

直播运营在后台负责回答、解决粉丝的各种问题，下午3点的直播刚刚结束，红豆童装直播运营章涛才想起今天还没吃午饭，他说：“直播运营要在镜头后精准配合主播的讲解节奏，什么时候上架哪款产品，什么时候上链接、报库存，什么时候发红包、上福利，只要一开播，就必须要有百分之百投入”。这一场2个小时的直播，他们团队的GMV超1.1万，基本保持单场超1万的成绩，1个小时后，团队将在短暂的修整后进入下一轮的直播。

金爱华将一场直播形象的形容为一场晚会的呈现，他说一场直播就像是一场晚会，直播前，我们要做好直播的策划、话术的制定，对货品的排品计划，同时要在直播间营造好直播的氛围，来吸引更多的用户，在直播间形成很高的转化。从前期脚本制定、人员配置，场景搭建，到现场的演出，每一环都要专业化和精准化，直播的效果，直接反映出团队的策划、场控和销售能力。在当前疫情之下，红豆童装将紧紧抓住直播这一机遇，通过不断的学习、提升，逐渐摸索出一条适合

接下来，各品牌将抓住直播电商飞速发展的机遇，特别是抖音直播的风口，从人、货、场等方面进一步提升直播运营能力，探索更适合自己的直播模式，提升主播的控场能力和产品知识点的培训，严选每场直播排品，同时强化直播场景布置，烘托直播氛围，解决用户痛点，制造用户内产生最大的效果，为实现更高的销售目标而努力。（晓倩倩）



西港特区获中柬主流媒体点赞

“2021年1月至7月，西哈努克港经济特区企业实现进出口总额11.85亿美元，比上年同期增长44.51%。”8月12日，《人民日报》在03要闻版头条“命运与共”栏目发表的《柬中两国是患难与共的真正朋友》一文中写到“中柬两国加强发展战略对接，积极推进重大项目建设。西哈努克港经济特区（简称‘西港特区’）、金边—西哈努克港高速公路、格罗奇马诺河大桥……一大批共建‘一带一路’项目稳步推进、顺利落地，为促进当地基础设施建设和互联互通发挥重要作用”，并且也再次肯定了西

哈努克港经济特区是中柬务实合作的样板，称赞特区在疫情之下取得的发展成绩。同一天，柬埔寨主流媒体BTV电视台在早间新闻中播放了一条新闻，新闻中称，虽然全球经济都受到新冠肺炎疫情的影响，但是西哈努克港经济特区仍然保持着较好的发展态势，预计在未来还会有更大的提升。同时，新闻中也对西哈努克港经济特区在疫情期间助力柬埔寨经济发展表示了肯定。

自去年新冠肺炎疫情在柬埔寨暴发以来，西哈努克港经济特区坚持防疫生产两手抓，不仅保障了区内数万名员工的健康与安全，而且确保了特区及企业的平稳运行。此外，稳步推进各项基础设施配套建设。目前区内热电厂已试运行，二期水厂也已正式向企业供水。为应对疫情冲击，还积极创新招商模式，变更项目洽谈“面对面”为“线连线”，“手把手”为“屏对屏”，从“云考察”、“云签约”到“云注册”，为企业提供一系列贴心服务，帮助企业顺利投资入驻。

集团第十七次“科技质量月”启动

（上接1版）度，第一，要重视顾客体验关键指标的梳理，制定高于国家标准要求的指标来提升产品的外观和内在使用价值。如红豆居家红玉绒内衣柔软性能、掉毛率指标均以顾客体验为指标，在行业内处于领先地位，填补行业空白。第二，要聚焦顾客服务全触点，应用服务蓝图工具，完善线上线下、直播平台的服务标准和流程，通过顾客回访、门店飞行检查等手段，改进服务过程。

8月集团对132家门店进行抽查回访，发现问题总结改进建议。第三，要抓专项改进活动，形成服务闭环。全面推进顾客满意度调查，聚焦产品和服务痛点，成立跨部门问题解决小组如技术攻关小组、QC小组等。目前，红豆股份、通用股份、红豆国际等公司已开展跨部门小组工作，今年上半年，全集团各板块复购率平均比去年同期提升2.57%。

集团董事局主席周海江强调，“以用户为中心”是第十七次科技质量月工作的出发点，强攻市场要狠抓双增长，在当前的内大环境下，所有人员应发扬奋斗者为本公司精神，“人人都做当斗的凳子”。要继续深入抓抖音直播、抓培训、抓用户体验、抓标准营销、抓网络达人带货、抓防疫物品助销、抓异业联盟等在内的“十五个抓”工作，坚持拼搏精神，实现科技质量的全面提升，助推企业高质量发展。

大爱！红豆股份七夕节传递“抗疫”最美爱的故事

（上接1版）行线”一般的战役爱情。施萍告诉记者，作为社区的一名普通社工，她主要负责辖区居民健康码转绿码的事宜，在她的帮助下，前后累计有70多名居民完成了健康码转绿码。此外，她还要负责居家隔离人员的监管，小区的值守，辖区内居民的信息核实。“不是我一个人这样，我们每一个社工都是这样的，时间最长的一次是早晨五六点上班，到凌晨三点才回家。最忙的时候，大家吃住全在社

区。”面对新冠疫情，全社会都在群策群力，像施萍这样奋战在一线的社区基层工作者不计其数，他们总是第一时间出现在居民有需求、群众有困难、病人需救助的地方，是抗疫的无名英雄。红豆股份通过江苏广电，为这些最美的家庭和故事的提供者送上红豆男装的慰问。今年疫情期间，红豆股份旗下红豆运动装公司紧急筹措速干裤、速干衣、T恤等物资共1200件，用5小时45分钟的火速支援南京抗疫。速干衣

有效解决了医护人员因穿戴防护服不透气、大量出汗的问题，医护人员纷纷为红豆的速度点赞。疫情只是暂时，真情却可永恒。连续9年，每年的七夕节，红豆股份都在挖掘普通人身边最美“爱的故事”，通过这一举措探寻关于恋人之间纯真的爱、同胞间无私的爱、家国情真挚的爱。寻找这些动人的故事，致敬疫情防控背后的无名英雄，积极传递社会正能量，这场战役，终将以爱而胜利！