

# “红豆七夕节” 上榜2021年中国十大节庆品牌

抢抓“八大机遇”

## 抢抓培训提升机遇

### 集团开展线上线下精准培训

9月11日，2021中国品牌节第十五届年会在内蒙古自治区呼和浩特市开幕，并首次推出了《中国十大节庆品牌》榜单。由红豆集团打造的“红豆七夕节”，凭借行业领导力、市场表现、国际影响力、大众认知度和品牌美誉度等五方评估结果上榜，此前该节还曾获评“改革开放30周年30个最受关注节庆”“2018最负盛名十大节庆”等荣誉。

据了解，中国品牌节年会是品牌领域高规格、大规模、有影响的宣传展示自主品牌形象的活动平台，被誉为“中国品牌界的奥运会”。

据不完全统计，我国现有40000多个大大小小的节庆活动。其中连续举办30年以上的中国节庆活动大约有100多个。从中脱颖而出的“红豆七夕节”，源于红豆集团于2001年提出的“品牌节日”文化概念，已有二十一年历史。

习近平总书记指出，我们要以更大的力度、更实的措施加快建设社会主义文化强国，培育和践行社会主义核心价值观，要推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，让中华文明的影响力、凝聚力、感召力更加充分地展示出来。“红豆七夕节”

的鲜明特色就是从传统传统节日——七夕节中发展而来，既保持七夕文化的原真性，又在品牌打造上做文章。通过笔会、晚会、情歌大赛、“七夕”游园、“放河灯”、“寻找当代王维”、直播“云”过节、独家特别呈现中央广播电视总台七夕晚会、自办主题晚会等多样化的形式，运用不同载体给“七夕节”这一古老节日注入新的时代元素，努力实现习近平总书记所提出的对中华优秀传统文化进行创造性的转化与创新性的发展，以符合时代之要求，人民之愿望，国家之目标。

在连续21年的传承中展现文化生命力，“红豆七夕节”收获了民众的文化认同，成为国民喜闻乐见的“中国情人节”。台湾诗人余光中曾为“红豆七夕节”题词：“一粒红豆，千年因缘”，赞誉是“用红豆对玫瑰”。2010年，七夕节被中央七部委联合发文确定为“我们的节日”。2021年，“相思相爱是七夕”第21届红豆七夕节云直播主题晚会直播观看人次超1200万；红豆集团独家特别呈现的央视七夕晚会直播关注度达1.104%，市占率7.6741%，均居同时段第一。融

通古今七夕文化的“红豆七夕节”，真正成为了文化的盛会、人民的节日。

在文化强国的实践中实现文化兴企。在弘扬传统文化、打造节庆品牌的实践中，“红豆七夕节”已成为红豆品牌的文化符号，形成了独具特色的“情”文化，被评为“全国企业文化示范基地”。红豆品牌美誉度和品牌价值连年攀升，2021年达715.36亿元，在节庆品牌的打造中汲取了创新发展的动力。

红豆集团将文化与商业对接，对“红豆七夕节”进行商标保护性注册，打造节日经济，形成了为期一个月粉丝狂欢的“红豆七夕节”，持续为品牌创新商业价值，构建中国品牌影响力。以2021年“红豆七夕节”为例，红豆集团实现销售10.66亿，新增粉丝达100万，持续打造节庆品牌，既助力内需发展，也是为红豆发



展带来了经济效益。

越讲责任担当，才越有感召力；越是人民大众的节日，越是有生命力。正因如此，“红豆七夕节”形成了自己独特的品牌特性，也成为企业以高度文化自觉推动文化强国建设的“一枝独秀”。

(王文婷)

随着直播电商的飞速发展，特别是抖音直播的风口，集团各品牌对直播方面的培训需求也日益增加，红豆集团积极整合资源，寻找优质师资，今年上半年组织开展直播培训项目班2个，面向主播、助播、运营、客服、店长等岗位，以线上+线下的形式，全面讲授主播人设IP打造、优秀主播的成长路径与培养、直播活动策划、直播间粉丝运营、爆款短视频打造、直播脚本策划、直播运营与数据分析、直播复盘与实操训练等内容，全方位培训提升主播专业能力和直播活动策划能力。

在红豆集团集中培训的同时，红豆童装、红豆居家、红豆男装等各品牌也进行了更具品牌针对性的培训，8月13-15日红豆童装邀请国内知名抖音大咖对平

台运营、场控、主播进行为期3天的七夕专场实操，推动七夕当天红豆童装抖音直播间销售额较培训前单日增长100倍。红豆男装组织了《2021夏季店长大培训线上云直播》，围绕提升“团购业务、线上分销业务”两大能力，熟知秋冬产品，掌握基础店务几大模块开展设置6项课程，全员齐心协力，不断学习和改进，为七夕购物狂欢节做了很好的动员。

红豆集团董事局主席周海江表示，现代企业的竞争归根到底是人才的竞争，企业的发展后劲来源于人才的发展后劲。红豆集团是一个大家庭、大学校，只有通过培训学习，提升员工的能力，培养出优秀的人才，才能有效提高企业的竞争力。除“红豆大学”APP外，红豆集团、集团旗下各公司还利用微信、钉钉、云端等各个平台开展线上培训，确保培训的多样化和有效性，并针对岗位特点、要求和企业发展，实行“按需培训”，分类分层分级分线，探索培训的新方法和新模式，力求培训精准赋能职工，确保培训的实效性，提升员工和团队的专业化水平。

(浦晓倩)

# “党建+安全生产” 推动民营企业高质量发展

2021年9月1日起，新修改的《安全生产法》正式实施，法律进一步明确了有关部门和企业的安全生产责任。安全生产事关人民福祉，事关经济社会发展大局，而民营企业是中国特色社会主义市场经济的重要组成部分，落实安全生产，民营企业责无旁贷。习近平总书记在2018年全国民营企业座谈会上特别强调：“民营企业和民营企业家是我们

自己人”，作为中国特色社会主义事业的建设者、自己人，民营企业更要深刻领悟新修改的《安全生产法》基本精神与主要内容，真正做到融会贯通，掌握实质。

江苏通用科技股份有限公司是江苏省重点企业集团、全国120家深化改革试点企业——红豆集团的控股子公司，是一家专业从事高端轮胎研发、生产与销

售的现代化高新技术企业，公司党委紧紧围绕公司战略目标，充分发挥党建在企业安全生产中的引领作用，深入开展“党建+安全生产”的模式，推动党建与安全生产、应急管理等工作紧密结合，以党建引领安全发展，筑牢安全生产工作基础。在红豆集团，股东代表、厂长经理党员覆盖率95%，而通用股份作为红豆集团旗下一家所属大化工类的橡胶轮胎企业，三级企业生产厂100%都是党员，且都成立了生产厂党支部，车间一线还专门设立了党员安全生产先锋岗，定期举办安全生产主题党日，成立企业安全消防队等。多年来，通用股份十分注重将党建与保障安全生产相结合，充分发挥党员先锋模范作用和党组织战斗堡垒作用，持续深化安全生产大排查大整治行动，筑牢安全生产防线。近期，通用股份全钢生产厂发出“安全生产我当先，党员身边无隐患”的倡议，并集中学习习近平总书记关于安全生产的重要论述，而新修改的《安全生产

法》学习也是通用股份今年安全生产月活动和每月安全例会的主要内容之一。事实上，在通用股份的生产车间，全天24小时都会看到右手臂上佩戴着红袖标的工作人员，红袖标上印有醒目的“安全环保监督员”字样，他们“三班制”巡查在车间的每一个角落，让流动的“红袖标”不时闪现在工友们眼前，使安全意识和责任意识渗透到每个人的心中，这也成为了通用股份全钢生产厂安全生产监督的一道亮丽风景。

安全生产管理是企业的永恒主题，民营企业要“当好自己人、做好自己事”，始终“听党话、跟党走，讲正气、走正道”。众所周知，安全生产不仅是涉及企业职工生命安全的大事，还关系到企业的生存、发展与稳定，更是我们国家的一项重要政策。因此，民营企业通过加强党建来引领企业发展，深入开展“党建+安全生产”的模式，是推进民营企业安全生产工作高质量发展的有力保障。

(周亚)



# 红豆股份参展中国服装行业首届9.9定制周

在经历了9天(9月1-9日)的“鏖战”后，“9.9定制周”圆满落下帷幕，并以近5000万的零售总成交额，121%的零售企业订单量同比增长率，39%的供应链企业订单量同比增长率，展现了服装定制产业发展的强劲势头和公众对于服装定制消费的潜力。

作为首届“9.9定制周”，经中国服装协会确认的报名企业共223家，红豆股份参与其中，以着装为载体共同探索定制新世界，促使服装定制消费模式进一步融入到大众消费习惯中。

据悉，红豆股份此次在线下门店和线上平台结合“9.9定制周”主题进行了推广活动。随着消费者的不断年轻化，红豆股份深知只有不断推陈出新才能满足消费者个性化、多样化、差别化

的需求，近年来一直围绕定制业务进行探索。在原有客户范围覆盖金融、通信、交通运输等行业的中高档职业装定制基础上，红豆股份针对个性化追求消费者，在门店开设“高级定制区”。

此前，红豆股份旗下红豆男装在定制业务就有颇多探索。2018年中国国际服饰博览会上，智慧高级定制区首次亮相，消费者可以利用电子屏自助选材、挑色、搭配，设计出一款私人定制的衣服。2019年尝试“轻定制”小程序，消费者可以在小程序上发布需求，经过智能量体、智能打版、数据自动分发、平台工厂接收数据进入生产、成品配送等环节，完成服装个人定制全过程。此后，尝试智能量体仓，通过激光3D量体实现720度可

视化量体，根据用户选择的版型自动生成符合用户身体尺寸的样板。

服装定制企业是行业创新发展走在最前列的企业，智能定制是一把开启行业新大门的钥匙。红豆股份目前在制衣、量体等环节，正持续引入智能技术，进而依靠数据驱动实现智能制造，让每位顾客都拥有自己的专属量体师和版型数据。

定制产品方面，红豆股份将以“衬衫、西服”两大心智产品为主，通过面料革新突破、工艺精工完善，给予设计更大胆的创意，丰富男士衣柜的多样性。针对两大心智品类，红豆股份目前已完成西服、衬衫工厂的智能升级，借助互联网、物联网、大数据挖掘与分析等技术手段，

以柔性制造充分满足终端消费者的个性化需求。据悉，联通5G智能全连接示范工厂——红豆西服智能工厂，现由AGV自动引导车实现自动化物料配送及动态产线调节，单件成本下降10%，提高生产效率20%，在制品减少30%。

服装行业尤其是定制产业的发展空间是巨大的，9.9定制周是行业协同优秀定制企业深入市场的联合行动，红豆股份通过参与学习，助力服装定制行业的盛会。同时，通过各类大众媒介传播手段和定制优惠政策能广泛宣传服装定制文化与服务，公司旨在定制市场进一步强化品牌认知，引爆消费者购买定制服装产品的热情。

(吴亚)

# 红豆股份三届蝉联“中国职业装十大领军企业”

近日，由中国服装协会主办的“第三届中国职业装优势企业评价推介活动”结果出炉，红豆股份成功上榜“中国职业装十大领军企业”，继2014年首次评选以来成功蝉联三届。

据悉，该活动由中国服装协会主办，中国服装协会职业装专业委员会、中国服装协会职业装研究中心承办。旨在发挥职业装优势企业的榜样作用，展示中国职业装的崭新形象，在广大职业装招标采购单位和行业企业中引起极大关注。

经业预计，中国职业装每年的市场需求在3000亿-4000亿元人民币以上，是服装行业持续增长的新亮点。以零售业务为基

础，红豆股份的职业装业务开拓已久，已成为公司的核心业务之一。据了解，目前主要以客户团体定制为主，客户范围已覆盖金融、通信、交通运输等行业。且其凭借多年来过硬的品质管控、五星级的售后服务，一直是职业装市场中的佼佼者。

职业装作为服装的一个分支，市场头部品牌企业集中的趋势在加速，红豆股份的职业装业务也正加速升级中。这场升级战役中，数字化、个性化，是红豆股份提升竞争优势的两大关键点。关于数字化，红豆股份在智慧管理、智能制造等方面都有了较大突破。

今年，红豆股份打造了量体

优化系统，实现面辅料、量体信等信息数据的在线化，采集数据实时上传至生产端的版型数据库，订单状态实时可控。并在营销前端积极推进平台入围、竞标数据库建立等工作，营销后台注重用户需求分析、产品设计开发、量体服务等能力。

在生产制造端，红豆股份依托自动化设备改造、生产制造系统实施、数字化技术等应用，积极打造了衬衫、西服两大智能工厂。衬衫车间现已通过自动化、数字化、信息化、可视化建设，打通了业务、计划、生产前后道全生产过程数据流，实现个定、团定、批量三种业务混流生产。西服智能车间则运用物联网技术

打造5G物联场景，通过构建一体化智能制造数字管理平台，打造全透明可视化的数字化工厂。

此外，个性化的轻定制业务也是红豆股份职业装业务发展的新途径。在新消费、新业态和新消费关系的共同驱动下，新生活方式和新消费行为不断涌现，服装定制产业正迎来新的发展阶段。红豆股份近年上线了个人定制业务，以线下零售门店为载体，培养消费者定制化消费习惯。且随着中国职业装市场的巨大容量和广阔前景越来越受到行业内外的广泛关注，红豆股份的职业装业务将进入巨大潜力。

(吴亚)

今年，红豆股份打造了量体

# 以科技创新、产品创新 引领大健康产业发展

后疫情时代，人们重新定义健康的价值，大健康产业面临新的发展机遇，抓住这一轮发展的风口，需要的是抢抓机遇的勇气与智慧。红豆集团旗下紫杉药业积极转变经营理念，在专注药品生产的同时，及时调整产品结构，开辟新的增长点。公司紫杉产品DMF获得美国FDA的登记号，并且在印度、台湾等地注册，产品远销海内外，深受用户好评，今年6月，紫杉注射液成功入选国家第五批药品集采。

公司另一拳头产品红豆杉中药饮片，严格质量管理，精选地道药材，炮制优质饮片。采用现代制药新技术和新设备，实现了产品生产标准化、规范化、现代化。在了解消费者较为关注养生需求后，紫杉药业推出了赤小豆芡实薏米茶等袋泡茶，并且结合疫情反复，精心调配推出金银花芦根饮以及防疫香囊。

紫杉药业坚持以研发为驱动，进一步加大产学研合作，目前与清华大学和中国药科大学就

创新项目进行了开拓性研究。截至2021年9月共授权专利45项(其中发明专利44项)，在发明专利33项，从发明专利的角度进一步构建原料药的优势，确定自身的科技含量。通过技术创新和模式创新，积累了大量的紫杉烷类药物开发经验，现已形成丰富的抗肿瘤药物研发管线，完成了从原料药到制剂的全产业链一体化发展布局。

(浦晓倩)

# 双面夹克，随时切换多面人生

它可以是选择困难症的福音，一衣两穿的特性满足双重审美，拥有一件夹克相当于同时拥有两个造型。当然，这也是一款实用性极强的夹克，双面可穿的功能性赋予一件夹克双倍价值，适用于不同身份、不同场合，在生活的场景转变中，在身份的随时切换中，在商务和休闲、工作和生活中，一件双面夹克让你自在随心。

双面夹克的实用和实穿不仅体现在一衣两穿的独特设计上，也是非常适合户外出行穿着的一款产品。它选用了具有专业功能的户外面料，表面形成荷叶式拒水性，可轻松抖落水珠、一甩即干，不用担心水滴渗透进面料中，换季多变天气也能应对自如。生活中那些让你措手不及的时刻，双面夹克总能给你无微不至的关怀。

红豆男装一直坚持打造满足当代人舒适需求的着装，包括不仅限于面料亲肤舒适的舒适，触感柔软细腻的舒适，版型合体的舒适，设计简约的舒适，弹力无束缚的舒适。因此在面料的选

择、版型设计、工艺技术上更需花费心思，反复打磨。我们也始终在思考，什么样的夹克才是一款让消费者切身感受到舒适的夹克?

经过反复测试，我们发现，三分弹力才能达到恰到好处的舒适，多则松懈无型，少则紧绷不适。因此，我们在夹克的面料中加入了13%氨纶，将三分弹力注入其中，制成的锦氨混纺面料手感柔软轻薄、挺括带弹。三分弹力在一件夹克上充分发挥了价值，仿佛和面料产生了微妙的化学反应，不易察觉但触手可得，既不会破坏面料本身的挺括版型，也符合红豆男装一以贯之的舒适理念。

舒适感体现在剪裁上，呈现出的版型合体有度。适合的才是最好的，对于衣服的版型来说更是如此，双面夹克的版型设计参照了适合中国人的体型标准，更适合大众形体，不松不紧刚好的体感，长度也不显拖沓，穿着利落有型。

有时候衣服比语言更真实，我们想要呈现的那一部分自己，无法表达的态度，都藏在衣服里。成年人的世界自有一套约定俗成的游戏规则，真假虚实交错上演，扮演好适合的角色，游走于不同身份的标签，谁说人生不能面面俱到?

(庄怡)



# 千里马新能源轮胎和抗扎胎 亮相广饶国际轮胎展

9月8日-10日，第十二届中国(广饶)国际橡胶轮胎暨汽车配件展览会在山东省广饶国际博览中心举行，本次展会以线上形式举办。会上，通用股份千里马新能源轮胎和抗扎胎亮相，展示了通用股份在新能源车胎和自修复轮胎技术上的亮眼成绩。通用股份品牌营销总监冯安顺受邀在现场进行了《新能源车轮胎和自修复轮胎的新机遇》的主题分享。

根据行业调查显示，未来10-20年内，新能源车将不断取代传统燃油车，并具备非常高的性

能和相应的驾控乐趣。随着政策及技术发展(30/60计划、汽车新四化等)，新能源车将迎来飞速发展时期。对此，江苏通用股份研发并推出千里马品牌EV1绿色轮胎——CELIIMO EV1。针对新能源车动力迅猛、自重大的特点，千里马EV1研发相关技术和配方，不仅减轻了自重还保持了高强度，使胎面刚性相比于原先自身提升10%，同时也抵抗住大扭矩形变，降低胎面磨损和滚动阻力，省电能提升续航里程。

此外，通用股份千里马抗扎

轮胎也进行了在线产品展示。通用股份研发推出CELISEAL™技术，能够让直径在5mm以下的尖锐物刺入轮胎行驶面时，迅速被胶料紧密包裹而不会漏气；当尖锐物被拔出时，穿孔能够立即被记忆自愈涂料填充和密封。可以有效解决普通轮胎被刺后造成的泄气和慢漏现象，确保行车更加安全。

据权威实验室数据显示，千里马抗扎胎即使扎100个钉子也不会漏气，充分保证轮胎的安全性。

(廖晓雨)