



营业额、利润实现双增长，在红豆集团三级企业综合排名靠前，这是红豆股份针织印染厂厂长冯振标交出的成绩单。今年1到9月成绩单，在集团“庆百年、报党恩、争先锋”活动中被评为党员先锋。

众所周知，今年印染行业上游各种原材料、染料价格不断上涨，电费蒸汽费的大幅涨价及国家的“双控”政策影响，让很多印染厂家倍感压力。在这样的严峻大背景下，冯振标带领红豆股份针织印染厂取得上述优秀业绩实属不易。他的经验就是瞄准用户需求，始终注重创新升级，不断提升工厂效率，积极进行产品、工艺创新，提升工厂后整理能力，用创新消化很多上涨成本，从而保持企业健康、快速发展。



从磨毛工艺到抓剪烫工艺支持爆款红豆绒

党员先锋陆梦唯： “不服输”的“90后”

2020年3月6日凌晨2点21分，在没有暖气的样板间，随着一件红豆男装毛衫订单的成交，冻得瑟瑟发抖的7人团队欢呼起来。在上线两个多小时后，红豆男装小程序开了首单！

开辟小程序销售，这是红豆男装一次全新的尝试，在之后的发展中，一路势如破竹：上线当年小程序销售超过1个亿；2021年上半年，小程序GMV销售累计破亿元，超2020年全年；“红豆七夕节”期间，红豆男装长城羽绒服卖出了1.5万件……

由于在小程序销售上的突出表现，陆梦唯，红豆男装连锁三公司智慧零售部副部长，获评红豆股份年度“优秀营销人员”称号，在2021年红豆集团开展的“庆百年 报党恩 争先锋”活动中，被评为“党员先锋”。

从“零”开始，“升级打怪”

红豆男装小程序起步并不早，但一定是发展最快的渠道之一。成绩的背后，是无数次的试错和总结。2019年底开始筹划时，一切都是从零开始。作为红豆男装小程序最早的开发者最主要的负责人之一，陆梦唯的团队，涉及到320多个线下门店，她带着2名队员，为做好准备工作熬了2个多月，每天都是十五六小时的“超长待机”。

25日晚22点，活动正式开始，红豆男装小程序迎来了第一

新技术新工艺，第一时间掌握客户的需求，努力挖掘市场潜力，寻求新工艺新方法。红豆集团爆款红豆绒柔软型内衣畅销大江南北，累计销量已经超1亿件，这背后离不开冯振标带领的印染厂作出的持续努力。2014年，在他的带领下，工厂开发了柔软舒适、吸湿透气的磨毛红豆绒面料。该面料采用创新碳刷磨毛工艺，磨出均匀细密的短绒，比化纤的长毛绒更亲肤、轻薄、透气，因此迅速受到市场青睐，为集团红豆绒内衣火爆市场打下良好基础。为了追求更柔软舒适的红豆绒面料，冯振标还对产品进行迭代创新，开发了红豆绒二代、三代，都受到了市场的好评。

为了打造极品红豆绒面料，这几年，冯振标积极开发绿色产品，以物理加工来提高产品附加值。在他的带领下，红豆针织印染厂主要以保暖内衣面料为主，该面料主要加工工序侧重在后整理工序，而不是在染色工序。该工序包括物理加工的起绒、漂白、剪毛等，不消耗水，不排污，是绿色产品。目前，印染厂重点研发红豆绒最新迭代产品使用的抓剪烫工艺，如棉/coolmax/氨纶双拉双剪吸湿绒的抓剪烫工艺、发热面料抓剪烫工艺的迭代更新等。该面料保暖性、舒适性、平整度进一步提升，面料的蓬松度也进一步提高。同时还对产品工艺流程不断进行改进与创新，筛选色牢度高性价比好的染料，进一步提升产品质量，市场

好评如潮。今年还开发了腈棉绒布和阳涤绒布的不同染色工艺，为工厂开发了巨大的客户市场。

千方百计提升企业综合效率

在采访中，冯振标告诉记者，作为一名厂长，他关注工厂的很多方面，比如业务、生产、质量、技术、成本、安全等，这些都是环环相扣的，非常重要，决定着企业的竞争力，但排在首位的是效率。针织印染厂办公室主任邢珠也说到，冯厂非常重视工厂效率，注重成本控制。

的确，对于竞争异常激烈，产能一直过剩的印染行业，效率低的企业稍有不慎就会被无情的市场淘汰。多年来，冯振标每天都要看工厂的成本分析表，他时时关注染化料助剂、水电气的耗用是否有异常现象，及时发现问题找出差距，寻找提升空间；淡季时，他会让工厂储备染化料助剂。

在管理上，他通过不断进行技术改造、引进先进设备、生产线的改革、加快精益生产等来提高生产效率。近三年来，工厂在技术方面持续改造，使工厂的自动化生产程度大幅度提高；在产值、利润提升的前提下，工厂不断降低员工使用，比如以前一个染缸需要工人2名，现在一个人可以管理2到3台染缸。

不仅要控制好成本，还要千方百计提升质量。冯振标要求生产上经常考虑的是，“同等质量的情况下，成本要最低；在成本不变的情况下，质量要最优”。对于印染生产企业，产品

道，那么社交电商则是以“人”为纽带，以人际关系网络为渠道进行销售和服务。在小程序销售中，产品销售也不再是简单的销售，而是服务和体验，每个环节的服务都拥有其附加值。陆梦唯总结：“小程序销售最大的来源是门店的私域流量。门店承接的每一个顾客，都是我们要服务好对象。”以品牌现有客户和员工的社交关系群为切入点，让种子用户在朋友圈内进行裂变，才能引起小程序销售的爆发，而连接其中的，恰恰就是用户对红豆的“信任”。

“疫情与其说是挑战，不如说是奋斗者的机遇，加快线上化不是选项，而是必选项。”陆梦唯说。2020年疫情期间，红豆男装通过小程序、直播等实现线上“回血”。2021年开始，公司以线下门店为运营阵地，成立智慧零售部门，与营业部、商品部配合，支撑起线上1000多家门店的小程序运营和社群落地。以门店为根基，充分挖掘私域流量，陆梦唯的团队在21家试点门店进行了视频直播，辐射门店周边5公里内的顾客。

“热忱”是一切的关键

“干好工作一定要有不服输的精神”“业务部门，唯有业绩证明实力”“做打不赢的小强”……走近陆梦唯的办公室，他们的昂扬斗志令人印象深刻。

正因为这股劲头，这支团队不断创造出新的优秀成绩。2021年1-8月，连锁三公司小程序销售团队蝉联公司第一。

“仅靠一个人的努力是做不出成绩的，团队保持步调一致是最重要的。”陆梦唯说。在小程序运营的过程中，工作以小组的



形式开展，由她负责整体协调、运营、产品、技术多条职能线配合，共同帮助合作伙伴建立完整的运营体系，分工协作细化，这种小组而非单兵的作战方式，决定了团队必须齐心协力。

每到活动期间，大家总是争着加班，抢着加班。“经常是已经凌晨一两点，但是团队的小伙伴都不愿意离开办公室，优化页面、调整后台、分析数据……大家都想再拼一拼。”这是陆梦唯最为感动的地方。

作为团队的负责人，陆梦唯坚决履行好党员的模范带头作用。每天20:30，是她最早下班的时间，半夜甚至凌晨下班是她最为常态化的工作状态。“你总是把家当成宿舍。”丈夫不止一次地这样说。陆梦唯却乐在其中：“一个人如果对工作没有激情，就会什么都做不好。热忱是一切成绩的关键。”

“在红豆不问你的出处，只要你愿意付出，一定会得到相应的回报。”陆梦唯身为“90后”，在红豆男装的职业店长、职场科长、内勤主管等位置上干了7年，通过竞争上岗一步步靠业绩走向管理岗位。她以自身实际的经历告诉团队，“努力有价值，努力会有回报。”2021年奋战四季度，他们的目标是用3个月实现完成前三季度销售总和，确保完成线上销售占比30%，争取50%。

没有谁的成功是老天爷白给的，勤奋永远比运气更重要。不畏困难不畏挑战，迎上去做事情，去解决难题，这就是陆梦唯身为党员永远“不服输”的向上精神。

(王文婷)



红豆男装小程序618大促一项目组

党员先锋冯振标： 求新求变，始终向创新要效益

的稳定性非常重要，尤其是染色工序，为了保证颜色质量稳定，一定要严格按照工艺的规范来操作。为了提升质量的稳定性，冯振标总是带领技术人员，认真分析问题产生的原因，不断试验，逐步优化生产工艺，化繁为简，让职工容易操作，简化操作流程。

注重节能环保，积极践行绿色发展

显示屏上非甲烷总烃湿基是9.94，要远低于国家标准的60，这是10月25日，记者在红豆针织印染厂车间采访时，看到该车间里定制机废气装置安装的VOC（挥发性有机物，环保意义上是指会产生危害的那一类挥发性有机物）在线监测分析仪上的数据，分析仪上其他指标的数据也低于国家标准，这说明印染车间的排放要远远优于国家规定的废气处理标准。红豆印染厂负责生产的田经理告诉记者，之所以有这么优秀的成果，是在冯厂的带领下，他们在节能减排方面不断钻研创新，通过对工厂排气管道加装喷淋冷却，对油污颗粒物进行初步预处理，再排到净化器进行处理，效果比直接处理降低排放量要好很多。

节能环保是印染行业绕不开的话题。对于目前国内外印染行业的高效、节能和环保发展趋势，冯振标有着非常清醒的认识，他带领工厂认真遵守国家关于节能环保的政策法规，积极响应集团绿色化发展方面，努力打造绿色企业，力求最高效率利用



资源，实现高质量发展。

纵观冯振标任红豆针织印染厂厂长的十几年以来，该厂的发展，不仅是一部染整工艺革新史，也是一部染色、后整理设备升级，环保节能水平不断升级的历史。

近些年来，冯振标在工厂积极应用小浴比染色工艺；在设备更新时，选用省水、省电、省汽，节约大量染料助剂的气流染色机、低浴比汽液染色机等；改造定型机排气系统，增加空气净化系统；先后上马不锈钢管式立式高频高压电（一拖三全自动清洗系统），净化效果更佳；针对客户日益提高的面料品质要求，添置了瑞士原产的SANTAX缩水预缩机，该机可提高织物的缩水稳定性和手感；在定型机烘箱外加装新型保温隔热材料，使原

来温度下降10度以上，节约天然气3立方吨。

为提升企业“绿色”和“环保”的市场竞争力，今年9月，红豆印染厂经过申报，一次性通过了全球认可的GRS（全球回收标准）认证，再一次证明了该厂在绿色环保及社会责任方面的实力。

对于有着25岁龄的老党员冯振标来说，党员先锋就意味着千方百计要创新，立足本职做奉献。他反复强调，我们作为传统企业，不时刻刻想着创新肯定不行。他是这么说的，也是这么做的。近几年大环境的确不好，很难，但是再难的路，有了创新也能稳稳地走下去，他的下一个创新是试水无水染色，将给企业带来新一轮发展机遇，我们拭目以待。

(秋枫)

周蜜：精益求精， 讲好“西港特区”品牌故事

“哪、哪”，所有的同事都已陆续打卡下班，周蜜还在“嗒、嗒、嗒”一刻不停地敲击键盘，手头上的是第二天会议要用的文字材料，在她的电脑里，这一份材料已经改了好几版。加班写材料对周蜜来说早已习以为常，毕竟这一刻只是她这十二年日常工作中的一个短暂缩影。

2009年，周蜜正式入职柬埔寨西港特区公司，主要从事宣传企划工作。然而，简简单单的四字，却包含了繁重的工作任务，在抓好部门整体工作，带领团队做好宣传的同时，她还要写宣传稿、汇报材料、发言稿、请示报告、总结报告，单是“写”，就占据了周蜜绝大部分的工作时间。此外，还要兼顾做PPT、广告设计、策划活动方案等。“在工作面前，周蜜从来不推诿，只要是经她手的工作，她都以高度的责任感认真细致地完成，并且努力做到最好。”公司品牌文化部的小路在回忆与周蜜共事7年多来的过往时说。

作为一名党员，周蜜在塑造企业形象文化上始终以精益求精的标准严格要求自己，带领团队，通过辛勤播种，取得了有目共睹的成绩——关于柬埔寨西哈努克港经济特区（简称“西港特区”、“特区”）的报道，频频登上央视新闻、人民日报、新华社、柬埔寨AKP、柬埔寨之光、柬中时报等中柬主流媒体。不仅为西港特区扩大了影响力，树立了国际化样板园区的形象，而且得益于良好的品牌效应，西港特区的招商引资也实现了跨越式发展。

内容为王，讲好特区故事

《倾情十年，打造合作共赢样板园区》、《“共赢”理念打造国际园区》、《西港特区项目得到肯定，写入中柬两国-联合声明》、《西港特区公司资助柬埔寨孔子留学中国》、《同比增长49.92%！西港特区企业上半年进出口额持续保持逆势增长》……一根笔杆子，记录了西港特区十多年来发展的每一个重要瞬间，既让外界了解了特区的发展面貌，产生了无限向往的热情，也让“共赢”理念、“四千万”精神等积极向上的文化氛围感染着每一个“特区人”。同时，她还通过凸显西港特区在搭建桥梁纽带方面的故事，展现中柬两国人民之间的深情厚谊。

“写好文章不是一蹴而就的



事情，需要的是长期积累，更重要的是认真对待每一次实践。”周蜜说道。为了能写好文章，周蜜会利用闲暇，向领导和同事请教、翻阅报刊、浏览新闻，学习他们的报道角度、写作方法，揣摩文章的每一个字眼。一次次高强度的磨练，加上她的认真和严谨，练就了周蜜一手交口称赞的好文笔，为做好特区宣传工作打下了坚实的基础。

为了更加生动地呈现西港特区区内的发展故事，周蜜一方面带领团队一起用心挖掘，并一遍遍反复修改，与受访者核实，在大家的努力下，“特区人”不畏困难勤耕耘、青年大学生利用休息时间与当地贫困学生免费教学中文、当地农民成长为特区“产业工人”、西港特区成为当地人民“金饭碗”的故事跃然纸上。另一方面，周蜜多次对接、组织中柬主流媒体团到西港特区、周边村庄等进行采访，多角度呈现特区企业通过特区平台优势获得的发展、特区给当地百姓带来的获得感，进一步体现了中柬务实合作样板园区的形象。

创新宣传，优化传播策略

2020年5月22日，西港特区第一场招商直播成功举办，而在在此之前，招商短视频也已经在特区微信公众号上进行了推送。面对新冠肺炎疫情给特区招商引资带来的挑战，周蜜带领部门人员积极应对，率先创新宣传方式，服务特区招商。

在负责品牌文化工作的期间，周蜜始终与时俱进，积极与同事进行思想碰撞，开拓新的宣传方式。2013年10月，第一期《西港特区报》创刊。为了优化《西港特区报》内容，让读者更加深入、真切地了解特区，周蜜集思广益，逐步确立以每月一版

专题报道的形式，增强报纸的可读性和深度。截止目前，《特区报》累计发布95期，受众广泛，成为了特区发声的一个重要窗口。

而随着新媒体开始盛行，纸媒的发挥空间将受到越来越大的冲击，改变宣传策略势在必行。2015年，周蜜带领团队开通了西哈努克港经济特区微信公众号，之后陆续开通了Facebook、微信视频号、抖音号，逐步建立起了西港特区“线上+线下”、“图文+视频”的自媒体宣传渠道。在新媒体建设推广的过程中，周蜜也是摸着石头过河，始终把做好内容摆在第一位。鉴于每个宣传渠道的受众略有区别，坚持从受众角度出发，有针对性地发布内容，在周蜜严抓细节之下，如今，特区自媒体上的每一篇推文关注度也是越来越多。

“讲好特区故事，优化宣传渠道，仅仅是我们品牌文化部多年来工作的一个基本出发点。”有别于一般工业园区的宣传，多年来，周蜜在特区的宣传方面也积累了自己独到的经验。她谈到，鉴于特区国际化园区的定位，在宣传过程中大家需要兼顾更多的细节。除了通过中文、柬文媒体发声之外，更要注重在英文媒体上的宣传，讲好特区在提升国际化服务能力，履行好社会责任，实现合作共赢方面的故事。

着眼未来，周蜜表示，她将带领好自己的团队，精心高效地落实好宣传企划工作，努力创作出更多精品内容，不断提升特区的品牌影响力，服务好特区发展。

(骆燕艳)