



邵华泽题

HODO 红豆集团

无锡市优秀连续性内部资料出版物
网址: http://www.hongdou.com

2022年 3月16日 星期三 第5期 (总第638期) 准印证号: S(2021)02000039 内部资料 免费交流

挖掘潜能 提质增效

集团深入推进第十八次“挖潜月”活动

赵媛报道 3月9日,红豆男装召开“兴民族品牌 立千亿红豆”战略发布会,锚定“舒适男装”新赛道,定位“经典舒适男装”,以新战略展现新姿态,引爆行业内外。这一重磅发布为红豆集团今年3月的第十八次挖潜月活动增添了一抹亮眼红色。进入3月,红豆集团上下围绕“对标找差距,考核促增长”工作部署,每天每分每秒都在用“脑力”产生“效益”。

此次“挖潜月”活动的重点是“增长”。对于一个企业而言,想要枝繁叶茂、基业长青,稳健上扬的经营是立根之本,尤其在现阶段外部环境复杂严峻的背景下,这也是助力经济内循环的关键一环。3月1日-6日,红豆男装围绕强攻市场,实现双增长,开展小程序第二届男神换装季活动,实现GMV销售1452万元,销售同比增长38.1%。红豆居家注重节假日营销,在3.8妇女节期间,通过开展480场路演,积累新用户6.3

万人,较同期增幅46%,通过线上线下全渠道打通,借力线上发布会引流至线下门店,完成文胸销售7774万元。用爆品思维聚焦婴儿绵文胸,实现婴儿绵文胸销售45.8万个,将婴儿绵文胸“舒适、有型”的产品特性深植于用户心智。红豆运动装工厂加强智能化、及仓储物流改造,为了匹配前端兴趣电商快速响应业务模式需求,一方面将国内电商仓库直接搬迁至生产现场旁边,实现产成品下线即发货。(下转2版)

砥砺奋发 剑指千亿

民族品牌红豆男装发布全新战略



3月10日 中国经济网 全国两会上代表委员热议高质量发展,社会各界也在踔厉奋发,彰显时代担当。3月9日,主题为“兴民族品牌 立千亿红豆”的红豆男装2022年战略发布会在无锡红豆杉庄会议中心召开,正式拉开了“经典舒适男装”战略序幕。发布会上,党的十七、十八、十九大代表,第十一届全国工商联副主席,红豆集团董事长周海江,红豆集团常务副总裁、红豆股份董事长戴敬君,红豆股份总经理王昌辉分别就品牌战略转型发言。发布会吸引了各行各业的高度关注,中国服装协会专职副会长周一奇、君智战略咨询董事长谢伟山亲临现场并发表讲话。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲等以视频方式祝贺红豆男装开启荣耀新征程。现场参会的还有江苏省纺织工业协会会长韩平、中国服装协会副秘书长李昕、江苏省服装协会会长龚慧娟等。

65年经典男装全新出发 红豆,始于1957年,这个国货品牌65年来专注经典男装,在消费者心中,早已成为“信赖”、“品质”的第一选择。根据统计,红豆衬衫累计销售2亿件,消费者用购买表达了对品牌的认可。多年沉淀,既是宝贵财富,但传承不好也会成为制约发展的桎梏。近些年,随着服装市场变化加速,红豆男装逐渐走向品牌国际化与战略更新交叉的拐点。破局的关键在于创新。戴敬君在发布会上指出,“2022年,红豆男装将确定‘舒适男装’新赛道,定位‘经典舒适男装’,

以新战略展现新姿态。”君智战略分析师李仕佳对这一战略进行了解读,他认为,当前男装市场空间巨大,红豆男装新战略将发挥红豆65年发展优势,具备提升品牌价值、对接消费者核心需求、市场空间大等优势,未来将成为男装领先品牌。戴敬君表示,“经典舒适男装”新战略,是基于对宏观环境的变化、男装行业的升级以及消费者舒适需求的综合研判得出。由“经典”向“舒适”转型升级,既是内在需要也是外在要求。从这几年红豆男装的动作来看,品牌一直保持着高效率和创新性。从“时尚哈佛”法国ESMOD达成战略合作,再到工厂实现智能化生产,红豆男装创新动作频频,变身“新国货”强势崛起。

周一奇对红豆男装把握新消费人群和“舒适”大趋势,表示了长期看好。

“经典舒适”理念全触达 在现有消费群基础上,如何基于战略定位,扩大品牌的美誉度和影响力,强化品牌势能?红豆股份总经理王昌辉表示,在设计研发、面料研发、品牌营销、供应商选择等方面的布局上,红豆男装都正围绕“舒适经典男装”这一核心战略展开。一方面,围绕用户心智做传播。2022年红豆男装将实施新的传播计划,向主流人群强势发声,强力占领“红豆=舒适”的用户心智。另一方面,围绕用户的痛点做极致的产品。紧抓新消费人群,“经典+舒适”这个关键维度,维老拓新。2022年,红豆男装将给消费者推出全新三大舒适系列:360°弹力系列、轻盈系列、自然之力系列,真正的把舒适的产品和理念带给消费者。“回归经典基础,对接舒适需求。”

红豆男装透露,原ARMANI设计副总裁Patrick Grandin先生等国际奢品设计师将加盟品牌,在红豆所积淀的128项舒适专利、300万亚洲男士人体工学数据、168种剪裁版型基础上,创新研发奢侈级舒适衬衫,开启舒适新时代。

终端赋能抢占新消费人群 以高端化、差异化适应消费升级,来不断提升品牌知名度及行业影响力。红豆男装在渠道布局上也进行了全新的调整。据了解,2022年,红豆男装将于Shoppingmall和核心商圈开设新店。

今年2月,红豆男装第六代门店——1000平米的无锡中山路红

豆男装超级旗舰店揭幕,门店由法国设计师托马斯倾力打造。作为全新概念的旗舰店,展示了数字经济时代的消费场景,及企业在数字经济方面的快速发展和积极实践。“从Logo到门头,乃至陈列等等,一切细节都生动诠释了红豆的个性、调性和定位,诠释了红豆打造‘舒适经典男装’的极致追求。”发布会上,托马斯这样解读红豆男装舒适空间设计的内涵。

“红豆在服装行业里第一个提出‘经典舒适男装’概念。这一概念一定会赢得消费者的心。”在战略发布会现场,谢伟山在讲话中对红豆男装此次品牌战略升级表示赞赏。他表示:红豆有65年历史,且在舒适服装领域有深厚的基础和成功的经验,未来势在必得。人心所向,将让红豆走向一个新的传奇。

男装变革加速,红豆男装在产业的战略性调整中抢占制高点,这也构建了全产业链的共赢发展。红豆集团董事局主席周海江在讲话中表示,红豆与国家、民族命运紧密相连,振兴民族品牌是中国企业的共同责任。红豆男装积极实施战略转型,就是要努力打造有影响力的国际品牌,未来的发展将瞄准千亿。

3月11日 中国纺织网 3月9日,以“兴民族品牌 立千亿红豆”为主题的红豆股份红豆男装2022年战略发布会在无锡成功召开。民族品牌红豆男装携手顶尖咨询机构君智,发布“经典舒适男装”的全新战略,开辟舒适新赛道。发布会在服装行业内获得广泛关注,引发业界热议。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲发来视频祝福,中国服装协会专职副会长周一奇在会上发表“数智引领,舒适未来”的主题讲话,对红豆男装此次战略升级表示了肯定,盛赞红豆男装“充分体现了我国服装行业的创新活力”。

抢抓数字经济新机遇,开辟转型升级之路 红豆于服装行业深耕65年,具备深厚的历史底蕴,更是如今业界的领军品牌。然而时代日新月异,大环境下国家政策的变化、经济的变化,以及市场环境、投资环境、消费者观念的转变,都使得服装品牌要及时转变经营策略,于时代之大变局中开辟出转型升级之路。

面对全新的发展环境,中国服装企业如何找准自我优势,更好地实现高质量发展,周一奇提出了两个建议,其中之一就是“抢抓数字经济发展机遇”。随着互联网、大数据、人工智能和新一代数字技术的发展进步,世界经济正发生着全方位的变化,由工业经济向数字经济转型。2月9日,国务院发布了《“十四五”数字经济发展规划》,进一步持续推进数字化和产业数字化。中国服装协会也将“数字化转型”作为服装行业的发展主线之一。

在这一点上,红豆在行业内领先一步,在深化数字化改革方面做出了不俗的成绩。红豆工业互联网平台被工信部核定为工业互联网平台试点示范项目;打造首个服装行业5G智能柔性工厂,生产效率大幅提升;红豆男装官方商城小程序荣获腾讯系小程序倍增行动服饰类的“行业标杆奖”等。此外,位于无锡市中山路的红豆男装1000平米智慧旗舰店,也展现了数字经济时代的消费场景,是企业数字经济方面的快速发展和积极实践。

把握舒适大趋势,见证民族品牌崛起 近些年来,中国经济稳中有进,居民收入水平更是稳步提高;2021年我国人均GDP已超过世界人均GDP水平。在国民经济发展的带动下,中国男装市场发展态势良好;2016-2022年,我国男装行业零售收入逐年增加,年复合增速超过9%,市场规模极大。巨大的市场意味着巨大的机遇,再加上国人日渐觉醒的文化自觉与文化自信,我们的民族品牌迎来了最好的时代!

经调研,在服装行业,舒适性已成为核心诉求。根据2021年全球生活方式监测调查,83%的消费者表示希望购买更舒适的服装。舒适度成为消费者购买服装主要的驱动因素,这必然也将成为撬动行业发展的一个新的增长点。而红豆的“经典舒适男装”新战略,就是基于对宏观环境的变化、男装行业的升级以及消费者舒适需求的综合研判。红豆紧抓时代浪潮中的机遇,在挖掘民族品牌自身“经典”潜力的同时,锚定“舒适”新赛道,完成品牌的蜕变与升级,既符合内在需要,也迎合外在需求,给中国服装企业的发展做了很好的示范。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲高度评价了红豆在纺织服装领域取得的成绩,同时对于此次战略发布会表示衷心祝贺,期待红豆男装成为民族品牌崛起的中坚力量:“我们正处在中华民族伟大复兴的春潮之中,中国时尚,无限生机。作为中国服装行业的领军品牌,衷心希望红豆能以战略升级为契机,打造世界品牌、引领全球风尚。”

“红豆男装瞄准服装‘舒适’赛道,积极进行高端化转型,让人倍感振奋和鼓舞。这是红豆在新时代大背景下,基于用户需求和市场洞察的战略新抉择,这不仅是红豆品牌发展历程中的一个重要的转折点,也必将为行业转型升级和创新发展做出重要的引领和示范作用。”在发布会现场,中国服装协会专职副会长周一奇也表达了对红豆男装此次品牌战略升级的赞赏,希望红豆男装为中国时尚强国建设做出新贡献。

舒适新赛道开创者红豆男装引业界热议 行业大咖点赞!

国货刷新舒适衬衫新高度!

红豆0感舒适衬衫即将发布

3月15日 证券之星 随着消费升级和生活节奏加快,舒适性已成为衬衫市场的核心诉求,一件自在舒适、无拘无束的衬衫成为人们购买衬衫不可忽视的追求。然而,长久以来,衬衫容易皱、不合身、面料硬的痛点一直没有得到很好地改良,市面上鲜有兼具舒适性、高品质和性价比的舒适衬衫。

高端衬衫价格昂贵,普通衬衫又无法满足消费者日益增长的品质需求。庞大的衬衫消费市场,数以亿计的衬衫消费者,怎样的衬衫才能赢得青睐,成为真正的“国货之光”?

专注舒适65年的民族品牌——红豆男装主动担起重任,凭借丰富的制衣经验和专业态度,红豆男装打造了新一代舒适衬衫——红豆0感舒适衬衫,即将于3月17日13:00以行业首创AR衬衫发布会的形式推出。

这款衬衫是红豆舒适男装与Armani前设计副总裁PATRICK GRANDIN共同打造的一款具有变革意义的衬衫产品,独特的科技属性与奢侈级工艺将衬衫制衣提升至新的高度,还未发布就引起了广泛关注和社交媒体热议。

深挖用户痛点,重新定义舒适衬衫 一向低调的民族品牌红豆男装此次高调宣布新产品的问世,让人不禁好奇,这款衬衫背后到底有着怎样的故事?红豆男装又为何要花费大量精力打造这款0感舒适衬衫?

红豆男装商品中心总经理张英表示,当代消费者对于舒适有着共同的向往,但目前市面上难以寻找到一款从品质到价格都令人满意的产品,消费者对于舒适的需求很难得到满足。因此,他们研发0感衬衫的初衷很简单,就是希望以亲民的价格,让更多人穿上一款奢侈级舒适的衬衫,实现普惠大众的目的。所以,在设计之初,红豆男装就将“人的舒适感受”作为0感衬衫的最高准则,前后进行了多次市场调研,深入了解当下男士穿着衬衫的

“致命痛点”。在制衣的每一个环节里,红豆男装都充分感受到了消费者的痛点和需求。从面料织造到成衣裁制,经过208次打板试样、102道制作工艺、10处高定工艺设置、3大奢侈级辅料配称,0感舒适衬衫才得以成型,用户痛点逐一攻克,全维度实现“舒适突破,为国人开创新一代舒适衬衫”。

科技赋能舒适,带来0感极致体验 “如何定义舒适”以及“如何表达舒适”,是设计师在0感衬衫研发过程中需要面对的两大难题。对于舒适衬衫的定义,红豆男装有着自己的答案。0感,代表0压、0皱、0束缚、0摩擦,是舒适感的显性表达;0感,亦是设计灵感,代表了设计师对极致舒适和品质的追求。

为了将脑海中的设计概念落地,红豆男装通过科技赋能舒适的方式,将虚无缥缈的概念外化为触手可及的极致体验。红豆男装开创性地将瑞士专利Heiq高分子融合到衬衫面料当中,让面料可感温、控温,帮助体表温度保持舒适。Heiq高分子的运用,使得红豆0感舒适衬衫更具实用性,能够适应各个季节的穿着需求。

科技面料的运用,为红豆0感舒适衬衫注入前所未有的舒适体验。首创红豆超细且纤维配比,比蚕丝更细1/5,手感细腻轻盈;结合人体工程学,首创5项3D立体剪裁,打造更适合亚洲男性的衬衫版型;10处高定工(下转2版)

简明新闻

集团表彰“创先团队 喜迎二十大”主题活动第二批“先锋团队”

3月7日晨报会上,集团党委隆重表彰“创先团队 喜迎二十大”主题活动第二批“先锋团队”:通用股份外贸第一党支部(2021年度集团事业部排名第一)、国际公司运动装党支部(2021年度集团事业部排名第二),集团党委副

书记钱静宣读表彰决定。集团党委书记、董事局主席周海江为“先锋团队”授奖,希望受表彰的先进团队珍惜荣誉,开拓创新,再立新功,也号召全集团上下以先进为榜样,敢于争先、勇创一流。

产改五周年成就回顾宣传片导演组来红豆采访取材

在《新时期产业工人队伍建设改革方案》发布五周年之际,全国产改联席会议拟制作“产业工人队伍建设改革成就”主题汇报片,3月11日,全总汇报片导演倪晓一行来红豆取材,现场采访集团党委书记、董事局主席周海江。导

演组围绕产业工人队伍建设改革的具体试点案例内容,充分挖掘红豆典型做法、典型人物,了解红豆如何通过推进产改,创新出新型企业治理体系,以“小切口”展示产改五年的成效。

集团工会组织开展妇女权益保护普法培训

为让集团广大女同胞知法、懂法、用法,增强自身依法维权意识。3月5日,集团工会组织开展妇女权益保护普法培训,特邀东港法庭庭长、锡山法院资深法官谢研讲解民法典

相关知识,用生动的案例有针对性的讲解法律法规。集团党委副书记、工会主席王竹倩作培训动员。大家纷纷表示,通过培训学到了很多法律知识,更提高了自身的法律意识。

西哈努克省副省长隆迪梦一行到访西港特区

3月10日,西哈努克省副省长隆迪梦一行到访西港特区,了解特区的生产经营情况,西港特区公司总经理曹建江热情接待。隆迪梦对西港特区取得的发展成果表示肯定,并表示西

哈努克省政府会继续支持西港特区的发展,助力特区引入更多来自世界各地的企业,打造国际化样板园区,为柬埔寨的经济发展提供持续动能。

本版编辑:卓之斌

