红豆

邵美泽题

HOdo Group 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 30 日 星期三 第 6 期（总第639期） 准印证号：S（2022）02000039 内部资料 免费交流

成绩单亮眼！红豆集团全员发力挖潜创效

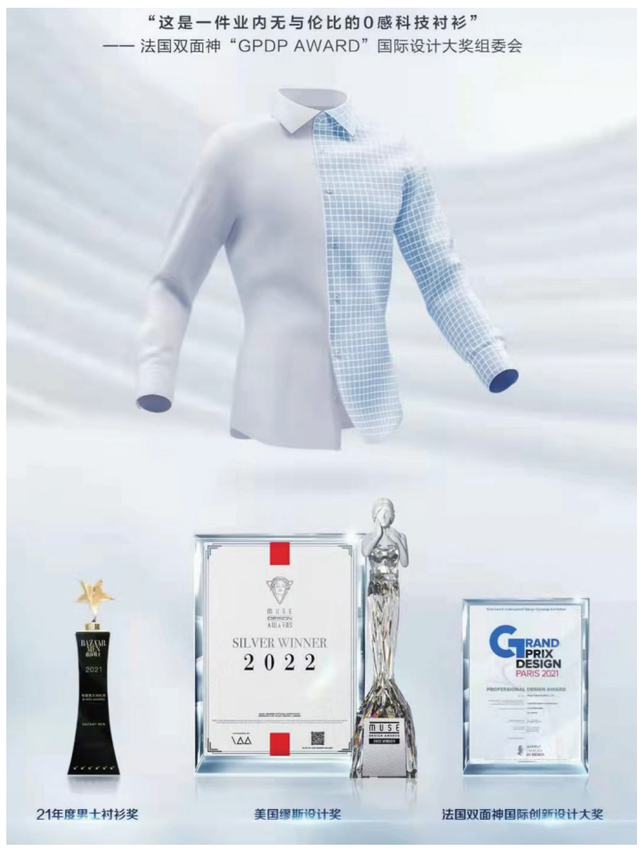
赵媛报道 红豆男装重磅推出的新一代舒适衬衫——红豆0感舒适衬衫，截至3月22日在天猫平台衬衫品类周交易成为增涨幅度最高品牌，线下累计复购率达43%，短短几天红豆天猫官方旗舰店访客比去年双11增长242%。如此佳绩，可见在3月红豆集团第十八届“挖潜月”活动中，在“强攻市场、实现双增”良好氛围中，红豆员工都付出了不亚于任何人的努力。

不仅如此，自3月17日上市以来，红豆男装开创的新一代舒适衬衫在天猫、京东平台衬衫单品销售第一，天猫平台衬衫类目店铺排名第一，天猫平台官方旗舰店新锐白领访客数环比增长55%，京东平台26-35岁客群占比较同期提升至41%，开辟“舒适”新赛道，一举占领主流消费群体心智，切实推进集团在线化、高端化发展。在今年“3.15”期间的中国质量检验协会“全国质量检验稳定合格产品”调查中，红豆居家红豆绒内衣和婴儿绵文胸获得“全国消费者质量信誉保障产品”、红豆居家品牌获得“全国内衣行业质量领先品牌”、无锡红豆居家服饰有限公司获得“全国产品和服务质量诚信示范企业”三大荣誉，彰显红豆狠抓质量成本，追求质量诚信，引导质量消费的诚信之风。通用股份半钢工厂紧抓提产增效，从人员、设备精度、现场管理等方面严抓落实，确保生产正常运行及快速提产。截止到3月28日，实际生产21.37万条，完成率（下转2版）

民族品牌红豆男装以创新驱动高质量发展

3月21日 中国经济网 近日，红豆股份推出的新产品“红豆0感舒适衬衫”火爆了微信朋友圈！微博话题罗永浩只要这件黑衬衫#，短短一天时间阅读数超1.1亿次。

据悉，3月17日，红豆男装举行行业首个AR衬衫发布会，发布引领衬衫舒适变革的重磅单品——红豆0感舒适衬衫，受到业界广泛关注。中国经济网记者获悉，这款衬衫，在一年多的研发时间里，设计师们翻遍了300万亚洲男士人体数据和168种剪裁版型；对比了全球76家大小品牌所用到的材料，进行了36次市场需求调研，最终经过了20余次修改、208次打板试样、102道制作工序，才得以面世。



民族品牌的转型之战

3月17日的发布会上，红豆0感舒适衬衫从易皱、不合身、不舒服等“致命痛点”出发，采用中奥两国功能纤维混纺面料，首创红豆超细旦纤维配比，比蚕丝还细1/5，给人带来轻盈、柔软、弹性、透气等多种舒适体验，通过加入瑞士HeiQ高分子聚合物让面料可感温、控温，与国际顶级男装品牌Armani前设计副总裁联合设计，并首创红豆5项3D立体剪裁，采用10处高定工艺及3种奢侈品级辅料，从面料、版型、设计、工艺、辅料全方位诠释舒适，使衬衫比肩国际大牌，给人极致的奢侈品级舒适体验。

该款衬衫还获得了法国双面神国际设计大奖、美国muse大奖、芭莎年度男士衬衫奖。

此次活动，是红豆男装以科技创新践行“经典舒适”新战略的一大力作，也是红豆集团认真落实新发展理念，积极贯彻全国两会精神，推动企业高质量发展的又一举措。

红豆集团董事局主席周海江表示，今年政府工作报告多次强调“稳”，要坚持稳字当头、稳中求进，要坚持创新驱动发展，推动高质量发展。对于我们民营企业来说，就是要通过创新来打造有影响力的民族品牌，来加快转型升级，实现企业高质量发展，红豆男装目前进行的是进化升级、占领心智之战，也是民族品牌转型之战，我们有信心做好。

以颠覆性创新给人以极致舒适体验。

在世纪疫情和百年变局交织的背景下，在行业技术进步和消费升级的大趋势下，企业如何在更加不确定的世界中谋求高质量发展？作为国内经典舒适男装品牌，红豆男装的答案是——以差异化创新提升核心竞争力，推动品牌提档升级，走高端化、数智化、在线化发展之路。

此前的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，红豆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，在服装行业内获得广泛关注。中国服装协会专职副会长周一奇盛赞红豆男装“充分体现了我国服装行业的创新活力”。

好产品成就好口碑，红豆0感舒适衬衫也获得科技大佬罗永浩、知名财经作家吴晓波、陆毅、严屹宽、胡兵等众多大咖点赞。罗永浩说，好衬衫一件就够了，红豆男装专注舒适65年，打破传统衬衫设计约束，让更多人穿上奢侈品级的舒适衬衫。财经作家吴晓波说，科技再颠覆世界，从红豆0感舒适衬衫开始。”

抢抓数字经济新机遇，开辟转型升级之路

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产业化和产业数字化。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。

作为深耕服装行业65年的红豆来说，在行业内领先一步，在数智化发展方面业绩不俗。

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，以数字化应用实现生产要素间的全域连接，工厂单耗成本下降10%，提高生产效率20%，在制品减少30%，成为纺织制造业转型升级灯塔；公司线上化加速，仅红豆男装小程序GMV销售2021年上半年累计破亿元，超去年全年；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。2021年12月，红豆男装更是凭借其卓有成效的数字化转型升级，揽获“杰出数字化升级优秀实践奖”。

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，是企业在数字经济方面的快速发展和积极实践。

对于红豆的发展，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲说，“65年来，红豆以衣载道、专注专业，持续定义着中国男装的舒适与品质，实现着人民美好憧憬；65年来，红豆以衣陈情、传承创新，持续演绎着中国文化的深厚与温情，缔造着知名民族品牌；65年来，红豆以衣明志，登高望远，持续推动着中国制造的转型与升级，开拓着产业发展高度。

国潮兴起凸显国货自信和民族品牌自信，也体现了文化自信和中国自信，这些“中国力量”也印证着中国的高质量发展。

正如红豆集团董事局主席周海江所言，“振兴民族品牌是中国企业的共同责任，红豆从0感舒适衬衫开始，我们有志推动和引领一场新时代的衬衫变革，努力打造有影响力的国际品牌。”

国货品牌红豆再次『出圈』 开创舒适新赛道

3月30日 中华工商时报全联通 国货品牌红豆男装再次火爆“出圈”！3月30日中午12：00，红豆男装携手中国第一男模胡兵，在抖音平台首创了一场来自“元宇宙”的虚拟大秀直播，胡兵现场演绎数十套红豆舒适男装，“VR开场秀”、“新品上线”、“兵哥时尚课”、“爆款返场”四个部分，给人带来全新的数字虚拟直播体验的同时，也更突显了红豆舒适男装，以科技加持给人以舒适到极致的体验特性。

在此前的直播中，一向对衣服版型、质地、舒适度都有着非常严苛标准的胡兵表示，在中国的服装企业，能够做到65年的不多，65年还能做出现代年轻人喜欢的衣服更是难得。他之所以喜欢红豆0感舒适衬衫，不仅在于它有型极致舒适，更在意的是，民族品牌红豆在国际竞争中的不懈进取、追求卓越的精神。

从3月9日红豆男装战略发布、到3月17日行业首个使用AR发布新一代舒适衬衫，再到3月30日胡兵破次元直播助力品牌升级，短短二十多天，瞄准经典舒适男装定位，红豆股份旗下红豆男装用一系列行动表示了其加快品牌高端化转型的魄力和决心，而天猫、京东平台衬衫单品销售第一，天猫平台衬衫类目店铺排名第一的业绩也证明了红豆开创舒适新赛道的睿智和远见。

在国货崛起、男装市场逐渐回归本土的大背景下，当绝大部分男装品牌都在习惯性追求时尚、潮流时，红豆男装另辟蹊径，首创舒适男装新赛道，可谓出奇致胜！且根据市调数据推测，在国内男装6000亿市场规模中，2025年能够被“舒适”打动的购买力约为3500亿！

中国服装协会专职副会长周一奇非常认可红豆男装瞄准服装“舒适”新赛道，他说，这必将在中国服装行业引起更多关注，为中国的纺织服装企业高质量发展做了更好的示范。他说，作为服装企业要积极把握个性、国潮、舒适大趋势，未来发展可期。

其实，红豆的发展史，就是65年专注舒适的历史，品牌为舒适而生，红豆懂舒适、懂衬衫、更懂中国男人。红豆衬衫一直是红豆男装的拳头产品，也凝聚了品牌的舒适实力，从1992年开始生产，1993年，红豆高薪聘请台湾地区的衬衫专家萧文烽，引进国外一流设备，使红豆衬衫不到一年就达到国际标准，成为中国十大名牌之一。

而刚刚推出就火爆线上线下的红豆0感舒适衬衫，更是开创了新一代舒适衬衫，引领了衬衫舒适革命。这款衬衫与国际顶级男装品牌Armani前设计副总裁Patrick Grandin联合设计，并首创红豆5项3D立体剪裁，采用10处高定工艺及3种奢侈品级辅料，从面料、版型、设计、工艺、辅料全方位诠释舒适，凸显了红豆的创新实力。科技带来的全新体验连罗永浩都直言喜欢，像吴晓波、陆毅、胡兵、张铭恩、庞博等各路名人明星都表达了自己对这款衬衫的喜爱。“这是一件无与伦比的舒适衬衫”，红豆0感舒适衬衫一举摘得了世界三大工业设计“奥斯卡奖”之一法国双面神设计大奖、全球创意设计领域最具国际影响力的奖项之一美国缪斯设计奖以及中国芭莎男士年度男士衬衫奖。

开创全新的舒适赛道，一直专注于打造舒适产品，在红豆集团董事局主席周海江看来，是红豆一直致力于自主创新的结果，他说，自主创新就是要差异化，在当前同质化竞争时代，差异化是企业唯一的出路。

“65年来，红豆以衣载道、专注专业，持续定义着中国男装的舒适与品质，实现着人民美好憧憬。”这是中国纺织工业联合会会长孙瑞哲对红豆的肯定，也高度概括了一个民族品牌的执着与坚守。

简明新闻

集团召开“强攻市场”智慧零售推进会

为进一步加快集团各品牌线上、线下发展步伐，加速推进智慧零售，3月25日，在锡东财富广场，集团组织召开“强攻市场”智慧零售推进会，各品牌代表分享交流小程序、抖音、天猫等平台的运营经验和创新做法。红豆集团董事局主席周海江，各一级公司董事长（总经理）、总部部长等出席会议，各公司连锁总监、电商总监、天猫负责人，抖音直播负责人等参加会议。

西港特区公司参加2022无锡“国际月”活动

3月24日，“2022无锡‘国际月’暨国际赏樱周开幕式”通过线上线下联动的方式隆重举行，无锡市市长赵建军、江苏省委常委、常务副省长费高云、中国人民对外友好协会副会长姜江、中国公共外交协会副会长罗林泉、韩国驻上海大使衔总领事金胜镐、日本驻上海大使衔总领事赤松秀一先后为开幕式致辞。西港特区公司董事长陈坚刚受邀参加。开幕式上，多个国际交流合作平台和项目启动发布，陈坚刚与相关单位领导一起参加了中柬（锡西）协作平台的启动仪式。据了解，中柬（锡西）协作平台旨在汇聚无锡市资源，深度推进无锡市与柬埔寨西哈努克省在经贸、教育、医疗、文旅、法务、慈善、公共卫生等领域的合作，助力西哈努克港经济特区2.0升级版的建设。

通用股份开展安全、工艺联合巡查

为实现强化管理，狠抓内功，通用股份董事长顾萃带队组织对各工厂工艺质量、安全、现场进行联合检查，并对新产品、工程胎等项目落实情况进行实地跟进，为进一步助推抢抓市场夯实基础。

通用股份两化融合升级贯标启动会顺利召开

3月25日，通用股份各职能部门在千里马商学院召开两化融合升级贯标启动会，公司针对信息化和工业化融合管理体系升级进行贯标工作。总经理程金元表示推动两化融合管理体系，将助推公司加速数智化转型，为提升企业综合竞争力提供重要保证。

本版编校：卓之敏

防疫发展两不误
红豆转型跑出“加速度”

秋枫报道 天猫、京东平台衬衫单品销售第一，天猫平台衬衫类目店铺排名第一，红豆天猫官方旗舰店访客比去年双11增长242%。这是自3月17日，红豆男装推出新一代舒适衬衫——“红豆0感舒适衬衫”，短短几天以来取得的傲人成绩。在轮胎板块，通用股份泰国工厂2月销售额达3300万美元，同比增长309%。

而在红豆集团办公楼、会议室、餐厅、宿舍等区域，每天都有50多名党员志愿者，为员工们细心的做好扫码、测温等防控工作，为集团筑起疫情防控“红色防线”。

一手抓好疫情防控，一手抓好生产发展。当前，红豆集团正认真贯彻落实中央和省市区有关会议精神，按照最新部署要求，做到疫情防控与生产发展两不误，奋力冲刺一季度“开门红”。

一丝不苟抓防疫

不在抗疫一线，同样要担好第一责任。自本轮疫情发生以来，红豆集团党委高度重视，在集团疫情防控领导小组的领导下，同时积极响应江苏省委组织部发出的《关于在坚决打赢疫情防控阻击战中充分发挥党组织和党员干部作用的通知》要求，继续发挥70多人的党员先锋队和270多人的红豆志愿者团队作用，全力落实疫情防控各项举措，织牢疫情防控网。

疫情防控，党旗飘在一线，党员冲在一线。3月12日一早，为积极响应无锡部署开展的门铃行动，红豆集团20名党员志愿者积极行动起来，他们立刻奔赴集团几大宿舍区，挨家挨户做好信息摸排、登记工作，并提醒员工做好防疫措施。

3月13日，由于国内疫情多点散发，无锡进一步加强疫情防控措施。14日一大早，红豆集团行政部党员们赶到红豆嘉园宿舍，配合东港镇社区人员，对返锡员工进行逐一登记，并做好居家隔离工作及后续的后勤保障、核酸检测等工作。集团安保部还通过线上登记方式，提高进出集团货运车辆查验效率，并主动分担附近高速口的查验点工作。

全国多地出现的疫情，也牵动着红豆人的心。为助力上海市全员核酸筛查，红豆上海党支部积极响应号召，第一时间组织志愿者先锋队冲锋在前，配合地方进行全员核酸筛查工作，守护广大群众的健康安全。

社区是防疫第一线。红豆志愿者还积极响应街道政府号召，积极投入到防疫第一线，在南京、无锡等地的红豆物业人员严查进出，做实登记、测温措施，构筑安全防护墙。“感谢红豆志愿者！”社区群众纷纷说。

铆足干劲忙发展

暂时的疫情不会阻挡发展步伐，红豆用创新和奋斗奏响了加速高端化转型的“春天序曲”。3月17日以来，以颠覆性创新火爆“出圈”的红豆0感舒适衬衫，就是红豆以科技创新践行“经典舒适”新战略的一大力作，也是企业认真落实新发展理念，推动高质量发展的又一举措。这款衬衫与国际顶级男装品牌Armani前设计副总裁联合设计，并首创红豆5项3D立体剪裁，采用10处高定工艺及3种奢侈品级辅料，从面料、版型、设计、工艺、辅料全方位诠释舒适，凸显了红豆的创新实力。科技带来的全新体验连罗永浩都直言喜欢，像吴晓波、陆毅、胡兵、张铭恩、庞博等各路名人都表达了自己对这款衬衫的喜爱。并一举摘得了世界三大工业设计“奥斯卡奖”之一法国双面神设计大奖、全球创意设计领域最具国际影响力的奖项之一美国缪斯设计奖以及中国芭莎男士年度男士衬衫奖。

紧抓“一带一路”机遇，红豆国际化发展快速。据统计，今年1-2月，红豆集团在柬埔寨主导开发的西哈努克港经济特区内企业累计实现进出口总额4.37亿美元，同比增长42.81%。通用股份奋力抢滩全球贸易市场，先后在海外建立工厂和柬埔寨工厂两大生产基地。今年以来，泰国工厂开足马力加紧赶制订单，满足公司海外市场需求。

今年3月，也是红豆集团深入推进的第十八次“挖潜月”活动，重点就是“增长”。活动开展以来，红豆居家在3.8文胸节期间，通过线上线下齐发力，完成销售7774万元。

同心抗疫勇担当，创新发展迎春来。红豆集团正抓紧抓好抓实各项疫情防控措施，千方百计、凝心聚力跑出高质量发展的“加速度”。

通用股份：泰国工厂月销连续突破3000万美元

王文婷报道 销售再创新高！3月15日，记者从通用股份（601500）了解到，2022年公司泰国工厂2月销售额达3300万美元，较上年同期增长309%。今年1月，泰国工厂销售额就首次突破3000万美元，海外营收规模和盈利能力持续提升。

此外，通用股份第二海外工厂通用智能（柬埔寨），正热火朝天地建设中，该项目也是RCEP生效后，江苏省首个在RCEP成员国投资的超亿美元项目。依托中、泰、柬三大生产基地，通用股份正奋力抢滩全球贸易市场。

据了解，通用股份泰国工厂和柬埔寨工厂是公司紧抓“一带一路”机遇，在海外建立的两大生产基地。其中，泰国项目建设规模包括100万条全钢子午胎和600万条半钢子午胎，现已进入全面达产阶段。工厂通过创新引领、渠道建设，克服疫情、海运压力等不利因素，工厂盈利能力逐年增强。今年开年以来，工厂开足马力加紧赶制订单，满足公司海外市场需求。目前，工厂主要承接美国、欧洲、东南亚等多个海外市场订单。

作为通用股份的首个海外生产基地，泰国工厂自投产以来始终保持着产销两旺的势头。围绕“让每一条轮胎成为精品”的使命，工厂3月份正全面开展“挖潜月”工作，以提升质量和效益为目标，一场全员参与的群众性创新活动正在如火如荼展开。1000余条车间员工提出的“合理化建议”正在实施改进，“硫化机械手系统改善”、“提高机台反包胶囊使用次数”等QC课题逐步攻关。继“千条万条质量无废次品”活动后，今年，通用股份泰国工厂还通过开展“质量零差错”、“信得过班组”等活动，持续提高员工质量意识、提升过程管控能力、强化质量标准考核，全力打造卓越产品。

2021年12月，通用股份再度增资泰国基地7800万美元，用于进一步提升产能规模，增强仓储物流能力，以更好的满足海外市场需求。2022年，泰国基地将充分发挥产能优势，外贸业务盈利能力进一步增强，为公司业绩增长奠定坚实基础。

生产技术先进、技术管理团队优秀、产品实力强大，泰国工厂已日益成为通用股份新的增长点。中国、泰国、柬埔寨三大基地互补联动，将进一步增强公司综合实力和应对国际贸易壁垒的能力，对扩大全球市场占有率具有重要意义。