

因为有爱，所以不累！ 红豆国际争当抗疫“急先锋”

“叮”“1000个定制防疫包？”
“叮”“我来！”
“叮”“500个睡袋？”
“叮”“安排！”
“叮”“1000份方便面？”
“叮”“保证送到！”
“叮”“毛巾、拖鞋各100份？”
“叮”“领命！”
“叮”……

3月的最后一天，新冠疫情以前所未有的迅猛态势席卷而来，红豆国际党委第一时间启动疫情防控应急响应机制，积极落实防疫政策，全力保障物资供应。

4月3日凌晨1点，正调配防疫物资的红豆国际党委委员、红豆国际公司总经理吕黎，又接到了紧急任务——无锡医护人员驰援上海抗疫，需调集508件红豆双面夹克！她随即联系相关人员，开展调配、筹措工作。下午14点，无锡赴沪的医护人员已经穿上了红豆夹克，带着期待和祝福，出征援沪！

党组织强大的号召力！党员干部高效的执行力！强大的供应链体系！许多政府部门表扬红豆集团，每到抗疫的关键时刻，红豆总能

第一时间响应，第一时间行动起来。从2020年开始，红豆集团紧急转产防疫物资，争当防疫“后勤兵”，受到国务院联防联控机制医疗物资保障组表彰，是当之无愧的抗击疫情“军工厂”。

响应市委组织部发出的“冲锋在前、先锋攻坚”号召，红豆国际防疫应急物资保障小组成立后，党员干部24小时坚守工作岗位，吃住都在公司。物资有没有短缺、库存是否充足、运输道路是否畅通……眼下各社区处于管控状态、物资需求量大，怎么进场，怎么配送，协调工作量猛增。凌晨接任务、连夜打包送达，办公室灯火通明，热火朝天，这已经是红豆国际防疫应急物资保障小组的工作常态。

“叮”电话铃又响起，吕黎赶忙接起，“急需5000件防疫物资，请迅速安排！”115份日用品、500份慰问物资、2000份睡袋、毛毯等应急物资连夜连夜陆续送达一线防疫工作者手

中。有关部门向红豆紧急筹措的2000份应急防疫物资爱心包，也连夜送到了无锡4个高速防疫管控卡口。矿泉水、面包、方便面、酒精湿巾……司机把爱心包纷纷发上了抖音，“在无锡市锡山区高速上领取到的爱心包！太暖心了，点赞无锡温度！无锡速度！”

红豆国际所有员工坚守岗位，24小时随时待命。人民路万花城、中山路万花城、电商公司、国际广场、阿福一公司等团队闻令而动，迎难而上，连夜调动所有力量保障物资供应及时、顺畅。人民路万花城副总监王旭在办公室连住7天，随时调集各方物资，沟通物流运输通宵送货，联系各类供货商，突破重重封锁，克服封路封库困难，保障各类物资供应，夜里3点接到锡山区商务局物资保障电话，5点将1600份防疫物资送到；商业招商中心李伟不顺手受伤发炎，一直支援在防疫物资搬运岗位上……

89年的年轻党员、阿福一公司周艳带着公公、老公、儿子齐上阵；身为孩子母亲的阿福三公司施娟将家人和自身安危抛在脑后……以前从没有过重活的人们，如今一箱箱地扛起物资，累得腿打哆嗦也从未打过退堂鼓。

“抗疫一线人员最辛苦，我们只不过做了一点小事。心中有爱，再累也不累！”她们肩扛起的不仅是一箱箱物资，更是作为红豆人的责任与担当。

一声召唤，红豆国际



的热血男儿闻令而动。孙家福收拾了几身衣服连夜赶到公司，送货送货24小时在线，连续2周都是半夜行动，经常忙的整夜不睡，饿了就喝水，克服物流运输受限困难，及时把物资送到相关人员手中；王刚、潘亚峰、夏明主动“挽活儿”，单位的保障车辆不够用，他们就开自己的车，一天来回好几趟，最忙的一天，他们只在车里休息了2小时又接着干；颜晓伟等党员干部，主动放弃假期休息，坚持在岗，把自己的工位当成了临时宿舍，一待就是一星期，值夜班、接电话、搬物资，统统不在话下……

保障一线防疫物资紧跟、不断线。从今年第一轮疫情暴发以来，红豆国际已为各政府部门、企事业单位送达1万份爱心包及睡袋、毛毯等应急物资共计20万余件货品，第一时间保障防疫物资需求。

疫情就是命令，防控就是责任，岗位就是战场！红豆财富广场负责人戴惠红连夜组建起65人的防疫应急队伍，全员坚守防疫前线，逆行而上，与时间赛跑，与疫情较量。实施员工排



查、人员管控、区域消杀等各项防疫管控措施要求，协助社区开展全员核酸检测工作，协调各项资源采购各种速食便餐，保障大楼滞留人员的饮食。

后勤不后站，全力保一线！在这场没有硝烟的战场上，一线人员彻夜奋战，红豆党员干部保障防疫物资生产也不后退，他们用满腔热情，积极架起与各级联动沟通的“桥梁”，为做好一线工作人员的物资筹备和后勤保障工作贡献力量，成为不可或缺“后勤保障兵”。他们是一盏明灯，更是一面旗帜，绽放出耀眼的光芒，激励更多的红豆人有担当、有作为，齐心协力，共克时艰！

(王文婷)

丢掉勒人的文胸！ 享受“高弹不勒”的舒适

中医研究表明，女性乳腺健康问题多与文胸造成的局部气血不畅有关，过紧的文胸会影响局部血液循环，引起不适，长时间穿着还会在身上留下勒痕。可见，女性乳腺健康与文胸的关系不可小觑。所以文胸一定要选择舒适的。对于现代女性来说，一天当中最爽的时刻应该就是回到家解开文胸的那个瞬间了，憋了一天的胸终于得到释放。长期穿着紧勒的文胸，容易引起乳腺疾病，据《中国乳腺疾病调查报告》显示，我国女性乳腺疾病的发病率高达52.4%。

近几年，随着社会进步带来的女性自我意识和消费能力的不断提升，女性消费群体对文胸的选择已经从“悦人的有型”转变为“悦己的舒适”。在“悦己主义”风潮下，无尺码的文胸成为了新的消费主流，但是这类文胸也存在“底围不舒适”的问题，过紧太勒不舒服，过松文胸易移位。那有没有一款文胸底围舒适刚刚好呢？红豆居家敏锐的洞察到消费者的痛点，率先在行业内推出了“高弹不勒”的文胸。通过研究近万名不同身高、体重、罩杯的女性身材，再结合女性日常高频动作，反复打磨版型，最终研发出婴儿级养护文胸。

文胸的底围如何做到高弹不勒舒适刚刚好呢？婴儿级养护文胸运用3道织造工艺，经测试达到了领先行业的5级弹力，让文胸穿戴起来高弹舒适，能够轻松不跑位，稳定不紧绷。红豆居家首创了文胸底围的舒适指数标准，只有达到5级弹力的文胸才是舒适文胸，这弥补了文胸行业内这一领域的空白。

同时针对不同部位做了分段式设计，不管是生活、运动等一系列场景下，穿起来更加贴合，实现了底围不勒，高弹舒适。针对传统文胸模杯不贴合的问题，婴儿级养护文胸采用了轻薄的3D动态空气杯，保证了小胸不空杯，大胸不溢杯，更加贴合有型，释放女性的自然之美。轻薄的乳胶模杯长时间穿戴也不会觉得闷热、不舒服。罩杯里料采用3级柔软里料——桑蚕丝，富含天然蚕丝蛋白和氨基酸，柔软亲肤，滋养润肤。每一个细节将舒适落到实处。

婴儿级养护文胸自上市以来，凭借高弹不勒的穿着体验，圈粉无数迅速收获了大批消费者的认可和支持，全国累计热销已超40万件。红豆居家坚持致力于舒适内衣之路，此次希望通过这款“高弹不勒”的婴儿级养护文胸，让广大女性同胞告别紧勒的文胸，拥抱舒适文胸，从而帮助更多女性找到自己的舒适圈。文胸想要舒适有型，就选婴儿级文胸，红豆居家，为舒适而生！

(王烨雯)



抗“疫”一线党旗红！ 通用股份抗疫有“方”，发展有力

“赢”战疫情，上下同心，迅速行动，通用股份跑出“加”速度。3月31日晚7点，在春寒料峭的蒙蒙细雨中，红豆集团通用股份由21名党员志愿者组成的党员先锋队及干部员工全力配合社区进行本次疫情以来第二轮核酸检测，一直到当晚11点多结束，圆满完成2568例核酸检测。

而为了迎接3月30日晚上开始的突发疫情，他们当中很多人整夜未眠，成功配合完成了第一轮全员核酸检测，有的已连续奋战近40个小时。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，严格按照无锡市、锡山区第一时间启动的应急响应机制部署，积极落实集团党委的计划安排，通用股份党委闻令而动，逆行而上，迅速组织党员突击先锋队、党员志愿者，全力落实疫情防控各项措施，织牢疫情防控网，保障生产、生活的有序进行。

逆行！坚守！党员义不容辞！通用股份党员，行政部负责人、工会主席徐文霞，自去年2月接手公司行政后勤工作以来，组织指挥、配合公司安保部门联合行动，担任防疫抗疫重任，已完成5轮公司全员核酸检测任务，检测12600余人次。她积极组织公司预备党员、后勤人员保质保量完成“门铃行动”任务，同时还积极采购药物运往泰国公司，用于支援公司海外抗疫。

3月30日深夜，新一轮疫情来临之际，通用股份党员突击先锋队迅速到位，他们连夜调配防疫物资，党员志愿者们则在宿舍区

挨家挨户做好信息摸排、登记工作，同时积极落实后勤保障，配合社区、组织员工开展全员核酸检测。

刘时荣，通用股份安全科长，作为一名从车间一线成长起来的青年党员骨干，他长期奋战在安全管理最前沿，哪里需要哪里就有他的身影。疫情期间，他更是不分白天黑夜，冲在战疫一线。突然的疫情对原材料和产品物流交通带来极大障碍，通用股份实行“点对点”防疫闭环管理，保持与物流车辆司机24小时联系，根据政府疫情管控要求，提前做好手续报备、送单，货物的转运、消杀，再安全送至高速出口，严格扣住每个环节，及时响应外来车辆需求，做好解答和指导。3月31日他配合好第二轮全员核酸检测，回到家已凌晨1点多，而他坚持在岗已经两天一夜。对于连续奋战在抗疫一线，刘时荣觉得这些都是他应该做的，作为党员就应该带头。

抗疫不松懈，发展迈大步。3月31日，通用股份泰国工厂传来好消息，该工厂3月份发货突破1000个货柜，销售突破3500万美元，较上年同期增长96%，发货和销售额再创新高，今年1月，泰国工厂销售就首次突破3000万美元，海外营收规模和盈利能力持续提升。

在海外疫情持续蔓延的严峻形势下，能取得如此佳绩，离不开通用股份泰国工厂党支部。这支“最强党支部”的引领，他们



克服疫情带来的海运货柜发货难、员工流动管理难等重重挑战，通过强化防疫宣传，极大障碍，通用股份实行“点对点”防疫闭环管理，保持与物流车辆司机24小时联系，根据政府疫情管控要求，提前做好手续报备、送单，货物的转运、消杀，再安全送至高速出口，严格扣住每个环节，及时响应外来车辆需求，做好解答和指导。3月31日他配合好第二轮全员核酸检测，回到家已凌晨1点多，而他坚持在岗已经两天一夜。对于连续奋战在抗疫一线，刘时荣觉得这些都是他应该做的，作为党员就应该带头。

贯彻“中泰一家亲”的企业文化，开展以党员带头，班组“一对一”联动，实施“网格化管理”，关键时刻党员顶上去，通过党员干部的率先垂范带动和感染全体员工，确保了产销两旺。党员王少军，通用泰国工厂安环科副科长，面对疫情常态化，积极带领条线人员对外来单位坚持抓实“三个到位”，严格管控第三方的进出许可手续、人员健康和现场作业防护，同时落实每周三次抗原检测，对于内部员工坚持宣传教育不厌其烦，抓好员工动向日清日报制，协助解决员工的实际困难，实现动态防疫管理。

另一方面，通用股份第二海外工厂通用智能（柬埔寨）项目，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，通用股份在打好疫情阻击战的同时，正奋力抢滩全球贸易市场，发展再提速。（卓之敏）



红豆男装牵手戚薇，你get到那个点了吗？

男士对衬衫的重视，不亚于女士对口红的热衷。

可是，作为全球第二大经济体的中国的男士们，你有几件本土品牌的衬衫？

不言而喻的结果，恰是中国民族品牌的一个痛点。大家都很期待，能有一个民族品牌，有能生产出一件既舒适又有品质，既高端又不高价的衬衫，打破被西方霸占的行业话语权！

那么，一件好衬衫最本质的标准，对男人和女人来说各是什么呢？科技大佬罗永浩说，就是“舒适，舒适，还是舒适！如果集合了科技属性，那就更加完美。”财经作家吴晓波认为：一件衬衫的选择是品质的要求，而衬衫舒适度是选衬衫的重要标准。

当然衬衫也不是男性的专属，女性穿着衬衫也有着她们独有的气质。作为半边天的女士对一件好衬衫的标准又是什么？

一家深耕服装领域65年、积累了300万亚洲人体数据的服装企业——红豆男装作出了一次尝试：邀请知名演员、歌手戚薇担任红豆男装品牌代言人！

作为时尚圈宠儿，戚薇日常造型百变，极具挑战性。戚薇平时对服装颇有研究，不仅时尚品味独到，且对品质要求极高，日常着装精挑细选、从不将就。这是她首次与男装品牌合作。红豆0感舒适衬衫上身体验后，戚薇就把女性的温柔和霸气体现的淋漓尽致，演绎了男女风衬衫穿法，展现出酷飒造型，刚柔并济，诠释着衬衫的别样魅力。她也坦言，本人正是被这款舒适衬衫的柔软亲肤所吸引，尤其是产品背后的科技含量和制衣工艺，以及致力于打造“经典舒适”的态度，让她觉得这款衬衫可以成为她心目中的舒适潮流选择。

红豆男装为什么找女性代言人？

“男装是否只能男士穿着”已经是一个开放话题。90年代，日本化妆品公司已经邀请过男星来代言口红。红豆男装希望打破性别藩篱，让衣服回归穿着本身，代言人与产品的契合，才是品牌方考量的标准。

虽然很多人都说，男人的衣服其实是女人在包办，但是新时代的男性已然非常优秀，早已

打破了“贤内助”的刻板印象。红豆男装选择来戚薇女士，希望跳出俗套，从有男生个性的女性视角来看男装，给出一种精致舒适的特别解读。同时，她利落的长相和身材，男装上身，能够呈现一种男士难以呈现的中性美，她代言红豆0感舒适衬衫，也是为喜欢男装的女士做了穿搭示范。这种反差，更能引发市场关注。

戚薇如何表现0感舒适衬衫？

红豆自1957年诞生到现在，65年里无论时尚风向标调转几次，面料改革多少迭代，他们始终坚持以“舒适”作为唯一信条，一件衣服穿在身上不舒服，就不算好衣服，人穿衣服而非衣服挑人。

红豆所有产品的研发都是基于“舒适”这一核心诉求，科技创新完全服务于舒适度。不管是红豆居家还是红豆童装，都在用产品的科技成分向消费者传递舒适，戚薇正是红豆男装向每一位消费者诚恳剖开内心的代言人。

戚薇自带一种松弛感，在大众看来，她想恋爱，想结婚就想结婚，想生孩子就生孩子，她让广大的女性看到了做女人的另一种可能性——放松且舒适。戚薇能够这么“不费劲”，是因为她非常努力。婚姻好比衣服，舒不舒服，自己知道。戚薇以‘让自己舒服’的方式经营婚姻，与红豆男装“以舒适为标准”做一件衬衫，正是一种完美契合。

戚薇如何演绎男士穿着场景？

红豆男装邀请戚薇代言0感舒适衬衫，正是她的身型和气质对男装有驾驭感，有中性能量，而且这种气场非常契合这款产品“舒适兼具挺括”的特征。

戚薇平时工作繁忙，生活琐事需要高效处理。她工作场合多样，虽然是女性，但她的工作情境与男士类似，非常符合0感舒适衬衫一次性解决男式衬衫“太过正式”、“穿着感紧绷”、“不符合休闲场合穿着”、“不容易打理”、“散热保暖都有问题”的几大痛点。

红豆0感舒适衬衫融合了128项舒适专利，从科技面料入手，实现“晾干就能穿”“免熨烫”“冬暖夏凉”的男士穿衣理想，结合人体工程学，首创5项3D立体剪裁，集300万人身体数据，解决穿着紧绷、不合身、款式死板

等问题，这款衬衫不仅为了穿着舒适而努力，也是为那些奋力打拼的人加buff。

戚薇如何表达这份亲民的“奢侈”？

据介绍，0感舒适衬衫的研发过程凝聚了诸多“奢侈元素”：邀请Armani前设计副总裁Patrick Grandin提供高定设计灵感；10处高定工艺，每件衬衫都经历102道工序，背后是海量的场景模拟测评，最终打造出最符合中国男人身材的优选衬衫；尤其是“中奥两国功能纤维混纺”面料，细腻、轻盈、透气，以满溢“0感”体验，还采用了首创红豆超细旦纤维混纺，使得衬衫得到机洗后依旧免烫的效果，既亲肤舒适，又保持挺括有型；红豆男装还与瑞士HeiQ海屹专利合作，在衬衫中加入瑞士专利HeiQ高分子，让衬衫能够感知体表温度，从而实现智能控温的效果，这也是瑞士HeiQ公司革命性的纺织技术HeiQ Smart Temp高分子聚合物首次大规模应用于男士衬衫，是舒适与科技的完美结合；最特别的是在全球范围内甄选出三大奢侈品级辅料完成整体制衣，包括中国景德镇陶瓷扣、德国Wendler高端有纺衬、德国Gutermann高端缝线。一针一线、千锤百炼，处处彰显细节与品质，所以这件“新作”完全担得起“奢侈品”的称号。

当然，每个人心中对于“奢侈品”的定义是不同的。戚薇在演艺圈的经历塑造了她的性格，她的一言一行诠释着自己的强大，什么东西对于她是“奢侈品”——就是她自己。论性格，她耐心打磨自己，凭实力给自己安全感，她在感情里从容，一定程度上因为她懂得，这件衬衫采用的德国Gutermann高端缝线一样强大有韧劲；论经历，也类似24面钻石切割的景

德镇陶瓷扣，多领域挑战，打磨自己，让自己如钻石般熠熠生辉；论性格，跟德国Wendler高端有纺衬似的有型，娱乐圈里沉浮，她一贯为人坦荡，不做作、不讨好，我们产品的“奢侈”也是在于这份长在骨子里的坦诚和坚持，产品与人呼应，代言人是对其产品的人性化诠释。

红豆男装开创男装舒适新赛道！

目前，红豆股份将自身男装产品瞄准“经典舒适男装”，并提出了以高端化、差异化适应消费升级；以数字化、在线化适应数字经济时代；以柔性化、智能化生产适应个性化定制需求，进行自我突破，自我革新。红豆男装通过科技赋能革新制衣，以全新的视角定义衬衫制衣新标准，亲民又不失奢侈品品质。这或许就是发布会后红豆这款新品在业内引起广泛讨论之余，在科技、时尚、金融等各圈层全面爆发的直接原因。

65年梭织经纬，经纬交错间，红豆奉上新作，护住那份体温，慰藉都市里每一颗奋斗的心。用吴晓波的话来说，这款衬衫性价比超高，就算对生活挑剔，也能将你攻破，有趣的是，它的设计每一寸都恰到好处，两个字，懂你。

(2022年4月2日 中国财经网)

