

红豆集团: 建牢安全管理体系 企业发展更安全

“厂区大门的外围消防管网水压出现异常……”6月20日上午10点,在无锡通用股份厂区内,当班安全员刘时荣在巡检时,手机上的“消防水压监控系统”给他发送了一条安全隐患提醒。他随即在“红袖章群”里进行通报提醒。消防控制室值班人员也同步收到了这条警报,并立即进行检测。以往遇到这种情况,他们需要爬上十几米高的屋顶查看水压,现在有了这套“消防水压监控系统”,只需要在控制室就能排查隐患。处理完毕后,刘时荣再次通过手机登入系统,进行反馈。

“消防水压监控系统”、火灾监控系统(“火眼”)、智能烟感系统等,这些智能设备,都是近来红豆集团给安全生产管理系统装上的“火眼金睛”。连上网,它们就能快速辨识安全生产风险隐患,有助于实现隐患排查治理体系的闭环管理,达到可考核、可管控、可追溯的目的,从而进一步落实企业安全生产主体责任。

今年6月是红豆集团第21个“安全生产月”,围绕“遵守安全生产法,当好第一责任人”主题,深入学习党中央“疫情要防住、经济要稳住、发展要安全”精神,并通过编制普法手册、在线答题、应急演练、安全生产培训等方式,开展了全员学习、全员行动。

2021年,新修订的《安全生产法》强调“全员”安全生产责任制。做好安全生产工作,必须懂、熟知新修订的《安全生产法》,人人都当“第一责任人”。今年以来,红豆集团共开展安全生产巡视1200多场

次,其中由企业第一负责人带队开展的就有100多场;安全隐患自查和整改率达100%;开展“消防栓操作”项目竞技比赛、“有限空间应急预案实战”等演练共计93次,5500多名职工参与;1.1万人次参加了安全生产培训。

通用股份和紫杉药业通过了ISO14001环境管理体系、GB/T45001-2020职业健康安全管理体系认证审核。此外,紫杉药业获得了“2021年度安全生产专项整治行动先进集体”荣誉称号,“安全环保监督员”高红的“安全隐患随手拍”作品《疏水阀更换》获优秀奖。

抗击疫情,坚决守护“稳生产”安全防线。今年,红豆集团300多名党员组成志愿者团队,全力落实疫情防控各项举措,织牢疫情防控网。7月以来,为支援无锡封控区、管控区的疫情防控工作,红豆集团党委迅速发文《关于管控区红豆党员、干部、员工立即就地转为志愿者的紧急通知》,红豆党员第一时间到社区报道,做好隔离抗疫物资保供、搭建疫情防控健康驿站、协助全员核酸检测等工作。另一边,为全力保障原材料供应“不断线”,车间生产“跑起来”,红豆集团员工坚持“戴平口罩抓发展”。在疫情形势严峻的时刻,大家纷纷主动申请吃住住在厂区,以确保“强攻市场,实现双增”目标实现。

与以往不同的是,今年的“安全生产月”,红豆集团更强调把安全的理念贯穿生产经营管理全过程,强调由点到面、由面到体,建立并完善有效防范化解各类风险的安全管理体系。集团“规范化管理小组”牵头编制安全合规管理纲领性文件,梳理出包括环保安全风险、市场风险、法律风险在内的十大风控要点,各部门按照各自职责,领任务并采取相对应的措施。以法律风险管理为例,针对近来红豆集团在线化速度明显加快的趋势,法务与合规部就出台了规范网络销售、规范直播销售行为、网店检查等重点等8份法律意见书,确保安全稳定。

安全管理体系的建设,成为红豆提升管理绩效,增强安全发展、高质量发展的内生动力。在这一体系的指引下,红豆集团深化生产管理信息化,聚焦工厂管理数字化,在班组安全生产中引入新技术、新装备。如在强化安全生产上,车间上马了安全地毯、安全开关、安全光幕等智能设备,取代以往的防护网、防护栏,把

设备安全隐患“关进笼子”;在提升效率上,红豆运动装引入GIM服装智能制造软件云服务,搭建红豆工业互联网运营中心,建成“48小时快反工厂”。工厂为防控疫情研发的战高温神器“冰袋背心”,单件衣服从裁剪到下线仅需2小时,上线仅一天就热卖超2万件。

在安全管理中有一个著名的“海恩法则”:每一起严重事故的背后,必然有29次轻微事故和300起未遂先兆,以及1000起事故隐患。在企业安全发展上没有旁观者,人人都要坐两条腿的凳子。形势越复杂、越要绷紧弦,时刻保持危机意识和忧患意识。只有建牢安全管理体系,让一切隐患消失在可能出现之前,才能让企业的“安全感”更加充实、更有保障、更可持续。

(王文婷)



设备安全隐患“关进笼子”;在提升效率上,红豆运动装引入GIM服装智能制造软件云服务,搭建红豆工业互联网运营中心,建成“48小时快反工厂”。工厂为防控疫情研发的战高温神器“冰袋背心”,单件衣服从裁剪到下线仅需2小时,上线仅一天就热卖超2万件。

在安全管理中有一个著名的“海恩法则”:每一起严重事故的背后,必然有29次轻微事故和300起未遂先兆,以及1000起事故隐患。在企业安全发展上没有旁观者,人人都要坐两条腿的凳子。形势越复杂、越要绷紧弦,时刻保持危机意识和忧患意识。只有建牢安全管理体系,让一切隐患消失在可能出现之前,才能让企业的“安全感”更加充实、更有保障、更可持续。

(王文婷)

数字化转型加速! 红豆股份小程序上半年GMV破1.8亿

疫情影响下,企业数字化转型的步伐进一步加速。以零售业为例,一些企业通过对产品渠道、运营流程等进行数字化改造,助力在疫情期间保持业务连续性,也为把握数字化发展机遇夯实了基础。

服饰品牌红豆股份(600400)则以微信小程序为突破口,在拥抱用

户需求的同时,实现对用户的拉新、留存、促活、推广。记者获悉,红豆股份小程序业务2021年销售实现2.89亿,GMV增长近3倍,CRM会员拉新达220万,消费会员复购同比提升18%。2022年上半年,小程序业务再次快速突破,目前GMV已达1.8亿,名列腾讯智慧零售男装行业第一名。

“经典舒适男装”新品牌定位下的业绩支撑点

红豆股份在线化业务的快速突破,与其品牌转型密切相关,新定位拉动了品牌高势能客群,赋予其强有力的支撑点。

顺势而为,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,红豆股份以舒适服饰为探索点,明确“经典舒适男装”品牌定位,2021年正式拉开高端化转型的战略序幕。

疫情常态化下的品牌渠道建设,红豆股份深谙,随着消费渠道和消费选择更趋于多样性,线上渠道(DTC营销、电商平台、社交电商等)已经成为品牌除传统实体店渠道外的“必选项”。

但如何突围?红豆股份选择了微信生态下的私域,这个最有优势、最有特点、最快突破的战场。

品牌战略的统一。以红豆男装为例,当这个品牌在一二线城市面临突围困境时,君智战略咨询助力红豆打响了“舒适科技”,创新研发出了一款‘0感舒适衬衫’,更轻、更弹、更透气,上市即成为电商平台中高端衬衫销量第一。有了科技感的加持,红豆成功实现了产品与品牌升级。”

产品作为消费者与品牌商的链接点,红豆股份打造爆品时,第一步筹备的是爆品自身与品牌定位的契合,让产品成为爆品前就具备品牌基因。基于这样的维度,红豆0感舒适衬衫在初步占领消费者心智时,凭借比蚕丝更细1/5的红豆超细旦纤维配比、使面料达到感温、控温效果的瑞士专利HeiQ高分子等,抓住了“舒适”这个关键词。

舒适对于消费者而言,有着不可逆的体验记忆。为此,“红豆0感舒适衬衫”继81天突破10万+的销量后销售开始提速,20天又拿下4万+的销量,而这些再次触达往往就是复购。此外,还带来了不少的连带销售,让消费者在红豆舒适系列产品久而久之的体验中形成深刻的品牌烙印。

当品牌烙印形成时,品牌竞争力也不可同日而语。所以,在“红豆0感舒适衬衫”这款爆品热销的现象背后,红豆股份打开的是“持续性长红”的局面,正在在线化、高端化、数字化为发力点,在新零售时代打造舒适新赛道的高质量发展样板。

(吴亚)

腾讯智慧零售+品牌私域价值榜

红豆舒适男装 2021年度行业标杆

21年全年小程序GMV增长3倍
同比实现3倍增长
CRM会员拉新达220万
消费会员复购同比提升18%

2021年度行业标杆

红豆舒适男装 携手155+ 腾讯智慧零售 品牌私域价值榜

红豆股份在线化业务的快速突破,与其品牌转型密切相关,新定位拉动了品牌高势能客群,赋予其强有力的支撑点。

顺势而为,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,红豆股份以舒适服饰为探索点,明确“经典舒适男装”品牌定位,2021年正式拉开高端化转型的战略序幕。

疫情常态化下的品牌渠道建设,红豆股份深谙,随着消费渠道和消费选择更趋于多样性,线上渠道(DTC营销、电商平台、社交电商等)已经成为品牌除传统实体店渠道外的“必选项”。

但如何突围?红豆股份选择了微信生态下的私域,这个最有优势、最有特点、最快突破的战场。

品牌战略的统一。以红豆男装为例,当这个品牌在一二线城市面临突围困境时,君智战略咨询助力红豆打响了“舒适科技”,创新研发出了一款‘0感舒适衬衫’,更轻、更弹、更透气,上市即成为电商平台中高端衬衫销量第一。有了科技感的加持,红豆成功实现了产品与品牌升级。”

产品作为消费者与品牌商的链接点,红豆股份打造爆品时,第一步筹备的是爆品自身与品牌定位的契合,让产品成为爆品前就具备品牌基因。基于这样的维度,红豆0感舒适衬衫在初步占领消费者心智时,凭借比蚕丝更细1/5的红豆超细旦纤维配比、使面料达到感温、控温效果的瑞士专利HeiQ高分子等,抓住了“舒适”这个关键词。

舒适对于消费者而言,有着不可逆的体验记忆。为此,“红豆0感舒适衬衫”继81天突破10万+的销量后销售开始提速,20天又拿下4万+的销量,而这些再次触达往往就是复购。此外,还带来了不少的连带销售,让消费者在红豆舒适系列产品久而久之的体验中形成深刻的品牌烙印。

当品牌烙印形成时,品牌竞争力也不可同日而语。所以,在“红豆0感舒适衬衫”这款爆品热销的现象背后,红豆股份打开的是“持续性长红”的局面,正在在线化、高端化、数字化为发力点,在新零售时代打造舒适新赛道的高质量发展样板。

(吴亚)

一线党旗红! 红豆抗疫显担当, 发展勇作为

“社区如需志愿者,我是党员,我参加”“我是党员,我带头”……7月4日下午2点,接到红豆集团党委要求管控区内红豆党员、干部、员工要充分发挥党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用,立即就地转为志愿者的通知后,130多名线上参会的处于管控区的党员、干部、员工闻令而动,听令而行,他们纷纷到社区报到,顶着酷暑高温,积极参加抗原、核酸检测等各项服务工作,支援无锡封控区、管控区的疫情防控工作。

党员袁逸斌,是红豆集团总部员工,家住无锡五星家园,7月4日上午,他在社区群主动请缨,成为小区志愿者,配合统计住户,领取、分发抗原试剂。

党员高叶,是锡商银行员工,居住在红豆人民路九号,7月4日线上参加完集团动员会后,她立即和社区沟通,成为小区志愿者,当天下午冒着36度的高温,挨家挨户为小区住户分发抗原试剂。与此同时,锡商银行员

工陈颖捷、单长江、杨贺等在各自小区或发放抗原试剂、或给隔离人员送快餐,或给小区搬运物资。

筑牢防控“桥头堡”,勇当抗疫“排头兵”。7月5日早上5点,许婷婷、邢珠等志愿者准时出现在红豆工业城北门、红豆科贷公司底楼、南窑宿舍、红豆嘉园四个点位,开始新一轮的社区全员核酸检测志愿服务。2月17日以来,红豆集团持续发挥70多人的党员先锋队作用和310多人的红豆志愿者团队作用,全力落实疫情防控各项举措,连续32次配合参与了社区全员核酸检测工作,织牢疫情防控网,充分彰显了企业作为全国民企党建标杆的使命和担当。

7月5日起,红豆集团紫杉药业公司党总支每天5名党员干部参加核酸检测志愿服务。

7月4日凌晨四点,人民路九号小区岗布控工作终于完成,并通过验收,有着23年党龄的老党员、人民路九号的物业人员贾鹏翎和同事们忙活了一个通宵终于能歇口气了。自7月3

日晚九点接到通知重返岗位至今,贾鹏翎就像陀螺似的停不下来,封闭小区、印制出入证、做好人员信息登记表、点对点给业主发放封控消息、搭建小区核酸检测点、加强重点区域的消杀等,一系列工作有条不紊地推进。

抗疫情、抓发展要同步推进!在全力做好疫情防控的同时,今年以来,红豆集团咬住发展不放松,加速高端化、国际化、数字化、绿色化、在线化、证券化“六个进化”推进,努力做强市场实现双增,发展呈现良性、势头猛的良好局面。

集团高端化转型的代表产品——红豆0感舒适衬衫销售再提速,截至到7月5日,销量已突破14万件,而一个月前,该衬衫81天突破10万+。自今年3月17日上市以来,该衬衫就成为红豆男装史上增速最快单品,多次打破行业销售记录,线上中高端衬衫销量遥遥领先,斩获天猫/京东平台399元以上价格段衬衫销量第一。

红豆国际化步伐加速。今年1-5月,红豆集团主导开发的柬埔寨西

哈努克港经济特区全区企业累计实现进出口总额11.54亿美元,同比增长44.43%,保持着逆势增长的发展势头。目前,该特区已引入来自中国、欧美、东南亚等国家及地区的企业170家,创造就业岗位近3万个。红豆旗下通用股份在泰国和柬埔寨先后投资近6亿美元创办了两个轮胎制造基地,今年以来,泰国工厂月销连续突破3000万美元。在外贸上红豆也稳健发展,积极拓展新客户,聚焦服务大客户,大力开发新产品,截至目前,红豆国际外贸签约金额同比增长60%。另外,红豆进一步加快线上化,积极利用小程序、直播等,全面发力线上销售,力争把疫情影响降到最低。

一名党员,就是一面旗帜,一个党组织,就是一座堡垒。红豆集团将无畏高温“烤验”,坚持抗疫、发展要两手抓、两不误,力争夺取“双胜利”。

(秋枫)

从“0感”衬衫到冰袋背心, 红豆65年坚守只为人民舒适

盛夏,酷暑难耐,多地高温肆虐,抗疫英雄们倍受“烤”验。在江苏无锡有一款堪称防暑降温战“疫”神器的背心极大缓解了抗疫英雄们的高温之苦,为抗疫一线送去一股清凉。

截止日前,无锡市政府已将数万件冰袋背心发放到一线抗疫工作者手中,广受好评。7月13日上午,41℃高温下,穿着红豆冰袋背心的无锡一线城管队伍防疫人员对着记者镜头竖起大拇指说:“这背心穿了好像没穿一样,就能感受到冰袋的存在,清凉、舒适,(衣服)一点都不会湿!”

据了解,这款背心是红豆集团旗下红豆运动装公司最新开发的一款“冰袋背心”,看似不起眼,却内有玄机。

“看着抗疫英雄们冒着高温在太阳底下工作,(我们)总想为他们做些什么。”红豆运动装公司党支部书记高品亚说。将2020年抗疫期间集团党委书记周海江强调的“为党为国为人民,红豆要争分夺秒”感于心、践于行,红豆人说了算。站在功能型服装研发角度,着眼于当下最迫切的防疫装备需求,红豆运动装迅速以一年来公司最畅销的速干衣为蓝本,综合视觉效果和减重需求,特别开发出一款速干背心,并在背心前后内侧各加了2个和4个口袋,放置冰袋。配套冰袋内装蓄冷剂等,只要挤压中心处,即可快速降温十几度。

上午完成开发构想,下午完成样衣制作,第二天开始量产,6小时生产3000件,单件背心从裁剪到下线仅2小时,日产能突破2万。火力全开的交付速度无愧于红豆运动装2020年就被国务院称为抗击疫情“军工厂”的光荣称号,也是引入GIM服装智能制造软件云服务,搭建红豆工业互联网数字化运营中心,获2021年“无锡市级专精特新小巨人企业”称号,从生产到出货的“48小时快反工

厂”的数智化能力展现。“我们就希望抗疫英雄们穿上我们的冰袋背心能够感受到一丝凉意,感受到一份舒适。”高品亚说。

“穿了好像没穿一样,特别凉爽,特别舒服”,来自抗疫一线的真朴话语是对红豆人的最高褒奖。无独有偶,“穿了好像没穿一样”这句评价在红豆股份红豆男装门店内试穿“红豆0感舒适衬衫”的顾客口中也常能听到。

今年全新上市3个多月,红豆0感舒适衬衫取得突破14万件的不俗销量,一推出就上升为天猫、京东等多个平台品类第一,获薇薇、罗永浩、胡兵等众多名人明星青睐力荐,包揽中、法、美、意四国大奖……红豆0感舒适衬衫用购买热潮、市场口碑和专业认可证明了其极致舒适的性价比。

长久以来,衬衫容易皱、不合身、不舒服的痛点始终存在,而知名品牌衬衫多来自西方,且价格昂贵。红豆,始于1957年,65年深耕服装实业,红豆男装从原料、设计和科技维度赋予产品差异化创新,打造“0感”舒适衬衫,开创舒适男装新赛道,彰显国货自信、民族自信。

0感,即0压力、0褶皱、0摩擦、0束缚,就是“穿了像没穿一样”,无论是物理功能层面,还是心理精神层面,都是舒适的显性体验。从0感舒适衬衫到红豆冰袋背心,红豆创新一马当先,在关键时刻,利用专业制衣经验、数智化发展成果,用亲肤舒适、火速到位的产品倾力解决人民的最大痛点,从服装的功能性舒适角度提升到人们追求精神文化世界的舒适体验。不仅如此,红豆人急切民所急,为民制衣,站出来、扛起来、豁出去,处处以实际行动真切诠释了“产业报国”的使命担当!

(转载于犀牛财经,2022年7月13日)

设备安全隐患“关进笼子”;在提升效率上,红豆运动装引入GIM服装智能制造软件云服务,搭建红豆工业互联网运营中心,建成“48小时快反工厂”。工厂为防控疫情研发的战高温神器“冰袋背心”,单件衣服从裁剪到下线仅需2小时,上线仅一天就热卖超2万件。

在安全管理中有一个著名的“海恩法则”:每一起严重事故的背后,必然有29次轻微事故和300起未遂先兆,以及1000起事故隐患。在企业安全发展上没有旁观者,人人都要坐两条腿的凳子。形势越复杂、越要绷紧弦,时刻保持危机意识和忧患意识。只有建牢安全管理体系,让一切隐患消失在可能出现之前,才能让企业的“安全感”更加充实、更有保障、更可持续。

(王文婷)

一件舒适宝宝棉内衣的背后故事

如何成就一件舒适内衣?红豆童装付出了29年的努力。而从原料入手,力求源头的每一朵棉花都柔软、优质,则是29年来的基本功。

受地理环境及地球自转影响,不同区域的光照量也有所不同。而棉花生长所需的光照区域,大多聚焦于北纬39°。红豆童装从源头入手,锚定北纬39°,开辟专属黄金棉产地(所在区域普遍光照3000+小时),严格把关质量,甄选出最符合标准的优质彩棉。

在原料上找到最符合“红豆标准”的天然好棉,下一步便是深究工艺,将一块好棉打造成对敏感肌肤宝宝最友好的儿童舒适内衣。

与成人相比,儿童肌肤最大的特点是娇嫩、敏感。因为娇嫩,童装一定要格外注重工艺,足够柔软亲肤,才能保护宝宝肌肤免受摩擦;因为敏感,童装一定要注意健康。尽管甲醛、荧光剂等在普通服装中的添加量很低,但为人父母,肯定希望自己的宝贝能完全避免这些化学试剂的危害,确保健康与安全。

而红豆童装的宝宝棉内衣因无需染色,所以是0甲醛、0偶氮。同时,由于彩棉的特性,宝宝棉内衣面料pH值<7,呈弱酸性,更富含Ca/Fe/Mg等有益于宝宝健康的微量元素。而且红豆童装为了进一步让宝宝宝妈买得安心,买得放心,宝宝棉内衣严格按照国家《针织彩棉内衣标准》和《婴幼儿纺织品安全技术规范》A类标准生产,标准更苛刻,自然更安全。

而红豆童装宝宝棉内衣在纺纱成布过程中也是别具匠心。为了达到更柔嫩的穿着体验,红豆童装采用了六道柔绒工艺——环锭精梳纺纱工艺、双面稳定织造工艺、百万级别绒工艺、500微米剪裁工艺、舒适固毛绒

光工艺、低温定胚蓬松工艺,一切只为了给孩子提供更舒适的穿着体验。

更柔软、优质的棉花,更精致、严苛的工艺,带来更舒适的儿童内衣。这就是红豆童装宝宝棉内衣背后的故事。

目前,红豆童装宝宝棉内衣正在各大平台火热预售中,不忘初心,贴心守护,红豆童装同万家长一起,陪伴中国宝宝健康成长!

(沈浩安)



助力长三角数字干线建设 红豆集团“上海红豆数创园”开工

(上接1版)设二大国家战略辐射,打造“长三角数字干线”,迎来了市西软件信息园、长三角绿洲智谷、绿地虹桥数智港等高新园区,迎来了网易、海克斯康、洛克菲勒、普利特、北斗、熙菱等重大项目,打出了“科创小镇、商贸重镇、宜居靓镇、人文名镇、平安强镇”的品牌。赵巷镇党委书记在开工仪式上介绍,赵巷镇优越的投资环境,成为吸引高新产业布局的战略新高地。希望上海红豆数创园项目顺利建设,按照“数字+江南”理念,构筑沿沪平公路新的“上海门户”城市展示标杆,充分体现青浦“高颜值、最江南、创新核”的对外形象。

红豆集团常务副总裁戴戴君在会上介绍,红豆集团源于1957年创办的一个手工业作坊,以“共同富裕,产业报国,八方共赢”为使命,历经65年的风雨,业已蜕变成为一家解决10万人就业的跨国企业集团,产业涵盖四大领域,拥有两家主板上市公司,列中国民营企业百强。集团顺应信息化、数字化发展大势,大力推进“智改数转”、建设“智慧红豆”,不断推动企业进化升级。回

首集团的每次飞跃发展,都是在贯彻落实党的方针政策中获得机遇,“听党话、跟党走,讲正气、走正道”。

从太湖到黄浦江,九万里风鹏正举。2021年1月27日,红豆结缘青浦、情定赵巷,与赵巷镇人民政府签订了战略合作协议。2021年7月,“红豆·和睦睦”项目初战告捷,荣获“上海市乡村振兴项目”称号。2022年2月14日,青浦区委徐建书记,区委常委、副区长金俊峰等领导赴红豆集团实地考察指导,肯定了上海红豆数创园产业规划定位。6月16日,上海红豆数创园项目代表青浦区,参加了2022年上海全球投资促进大会并成功签约。青浦区良好的营商环境,切实为企业发展铺平道路,让上海红豆数创园今天从图纸变为现实。

未来,上海红豆数创园将依托“长三角数字干线”的强大势能,引入产业链优质资源,实现政府、投资者、企业三方共赢,为加快建设“现代化枢纽门户和新时代幸福青浦”贡献智慧和力量。