红豆职业装公司党总支：志当中国职业装定制专家

“红豆职业装公司成立4年来，业绩连年增长，这离不开党员模范力量的支撑。党员就像齿轮一样，把整个团队带动起来了。”近日，红豆股份红豆职业装公司党总支部在红豆集团“创先锋团队，喜迎党的二十大”活动中获评“先锋团队”称号，公司党总支部书记顾金龙接受记者采访时如是说。

面对2022年上半年国内疫情反复带来的严峻考验和复杂的经济形势，红豆股份红豆职业装公司凭着“敢闯敢拼敢干”的精神动力，1-7月实现销售同比增长45.18%，利润同比增长65.62%。

战疫不躺平 发展显担当

作为红豆股份专注于职业装赛道的专业子公司，红豆职业装公司成立仅四年，却在红豆抗击疫情中挑大梁、有担当。2020年第一轮新冠疫情肆虐，防疫物资不断告急，红豆股份连夜成立防护服项目指挥部，职业装公司党总支坚决服从公司安排，勇担社会责任，以总支书记顾金龙为代表的党员骨干组成的党员突击队，将公司西服车间改造为防护服生产所需的无菌车间，用2天时间实现首套防护服成功下线，又连续3天3夜将一般防护服日产1万件提高至3万件，月产量达90万件，彰显了防疫战线上的“红豆速度”和“红豆力量”。

“把危机化为机遇！”在抗疫复工复产期间，红豆职业装公司开拓了防护服内销和隔离衣外销的市场路径，2022年公司防疫物资销售达18万件，在助力疫情防控之际，自身也获得发展。

今年以来，在做强原有行政职业装业务的基础上，红豆职业装公司又全新开辟了校服业务板块。顾金龙告诉记者，职业装和校服都是企事业单位和学校的“刚需”，随着市场需求变化带动供给侧改革，职业装和校服市场份额都将加速往头部品牌集中，拥有65年底蕴的“红豆”品牌就是公司做大做强的最强底气。未来，公司将实现团体定制、互联网定制、线下高级定制等全品类定制业务。

疫情影响下，人工智能、5G、大数据技术加速更新迭代，以自动化、智能化为代表的技术成为服装产品提升效率的重要利器。依托红豆股份智能生产系统的快速推进，红豆职业装目前正全面提升生产端快速反应能力。在多年积累了丰富的人体数据、版型数据基础上，公司借助红豆纺织服装工业互联网平台，实现了从智能订单、智能裁剪、智能流转到智能分拣的智能化生产制作全流程，极大地提高了生产品质与生产效率。目前红豆职业转公司准时交货率达90%，大批量订单交期不超过45天。

“人才资源是公司最重要的资产”

“人才资源是公司最重要的资产。”这是顾金龙常常告诉团队的一句话。团购业务的竞争，是产品的竞争、服务的竞争，归根到底是“人才”的竞争。

有人笑称红豆职业装公司永远“在路上”，这说的一点都没错，公司的业务团队每年人均驻外200天以上，比起公司工位，高铁、火车、飞机往往才是大家使用更多的“移动办公室”。红豆职业装公司在全国有18个办事处，分布在不同的省份，这也是驻外员工的“家”。能吃苦，对于职业装公司的员工而言，称不上是值得夸赞的精神，更是一种日常的修炼。

“做市场，重在‘攻’字，只有发扬好‘四千四万精神’，踏尽千山万水、吃尽千辛万苦、说尽千言万语、历尽千难万险，敢于吃苦、敢于拼搏、敢于创新，才有成功的可能。”顾金龙总是这样激励大家。

成功之路，始于足下。读懂市场一线这部厚重的“无字之书”，脚勤快是修炼的硬功夫。做好团购销售，要“内外兼修”，不仅要跑市场，更要跑生产车间；不仅要见客户，更要见打版师、裁剪师、量体师。西服制作的390多道工序，衬衫制作102道工序，小到一粒纽扣，一条车缝，每一个细节都潜心了解，这是每个红豆职业装人的必修课。

“聚人心”和“强技能”一样重要。“管理队伍年轻化”是红豆职业装公司提升战斗力的重要方法，把员工培养成骨干，把骨干发展成党员。红豆职业装公司平均每20名员工中就有3名党员，公司管理干部和技术骨干90%是党员。2020年，在红豆“庆百年 报党恩 争先锋”活动中，涌现了4位党员先锋。“传帮带”是红豆职业装党支部打造持续竞争力的核心办法，每年，顾金龙出差时长高达100多天，出差期间大多都是和同事一起住在办事处。春节期间，他到宿舍给没有回家过年的外地大学生送上年货，发个红包，并且询问关心每个人的生活情况，员工有任何生活问题都可以找组织、找他本人。

“七星”服务 以“质”取胜

当前中国职业装市场经营相对粗放，普遍存在低价竞争的情况。顾金龙认为，突破职业装低价促销战的“围城”，唯有打造核心竞争力，一手抓好产品质量，一手抓好服务质量。红豆职业装公司获得了“CTEAS售后服务体系完善程度认证七星级（卓越）”认证，是目前最高的售后服务认证等级，这是对团队最好的褒奖。

不同于服装零售，职业装团购是大客户营销，产品质量的稳定性、售前售后的个性化服务尤为重要。红豆职业装公司设立的“七星级（卓越）服务体系”，明确了从前期投标，打样到中标后量体、下单、跟单、配送，问题反馈处理等各项活动和流程的执行标准，规范了售后服务的执行，并进行有效监督。顾金龙告诉记者，“七星级（卓越）服务体系”的高效有用，原因在于是重视量化、重视考核，将服务管理、服务执行、顾客反馈等不同维度进行分类考核和定期考核，无论是一件还是一万件，大单、小单都一视同仁，都要用同一的高标准来确保高质量产品和服务。如该服务体系要求西服、衬衫一次合格率和一次合体率要达98%，产品二次返修率目标为0，如有二次返修必须在20天之内完成。坚持1笔订单，1次评价，目前红豆职业装的整体满意度达98%以上。

为做好个性化服务，红豆职业装公司对客户进行动态化管理，对每个订单的每一个客户都建立起“数据档案”，涵盖客户量体数据、版型偏好等多维度信息，为客户提供全生命周期服务，真正做到以用户需求为出发点，充分满足不同群体个性化需求，这也保证了公司实现复购订单的快速生产。

“版型特别好”“服务一级棒”“信任红豆”……很多客户对红豆职业装评赞赏有加，常常是货还没到，货款就已经过来了。“这就是客户对我们的极大认可。为客户不断提供更好的产品和服务，竞争力才会提升，才能建立起红豆职业装品牌的护城河。”好的口碑会带来连锁效应，那么市场是永远做不完的。这也是红豆职业装公司成立四年来，屡次在激烈的竞争中脱颖而出，连年实现销售、利润双增长的原因。

“面向未来，红豆股份职业装公司党员干部继续发挥先锋模范引领作用；我将带领团队一起成长，在各个岗位上再创佳绩，为全国职业装需求单位提供红豆智造，让红豆成为职业装定制专家。”顾金龙表示。

（王文婷）

通用股份获评2022绿色品质典范奖、2022杰出品质服务奖！

近日，IQF2022第三届以“生机与活力”为主题的国际品质节暨全球消费领导力峰会在北京举行。在本届品质节活动评选中，经提名推荐、评委会审议，江苏通用科技股份有限公司获评2022绿色品质典范奖和2022杰出品质服务奖。

IQF品质节是品质与消费领域最具影响力与前瞻性的年度盛会之一，活动由数央网、数央公益联合国内众多财经媒体共同发起主办，旨在通过集合“质造”品牌的头部力量，以独立演讲、高端对话、成果展示、深度分享等形式全面展示质造成果，传递质造精神，探寻企业高品质发展路径。

绿色发展、品质致胜。通用股份始终坚持以打造“新一代安全轮胎”为己任，在高安全、高舒适、高节能等方面重点着力，紧跟汽车电气化发展潮流，培育新能源轮胎领域新优势。公司在行业率先推出了新能源静音棉抗扎胎，采用专利技术，搭配量身定制的聚氨酯海绵抑制空腔噪音，在舒适静音的同时采用应用CELISEALTM自修补技术，实现扎钉快速自动修补，无需补胎不会漏气，为用户提供高安全性保障。目前已覆盖16至20寸轮胎规格系列，让新能源汽车用户在享受静音的同时，拥有操控的乐趣。公司持续推进绿色轮胎产品的打造，全钢轮胎20个产品获得中橡协绿色等级标签，位列中国轮胎行业C3类排行榜。

同时，公司通过前瞻性部署，拥抱数字变革，着力打造基于数据驱动的工业大脑，实现制造柔性化、决策智能化、产品个性化的智能工厂，通过智能系统、智能装备，结合先进制造工艺，满足客户定制化、柔性化需求。公司半钢工厂在行业率先实现了黑灯车间运营，全钢新工厂联合战略合作伙伴致力于打造行业首个“5G碳云工厂”，推动双碳目标落地。公司通过国家两化融合体系AAA评定，先后获得江苏省绿色工厂、江苏省示范智能车间、江苏省四星级上云企业，入选中国上市公司协会“数字化转型优秀案例”。

2022年，公司深化研究院建设，依托国家级工业设计中心、国家企业技术平台等，强化与科研院所、国际供应商的产学研合作，持续加大新材料、新技术、新配方研发应用，实施集成化产品开发，推进产品迭代升级，针对用户痛点开展技术攻关、提质增效。同时围绕“让每一条轮胎成为精品”的使命，打造“三个一”精品工程，贯彻落实“设计好一条轮胎”、“制造好一条轮胎”、“维护好一条轮胎”，致力于为客户提供更具性价比的产品和服务。（通用股份）

今年上半年，柬埔寨西港特区进出口贸易额同比增长38.23%——

柬中合作“金名片”愈发亮眼

（上接1版）会，助力柬埔寨在全球供应链中稳占一席之地。它是‘一带一路’框架内柬中合作共赢的典范。”

提供一站式服务——

“企业不出园区就可以完成所有手续”

2019年初，记者首次探访西港特区，当时二期工程刚刚启动，许多新入驻的企业还在平整土地、建设厂房。3年后，当年的工地早已变成整齐划一的厂区，主干道两旁，一座座工厂和办公楼拔地而起。

据介绍，西港特区的总体规划面积为11.13平方公里，目前已开发6平方公里。未来，特区将根据入驻企业的数量、类别继续开发，最终打造出一个产业化、国际化、智能化，人口规模超20万的小型工业城市。

西港特区公司董事长陈坚刚介绍，特区下一步将优化产业结构，重点引进高新技术产业的龙头企业，并不断完善行政、医疗、培训、居住、商业等配套服务设施。“数字化、智能化是特区未来的发展方向。今年6月，我们刚刚和中国电信亚太公司签署协议，进一步优化园区内网络服务，同时协助园区内企业实现数字化转型，落实智慧园区的概念。”

10多年来，西港特区带动西哈努克省经济快速发展，也得到柬埔寨政府的大力支持。西港特区综合服务办公楼内设置了一站式行政服务窗口，柬埔寨发展理事会、海关、商业部、西哈努克省政府等政府机构都在这里设立了代表处，在特区投资的企业从注册、建厂、投产到贸易，所有手续一站式完成。柬埔寨发展理事会经济特区委员会主任酿·金特说：“企业不出园区就可以完成所有手续，时间节约了至少一半。这也充分证明柬政府对西港特区的重视。”

今年初，《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）正式生效，为西港特区发展提供了新机遇。西哈努克省省长郭宗仁认为，RCEP生效后，西港特区和整个柬埔寨面向更广阔的国际市场。“作为国际化工业园区的西港特区将以此为契机，引进更多高科技企业，进一步完善产业类别，提高柬埔寨在国际贸易中的地位，并为西哈努克省经济发展持续提供动能，更好地发挥带动当地经济社会发展的引擎作用。”

红豆浪漫的起点是什么？

红豆生南国，春来发几枝。

1957年，锡山东港种下了一颗“红豆”，岁月漫漫，如今红豆集团迎来了创始的第65个年头。

时至今日，徐徐打开这部65年的发展史，我们依然可以看到其动人的一面。这是一个关于与时俱进，关于创新的故事：

65年前，红豆还是无锡港下乡一个小手工业作坊，三个棉花匠守着一方小天地打磨自己的手工技术，那时候生产出来的产品还不叫“红豆”，叫“山花”。

红豆集团似乎自始至终对“品牌建设”就有着超于常人的敏感性。当时港下的十几名小手工从业者在一起办了“港下针织厂”。

那时电影《山花》风靡全国，工厂就将其作为品牌名，这是红豆品牌意识最初觉醒的象征和标志。

而让“山花”真正焕发生命力的，是在26年后。随着改革开放的新浪潮，也催生出这朵“红豆之花”。

1983年6月，红豆创始人周耀庭从荡上村党支部书记调至港下针织厂任厂长。当时厂里正处于内外交困，资不抵债的时期。

周耀庭走进厂里看到的是什么？

十几个工人挤在旧祠堂里，当时旧祠堂就是厂房，旁边还放着8台老掉牙的棉纺车，仓库里堆满了卖不出去的尼龙衫、棉毛裤。

正是在这样的困境之下，周耀庭大胆改革，上任当年就实现了扭亏为盈的奇迹。就这样一直到了1992年，红豆集团正式成立。

几十年的风风雨雨，红豆浪漫的起点，在于求新。

当时的“港下针织厂”是如何成为“红豆集团”的？

摒弃传统模式，改革、创新、注入新的活力是最关键的突破口。

企业发展初期，红豆就设立了技术科，开发了B衫、尼龙衫、护士衫、珍珠衫、雪花衫等一大批畅销产品。其中，1988年推出的护士衫更是为红豆赢得了第一桶金，打下了全国的市场根基。

此后，从全棉针织免烫T恤，到牛奶丝T恤，到碳纤维健康热能服，再到竹纤维、玉米纤维、牛奶丝、空调型纤维等新型内衣面料……

2007年，红豆召开转型升级成立大会；

2016年，红豆宣布两家智慧门店的面世标志着进入智慧化时代……

发展的这几十年里，红豆始终没有忘记唯有坚持创新，企业才能立于不败之地。

五年前，大多数服装龙头企业都在想一个问题——如何将服装产业和“技术”二字挂钩。当时智能穿戴在服装行业是一个世界性难题，业内都在研究到底怎么才能让产品实现落地、投产，但真正在这个领域一直坚持下去的公司少之又少。

但就在那一年，红豆率先迈进工业互联网。

短短两年时间，红豆就打造出了国内首个纺织服装工业互联网平台。红豆纺织工业互联网平台入选了国家工信部工业互联网平台集成创新应用试点示范项目，也是唯一平台类入选项目。

时至今日，你很难再想起当初的“旧祠堂”——如今红豆的生产车间，已经是满满的“科技感”：

在“智能车间”，这里已经由人“找”衣服，变成了衣服“找”人。裁剪好的不同款式、不同颜色的面料，会依次匹配给最擅长此工序的作业人员进行操作生产，达到在单位时间内的效能最大化。自智能车间投产后，红豆的生产效率也提高了20%。

时光匆匆，如今，红豆身上的创新又通过其产品，续写出全新的注脚。红豆集团在三代人的传承中，共同谱写的一部关于“创新谋发展”的长诗。

今年的七夕节，红豆举办了65周年云庆典活动，活动上宣布了一个重磅消息：

服装新消费（舒适男装）研究中心正式成立。

红豆集团在发展之初就认准了一个道理：“品牌文化如果没有技术创新支持，实质上是一句空口号。”

在一年一度的红豆七夕晚会上，红豆坚持运用科技推动产品创新的思维再次得到印证：

由中国服装协会、中纺建规划院、红豆男装三方共建的服装新消费（舒适男装）研究中心成立，并发布了首份舒适男装行业创新发展趋势报告。红豆男装也被中国服装协会授予“舒适男装赛道开创者”称号。

说起“舒适男装”这个关键词，红豆可以说是最有话语权的服装企业之一。

改革开放以来，每个十年我们在穿着的喜好上都有着不同的主导风格：从80年代的前代工外牌，90年代的西服主导，再到00年代的休闲风格，10年代的国潮崛起……

这样一个消费演变的过程中，有一点始终不变，即对于体验感的追求。

然而现在传统意义上的舒适性已经难以满足消费者的需求，面对稍纵即逝的市场风口，如何站在趋势前沿，充分地满足消费者的诉求？

红豆，提出了新舒适的全新价值体系。这套体系中最关键的两句话是：

“以舒适为核心、以科技为驱动。”

今年，红豆男装推出的“0感舒适衬衫”赚足了眼球。

0压、0皱、0摩擦、0束缚的“0感”概念一出，便引起了无数上班族的好奇与试探，一跃成为国内男装轻奢品牌的代名词。在红豆第22届的“七夕红粉季”中，红豆男装更是创下了6分钟GMV突破500万元、3小时GMV突破1000万元的成绩。

一件衬衫，红豆在上面花了多少心血？

从设计伊始，红豆就邀请到了国际顶级男装品牌Armani的前设计副总裁Patrick Grandin联合国内7位拥有10年以上的匠人一起设计，开创了5项3D立体剪裁，实现“会呼吸的领子”、“鸭蛋型袖笼”、“抛物线后背”、“降落伞袖口”、“包容性肚围”。

设计师们翻遍了300万亚洲男士人体数据和168种剪裁版型；遍访了全球顶尖供应商，对比76家大小品牌所用到的材料，经过20余次修改、208次打板试样，102道制作工序、10处高定工艺设置……才有了全维度实现了“舒适突破”的0感衬衫。

在面料上，创新地打造出细腻轻盈的“中奥两国功能纤维混纺”面料，首创红豆超细旦纤维配比，比蚕丝更细，实现免烫易打理，并开创性加入瑞士专利HeiQ高分子，让衬衫能够感知体表温度，实现智能控温，帮助人体温度调控在舒适状态。就连纽扣也是精选景德镇陶瓷，每一枚扣子都拥有24个手工切面。

细节之处彰显品味，这是“0感舒适衬衫”大牌感和精致感的由来。

红豆对于细节的追求，对于求新的追求，不仅仅在产品，还在于对传统文化的传承。

当时“山花”为什么会更名“红豆”，正是源于周耀庭对传统文化的热衷——当年在红豆集团附近，周耀庭在一棵千年红豆树下有感而发，“红豆”之名便取自王维的《相思》五绝。

正如最初改名时的坚定，红豆集团始终忘不了那一抹萦绕在心头的信念——将传统文化发扬下去。红豆集团董事局主席周海江曾说：“品牌的一半是文化。”

而所有的红豆人也紧紧跟随着这位“掌舵人”，将“文化”视作红豆不断发展的驱动力。

于是，红豆不仅在男装赛道开启了“舒适男装”的新IP，也在传统文化领域里树起了“中国文化IP”——红豆七夕节。

对于产品，红豆始终在求新、求变，而对于传统文化，红豆又是最传统的那个，始终坚持“守旧”，这种“旧”，在今天看来或许也蕴含着巨大的价值。

“我们多年如一日打造红豆七夕节，就是倡导中国人要过自己的情人节，增强我们传统文化自信的底气。”周海江说。

从2001年到2022年，这22年时间，红豆七夕节展现出的是一种“文化自信”——不是打造一晚歌舞升平的狂欢，而是用“传统”唤醒“传统”。

从1957年到2022年，这65年时间，红豆集团展现出的是一种“创新实力”——这不仅仅是一个品牌从无到有的故事，还是中国服装业从传统走向创新，从小乡镇走向国际舞台的缩影。

（转载于“奔流财经社”公众号，2022年8月9日）

编印单位：红豆集团有限公司 地址：江苏省无锡红豆工业城 电话：0510-66868227 红豆官方微博：http://weibo.com/hodoblog 邮编：214199
印刷单位：无锡日报社印刷厂 印数：5000份 发送单位：集团各子公司和外协单位