

以舒适引爆男装行业变革，红豆股份获2022年度卓越品牌奖项

2022年11月8日，证券之星主办的第十届资本力量年度评选结果正式揭晓。红豆股份(600400.SH)作为中国服装行业首个聚焦舒适赛道的男装品牌，以舒适引爆行业变革，获评榜单中年度卓越品牌奖项。

红豆股份，主营业务为男装的生产与销售。近年，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，红豆股份以高品质男士为核心消费人群，积极建立全渠道营销体系，全面推进“经典舒适男装”品牌高端化战略升级。

始于1957年，作为国内第一批崛起的男装品牌之一，红豆专注舒适男装65年。今年8月，由于对舒适男装的深刻洞察、把握及实践，红豆股份荣获中国服装协会授予“舒适男装赛道开创者”称号，并联合发布了国内首份舒适男装行业创新发展趋势报告。

以产品引领消费者舒适新体验，红豆股份为解决男士衬衫的穿着痛点，研发了“0感舒适衬衫”。自今年3月上市以来，“0感舒适衬衫”就凭借好品质积攒了不俗的口碑，在国际舞台的亮相更是展现了民族品牌的强大与自信。一上市即登顶天猫、京东两大平台中高端衬衫品类销量冠军；斩获中、法、意、美四国设计大奖……明星同款、四国大奖等等诸多光环加持，作为衬衫品类革新的鼎力之作，“0感舒适衬衫”是当之无愧的“人气王”。中奥两国功能纤维混纺面料，瑞士HeiQ高分子应用，让衬衫实现智能控温……“0感舒适衬衫”持续热销、登录伦敦时装周背后，民族品牌红豆男装不断“火”出圈，掀起一场舒适科技热潮！

开创舒适新赛道、扬中国品牌之光、以产品实力圈粉，从消费者心智传播与终端渠道布局齐



赋能，红豆股份正强力传达“红豆男装=舒适”，确保“舒适”理念全触达。如近期推出的“0感舒适衬衫”官配cp“加1舒适男裤”，延续科技感及高颜值，持续引爆市场！

另悉，以“发现中国好公司，聚焦优秀投资人”为初心，

证券之星第十届资本力量评选通过多元的表现形式展现行业最新发展业态，记录在全球视野下做出卓越成绩的行业标杆与领军者，本届评选活动吸引了逾千家企业报名参选。

(吴亚)

双十一热度超预期，红豆股份线上线下协同发力

10月31日晚八点，不少电商平台开启“付尾款”，双11大战进入最为白热化的阶段。零钱通因短时拥塞意外“崩了”，人们的消费热情远远超过了一些网友之前的想象。在10月24日天猫“双11”预售日当晚，红豆股份旗下红豆男装的直播就开启了热销模式。在罗永浩开启的个人淘宝直播首秀中，红豆男装和罗永浩交友成功，上架新品！据悉，仅天猫平台预热期间，红豆男装访客就实现同期增长达96%。

迎战双十一，红豆股份发力线上直播

今年双十一狂欢期间，红豆股份通过线上线下联合打出“组

合拳”，加速线上渠道发展，推进达人带货及自播业务，缩短用户触达路径；同时通过精细化运营和多样性营销举措应对消费市场和季节性需求变化，满足消费者日益增长的舒适需求。

为了抢占市场机遇，红豆股份提前布局双11，以直播破局。10月18日，红豆男装与淘宝TOP主播罗永浩携手打造“舒适入冬，宝藏男装”专场直播，红豆0感舒适衬衫、加1舒适男裤组成的“舒适一身”组合，将“舒适科技”延续；德绒磨毛衬衫、针织毛衫、羊毛大衣等近百款当季舒适产品，在直播间掀起抢购热潮，用户反响热烈。此

外，红豆男装微信小程序开展的舒适羽绒节，也同样吸引了众多新老用户选购，温暖升级，为消费者探索冬季舒适穿搭的更多可能。

红豆男装线下门店里，前来选购冬装的消费者也是络绎不绝。其中王牌产品红豆0感舒适衬衫更是为门店吸引了不少流量，店长表示，0感舒适衬衫的热销也带动了店内其他产品的销售，消费者进入门店后，看到环境和产品的提升，对于品牌有种焕然一新的感受。

爆款助力双十一，0感舒适衬衫屡创佳绩

产品是品牌表达的核心媒介，今年红豆爆款“0感舒适衬衫”的出现为红豆男装带来了新流量，助力双十一热销。

此次与罗永浩双十一直播预售搭档的罗永浩，此前3月份就出任了红豆男装的0感舒适衬衫推荐官，引发了微博热搜话题#罗永浩只要这件黑衬衫#，短短一天时间阅读量超1.1亿次。

作为一款真正实现了“奢侈品质舒适”的衬衫，红豆0感舒适衬衫在行业内树立了舒适衬衫的新标杆，成为红豆男装启动“经典舒适男装”战略升级以来亮出的第一张王牌。红豆0感舒适衬衫实现“上市即热销”，迅速登顶各平台中高端衬衫销量冠

军，赢得薇娅、罗永浩、胡兵等各路明星青睐。上市仅81天销量突破10万件，这是0感衬衫在热销过程中的第一个里程碑时刻；此后，0感舒适衬衫销量持续增长，屡创佳绩，在全网中高端衬衫销量中保持领先；九月登陆英国伦敦时装周，更是在海外圈粉无数，目前热销已突破30万件。

消费者的口碑和选择，证明了红豆股份这款鼎力之作满足甚至超越了用户对于品牌的期待。基于对消费者需求的持续关注和洞察，今年红豆股份对秋冬系列产品也进行了调整升级。轻羽绒将轻盈与温暖在一件羽绒服上达到了恰到好处平衡，既具备羽绒服的保暖特性，又摆脱了传统羽绒服的臃肿厚重；100%全羊毛毛衫精选高品质美丽诺羊毛，用经典剪裁与匠心工艺，承载好材质，以超越流行的设计，为穿着者提供亲肤柔软的美好体验。

随着消费趋势的变化，消费者对于服装的功能性、舒适性都提出了更高的要求。在瞬息万变的市场环境中，红豆股份及时抓住消费者对舒适的新需求，开创舒适男装赛道，展现了65年民族品牌的强劲实力。在“经典舒适”新战略的指引下，期待红豆股份传承匠心精神，依托科技实力，打造更多惊艳之作！

(庄怡)



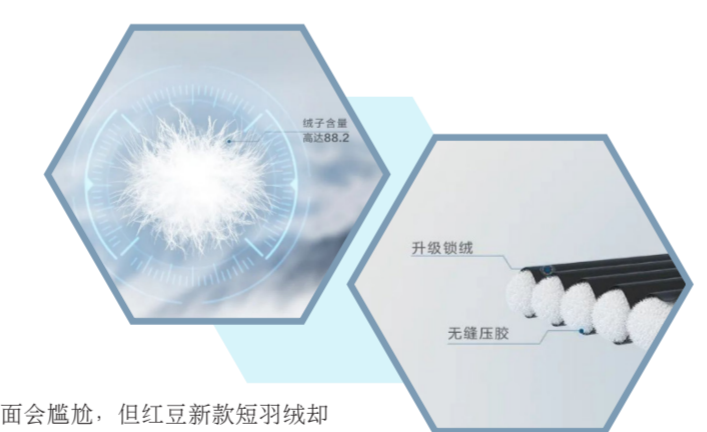
要温度也要风度！舒适羽绒选购指南

随着阳光落在日暮上的时间越来越短，冬季如约而至。凛冽寒冬中，最不可或缺便是一件能够防风保暖的羽绒服，但在很长一段时间内，羽绒服都逃不开“厚重”、“臃肿”等词汇，让一些追求完美身材、讲究时尚品位的年轻人，对羽绒服抗拒不已，宁愿在寒风中美丽“冻”人，也不愿变身“面包超人”。

近几年，为了迎合年轻消费者的时尚需求，羽绒服也进行了大进阶，越来越多时尚、轻薄又保暖的羽绒服出现，成功俘获年轻消费者的内心。

当下，伴随冷空气入侵以及双十一的火热进行，羽绒服正在成为曝光率最高的时尚单品之一。而与此同时，年轻一代消费者的喜好与需求对于羽绒服整体市场的影响也正慢慢体现出来。作为服装生产中最复杂的品类，对所有品牌来说，能够在一件羽绒服上实现功能性与时尚性的双重创新与平衡——即既要“温度”也要“风度”——都是品牌在进军这个特殊赛道时更具挑战的事情。

红豆男装为了兼顾风度和温度的双重需求，为寒冬挣扎在保暖与时尚中的纠结人群量身打造了红豆新款短羽绒服。这款羽绒服抛弃了常规羽绒服“米其林轮胎”式的外形，采用茄克、风衣式的设计，且利用3D立体剪裁打造出拥有超包容度的版型，让人在穿着时可以肆意伸展、自如活动，在造型好看的同时也不会增加束缚感。高颜值的衣物最怕弄脏，不好清洗还是另说，最重要的是在外



面会尴尬，但红豆新款短羽绒却不会有这样的烦恼，它外层的面料经过了纳米界面超疏水处理，在表面形成稳定的空气界面保护层，类似荷叶拒水的原理，又有多层复合设计有效抗污，普通的污渍用水沾湿一擦即无。

不仅如此，为了让保暖效果更上一层楼，红豆新款短羽绒还使用了3D锁温蓄热里布。这种里布可以有效反射人体自身热能，从而减少人体热量损失；里布上的内银圆点更可以提升保暖效能，相比普通御寒物料保暖度提高20%。在制衣时，新款短羽绒采用了无缝压胶通道充绒工艺，防止钻绒跑绒，穿很久也不会把羽绒“越穿越少”。

科技保暖，匠心出品。红豆男装坚持以创新追求品质，不断推出惊喜之作，打造兼具时尚感与科技感的优质产品。所以……三冬已至，岁寒风霜，真的不来一件舒适时尚又保暖的红豆短款羽绒服，陪你走过这漫长的冬日吗？

(朱雨荷)



通用股份荣获2022年度卓越品牌奖

11月8日，证券之星主办的第十届资本力量年度评选结果正式揭晓。江苏通用科技股份有限公司凭借其品牌影响力、产品创新等多方面的优秀表现，荣获“年度卓越品牌”奖。

“证券之星”资本力量2022年度评选”作为财经行业极具影响力的行业评选活动，以“守初心，迎发展”为主题，旨在为了表彰中国经济高质量发展做出卓越贡献的优秀企业及个人。

通用股份将实施品牌战略作为核心战略之一。多年来，公司坚持品牌定位，以“全员追求卓越，匠心打造精品”为方针，围绕“让每一条轮胎成为精品”的使命目标，持续打造“三个一”精品工程。千里马轮胎胶胎开创新耐时代，千里马轮胎胎作为“新一代安全轮胎”切实解决用户痛点，同时积极部署EV系列新能源轮胎。公司持续推进“智改数转”，在行业率先实现“黑灯车间”运行，推动“双碳”目标加速落地。

公司注重品牌培育和推广，在全国开发了百余家形象店及10000多家招牌店，定期召开新品推广会、路演、研讨会等互动营销活动，连续多年在美国SEMA展、德国科隆等国际轮胎展会亮相，塑造公司国际化品牌形象。

2022年，面对国内疫情多点散发的严峻形势，公司携手全国各地经销商发起“疫路守护、千里同行”关爱司机活动，为广大卡车司机送去免费应急物资。6月初，在全国率先启动第九季“轮转千回、爱在路上”七夕活动，助力社会物流和司机复工复产，积极履行社会责任。千里马轮胎连续荣获世界品牌实验室颁发的“中国500最具价值品牌”与“中国十大影响力轮胎品牌”，公司连续多年获得由中国质量协会授予的“全国用户满意产品”称号，实现了品牌价值的快速提升。

此次获评是对公司品牌影响力的高度认可，也

是对公司在行业发展中做出积极贡献的充分肯定。作为中国民族轮胎领军企业之一，通用股份始终不忘初心，把握国内、国际双循环发展机遇，充分发挥行业标杆的引领作用，坚持绿色低碳、高端制造和可持续发展，大力培育和弘扬工匠精神，全面推动产品质量和品牌价值提升，为打造民族轮胎高端品牌而不懈努力！

(倪梁叶)



赴日拓市场抢订单 红豆国际奋力冲刺

11月1日下午，无锡首批包机赴日人员顺利返航，红豆国际“出征”的外贸团队带着满满的收获结束了为期5天的日本抢订单、拓市场之旅。

认真筹备 主动出击

这次出行是疫情发生以来，全省首个由政府组织的赴境外经贸包机，无锡市委市政府高度重视，想企业所想、急企业所急，为外贸企业走出去保驾护航。红豆国际第一时间积极申报并举办赴日出征仪式，为此次前线奋战的“战士们”送上暖心八件套，为她们加油打气！

日本一直是红豆国际外贸的重要海外市场，两年多的疫情阻隔了出国的交通，此次日本之行，红豆国际主动走出去，力争赢回来，提前部署工作，由阿福外贸三公司陈惠经理带队，携5名“女将”赴日出征，上百款样衣，约300款面料，装满了6个

28寸的大行李箱，其中不乏发热印花、防汗渍面料等明年春夏主推创新产品。

争分夺秒 全力拼搏

抵达日本后，阿福外贸三公司马不停蹄，兵分两路，直奔客户，拜访洽谈。白天跑市场、晚上做复盘，争分夺秒，务实高效地把控整个行程节奏。为最大限度的节约时间并自我防护，实行每天2点1线部队式管理，拜访了不同区域的9个老客户、5个新客户，并实地考察合作，更深入地了解需求变化、流行风尚、未来趋势。

“一次见面胜过1000封邮件。”

“你们能来，我们真的非常感谢！”

对于红豆国际的到访，日本客户也表现出了无比热情，彼此之间是合作伙伴，更是共同前进的朋友，此次面对面的交流弥足珍贵，温暖人心。阿福外贸三公司也不辱使命，凭借质量过硬的产品和真诚的沟通，通过新品提案洽谈了明年春夏的合作，成功开发两家新的客户，并实现当场下单。后续订单稳中有序接踵而来，同时为未来日本市场新契机确定方向，收获了远超预期的“战果”。

踏出国门，走向市场，赢得机遇。这趟赴日经贸之旅，饱含了红豆国际外贸人奋战四季度，“拓市场、抢订单”的必胜决心，全力以赴强攻市场，力争2023首季开门红！

(沈佳楠)



通用股份亮相美国SEMA SHOW 尽显民族品牌魅力

11月1日，一年一度的SEMA SHOW在美国拉斯维加斯拉开帷幕！作为中国民族轮胎企业代表之一，通用股份已连续十三次参加SEMA SHOW。此次，通用股份携旗下TBTIRES、GOODTRIP等品牌再次亮相，以多元化的优质产品和创新的技术体系再次为全球用户献上一场来自民族轮胎企业的视觉盛宴。

SEMA SHOW是全球规模最大的改装车及配件展览会，也是世界首屈一指的专业汽车产品贸易盛会，汇集了业内顶端科技和优质产品。据主办方介绍，今年的SEMA SHOW将吸引观众超过16.1万人和2400名参展商。SEMA SHOW以其高度的专业化和完善的服务系统在世界各大汽展中具有重要的地位。

作为通用股份旗下高端品牌，TBTIRES、GOODTRIP已深耕欧美市场多年，凭借卓越的品质及专业的服务深受用户们的认可与青睐。今年，通用股份展会现场依然火爆，众多国外客户和媒体朋友们纷纷驻足观看，前往展位进行咨询及合作洽谈的客户源源不断。

此次展会上，通用股份特别推出了TS-37A/T、TS-67M/T、TS-07H/T等热销产品，通过现场人员对产品的应用技术、品质性能等方面的专业介绍，突出的性能优势赢得了在场观众的阵阵好评。

TS-37A/T拥有较强的排水性能，其块状花纹不仅提升了颜值，更是提供了强大的驱动力。同时结合胎侧增强加固设计，增加轮胎抗冲击与耐磨性，在崎岖颠簸路面，让轮胎更加坚固耐用。



TS-67M/T作为一款实力派越野胎，拥有独特的凹槽设计，有效防止分裂。同时结合胎面增强结构，增加轮胎抓地力与耐磨性。强有力的外观和结构性满足用户对越野的各种需求。

多年来，通用股份一直致力于产品研发与技术制造，聚焦细分市场及用户需求。以“智慧”加持创新，专业的技术服务赋能，为全球用户不断打造高品质的绿色轮胎产品。同时，通用股份坚持国际化发展，打造泰国、柬埔寨海外双基地，依托产品优势和生产基地优势，全面提升公司国际影响力。

此次参展，通用股份充分展现了品牌雄厚的研发与产品实力，同时进一步增强了品牌国际影响力。未来，通用股份将继续加速国际化进程，携手国内外合作伙伴，深耕国际市场，为全球用户提供更安全、绿色、高效的产品，推动民族品牌走向世界！

(倪梁叶)