

红豆男装斩获腾讯智慧零售“年度行业标杆奖”！



4月11日，腾讯智慧零售重磅发布“全域数字经营榜”，榜单覆盖十大重点行业，红豆集团旗下红豆舒适男装凭借GMV增长的

优异表现，荣获“年度行业标杆奖”！以消费者为中心，红豆男装携手腾讯智慧零售开启战略合作，全面提升全域运营能力，红豆0感舒适衬衫上市一年销量突破37万件，红豆男装小程序GMV实现持续增长。

在时代的潮流之中，零售业经历了多波折与革新，随着公私域流量的打通，线上线下消费场景的融合，全域用户运营成为了时代关键。红豆男装从2020年开始布局私域，通过公众号、视频号、企业微信等多触点运营，红豆男装小程序GMV快速增长，上线当年GMV即突破1亿。2021年红豆男装小程序GMV持续快速增长，全年实现2.89亿元同比增长近3倍。2022年，小程序业务再次突破，上半年GMV名列男装行业第一，荣获“四力合作先锋奖”。

红豆男装将私域作为品牌发展极为重要的阵地和增长支点，不仅是单一的销售渠道、触客渠道，更是以消费者为中心，提供线上线下全渠道服务的全球增长平台。通过与腾讯智慧零售的合作，红豆男装逐步探索构建以数字渠道为主，系统化、持续化的

“智慧零售”新模式，在微信小程序生态中发掘新的增长点，实现自动化、个性化、智能化的营销触达，提升数字化运营，“新数字化运营+新消费体验”，实现业绩的可持续发展。

在2022年3月行业首创AR发布会上，红豆男装推出奢侈品级舒适衬衫“红豆0感舒适衬衫”，开创舒适男装新赛道，以在线化、高端化、智能化为发力点，打造新零售时代的服装行业样本。这一科技感十足的舒适产品，一经推出便受到年轻消费者的广泛喜爱。66年专注舒适的红豆男装，不仅保持了健康稳健发展势头，更让品牌的消费群体越来越年轻化。

对红豆男装而言，做好全域经营，既要聚焦精力做大事，在空间和时间维度，形成更强的辐射面；又要更高频、深度、通过滴水穿石的



渗透，加强与用户的连接，传递持续而稳定的“品牌印记”。0感舒适衬衫推出后，红豆男装又相继打造100件舒适男裤、精梳舒适POLO等舒适单品，构建舒适产品矩阵，并通过视频号直播、微信社群等新渠道持续种草，不断加强用户群体需求与产品的匹配，树立品牌独特性和会员价值感，增强品牌对消费者的心智占领。

未来，红豆男装将携手腾讯智慧零售，挖掘新的人群、新的场景、新的触点，以私域建设为“支点”，撬动未来增长空间，加速推进全域用户运营，在时代洪流中奔腾向前。

(庄怡)

红豆国际奋战开门红

春来潮涌东风劲，扬帆奋进正当时！今年一季度全体红豆国际人咬定目标，坚定信心，稳扎稳打，以等不得的紧迫感、慢不得的危机感、坐不住的责任感，全力奋进实现开门红！

外贸扬帆“出海”齐发力

2023年来，红豆国际外贸团队直面国际市场、争先逐浪“出海”，分赴法国、美国、迪拜、泰国、柬埔寨、孟加拉、土耳其等地，不断拓宽新品类，切入新赛道，全力以抢抓机遇、赶订单、促生产，下好外贸的先手棋。截止3月23日，公司已分批15次走出国门，与全球客户共谋发展、共赢未来。

外贸团队靶向发力、精准施策，将公司近年来取得的成果，以及对未来的战略布局、生产规划、创新产品等展现给客户，促进达成更深层次的合作。

为了更好地对接和服务客户，国际公司积极筹划升级海外贸易平台，同时加速布局东南亚，强化供应链，让业务、生产全面走出去，开创外贸发展新局面。

生产上，红豆国际打造智慧工厂，加速推进“智改数转”建设，成立技术中心，创新研发新产品、新技术、新工艺，走好高标准、高品质、高效率的品牌路线。通过打造爆品、注入绿色+科技的新动力，提升服装产品附加值。

商业优化发展添活力

商业上全员“拉满弓”，招商“铆足劲”，启动全员招商工作。截止目前签约完成率164%，并大力发展首店经济，成功引进江阴首进品牌——韩右右、老乡鸡等，为商场发展增添新活力。

各项目以节造势，抓住热点契机，整合资源打造跨年晚会、民俗市集、春季招聘会、女神节特惠、特色餐饮套餐等活动吸引大众，带动商场商户消费。

激发人才发展新动力

布局新征程，红豆国际真心爱才、悉心育才、



精心育才，在构建人才培养机制、使用机制、激励机制、竞争机制上大胆探索，评选出了“精彩国际系列”新星闪耀、阳光有为、黑马群起，让一批批青年人才最大限度释放创新创造的热情与活力，在岗位上发光发热。

挖潜增效强实力

红豆国际积极响应集团号召，按照“对标找差距，考核促增长”严格部署第十九次挖潜月工作，全员集思广益提出合理化建议，积极借鉴内、外标杆，在抓投资成本、抓供应成本、抓生产成本、抓质量成本、抓管理成本上推动一系列举措密集落地，提升经营业绩。

合理化建议分享

同时加强绩效考核，将个人绩效和组织绩效相结合，做到人人有目标、人人有责任、人人有方向，以绩效促实效，提振干事的精气神，带动全员创收，促进业务能力、招商能力倍增。

踔厉奋进正当时，笃行实干开新局。红豆国际坚持数字当头、一拼到底，跑出“加速度”，实现首季开门红，为全年高质量发展奠定坚实基础！

(沈佳楠)

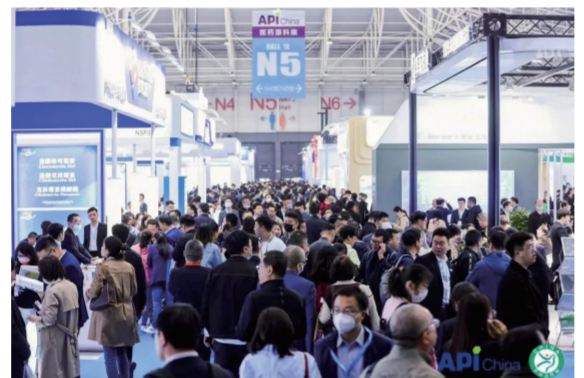
以创新合作推动医药产业升级 紫杉药业亮相第88届API China展会

4月12-14日，第88届中国医药原料药/中间体/包装/设备交易会(API China原料药展)、第二十六届中国国际医药(工业)展览会暨技术交流会(CHINA-PHARM)在青岛西海岸新区青岛世界博览城隆重举办，进一步链接医药全产业链，激发医药创新动能。

本届展会作为2023年中国医药工业领域首场专业展会，以“创新与合作”为主题，展览面积达7万平米，1200余家医药原料药、中间体、药用辅料、医药包装、制药设备企业以及4000余家制药生产企业参加，再一次展现了中国医药产业蓬勃的生机与活力。

红豆集团旗下无锡紫杉药业股份有限公司参展本次展会(展位号：N5B25)。

无锡紫杉药业股份有限公司成立于2004年，是隶属于红豆集团红豆杉大健康领域的制药企业。公司主要从事紫杉烷类抗肿瘤原料药、制剂、中药饮片的生产、生产和销售，坚持“原料药+制剂+CDMO”三位一体的经营布



局，现已形成原料提取、合成、制剂生产和销售的“垂直一体化产业链”，在紫杉烷类药物细分市场保持国内领先地位。

紫杉药业是国内紫杉烷类抗肿瘤原料药的主要生产企业之一，主要产品紫杉醇、10-去乙酰巴卡亭III(10-DAB)的产量和市场份额位居国内前列，同时也是抗风湿类原料药别嘌醇、食品添加剂L-5-甲基四氢叶酸钙等产品的国内重要制造商。公司不断强化原料药产品的供应服务能力，加强产品准入能力建设，积

极拓展主流市场。

公司拥有强大高效的研发团队，配备现代化的生产设施，建立严格的cGMP和EHS体系，致力于为全球制药企业提供符合质量标准、化学原料药和中间体。同时也提供产品定制(C/DMO)、工艺改进、研发、注册、一致性评价等支持服务。

在本展会上，紫杉药业以鲜明的特展展位，全面呈现了公司紫杉烷类特色原料药、医药中间体等优质产品和创新的技术服务体系，强化了公司“紫杉

烷类为特色抗肿瘤药物全球领导者”的品牌定位。

紫杉展台吸引了众多客户驻足洽谈，公司团队成员以专业的态度，热情接待客户，与国内外客户探讨市场形势，了解客户需求，细致地介绍产品，探寻发展合作空间，促进双方共赢。

下一步，紫杉药业将继续秉承“做好药，服务人类健康”的使命，以本届展会为契机，与制药行业同仁携手，链接医药全产业链，力同心续写中国医药高质量发展新篇章。

(张彦彦)

春天里的舒适民谣，红豆居家首次牵手无锡荡口民谣音乐节

2023年4月1日，一场由红豆居家赞助的民谣音乐节在无锡荡口盛大开幕。作为本届音乐节的战略合作伙伴，舒适红豆居家现场以音乐致敬青春，传递正能量。

听潮流音乐、与明星合唱、体验舒适氛围

随着国民经济的快速发展，在多元产品消费之外，都市居民对精神文化、娱乐生活的需求也逐年攀升，在各地热力开展的演唱会、音乐节中得到充分体现。2023年初，自荡口民谣音乐节宣布回归后，音乐节关注度居高不下。

活动现场，红豆居家将其品牌优势与音乐节的特点有机地结合在一起，将音乐与“舒适”居家生活相融合。李健、许巍、老狼、焦迈奇、回春丹等众多知名歌手到场，唱进你的心里，触动你的情绪。现场很燃，粉丝热情远超想象，人气火爆。

柔软内衣，舒适相伴，红豆居家小铺成音乐节网红打卡点

红豆居家作为国民品牌，致力于为消费者提供舒适健康的居

家生活方式。舒适红豆居家赞助此次音乐节，不仅是对音乐爱好者的支持，更是对未来美好生活的向往与追求。红豆居家小铺前，人头攒动，聚集着年轻消费群体。

“我和红豆居家很有缘诶！我来荡口音乐节，没想到在这里还能遇到红豆居家，我们全家都穿这个！”一名打卡者表示。

“我一直很喜欢红豆居家的产品，这次听说红豆居家还赞助了此次音乐节，我就特意过来看看。”另一名打卡者表示。

在轻松愉快的民谣音乐氛围中，红豆居家将生活“舒适”的理念传递给更多人，营造了一种“美好生活、舒适至上”视听盛宴氛围。

最近几年，内衣行业的竞争



越来越激烈，为了占据市场制高点，各大品牌各出奇招，但红豆居家却凭借着自身的差异化舒适定位和贴心化一切以用户为中心，冲出重围，在众多的年轻

人中脱颖而出，让他们觉得，红豆居家不仅能给他们带来更多的舒适体验，还能陪伴他们健康生活。

(徐晓舟)

红豆男装精领舒适POLO，POLO中的贵族精英

在时尚圈和穿搭圈，polo衫总是给人以呆板无趣、老气土气的刻板印象，所以似乎并没有那么受欢迎。但实际上，Polo衫却是含着金汤匙出生，天生自带一分贵气。

Polo衫原先被称为网球衫，是贵族专为打马球所设计的服装，为了在运动时能够充分舒展身体，又不丢失属于贵族的体面，他们喜欢穿着有领子的短袖衣服，这便是Polo衫的由来。Polo衫的设计以不用扎进裤子里为前提，做出了后长、前短，且侧边有一小截开口的下摆。此种

下摆设计使穿着者在坐下时，也能避免一般t-shirt因前摆过长而皱起来的情况。久而久之，这种款式广为大众喜爱，演变成一般的休闲服装，并被人们称作是“polo shirt”(polo衫)。

Polo衫之所以被人误解这么多年，就是因为虽然它的款式广受大众喜爱，却在普及后渐渐失去了身为贵族专属服饰后的精工细作、精雕细琢。市面上涌入的大量劣质品为Polo衫的形象蒙上了一层阴影，但这却不是Polo衫本身的错误。

红豆男装精领舒适Polo，致

力于颠覆大众一直以来对Polo衫的偏见，将本应属于Polo衫的贵族精英气质还原，为职场中的精英男士再添一优质选择。

面料是一件衣服的灵魂，拥有高品质面料的衣服在制作之前就已经成功了一半。红豆男装研发团队在挑选面料时，首次将中美奥三国的顶级面料运用于Polo衫的制作中。臻选中国优质棉，该棉种生长条件优越，绒朵大、纤维长，在热量条件相同情况下，因日照时间长，成熟度高，棉感佳，手感好，品质远优于普通棉，舒适度极佳；还有源自奥地利的兰精TENCEL Modal纤维，也称“天然榉木纤维”，源自天然，丝质触感，被誉为“人体的第二层肌肤”；再加上美国莱卡LYCRA氨纶，可自由拉长，并在外力释放后，迅速回复原有长度。三国纤维混纺的面料，更加细腻亲肤、轻柔有弹性。

精心挑选的面料材质，经过奢侈品级别的-33°C POP丝凉感淬炼工艺精工加工，变得如丝绸般轻薄、垂

坠，接触瞬间，其透气率更是高于国家标准两倍。在面料接触皮肤的那一刻，皮肤表面的热量就会快速流失，这种感受通过皮肤中感神经末梢反映到大脑，给人的感觉就如同夏天的一杯冰可乐，长跑后的一瓶矿泉水，是恰到好处地抚慰与沁人心脾。这种工艺所带来的效果，完美解决了市面上大多数Polo衫闷热出汗的痛点。

面料之外，最值得一提的便是这款Polo衫的设计与剪裁。红豆男装采集了超3000万人体数据库，结合国际品牌HOGO BOOS、Ralph Lauren版型尺寸以及结合人体工学设计，首创红豆5项3D立体剪裁。在此基础上，根据亚洲人身型多次优化调整，不同部位差异化廓形，为肢体提供舒适活动空间，设计出了适合各类身型的衣服版型，精心剪裁，舒适合体。

在细节末节处，红豆男装精领舒适Polo也丝毫不逊色，如定制版贵族立领、6处高定工艺、5处奢侈级辅料……方方面面都诠释了这款Polo衫的精细高级，还原了Polo衫的高贵血统。

红豆男装精领舒适Polo，引领贵族风潮，在不经意间展现男士年轻时尚的贵族气质。有关Polo衫的经典演绎法则还有许多等待挖掘，从精领舒适Polo开始，绝不会有错。

(朱雨荷)



“双黄金”轮胎技术，创新领跑行业新时代

等性能全面升级，为车主安心出行保驾护航的同时，也为车主带来更高品质驾乘体验。

杜仲黄金，开启耐磨新时代

杜仲胶，作为一种“新型天然橡胶”，拥有得天独厚的应用优势，据《神农本草经》中记载：杜仲补中，益精气、坚筋骨、久服，轻身耐老。”除了药用，杜仲还是一种经济价值很高的树种，其树皮、树叶中的“银丝”是一种胶质状的物质，有粘性，且不怕酸碱腐蚀、不易变形、绝缘、绝热，在现代可以用来加工成高端橡胶，被广泛应用，如光缆线、海底电缆、输油管等高端材料。正因为杜仲的银丝有着这些用处，使得它被欧美各国引种，同时在国外也得到了“中国橡胶树”、“植物黄金”的美誉。据了解，1吨杜仲橡胶轮胎可以减少70吨汽油消耗，因此也被国际社会誉为“绿色轮胎”。

通用股份2018年在行业内首次实现了合成型杜仲橡胶(TPI)在全钢子午胎中连续化生产，通过科技成果鉴定，达到国际先进水平。公司推出的千里马杜仲橡胶轮胎通过精准定位，采用杜仲胶胎面配方技术，大幅提升产品高速度耐久性，有效解决了普通卡车客轮胎在使用过程中消耗快、油耗高、驱动性能差等问题，轮胎耐磨性提升超40%，充分满足卡车司机对轮胎“更长里程”的需求。卓越的产品力先后获得2020年商用车年度“轮胎之星”奖和Apex Tire 2020年度卡车客轮胎“年度安全轮胎”奖、2022“市场质量信用AA(用户满意)级产品”奖等荣誉。

“双黄金”轮胎的推出不仅为绿色轮胎开辟了新局面，也彰显了“中国轮胎企业的创新精神。相信在不久的将来，中国轮胎企业定能将产品从“中国制造”走向“中国创造”。

(倪梁叶)