

紫杉药业张叶： 守住绿色温度，确保长青发展



2023年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，是实施“十四五”规划承上启下的关键一年。在跨入2023年的前几天，2022年12月30日，红豆集团旗下紫杉药业（873858）在科创板挂牌公开交易，在资本市场发展中迈出了跨越性的一步。自2004年成立，紫杉药业一直致力于紫杉烷类抗肿瘤药物的研发、生产和销售，坚持创新驱动，形成了较为完整的紫杉烷类抗肿瘤药物的研发管线，完成从原料药到制剂的全产业链布局。

在高质量发展、绿色可持续发展的背景下，制药企业正越来越重视绿色环保问题，紫杉药业也不例外。2019年，紫杉药业把安全环保工作从企管部门单列出来。2020年，张叶被任命为环保科科长，全程参与工艺流程、环保治理设施设计优化，减少废水废气的产生，不断提升公司环保治理设施能力。在紫杉醇、别嘌醇、叶酸钙等项目的环评审批和验收、应急预案评审备案等工作中，张叶用一丝不苟、兢兢业业的钻研精神和工作态度，以脚踏实地的定力、舍我其谁的担当确保项目顺利投产，保障了公司的绿色发展。2023年，他在红豆集团开展的“以‘三自六化’推进高质量发展争当先锋”主题活动中，被评为“绿色化先锋”。

“药企的项目不同于一般生产项目，生产的原辅材料是否有毒有害高污染，生产工艺中会产生哪些物质，评估这些产物如何影响周边环境，以及如何防治都是项目前期（在环境方面）就需

要评估的，准确的评估结果是通过审批的关键所在。”张叶这样解释具体的项目工作内容。

安全环保工作不同于其他工作，来自监管部门的检查往往是不发通知、不打招呼、直奔现场式的“突击行动”，发现一项不合规就是直接处罚，不存在二次整改再查的机会。随时面临着突击检查，这就要求张叶在相关工作中格外的谨慎和细致。然而在迎接相关部门的审查之前，张叶首先考虑的是，紫杉药业生产的是治病救人的药物，那在生产过程中我们更应该做到绿色环保无污染，让周边的居民生活得放心、安心。

张叶解释道，项目前期的环评编制过程中一定要把所有的工艺流程、污染物定量等工作做细做透，审批后，一旦出现较大偏差，将无法正常环评验收，也就意味着一切回到了原点。定性定量的数据，同样需要大量的

实验与检测数据。

换句话说，这是一个小实验和大生产的辩证关系。一份环评报告虽然是由资质的第三方环保机构执笔，但真正了解生产过程和工艺技术的还是公司内部人员，如何做好这中间的过渡传达是张叶的责任所在。把每一个节点可能出现的偏差情况整合至生产流程形成一种平衡，不造成溢出冒进，这就考验着张叶在环评工作中的经验阅历积累，需要持之以恒的坚守。

当前，紫杉药业正处于快速发展期，大项目推进争分夺秒、新项目上马应接不暇，所有的项目材料准备工作都要做在前面。一份环境影响报告书厚达500多页，小到项目运营期可能产生的噪声污染，大到项目扩建的环境经济效益，张叶都需要了然于胸。从一个有着十几年机修、设备科经验的门外汉到迅速成长为一名专业、专注的环保工作者，张叶啃下《化工原理》《环境工程微生物学》等专业书籍，付出了边干边学、边学边干、迎头赶上的辛勤汗水。

绿水青山就是金山银山，对内部而言是环境，对外部而言是生态。环保工作不仅事关企业的生产和经营，更与一方百姓的福祉息息相关。应对错综复杂的国内外形势，认真贯彻党的二十大精神，积极落实新发展理念，加快企业高端化、绿色化、证券化发展步伐，是张叶作为紫杉药业一员，与公司携手共赴的铿锵使命。

（赵媛）

实验与检测数据。

换句话说，这是一个小实验和大生产的辩证关系。一份环评报告虽然是由资质的第三方环保机构执笔，但真正了解生产过程和工艺技术的还是公司内部人员，如何做好这中间的过渡传达是张叶的责任所在。把每一个节点可能出现的偏差情况整合至生产流程形成一种平衡，不造成溢出冒进，这就考验着张叶在环评工作中的经验阅历积累，需要持之以恒的坚守。

当前，紫杉药业正处于快速发展期，大项目推进争分夺秒、新项目上马应接不暇，所有的项目材料准备工作都要做在前面。一份环境影响报告书厚达500多页，小到项目运营期可能产生的噪声污染，大到项目扩建的环境经济效益，张叶都需要了然于胸。从一个有着十几年机修、设备科经验的门外汉到迅速成长为一名专业、专注的环保工作者，张叶啃下《化工原理》《环境工程微生物学》等专业书籍，付出了边干边学、边学边干、迎头赶上的辛勤汗水。

绿水青山就是金山银山，对内部而言是环境，对外部而言是生态。环保工作不仅事关企业的生产和经营，更与一方百姓的福祉息息相关。应对错综复杂的国内外形势，认真贯彻党的二十大精神，积极落实新发展理念，加快企业高端化、绿色化、证券化发展步伐，是张叶作为紫杉药业一员，与公司携手共赴的铿锵使命。

（赵媛）

红豆股份夏玥： 夯实舒适定位，精准舒适传播



近年来，红豆集团实施推进“三自六化”战略，加快企业转型升级。作为红豆股份品牌文化部部长，夏玥在自主品牌的道路上深耕不辍，围绕“经典舒适男装”战略定位，以专业所长不断突破革新，以差异化事件、高端化形象适应消费升级，进行品牌传播与品牌形象的全面升级。

“品牌的传播要达成用户的忠诚，既要以产品和市场为基础，落地而高效；也要高于生活，引导更广泛的用户认知。”在他看来，品牌传播一定要基于用户的认知，结合自身优势，打造用户能记住的品牌印象。自公司正式启动“经典舒适男装”战略升级以来，夏玥带领团队围绕品牌传播、品牌形象两方面快速落地各项工作。以0感舒适衬衫科技发布会为突破口，传递品牌舒适认知，全网总声量超25亿；攻关中山路旗舰店及第六代门店形象，全新升级男装品牌形象，展现经典舒适理念。由此在红豆集团“以三自六化推进高质量发展争先锋”主题活动中，被评为“自主品牌先锋”。

“要有势能，更要有声量”众所周知，固有印象是很难打破的，对人如此，对品牌更甚。红豆男装是一个经典品牌，在消费者心中的形象相对传统，即使品牌自我升级、跃进潮流，如何让消费者得知、消化也仍是一大难题。

不过很快，契机出现了。红

HOdo 红豆集团 高质量发展 三自六化 先锋

带领团队坚定目标，深挖外部资源，整合内部力量，以昂扬的斗志一头扎进舒适的传播赛道；全员革新理念，紧紧围绕公司打造的战略机遇和顾问平台，争分夺秒的夯实舒适定位；围绕整体战役进度，敢于突破积极亮剑，灵活借势精准造势，在发布传播上取得突破性的进展，单场的曝光量突破16亿。

在这背后是整个团队成员的拼搏与努力，大型公关活动节点繁杂，整月连续加班和通宵沟通都是家常便饭，而年轻的团队则以自己的韧劲态度和责任心精神让各配合单位纷纷点赞，这一场硬仗不但在品牌认知上取得丰硕成果，更为红豆男装锻造出一支强有力的品牌团队。

3月发布会过后，第二场战役立即启动。红豆男装携明星产品0感舒适衬衫登陆英国伦敦时装周，其中更有国际超模金大川与众多海外模特加盟，进一步夯实了民族品牌、国货之光等品牌形象。紧接着，红豆男装还开展了百余场线下路演活动，线上线下打出“组合拳”。正如夏玥所说：“如果说高势能的关键事件是一颗引发舒适的火种，那么持续的地面传播就是借势助燃，火借风势，协同作战才能迅速点燃市场。”

除了内容与公关，视觉也是传播中重要的一环，优质的视觉素材能够唤起用户的体感记忆。红豆男装通过品牌视觉形象的整体升级，不断形成和消费者之间的心智共鸣，以更加科技感、品质感、舒适感的形象出现在用户面前。

围绕“0感舒适衬衫”的宣传，红豆男装通过差异化传播和聚焦式打法，结合更精准的垂直传播路径，解锁品牌破局的全新路径，不断强化品牌势能，树立品牌新价值。全面覆盖以90后、00后为主的未来新中产，用户群体年轻化、高端化初见成效。红豆0感舒适衬衫的成功破圈，不仅是对产品本身的一种高度认可，更是对红豆男装品牌形象转变的一次成功加持。

“夯实品牌形象，开辟舒适

赛道”品牌战略不是一成不变的，在品牌发展过程中，会随着环境变化和企业发展阶段，做出改变。在面临“转型之痛”时，品牌战略改变需要彻底和坚持。这也对应了品牌的两种本质——一种是隐藏在品牌表征背后的恒久不变的价值，即沉淀在红豆男装基因中的“经典品质”；另一种则是在大环境中求新求变的能力，即红豆男装开辟并引领舒适男装赛道的前瞻与魄力。

提升品牌形象之路，从旗舰店的设立开始。为了打造具有全国标杆性的旗舰店，夏玥带领团队快速启动旗舰店整体设计的规划和落地。首家全新理念的大型旗舰店，在实际操作过程中面临诸多困难和挑战，包括与设计公司的沟通、团队设计理念的同频，各项审批流程和多方合作的复杂性超出预料。最终在集团、公司领导的直接参与和大力支持下，在年前顺利完成了1000m²中山路旗舰店的交店运营，再次打破行业历史记录，最终效果非常震撼力，也代表了红豆男装全新形象的问世。

紧接着又在14天内完成了500m²苏宁旗舰店，以全新形象进驻核心商圈，并以此为标杆，不断升级优化全新六代门店模型。同时红豆男装其余门店也一一开始升级改造，明亮大气的视觉设计，配合色彩柔和的自然材质，勾勒出轻松舒适、充满质感的空间氛围，传递了全维度的舒适理念，让步入店内的消费者耳目一新。

66年持续深耕男装市场，红豆是实至名归的国民品牌。近年来，红豆品牌发生了巨大的变化，从内部思维转向外部视角，深入挖掘品牌内核——意识到红豆这个品牌本身是什么，以及品牌究竟要往哪条道路上走。时至今日，红豆男装前方的道路已经十分明朗，就是要坚定地引领男装舒适赛道。夏玥也将继续苦练内功，凝聚团队力量，扎实推进各项传播工作，坚定不移地在舒适赛道继续前行。

（庄怡）

红豆男装智慧零售模式 入选国家《新型消费发展典型案例》

近日，作为江苏唯一入选的“智慧零售”服装企业，“红豆”在智慧零售模式探索的探索”入选全国《新型消费发展典型案例》。据悉，全国《新型消费发展典型案例》一书收录了全国新型消费发展典型案例62个，由国家发展改革委收入分配和消费司组织编写，中国市场出版社出版发行。案例选编旨在深入贯彻落实《国务院办公厅关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》和国家发展改革委等28部门印发的《加快培育新型消费实施方案》，深刻总结各地引领新型消费发展的特色亮点，形成一批可复制可推广的有效模式，为全国新型消费发展提供示范经验。

新型消费，是指以网络购物、移动支付、线上线下融合等新业态新模式为特征的消费。支持新型消费发展，对保障居民日常生活需要、全面促进消费、培育完整内需体系和构建新发展格局具有重要意义。

江苏红豆实业股份有限公司（证券代码“红豆股份”600400.SH）成立于1995年6月，是全国知名企业红豆集团旗下核心子公司，

2001年1月8日在上海证券交易所挂牌上市。红豆始于1957年，一直致力于民族品牌建设。在世界品牌实验室2022年公布的中国500最具价值品牌排行榜上，红豆品牌位列78位，品牌价值831.85亿元。

近年来，红豆股份（600400.SH）围绕“经典舒适”品牌新定位、研发设计、智慧生产、智慧门店、线上线下全渠道、智慧供应链等方面，全方位打造在线化、高端化智慧零售模式，加速推进新一代信息技术与传统制造业、先进制造业与现代服务业的融合。打造了敏捷供应链平台，实现了线上线下全渠道营销，形成了“线下门店+线上店铺+个性化定制”的立体化营销渠道，为用户提供全流程的高品质消费体验和服务。

打造在线化智慧工厂。红豆股份（600400.SH）以数字化手段赋能“智慧生产”，基于数据“大工程”，建立面辅料、工艺工序、质量、人员设备4个数据库；通过“智能设计系统CAD、智能排产系统APS、生产执行系统MES、仓库管理系统WMS、管理系统ERP”五大系统集成，实现数据快速高效

共享和应用；引进先进的模板机、自动裁床、自动压烫机等智能化设备，与联通合作打造5G应用工厂，整体采用动态虚拟产线形式优化产线组合，以锁定动态控制交期，以快反供应链对接柔性消费需求，实现单耗成本下降10%，提高生产效率32%以上。

打造智慧供应链体系。红豆股份（600400.SH）以顾客与市场为导向、从消费者需求出发，对旗下所有品牌连锁门店进行全方位提档升级。通过对门店进行数字化改造，打造信息消费体验中心，不断提升高端化形象、环境、营销及服务，不断提升消费者体验感，形成核心竞争力。以红豆男装门店为例，部分旗舰店已加载智能量体仓，提供智能定制服务。消费者可通过APP、小程序等发布需求，经智能量体、智能排版、数据自动分发、平台工厂接收数据进入生产、成衣配送等环节。

打造全渠道智慧零售模式。红豆股份（600400.SH）基于数字零售创新，打通商品开发、生产供应、商品零售各个环节；建立覆盖线下门店、线上店铺的渠道营销网络体系，以全渠道、全场景、全链路的运营形式，为消费者提供舒适商品和便捷购物体验。2018年红豆男装上线全渠道会员系统，通过对会员标签、会员行为等数据分析，实现精准化营销。加



快O2O业务的全方位进化，强化多层次渠道升级，拓展更多元化、场景化的消费者线下触点，深度开展小程序电商、直播电商等运营，推进多触点连接，以符合用户生命周期的有效触达来提升用户粘性。

打造智慧供应链体系。红豆股份（600400.SH）紧紧围绕服装产业链，以“技术研发赢得主动、品牌营销开拓市场”为原则，紧紧围绕“微笑曲线”两端，基于红豆纺织工业互联网平台，依托现代信息技术、物联网技术、大数据技术、智能制造技术的运用，打造智慧供应链体系。公司上线供应商协同SRM系统，与供应商共同构建了柔性供应链，实现供应商准入电子化、生产进度可视化、产品质量检查在线化，提高供应链协同效率，大幅提升了库存周转效率，降低了物流成本，有效匹配商品调拨。

通用股份：数字化赋能 厚植企业高质量发展新优势

当传统制造业与数字化技术融合，会产生怎样的蝶变？在无限条件下，实现24小时不间断生产，实现用工成本节省50%，生产效率提升40%、运营成本降低20%……这就是通用股份在国内半钢行业率先实现的“黑灯车间”运营场景。

坐落于无锡市东港镇通用股份，近年来积极响应轮胎产业智能化发展趋势，主动落实“人效、能效、品效”三效合一，拥抱智能化变革，以全过程自动化、全领域智能化、全物流智能化为目标，建设工业4.0智慧样板工厂，打造传统产业智能+新样本。2022年6月7日，通用股份全钢智能工厂片段在央视新闻中播出，彰显通用股份数字化发展硬实力。

对于轮胎企业来说，想要实现企业转型升级的突破，就要实现智能化生产。数字化赋能成为加速企业高质量发展的有效手段。通用股份“智能工厂”项目在规划开始，便通过前瞻性布局，以“全过程自动化、全领域智能化、全物流智能化”为目标，充分考虑低碳环保需求，利用数字化平台进行高效管理，着力打造4.0样板工厂，率先实现行业首个“黑灯车间”。借助于5G专享网络模式，着力建设120万条高性能智能化全钢子午胎，有效解决了重装备在复杂环境中的设备连接和多场景应用，实现了企业的信息畅通、系统稳定和作业精准，在“双碳”的赛道上领先起跑，为行业转型提供了新思路。

围绕工业互联网、大数据、云计算、人工智能等核心技术，搭建轮胎制造全生命周期数据平台，一系列数据生动诠释通用股份数字化发展的明显优势。公司

全钢三厂致力于“工业大脑”的打造，AGV小车通过MES、WMS系统精准完成各项搬运作业；机械手臂、堆垛机有条不紊的运行；碳云平台实时监测生产能源消耗情况，依托与中国移动联合打造的“5G碳云平台”，通用股份实现了生产设备和工艺数字化，领跑轮胎制造业数字化转型方向。

另外，针对传统工厂多品种小批量生产特点，全钢三厂经过自主研发和技术攻关，打通智能设计、智能管理、智能生产等各环节，不仅实现个性化定制与大规生产的兼容运行，也实现了消费需求与生产一体化的有效链接，充分满足用户定制化、柔性化生产需求，有效缩短产品生产周期。“工厂投产1年多以来，生产效率大幅提升，车间产量提高了数倍，工人却更轻松了。”通用股份相关负责人表示，产品个性化、设备自动化、人员高效

化、管理信息化、生产智能化、工厂绿色化……全钢三厂将成为通用股份“智慧轮胎工厂”的样板工厂。

近年来，通用股份积极探索数字化融合管理体系AAA认定，荣获国家智能制造优秀场景、江苏省智能制造示范工厂、江苏省工业互联网标杆企业、入选中国上市公司协会2021年度数字化转型优秀案例。

党的二十大报告提出，推动制造业高端化、智能化、绿色化发展。中央经济工作会议强调，推动传统产业改造升级。通用股份将继续通过数字赋能，推动传统产业转型升级，加快发展现代产业体系，提升企业核心竞争力，厚植企业高质量发展新优势。

（《城市观察周刊》郭艳红）

