

红豆集团高质量发展显成效

春满江南，万象更新。生产忙、订单足、产销旺……2023年一季度，红豆集团跑出发展“加速度”，交出了一份亮眼“成绩单”。红豆集团及旗下两家上市公司销售、利润同比均实现双增长，其中，红豆股份（600400）2023年第一季度扣非净利润同比增长22.06%，通用股份（601500）一季度净利润1114.86万元，同比增长50.29%。

在全球经济增速明显放缓、主要经济体通胀居高不下、贸易保护主义和经济下行的背景下，红豆集团在2023年一季度交出了靓丽的成绩单，发展实现良好开局，“这个成绩来之不易”。

求新求变、提质增效是企业

转型升级的方向所在，也是促进经济高质量发展的重要动力。红豆集团能够逆势上扬、率先走出低谷，是不断推进“三自六化”战略的厚积薄发。

“三自”即：自主创新、自主品牌、自主资本。“六化”即：在线化、数字化、高端化、国际化、绿色化、规范化。红豆集团董事长周海江表示，在当前的全球市场压力下，“三自六化”战略对企业起到了至关重要的作用，不断地推进“三自六化”战略，在未来的市场竞争中将会具有更加强大的竞争优势。

今年以来，红豆集团认真学习贯彻落实党的二十大精神，市区相关部门，大力弘扬“敢为、

敢闯、敢干、敢首创”的“四敢”精神，打出加快发展“组合拳”、奏响干事创业“最强音”。

2023年，在国家级企业技术中心的基础上正式升级成立研究院以加快科技创新；红豆0感舒适衬衫向百万件冲刺，高端化发展提速；紫杉药业与寻生生物战略合作加快生物医药发展；红豆居家舒适再升级，举行“穿越千年的柔软”新品发布；通用股份加速“国际化、智能化、绿色化”产业升级，公司中、泰、柬生产基地通过精准定位、资源互补，竞争力日益凸显，正快速增长成为出口国家众多、出口区域覆盖全面的民族轮胎品牌之一，1至2月份公司国内外板块较去年同期增长150%以上，喜迎开门红……

4月17日，红豆集团党委启动“以学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想推进高质量发展”主题活动，并表彰了首批“高质量发展先锋”、“三自六化”先锋、争当高质量发展先锋等先进个人，并表彰了首批“高质量发展先锋”、“三自六化”先锋、争当高质量发展先锋等先进个人，并表彰了首批“高质量发展先锋”、“三自六化”先锋、争当高质量发展先锋等先进个人……



通用股份2023年一季度报发布，海外双基地加速建设

4月26日晚，通用股份（601500）发布2023年一季度报告，同比增长50.29%。

一季度以来，随着国内宏观经济形势、汽车行业及交通运输的复苏，轮胎行业的经营面趋于改善。国内，通用股份抢抓节点，联合经销商在全国召开了100余场开门红会议，在多重激励支持和优质产品的加持下，客户反响热烈，累计回款超2.5亿元。同时，公司加速推进渠道倍增计划，紧扣国内国际双循环，积极开拓海外市场，国内外贸易板块一季度营收同比增长30%以上，企业效益正逐步改善。国外，海外基地受美国消费影响轮胎市场需求有所下降。相关数据显示，2023年1-2月美国进口轮胎3543万条，同比下降21%，其中自泰国进口轮胎数量675万条，同比下降25%。公司泰国基地一季度全钢胎开工率受到一定影响，半钢胎保持产销两旺。随着美国市场需求的回升及海外新客户的开拓，公司泰国全钢胎工厂二季度以来订单稳步增长，5月超10万条，半钢胎工厂超60万条，生产满产运营，竞争力优势凸显。

近年来，受国际贸易壁垒

增强、资源约束趋紧等挑战，行业头部轮胎企业纷纷加速海外布局。2023年，通用股份第二个海外生产基地——柬埔寨项目克服各项不利因素，于今年3月18日实现了首胎下线。项目落户于控股大股东红豆集团联合中柬企业打造的西港特区，是中柬唯一签订双边政府协定的国家级经贸合作区，也是“一带一路”上的样板工程。目前，柬埔寨项目已与美国、欧洲、巴西等国家和地区的多家头部客户签订了战略合作，项目全面达产后，预计将新增营收22亿元、利润2.5亿元，为公司提升国际市场占有率，助力后续业绩增长新动能，未来发展前景可期。

创新是提升企业竞争力的关键。2023年，通用股份通过技术研究院升级，立足全球市场，聚焦差异化、高附加值产品的研发创新，围绕品牌定位优化产品结构，快速响应用户需求。同时，国内、国外生产基地继续推进端到端成本管理和精益制造，抓全过程的提质增效。据了解，二季度以来，通用股份“驰骋千里、为战而来”新品推广会正在全国各地开

展中，“杜仲黄金系列、战神系列、王者系列、绿能系列”等细分市场新品为用户带来更安全、更高性价比的体验，加速推进渠道倍增计划，致力于为客户创造更大价值，进一步提升品牌影响力。

行业分析师认为，随着国内经济的逐步向好，国家稳经济政策的落地，基建开工等快速上量，重卡轮胎销量有望持续回暖。此外，去年4月份以来物流运输受阻、轮胎产销低迷，今年二季度市场干扰因素减弱，轮胎行业今年很大可能实现较大幅度同比增长。加之欧美国家经济下行压力较大，对中国轮胎的需求越来越高，东南亚等国家对轮胎的需求也日益增长，都是支撑轮胎出口增长的有利因素。

未来宏观环境仍存在不确定性和风险，通用股份表示，将继续坚持战略转型，加速海外双基地建设，以“一三化”为核心，加强创新投入，推动国际化、智能化、绿色化升级，为消费者打造更具性价比的轮胎产品，提升品牌影响力和市场竞争力，推动企业高质量发展。（可为）

红豆舒适男装与HeiQ海屹科达成战略合作，创新引领舒适升级

5月12日，HeiQ海屹科集团联合创始人兼首席执行官Carlo Centonze一行到访红豆舒适男装总部参观交流，双方围绕技术应用、产品创新、未来合作方向等方面进行细致的探讨，并正式达成战略合作关系。双方将以此次签约为契机，建立起更加紧密有效的合作，共同创造更加舒适的穿着体验，将更多创新产品带给全球消费者。

HeiQ海屹科成立于2005年，2020年上市，在纺织品与新材料领域精益求精，创造了当今市场上最高效耐用且性能卓越的多种高科技纺织材料，与200多个品牌成为创新合作伙伴，致力于推动数十亿人的生活品质提升。Carlo

Centonze表示，非常高兴能与红豆舒适男装达成合作，将HeiQ的科技应用到红豆男装更多品类当中，共同打造新一季舒适男装产品。

HeiQ Smart Temp智能温控技术是HeiQ海屹科自主研发的专利技术，专注于体表温度调节的科技，赋予面料动态响应人体皮肤温度以及人体热量。红豆男装高端化转型升级的代表作——“红豆0感舒适衬衫”就创新应用了该技术，以提升穿着的舒适感。红豆男装在面料中加入了瑞士专利的HeiQ高分子，让衬衫能够感知体表温度，从而实现智能温控的效果。这也是HeiQ Smart Temp高分子聚合物首次大规模应用于男



士衬衫，堪称舒适与科技的完美结合。

集多项创新技术于一身的“红豆0感舒适衬衫”，凭借过硬的产品实力，揽获“法国双面神国际设计大奖、美国muse大奖、意大利A奖、芭莎年度男士衬衫奖、IAI设计金奖”等四项国际权威大奖，单品销量突破48万件，全网中高端衬衫销量领先，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。

为了巩固品牌核心竞争力，

红豆男装在舒适产品研发方面马力全开，联手行业高端供应商，对面料、工艺、版型、科技功能等进行研发升级，创新运用多项科技，打造0感舒适衬衫、加1舒适裤等极致单品，丰富舒适产品矩阵。此次与HeiQ海屹科的战略合作，红豆男装将在更多品类中应用HeiQ Smart Temp智能温控技术，以创新产品满足消费者舒适需求，持续领跑舒适赛道！（吴亚）



静享全程，安心随行 | 千里马CHP8，城市SUV专属！

近年来，随着乘用车市场保有量的不断提升，中国已成为名副其实的汽车大国。而城市SUV作为一款以多功能型为定位的车型，其较高的空间实用性和优秀的通过性成为了市场主流。然而，随着市场需求的增加，驾驶者对爱车轮胎的操控性能、稳定性、安全性也都提出了更高的要求。

紧跟汽车发展潮流，通用股份精心研发出多款专为SUV量身定制的专用轮胎。此次，通用股份对轮胎结构、工艺、配方等多方面进一步升级，推出千里马CHP8，在产品性能、性能上均实现了飞跃，为用户提供更安全、更舒适的驾驶体验！

静音舒适，畅享无阻

对于城市SUV车主来说，选用轮胎首先要考虑的就是舒适性和安全性。针对此需求，千里马CHP8整体采用非对称设计，提供更好的操控性能，小且多的花纹块设计，行驶更加舒适。仿真技术优化花纹块设计，节距排列，降低噪音，让车主享受运动的同时也能感受到宁静舒适的驾乘。

超强操控，安全随行

抓地力、驾驶稳定性与制动性能是确保SUV用户驾驶安全的核心性能。结构方面，千里马CHP8采用加强结构设计，同时静态仿真技术对胎面进行优化，优化接地印痕和压力分布。立体刀槽式的刀槽和台阶花纹设计，有利于湿滑路面快速划破水膜排除积水，带来更短的制动距离，提升行驶稳定与安全。

配置方面采用超耐磨补强炭黑、白炭黑相增强体系，保持优异耐磨性的同时具有良好的干湿抓地性，便于车主操控。

此外，CHP8产品线共计10个轮胎规格产品，以19/20大规格尺寸为主，包含65到45系列产品，能够满足广大SUV消费者对高操控、高承载、高强度、高耐磨、高舒适等的全方面要求，为SUV消费者购买轮胎提供了新的选择。

未来，通用股份将持续探索自主品牌发展模式，助力乘用车领域加速跑，以新技术充分释放新动能，以匠心制造性能卓越的产品，为客户带来更好的驾乘体验！（接唯玲）



红豆为什么这样“红”：“断形势、有计划、找出路”，行在正确的路上

红豆集团历经周氏三代人传承，可谓一部中国民营企业史。

7年前，中国政府网曾经组织过一个访谈，主题是——《江浙促进民间投资有些“好办法”》，在开始这场访谈的半年前，北京派出9个专项督查组，赴18个省开展“促进民间投资健康发展专项督查”工作。

那段时间有个普遍认知是，民营企业对于经济增长和改善民生贡献大，而江浙地区的民营企业企业家尤其突出。

访谈过程中，时任水利部党组副书记、副部长杨勇说了一番话：“民营企业家的精气神还是不错的，精气神比较好。一是对形势有判断，也有思路，知道在这样的形势下自己要干什么。二是对企业的发展都有规划和计划。三是现在确实有努力寻找出路，在当前经济下行压力下，怎么使企业搞得更好。”

7年后，2023年3月，浙江大学企业家学院以位于江苏无锡的红豆集团为样本，深入探讨了企业家精神、知识经验与文化理念在民营企业传承中发挥的作用。

胜马财经发现，红豆集团从1957年到2023年，历经66年历史周氏三代人传承，可谓一部中国民营企业史。

而那句民营企业家的精气神之“断形势、有计划、找出路”的体现，又恰恰也是红豆集团屹立至今的核心要素。

那么，作为民企典型样本的红豆集团是如何诞生，成长，又是持续三代人一直行走在正确的路上呢？

红豆“缘起”与“崛起”

红豆第一代创始人是周林森，是无锡当地有名的弹棉花匠。

1957年，周林森将自家小作坊和蔡元生的小作坊合并，二人创立了港下针织厂，以弹棉花、扎扫帚为主要业务。

后来，苏南地区敢想敢干，很多地方采取以乡镇政府为主体组织资源方式。政府出面组织土地、资本和劳动力等生产资料，出资办企业，并由政府指派所谓的能人来担任企业负责人。这种组织方式将能人（企业家）和社会闲散资本结合起来，很快跨越资本原始积累阶段，实现了苏南乡镇企业在全国的领先地位。

1983年，在当时“苏南模式”的带动下，周林森之子周耀庭在荡上村担任党支部书记、兼任主抓农业的大队长，接棒濒临倒闭的港下针织厂。

当时，摆在周耀庭面前的现状是——原厂硬件设备落后，原材料品质差、库存产品积压严重，没有销路。

普通人和企业家的区别在这时开始体现，周耀庭在深思时代大背景、改革开放利好政策后，推断人民生活水平的提升大势即将到来。

于是他大胆自筹6500元购买了1吨棉纱，整顿工厂经营。要知道，在当年的6500元可是一笔“巨款”，如果有差错，那周耀庭将万劫不复。

但既然下定决心，就不会后退，很快，事情的发展验证了周耀庭是对的，针织厂经营大变样，产品受到了周围的追捧。

于是周耀庭趁热打铁，为了进一步扩大销路，将原来的“山花”牌改名为“红豆”牌，并豪掷160万元天价广告费，让“红豆”成为国内首家进军央视广告的品牌，从而使得工厂在短时间内实现了扭亏为盈。

二代周耀庭有50多年党龄，他经过近30年的艰苦努力，凭借独特的经营思路，把一个名不见经传的乡办小厂发展壮大成为中国民营企业500强的红豆集团。

周耀庭自己常说，“心中的理想就是带领家乡父老乡亲脱贫致富”。在企业最困难的时候，他坚持充分发挥厂党员的先锋模范作用和党组织的战斗堡垒作用，解决了一个个难题，渡过一个一个难关。

三代周海江是红豆的第一位党员大学生。1987年，周海江已在大学执教，而红豆却苦于无法通过正规渠道获得大学生，周耀庭就劝他回乡。

于是，他忍痛辞职，放弃了大学的“金饭碗”，捧起乡镇的“泥饭碗”。从普通员工干起，车间主任、分厂老总，干遍了红豆所有基层岗位，直到2004年通过海选任集团总裁，2017年1月，周海江以高票接任董事局主席兼CEO，全面掌管红豆集团。

周海江认为，“企业发展，关键在党建”，周海江始终认为这是红豆集团持续发展的重要经验。

2022年10月，党的二十大闭幕后的党代表媒体通道上，红豆集团党委书记、董事局主席周海江接受媒体采访。他说：“如果您来到红豆集团，首先映入眼帘

的一定是鲜明的党员示范岗。在红豆集团的管理层中，党员占了九成。……充分发挥党员的先锋模范作用，把党和国家的方针政策真正贯彻落实到实处，就是民营企业最大的机遇。”

三代党员文化精神的传承，造就了后期红豆集团扎实、特色的党建文化。

2017年3月，周海江新著《中国特色现代企业制度》一书在北京大学正式发布，被誉为“首部中国民营企业家的企业理论著作，首部把党建工作嵌入公司治理的企业实践著作，首部系统阐述‘三位一体’中国特色现代企业制度的理论实践著作”。

红豆之所以从一个手工小作坊发展成为大型跨国企业集团，而在外界有很多种“归因解读”，而在周海江看来，秘诀就是“在党的方针政策中找机遇”。

他认为，党的方针政策，集中了全党精英和全国人民的意志，具有强烈的导向性、全局性和前瞻性，企业研究透了就能找到机遇，企业不闻不问就要走弯路吃大亏。

新时代的“红豆精神”

目前，红豆集团拥有员工近3万名，产品从最初的针织内衣，发展到服装、轮胎、制药、园区开发四个领域，居中国民营企业500强前列。

集团拥有十多家子公司，包括红豆股份（600400）、通用股份（601500）两家上市公司，紫杉药业在新三板挂牌公开交易，分设美国纽约、日本、新加坡、泰国等境外机构。在柬埔寨王国联

合中柬企业共同开发了11.13平方公里的西哈努克港经济特区，成为“一带一路”的样板。

目前，红豆集团旗下拥有“红豆男装”、“红豆居家”、“红豆家纺”、“红豆童装”、“红豆万花城”等系列连锁品牌。集团以党建引领先进企业文化建设，矢志不渝弘扬中华优秀传统文化助力文化自信，彰显文化自信。

2001年集团在全国首倡举办“红豆七夕节”，2010年被中宣部等七部委列为“我们的节日”。

2022年，世界品牌实验室公布的中国500最具价值品牌排行榜中，“红豆”位列78位，品牌价值831.85亿元。

近些年，红豆集团与时俱进，坚持自主创新驱动，实施“三自六化”战略，推进“智慧红豆”建设。通过产品技术创新、营销服务创新、管理模式创新等系统创新，集团坚持以客户为中心，加快线上线下全渠道建设，持续发力高端化发展。

通过依托国家级技术中心、国家技术创新示范企业、集团推出的“红豆—纺织服装工业互联网平台”在2018被列为首批纺织行业工业互联网平台试点项目，该平台又唯一入选工信部工业互联网平台集成创新应用试点示范项目。

目前红豆集团旗下红豆股份西服智能工厂、红豆衫衫智能工厂、红豆运动装智能工厂、通用股份全钢工业4.0工厂已投入运营，2021年，集团获评全国质量标杆、第十九届“全国质量奖”。

站在新时代奋斗道路上，集

团以“共同富裕，产业报国，八方共赢”为使命，积极履行社会责任，相继设立了“红豆慈善基金”、“无锡耀庭慈善基金”和“无锡红豆关爱老党员基金”。

2021年，集团荣登中国民营企业社会责任百强榜。新冠肺炎疫情发生后，集团迅速改造生产线，生产防护服、隔离衣、口罩等防疫物资支援抗疫；被国务院应对新型冠状病毒肺炎联防联控机制表扬为“抗疫先锋”、“当无愧的抗击疫情‘军工厂’”。多年来，集团对外捐款捐物累计超5.8亿元。

3月13日上午，十四届全国人大一次会议闭幕后，国务院总理李强出席记者会并回答中外记者提问时，勉励民营企业大力弘扬优秀企业家精神，坚定信心再出发，其中说到了“走遍千山万水、说尽千言万语、想尽千方百计、吃尽千辛万苦”的四千精神。

周海江表示，总理的重要讲话，温暖了全国民营企业家的内心。尤其是总理提到的“四千”精神，这是对我们广大企业家的期待和勉励。改革开放催生了一批又一批敢闯敢试、敢为天下先的民营企业企业家，作为无锡的民营企业企业家，在改革开放的春风里成长，我们深感幸运。

可以预见，未来的“红豆”，将继续坚定发展信念，放开手脚，轻装上阵，以“断形势、有计划、找出路”一以贯之下去，在实现民营经济高质量发展的路上，与国家发展同频共振，持续走在正确的道路上。（胜马财经）

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