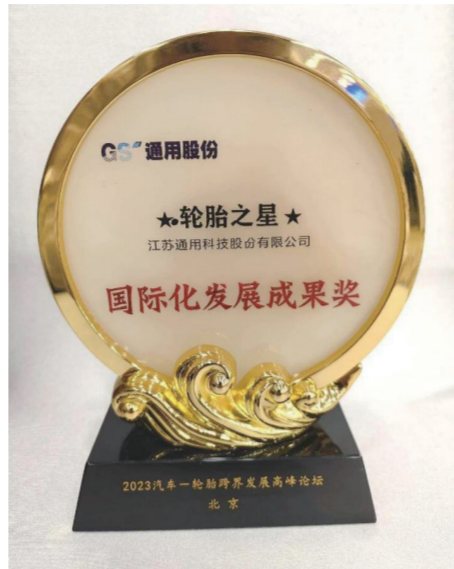


# 国际化成绩斐然！通用股份再获“2023轮胎之星”

6月9日，第五届“轮胎之星”获奖名单在“2023汽车-轮胎跨界发展高峰论坛”正式揭晓。其中，通用股份凭借前瞻的海外双基地布局、优秀的科技创新和营销服务，在众多参赛者中脱颖而出，荣获“2023轮胎之星-国际化发展成果奖”。此次获评，不仅是对通用股份近年来国际化谋篇布局高质量发展的肯定，同时也为行业发展注入新的活力与动能。

台湾等国家和地区双双斩获，柬埔寨成为轮胎企业新的投资目的地。数据显示，今年一季度，柬埔寨已成为美国重要的轮胎出口国，乘用车和轻型卡车轮胎数分别为105万条、28.3万条，同比分别增长了50倍和40倍。

通用股份相关负责人表示，公司在成功打造泰国首个海外生产基地后，选择柬埔寨作为国际化布局的第二站。该项目于今年3月18日实现首胎下线，5月22日举行开业庆典。通用股份柬埔寨基地产能包括500万条高性能轿车轮胎和90万条卡客车轮胎，预计达产后为公司新增22亿元营收、2.5亿元利润，耗用天然橡胶约3万吨，为当地创造1600个就业岗位……目前泰国板块销售订单快速增长，工厂满负荷生产，产品供不应求。国内外贸板块一季度销售同样实现了加速发展，营收同比增长30%以上。通用股份作为为数不多拥有海外双基地的轮胎企业，立足海内外生产



升级，以高品质的产品赋能客户，致力打造具有国际影响力的民族轮胎企业。（接雅玲）

# 喜报！热烈祝贺紫杉药业成功进入新三板创新层

6月13日，全国中小企业股份转让系统正式公布了《关于发布2023年第四批创新层进入层公告》（股转公告〔2023〕226号），无锡紫杉药业股份有限公司（股票代码：873858）正式进入创新层，调层结果自6月14日起生效。

创新层是北交所的“后备军”，紫杉药业凭借优秀的硬实力、卓越的成长力、领先的战略规划、多元的合作模式等得到了市场的肯定。从众多基础层挂牌公司中脱颖而出，正式进入创新层，成功拿到北交所上市“入场券”，迈向更高层次的资本舞台！

紫杉药业成立于2004年，是隶属于红豆集团红豆杉大健康领域的制药企业，是国家高新技术企业、江苏省专精特新“小巨人”企业、江苏省民营科技企业。公司主要从事紫杉类抗肿瘤

原料药、制剂、中药药片的研发、生产和销售，坚持“中西药并举，原料药+制剂+CDMO三位一体”的经营发展战略，现已形成原料药提取、合成、制剂生产和销售的“垂直一体化产业链”，在紫杉类抗肿瘤药物细分市场中保持国内领先地位。

# 通用股份海外双基地，为业绩增长注入强劲动能

近年来，随着宏观经济形势影响、轮胎国际贸易壁垒增强以及国内生产成本上扬等外部因素，市场竞争加剧，中国轮胎头部企业，加速“走出去”步伐，不断开拓新的国际市场，实现更广阔的发展空间。

通用股份准确把握这一趋势，选择了泰国作为首个海外生产基地，展示了企业国际化布局的前瞻性。

受2021年5月美国对泰国、越南、韩国和中国台湾等国家和地区的贸易壁垒影响，轮胎企业“走出去”进入2.0时代。柬埔寨是中国“一带一路”倡议的关键合作伙伴，也是东南亚区域经济最开放和自由的国家之一，企业享有长达6-9年的“免税期”优惠政策，目前已有赛轮、通用股份、青岛双星三家企业入驻，成为轮胎企业新的投资目的地。

在投资者互动平台回复，公司依托海外双基地优势，产品性价比高，竞争力凸显。目前公司泰国基地产销两旺，6月份在手订单已超过现有产能规模，公司通过优化排产等措施，全力内部挖潜，以最大程度满足客户需求。柬埔寨基地产能已达成与美国、巴西等多家头部客户的战略合作，项目达产后将逐步爬坡上量，加速实现全面达产。

# 抢抓新能源汽车发展，通用股份开启绿色新篇章



近年来，新能源汽车进入蓬勃发展阶段。工信部数据显示，2023年1-5月，新能源汽车产销累计完成300.5万辆和294万辆，同比分别增长45.1%和46.8%。新能源汽车持续走高，不论销售数量、产量还是渗透率都明显提升。

通用股份作为汽车与地面直接接触的部件，承担着汽车重量向地面均匀传递的任务，而它的好坏也决定了车辆的操控并影响安全，同时也影响着车辆的续航，其重要性不言而喻。相比燃油车，新能源汽车往往更重、更安静、动力也更强，有研究表明，汽车重量每增加500kg，轮胎的磨损率就会提高20%左右，加之电动汽车本身起步扭矩偏大，因此新能源汽车主们通常对轮胎的滚阻、噪音、耐磨等性能有着更高的要求。

通用股份充分把握新能源汽车的特性，在行业率先推出了千里马静音棉抗扎胎，获得实用性

# 中国纺织服装品牌大会启幕 红豆股份董事长获“2022中国纺织服装优秀品牌人物”称号

## 中国纺织工业联合会文件

5月31日，由中国纺织工业联合会、湖州市吴兴区人民政府联合主办，以“新变革下的品牌价值提升”为主题的中国纺织服装品牌大会在浙江湖州召开，会上重磅发布了2022年中国纺织服装品牌发展报告，以及重点培育纺织品牌百家品牌等多个名单。大会期间，中国纺织工业联合会发布“2022中国纺织服装优秀品牌人物”名单，红豆股份（600400.SH）董事长戴敏君入选。

引进“智慧外脑”，以战略调整赢得快速发展

品牌成长的背后，离不开坚实的品质支撑与战略支持。近年，面对行业内此起彼伏的价格战，红豆股份以战略调整赢得快速发展。董事长戴敏君作为女性领导人，具备了坚韧不拔、精明能干的特质，又有着敏捷的思维能力，更善于捕捉行业动向。自1988年加入红豆，戴敏君在红豆已经履职35年，她从业务员逐步成长为管理高层，其对公司业务十分熟悉，在服装领域亦是经验丰富的领跑人。

但企业发展到一定阶段，难免受困于内部思维，难以向上突破，戴敏君意识到引入“智慧外脑”的迫切性，带领团队请来咨询公司“会诊”出招，向近几年成功向高端转型的波司登、雅迪等公司“取经”。雷厉风行的推进下，红豆股份请来新战略深藏幕后的战略咨询大咖，就是5年协助飞鹤、波司登、雅迪等5家企业突破百亿的军师——君智。

此次中国纺织服装品牌大会上，君智咨询董事长谢伟山也是作为会议特邀嘉宾，做“百亿品牌中国策”专题发布，分享中国品牌价值提升的新思路、新举措。而此前，在2022年3月一场主题为“兴民族品牌 立千亿红豆”的红豆男装2022年战略发布会上，君智咨询董事长

谢伟山就对红豆股份此次品牌战略升级表示赞赏，表示：“红豆在服装行业里第一个提出‘经典舒适男装’概念，这一概念一定会赢得消费者的心。红豆有65年历史，且在舒适服装领域有深厚的基础和成功的经验，未来势在必得。人心所向，将让红豆走向一个新的传奇。”

在“智慧外脑”的加持下，红豆股份快速锁定“舒适男装”新赛道，定位“经典舒适男装”，以新战略展现新姿态。在2022年1-12月全国重点大型零售企业服装零售额和零售量同比分别下降14.79%和18.61%的客观环境下，红豆股份以披荆斩棘之势开辟了男装新赛道，撬动行业新变革。据财报披露，公司2022年度服装营收为近三年最高，且服装主业的毛利率在疫情三年期间因为公司致力于高端化转型也由26.4%持续增长至35.92%，实现了9.52%的增长，展现强大的发展韧性和抗风险能力。在2023财年首个季度，公司营收6.55亿元、归母净利润均实现同比增长，实现快速反弹。

引领“舒适男装”新赛道，66年经典男装全新出发

相较于过去传统制造业的定位，如今的中国纺织服装行业正在实现全产业链的革新。作为服装领域经验丰富的领跑人，“匠心”、“创新”是戴敏君经常挂在嘴边的。

戴敏君在卸任董事长时，就提出“要以高端化、差异化适应消费升级，提升品牌知名度及行

# 与用户同频，红豆舒适男装构筑核心竞争力

当消费主力军愈发年轻，挑战伴随着新时代一起来到。“悦己”逐渐成为消费新常态，正在被消费群体广泛认同。面向新时代与新需求，红豆舒适男装以全新的品牌战略、丰富的产品矩阵与用户同频共振，在产品、渠道、服务上全面焕新，竭力满足当下用户的全维需求，为他们的舒适穿衣与美好生活赋予无限可能。

优质的门店体验让消费者更切实地感受到品牌价值，也是品牌与用户交流的直接渠道。坐拥近千家门店、千万会员的红豆舒适男装，始终将终端渠道作为提升用户体验的重要“法宝”，大刀阔斧升级门店形象，以“舒适”为核心全方位提升用户的购物体验，明亮大气的店铺环境让人眼前一亮，品类丰富的舒适男装带给消费者更多的惊喜。全新的视觉体系、门店环境，让红豆

男装的品牌形象更具辨识度，不少消费者走进门店后纷纷表示被“圈粉”。

持续坚定地专注深耕，以专业的力量不断迭代提升，是品牌在新时代高质量发展的底层逻辑，也是实现从“跟跑”到“领跑”价值跃迁的必然路径。从开创舒适男装新赛道，到如今成为舒适男装的领跑者，红豆男装既具备厚积薄发的品牌底蕴，也适时抓住了时代发展机遇，在低迷的市场环境中仍然坚持创新。得益于爆款“0感舒适衬衫”，红豆男装全面打开了舒适男装市场，让更多人穿上奢侈品质舒适男装。

红豆男装立足品牌66年积淀，专业经验，集合全球优质资源，开创了新一代舒适衬衫。0感舒适衬衫首发就引起行业轰动，在多圈层、多领域引起广泛讨论，持续热销中也得到了消费者

的认可，获得好评无数，累计销量超过50万件。经国际机构沙利文权威认证为“全国全网中高端衬衫销量领先”。



对于处在行业变局中的品牌来说，坚守专业、创造极致，将品牌内涵与用户需求紧密连接，才能提高核心竞争力。红豆男装以“经典舒适男装”为定位，品牌向高端化转型升级，贴近中国用户并紧跟时代发展步伐，打造创新能力强、发展韧性足的综合竞争能力，民族品牌焕发新的活力。（庄怡）