

突破50万条！ 通用股份泰国工厂半钢轮胎产销两旺

近日，通用股份泰国工厂一片繁忙景象：机器轰鸣生产，工人们井然有序地装运轮胎，一辆接一辆货车整装待发，一批又一批的货被交付给客户……今年以来，轮胎行业逐步恢复，通用股份泰国工厂销量、市场订单量不断攀升，呈现出一片喜人景象。

据介绍，6月份通用股份泰国半钢胎工厂产销突破50万条，创历史新高。目前泰国工厂17寸大尺寸以上半钢胎占比超50%，平均胎重较常规产品高30%以上，工厂通过有序调度和排产，同时做好各工段的保障和拉通，突破产能瓶颈、深挖潜力。“为赶订

单、抢生产，我们泰国工厂设备24小时不停歇，全员卯足干劲、上下同欲，在保证质量的基础上加快赶制订单，全力满足美国、欧洲、东南亚等多个海外市场需求。”泰国工厂负责人王中江说。

作为通用股份首个海外生产基地，泰国工厂自投产以来始终保持产销两旺的势头，呈现出良好的发展态势，100万条全钢子午胎和600万条半钢子午胎项目已全面达产，新增的30万条全钢子午胎也将于7月份实现全面达产，成为公司重要利润增长点。依托产品创新和精益管理，公司泰国工厂受到客户的广泛认可，与北美



多家头部客户达成了战略合作。

同时，通用股份柬埔寨基地于今年5月22日正式开业，6月份实现加速发货，预计2024年下半年实现全面投产，为公司中长期业务增长提供持续动力。

业内人士表示，今年以来海运费、原材料价格呈下行趋势，有利于轮胎企业出口业务的发展

和盈利能力的修复。2023年上半年中国轮胎出口表现较好，国内市场需求也在明显上升，将为轮胎行业的稳健经营起到助推器作用。通用股份作为中国为数不多拥有海外双基地的轮胎企业，依托国内国际双循环优势，将迎来新一轮的高质量、跨越式发展。（接雅玲）



红豆股份获国家级 “电子商务示范企业”荣誉称号

日前，国家商务部公示了132家电子商务示范企业名单，经综合评价和考量，红豆股份凭借在服装零售领域的创新优势和行业影响，成为商务部推荐的电子商务示范企业之一。

商务部于2010年起发起了电子商务示范企业创建活动，鼓励优秀电子商务企业在促进我国电子商务高质量发展，构建新发展格局中做好示范引领、实现更大作为。此次纳入认定名单的，包含京东、快手、东方优选等知名企业。

据公开信息，红豆股份主要有红豆男装全域零售、红豆职业定制两大业务。红豆是中国较早崛起的男装品牌之一，9年蝉联《中国500最具价值品牌》百强名单。在数字化转型的一个个时代缩影中，作为中国服装行业“舒适男装赛道开创者”，红豆股份将数字化触角延伸至生产制造、零售渠道、企业内部组织变革等等，激活转型发展的“关键增量”。

近年来，消费领域的全面加速数字化、线上化对企业提出了更高的要求。对此，红豆股份积极应对，应用先进信息技术创新发展，加快数据赋能，逐步打造以零售业务为主导的全价值链信息系统，拥抱数字化新零售。

零售运营端，以客户体验为核心，公司持续打造线上线下融合发展的智慧新零售生态圈，推进设计研发、生产制造、市场营销等环节的升级。线下，全国近千家门店上线全渠道系统，超百万件商品实现共享，并积极构建智慧体验型门店，以互动增强用户黏性。线上，基于会员数字化标签推行精准化营销，开展“腾讯



关于电子商务示范企业的公示

根据《商务部办公厅关于继续开展电子商务示范企业综合评价工作的通知》（商办电函〔2022〕161号）要求，在企业自愿申报、地方择优推荐的基础上，本着“公平、公开、公正”的原则，商务部电子商务司委托第三方机构组织电子商务专家，依照《电子商务示范企业创建规范（试行）》（《电子商务示范企业评价（综合评价）指标体系》），对申报企业进行综合评价，根据评价结果，并经综合考虑，拟确定132家电子商务示范企业（名单见附件），现将名单予以公示。

公示期间如有异议，请将书面意见送达商务部电子商务司（应用促进处）。

公示时间：2023年6月20日-26日

联系电话：010-85093748

智慧零售 小程序倍增行动”，推进企业微信、超级导购系统提升运营能力，结合社交电商、网红直播带货等拓宽渠道，加强线上线下双向引流。

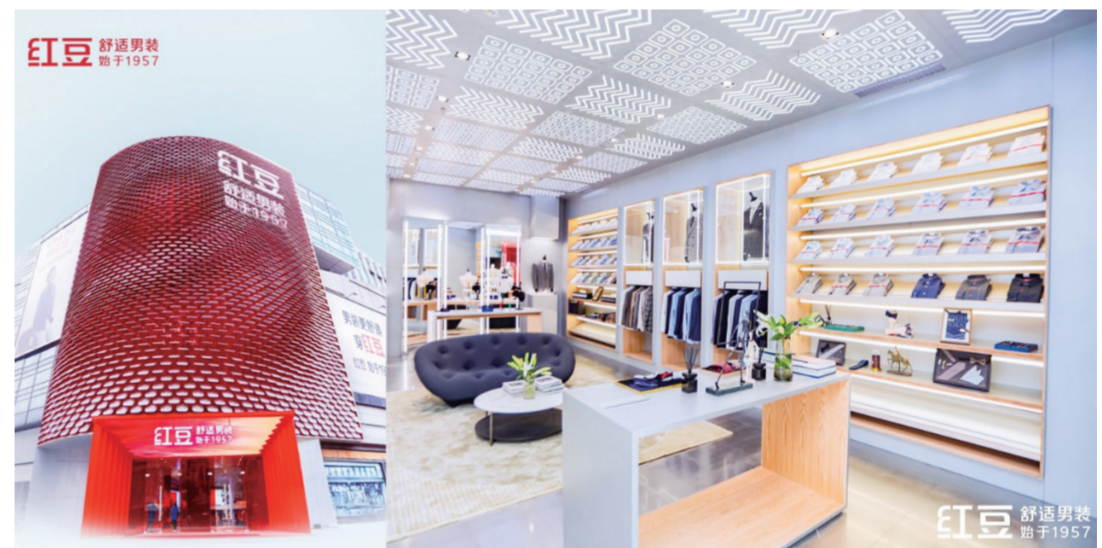
集制造、零售于一体的红豆股份处于快速的数字化发展中。基于数字化转型的积极探索，红豆股份斩获多项荣誉：2019年被国家商务部评为“全国首批线上线下融合发展数字商务企业”；2020年被评为“数字商务企业”；2022年荣获新型消费示范项目、中国工业设计奖、服务型制造示范企业三大国家级荣誉……

围绕服装主业，红豆股份持续加码品牌高端化转型！2023年，红豆股份披露了定增公告，拟建设品牌电商中心及设计研发中心项目，为异地新建项目，是红豆股份在无锡总部大本营外，首次在上海核心区战略布局的重要节点项目。

红豆电商及设计研发中心，将坐落于长三角一体化示范区

的上海市青浦区赵巷镇沪平公路，地处长三角生态绿色一体化发展示范区和虹桥国际开放枢纽核心位置。主动融入长三角一体化发展国家战略，依托上海市青浦区的地理位置优势、营商环境优势和互联网产业政策，红豆股份拟实施的“红豆品牌电商中心项目”建设，将借助上海的人才资源优势、国际化优势，引入国内外高端电商人才，提升公司电商运营团队的专业化水平。同时，有利于提升公司线上线下全渠道销售能力，拓展公司业务与电商融合的广度和深度；有利于增强公司的电商运营能力。

聚焦创新高地“长三角数字干线”，无疑为红豆股份高端化转型带来了巨大发展契机。且公司战略升级正带来正向影响，在产品、传播、渠道、运营等方面已逐步显现战略成效，将进一步巩固“舒适男装赛道开创者”的领先地位。（吴亚）



计划落地310家门店升级改造， 红豆股份迎复苏和机遇新窗口

2022年中国男士鞋服零售额达7041亿元，5年复合增速3.3%。男装行业一直以来都是一个备受关注的领域，尤其历经三年疫情的大浪淘沙，行业格局优化，集中度提升，优质品牌展露锋芒。红豆股份，作为经典男装品牌，凭借其独特的理念和品牌形象，成功开辟了一条舒适男装的新赛道，以一季度营收净利双增的业绩赢得消费者信赖！

线下门店，是整个品牌体系中的重要组成，有着品牌形象展示、消费者体验服务的作用。为加速渠道升级，巩固并提升公司在男装市场的行业地位，红豆股份今年提出：“拟募资4.5亿元用于品牌体验店升级改造，优化全渠道营销网络体系，增强互动

体验感。”其中，公司拟选取基础较好的300家现有直营店进行软装、软硬件升级改造，打造品牌体验店；另在国内重点城市中选取10家现有优质直营店进行整体升级改造，打造品牌体验旗舰店。

本次升级改造计划中，红豆股份将在重点省份和重点城市的核心商圈中选取经营基础较好的310家直营店实施，主要集中在华东、华中地区。关于改造成效，红豆股份在近期募投项目回复公告中，详细披露了此前部分门店装修情况及翻新后的业绩提升情况。据公告披露，自2020年5月至22年末，公司对68家线下门店进行重新装修（不含新设门店的装修），主要为按照“舒适男装

门店形象”标准对门头、店内装饰、服装展示道具等门店形象方面的标准化、舒适化升级改造。经改造，门店营业额在翻新后得到提升，月平均营业额增长率平均值为9.82%，月平均营业额增长率中位数为5.02%。

门店改造升级外，红豆瞄准核心区域加速新店布局。今年以来，在与万达商管、新城商业等渠道商合作下，红豆股份正加速入驻商业综合体，以渠道焕新重塑用户舒适体验。从一座城开始遍地开花，红豆股份正逐个打透区域市场，瞄准千亿舒适赛道持续升级品牌形象。盐城射阳吾悦广场店、南京栖霞新尧金地广场店、苏州龙湖晋江天街店、常州钟楼龙湖天街店、山东滨州万达

店……不仅新店开业火爆，红豆舒适男装客户座谈会现场同样气氛热烈。红豆舒适男装与苏北区域加盟商成功签约23店，“经典舒适男装”战略获得加盟商的一致肯定。

随着品牌高端化战略升级的不断推进，红豆股份以“舒适、科技、品质”为设计理念的线下门店正不断优化消费场景，全面提升线下门店的形象和舒适体验感。后期，“品牌体验店升级改造项目”还将投入并应用智能货架、云货架智慧屏、可视化定制等设施等智能化硬件设备及软件系统，提升门店智能化水平，对提升公司线下门店经营业绩有积极作用。（吴亚）



通用股份：打造绿色工厂， 赋能高质量发展

走进位于无锡东港镇的江苏通用科技股份有限公司生产车间，看到车间内整洁明亮、设备自动有序运转，碳云平台实时显示能源消耗……智能化装备与绿色化工艺流程，处处彰显着工厂绿色低碳的环保理念。

随着绿色科技的发展进步，世界各国提出碳达峰、碳中和的环保要求。党的二十大报告指出，“推动经济社会发展绿色化、低碳化是实现高质量发展的关键环节”。在此背景下，各行各业纷纷响应国家号召，加快形成节约资源和保护环境的产业结构。作为民族轮胎代表企业之一，通用股份始终坚持绿色发展理念，持续打造绿色生产、绿色产品、绿色销售的低碳环保产业链，为实现产业加速升级、低碳发展赋能助力。

绿色“智”造是通用股份加速高质量发展的重要战略。通用股份积极贯彻绿色生产理念，充分利用大数据与云计算技术，致力于打造全过程自动化、全领域信息化、全物流智能化的绿色智能化工厂，全面实现智能制造和清洁生产，为绿色高效发展不断注入新动力。

“公司半钢智能工厂在行业率先实现“黑灯”生产场景，在无人的车间环境、无照明情况下可实现整个生产和物流过程，这不仅是一种绿色节能的一种方式，更是颠覆传统生产的创新模式。”工厂相关负责人介绍。

除此之外，2021年通用股份携手合作伙伴的制造5G碳云平



| 轮胎 | 规格 | 层级 | 负荷率 | 使用场景 |
|-----|----------|------|--------|--------|
| 乘用车 | 120/22.5 | 18PR | < 130% | 轿车、越野车 |
| 商用车 | 7.00R16 | 16 | < 130% | 轿车、越野车 |
| 商用车 | 6.50R16 | 12 | < 130% | 轿车、越野车 |

通用股份表示将加大绿色工厂的建设与绿色产品的输出，奋力擦亮绿色高质量发展底色，助力“双碳”目标加速实现。（接雅玲）

红豆居家：变革与创新 展现其独特的“国潮力量”

当前，中国内贸市场规模达到5373亿元，是一个具有极高增长空间的增量市场。在这个舒适风潮引领品质消费的时代，红豆居家品牌紧紧抓住趋势，旗帜鲜明地宣告“为舒适而生，引领内衣行业舒适赛道”的口号，同时以成为“中国内衣行业第一品牌”为愿景，在产品、营销、渠道等方面不断加大投入，以高质量的发展助力品牌崛起。

作为全民认可的国民品牌，红豆居家深耕内衣行业66年，拥有广泛的影响力和忠实的消费群体。为了更好地应对市场的挑战和机遇，红豆居家积极进行变革与

创新，探索品牌的升级之路。在产品侧，红豆居家以用户需求为导向，充分进行市场调研，不断创新研发，致力于提供最舒适的内穿产品。经过多年的积累，红豆居家拥有189项舒适专利，采用新疆棉、鄂尔多斯白中白山羊绒等国产优质原料，并与美国莱卡、奥地利天丝TM、印度博拉、新加坡赛得利等国际顶尖单位合作，研发出全国热销超1亿件的超柔软舒适型内衣，千万女性舒适之选的婴儿绵柔软型文胸等新品类。在供应侧，红豆居家于今年三月二十三日召开了以“舒适引领，全球共筑”为主题的高质量

发展全球供应链大会，积极推动与供应商达成高效的合作关系，保障高质量货品供应。营销与渠道侧，红豆居家诚邀全国各地的合作伙伴与红豆居家团队共筑蓝图，并提供系列资源支持与优惠政策，吸引了一大批意向加盟商。营销宣传侧，红豆居家与国家一级博物馆合作，将现代内衣与传统风格服饰结合，演绎了精美绝伦的国风大秀；同时对门店形象和宣传视觉进行全方位升级，打造更舒适的到店消费体验。

在不断挑战自我和探索创新的道路上，红豆居家正以极大的决心和努力向前推进。今年，红豆居家提前一个月实现了10亿销售额，并仅用20天定店超100家。截至2023年6月6日，红豆居家已拥有超过1500家线下门店，覆盖全国19个省、直辖市和自治区，155个大中型城市以及各级市、县，计划继续深耕江苏、河北、湖北、河南、山东、上海等主力市场。除了开设线下服务体验店外，红豆居家还运用科技智能化

的手段，打通线上线下营销场景，以数字化智能赋能品牌，深化渠道布局，实施精细化运营，全面拓展用户营销。

未来，红豆居家持续改进产品和服务，秉承“红+”品牌战略，以确定的奋斗精神应对不确定的市场挑战，围绕品牌为魂，国潮破圈；商品为基，科创赋能；用户为王，全域扩容；人才为本，百亿共赢这四大战略，三十六字方针助力高质量发展，展现“国潮力量”。（昌举）

