

# 孙东明：引金融“活水” 更好服务红豆高质量发展

近日，央行召开金融支持民营企业发展座谈会，红豆集团作为民企代表参加座谈，提出金融支持的相关建议。这是央行认真贯彻落实《中共中央、国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》要求，引导金融资源更多流向民营经济的举措。

作为集团资金条线的一员，红豆财务公司副总经理孙东明很荣幸地参与了此次座谈会的对接、沟通工作，更加深刻地体会到此次人民银行组织调研就是党中央国务院对民营企业发展的关心和支持发出的强烈信号，未来对于金融支持民营企业发展会有更多务实有效的举措，这对于以红豆为代表的民营制造业企业将迎来更好的发展环境。

抢抓好机遇，用足好政策。财务公司作为非银行金融机构也能切身感受央行货币政策带来的影响。在孙东明的带领下，财务公司金融市场部紧紧抓住人民银行的再贴现政策，积极沟通争取政策，为财务公司争取再贴现资金，目前再贴现利率2%，使财务公司能更好的服务于成员企业的发展。

近年来不少民企债券发行仍然困难重重，红豆集团较早的进行了债务结构的调整，压缩债券规模，并采用增信措施发行债券，保障发行成功的同时又降低了成本。7月28日红豆集团成功发行了10亿元中期票，实现资金超募利率下降，市场产生了良好的反响。成功的关键就是由3A级

国资平台提供债券增信，而这背后就是孙东明团队，咬定目标不放松，克服种种困难，历时三个月，最后在集团规定的时间节点完成任务。此次中票发行节约的资金成本相当可观，债券利率下降和担保费率下降，为企业可年降低成本1450万元。

无论中票发行及再贴现业务的开展，都为集团的发展提供保障。背后凝聚了孙东明和他的团队的默默付出和不懈努力。但让孙东明最开心的是，大部分金融机构一直以来对红豆发展还是信心十足。疫情三年来，面对错综复杂、风高浪急的国内外环境，众多企业都处在爬坡过坎的阶段，红豆却逆势而上，积极推进“三自六化”战略，敢于加快国际化、进军高端化，红豆股份瞄准中高端消费领域，以舒适引爆行业变革，通用股份中、泰、东三大生产基地形成，产销两旺。红豆的前瞻性、清晰的战略布局和良好的发展潜力，得到了众多金融机构的高度认可。

扎根红豆26年，深耕资金条线15年，参与了红豆财务公司筹建，见证其作为中国银监会首次批准民营企业集团成立财务公司及快速发展，孙东明凭借着执着坚韧、责任担当，始终扎根一线，始终冲锋在前，奉献在前。多年来，孙东明在财务公司负责信贷管理、金融市场以及集团代理融资业务，与人民银行和商业银行保持良好沟通，为集团及成员企业的发展提供了稳定的资金



保障。正是在资金工作方面的突出业绩，2023年8月，在红豆集团党委开展的“以‘三自六化’推进高质量发展争当先锋”主题活动中，孙东明荣获获评第六批“高质量发展三自六化先锋”。

“积极引金融活水浇灌实体经济，以融促产，真正激发企业活力，是我不可不推的责任所在”孙东明表示，他对自己的要求是，最懂金融政策和服务，最懂集团各板块及产业发展。从事资金工作以来，孙东明时常关注行业信息、关注金融政策，学习最新的金融支持政策和产品，与金融机构、集团各企业建立良好的沟通渠道，做金融政策、服务的行家里手，把企业最新发展情况第一时间传递给金融机构，积极扩展授信渠道和资金运用渠道，顺利完成各项融资工作。在同事们眼中，孙东明有股钻劲，有锲而不舍的精神，对工作“责任心强，碰到困难不怕事，排除万难永向前”。我们一直保持非常良好的信用，也一直深受金融机构信

赖，最重要的原因在于，我们始终坚持以党建引领，以创新为魂，使企业一直保持平稳、健康发展，这是红豆最大的信用，孙东明深有体会地说。通过与各大金融机构党建共建，也使双方的沟通渠道更加畅通，更好地了解双方的情况，更好地凝聚共识、增进互信。

孙东明还是一位体育健将，他先后参加了近三十场马拉松比赛，这种比拼耐力、毅力的运动，使他一直处于“奔跑”的状态，一如他从事的金融工作，赛场内外流下的无数汗水使他始终精神抖擞，也使他在快节奏有挑战的工作中游刃有余。“红豆有潜力，我们放心”“值得信赖”……这是许多金融机构对企业的评价，也是对一大批像孙东明一样默默耕耘在一线的红豆资金工作者的肯定。他们通过自己的扎实肯干，积极工作，通过“调结构、扩增量、降成本”，用金融“活水”更好地服务集团高质量发展。(秋枫)



# 民企与国企结盟：红豆集团与中铁一局产改“头雁”带“群雁”

9月1日下午，锡山区产改办举行了一场特别的产改联盟结盟活动，旨在探索产业工人队伍建设改革新模式、新路径。此次活动的亮点是红豆集团与中铁一局集团城轨公司的产改结对。锡山区总工会党组书记、副主席王美娟表示，建立产改联盟是贯彻国家和省市产改工作要求的举措，也是推动锡山产改工作创新发展的一次探索。各结盟单位充分发挥示范作用、发扬争先精神，齐心协力，推动产改不断取得新成就。

据记者了解，产业工人队伍建设改革是党中央的重要决策，锡山区一直在全市产业工人队伍建设改革中居于领先地位。在产改推进方面，锡山区已构建了五级产改试点体系，共有146家试点单位，包括国有和民营企业。锡山区形成了一批优秀综合性改革案例，培育了红豆集团等优秀产改示范单位。在此背景下，锡山区建立了新时代产业工人队伍建设改革联盟，旨在促进产改跨单

位、跨行业、跨领域的深度合作。该联盟包括领航联盟、创优联盟和园区联盟，由示范单位和园区牵头。这一举措旨在进一步优化产改模式，打造产改“矩阵”，形成产改“头雁带群雁”示范带动效应，推动锡山产改工作取得更大成就。这一联盟的建立是锡山区贯彻党中央和省市委产改工作部署要求的重要举措，也是推动产业工人队伍建设改革向纵深发展的一次创新探索。

红豆集团始于1957年，现有员工近3万名。经过66年的发展，红豆集团的产品已经从最初的针织内衣扩展到了服装、鞋帽和制鞋三个领域。红豆集团作为首批全国业工人队伍建设改革试点单位的唯一民营企业，在推进产改的方式方法上取得了显著阶段性成效，主要通过实施“党建、工建、产改一体化推进”，形成了以“四跨四有工作法”为主要特色的“红豆经验”，在民企产改中实现了从“试点”到“示范”的跨越，得到了各级工

会的肯定。中铁一局集团城市轨道交通工程有限公司，成立于2002年5月，是世界500强中国中铁股份有限公司成员企业中旗下城市轨道交通工程施工为主业的专业子公司，是无锡市首家城市轨道交通专业央企。公司通过“培训、竞赛、创新”，健全产业工人成长发展体系，最大限度促进产业工人赋能成长。

红豆集团和中铁一局城轨公司作为锡山区民营头部企业和国有头部企业，领航联盟结成产改单位工作联盟，重点打造不同所有制形式下产业工人队伍建设改革贯通学习的新型协作平台，以“头雁”带“群雁”，将民企、国企产改先锋的优越性发挥出来，这种新型协作模式的打造，对推进产业工人队伍建设改革具有多重意义。

通过民企和国企的示范结对，可以相互借鉴、共享资源，推动产业工人队伍建设改革的深入发展。红豆集团在服装、鞋帽

和制药领域的卓越表现，与中铁一局在建筑工程领域的优势相结合，将为打造产改新型协作模式提供强大的支持。

这种结对模式有助于推动产业工人队伍建设改革的深入发展。红豆集团作为全国产业工人队伍建设改革试点单位，已经实施了一系列的改革举措，如“四跨四有”工程。中铁一局城轨公司作为国有企业，在人才培养和队伍建设方面也有着丰富的经验。两者合作将有助于探索更多创新性的改革措施，为产业工人队伍建设改革注入新的活力和动力。

红豆集团党委副书记、工会主席王竹倩表示，红豆集团与中铁一局城轨公司的结对签约，是探索产改新路径的重要举措。此次结对活动不仅促进了企业间的合作，也为产业工人队伍建设改革注入了新的活力。相信在两家企业的共同努力下，将为打造产改新型协作模式探索新路、树立典范，推动产改工作迈向新的高度。(9月2日 河北新报)

# 国货当自强，红豆0感舒适衬衫热销80万件

“团结就是力量，信心赛过黄金。”今年十月一日是中华人民共和国成立74周年，在举国欢庆之际，红豆人拼搏进取，以实际行动促进推进高质量发展。新一代舒适衬衫“红豆0感舒适衬衫”再传捷报，累计销量突破80万件！

国货当自强。红豆始于1957年，在一次次核心产品的迭代与升级中，红豆股份(600400.SH)始终

坚守匠心精神。品牌代言人感慨地向消费者分享到：“红豆0感舒适衬衫，之前就跟大家种草过。这个衬衫已经陪了我很长的时间了，我非常喜欢它的质地和上身那种舒适、自在。所以再一次跟大家推荐它，它这次做了升级款，有了新的惊喜给大家。在销售和口碑上都非常不错的好，还邀请了迪奥前视觉大师联合设计。”

荣膺红豆男装史上销售增速

最快单品，红豆0感舒适衬衫的出现，满足了消费者对“舒适”升级的需求。红豆0感舒适衬衫频频出现在陆毅、严屹宽、郑恺、张彬彬、袁成杰、徐海乔等日常私服中，实现了销量和口碑齐飞，用户好评如潮。

据红豆舒适男装门店店长透露：“0感舒适衬衫目前是店内人气最高的畅销款，35岁以下年轻客群占比超50%。购率高、回头客多，产品品质过硬，又有名人明星推荐、国际大奖背书，不少消费者看到广告后都主动进店询问，试穿之后也非常满意。”爆款的出现绝非偶然，好的产品都是长期积累的结果，与品牌基因密不可分。早在创立之初，红豆舒适男装便深耕舒适男装领域，66年的探索中，红豆舒适男装在版型、面料、工艺、设计上拥有了128项舒适专利，积累了300万亚洲男士人体数据。作为一个拥有66年品牌积淀的国潮品牌，红豆男装被中国服装协会授予“舒适男装赛道开

创者”称号，成为当之无愧的国潮引领者，打造出引领行业舒适风向的新一代舒适衬衫。而“舒适”一词对服装行业来说，市场前景广阔，尤其是男装行业。专业机构研究表明，30%消费者购买男装首选舒适性，预计到2025年，舒适服装的购买力将达到3500亿元。随着红豆舒适男装秀成功登陆法国、英国、意大利，特别是伦敦时装周上，红豆0感舒适衬衫、红豆舒适羽绒服等舒适系列新品发布，红豆迸发出耀眼的民族品牌之光。

敏锐地对用户和市场进行解读和研究，并快速反应推出“正确”的产品，是品牌取得成功的关键因素。随着国人消费理念的转变，国潮品牌正在引领一股势不可挡的消费新趋势，以0感舒适衬衫为发力点，红豆股份致力于打造舒适衬衫新标杆，抢抓市场复苏机遇，加速国潮品牌高端化转型升级的步伐。国货“红豆”，让更多人穿上奢侈品级的舒适男装。



编印单位：红豆集团有限公司 印刷单位：无锡日报社印刷厂

地址：江苏省无锡红豆工业城 印数：5000份

电话：0510-66868227 发送单位：集团各子公司和外协单位

# 张称华：创营收走高端，提质增效“家”速度

随着线上销售的不断成熟与饱和，2023年中国电商市场竞争更趋白热化，竞争面也从整体市场进一步向细分市场转移。大数据精准化依托、赛道差异化细分、产品优化调整、用户个性化服务成为了各大电商企业的投入重点。面对严峻复杂的市场环境，红豆居家电商公司(以下简称“居家电商”)逆势向上。通过大数据分析智能推荐系统定位，居家电商锚定目标客群持续发力，推动线上线下深度融合，利用O2O营销模式，提供全渠道购物体验，在同类电商中保持长效竞争力，引领美好生活新赛道。

作为红豆居家电商公司运营二科科长，张称华十分注重日常精细化管理、数字化运营，精准把握客群需求，立足经营产品本身。她从海量的数据中，深入分析市场和竞争对手现状，洞察消费新趋势，优化调整产品结构，不断推进营销服务创新，配合产品开发打造多款爆品。在勤奋钻研、求实创新、降本增效的同时，她积极贯彻红豆集团提出的品牌高端化定位，细化落实“三自六化”高质量发展战略。2023年8月，在红豆集团党委开展的“高质量发展‘三自六化’先锋”主题活动中，张称华被授予“第六批高质量发展‘三自六化’先锋”荣誉。

“创营收”：深耕红豆电商11载，实力为王，业绩说话

1989年出生的张称华年龄虽不大，却早已成为居家电商团队中的青年骨干，负责天猫店铺“hongdou红豆旗舰店”长达11年，个人业务能力突出，被评为“红豆集团五四青年标兵”。在她的带领下，红豆天猫店铺业绩逐年攀升：2021全年，她所负责的线上旗舰店销售额超3亿元；2022全年，店铺销售额同比增长12%，利润同比增长15%；2023上半年，店铺销售额同比增长10%。多年来，张称华负责的“hongdou红豆旗舰店”一直稳居天猫同类店铺TOP10。

“我们从行业热搜排行中找到买家需求点，比如结婚喜事、生肖本命年、新年开运穿红等自用及送礼需求。在市场调研基础上，配合设计开发出红豆红保



暖套装。”张称华说。自发售以来，红色保暖套装一直是红豆旗舰店的明星单品，它的挖掘与开发充分发挥了市场导向作用，高度融合了大数据技术，正是张称华对店铺的数字化经营，推动了产品销量“家”速度。

销量是企业发展的生命线。多年来，张称华始终把增加产品销量，提升公司经济效益放在心头上。“产品质量、设计质量的提升，供应链成本的降低，品牌影响力的提高，有利于产品加价率提升和运营打造爆款。推广效率、视觉详情页、直播短视频转化率也会直接影响到销售。”谈起“创营收”，张称华侃侃而谈。她还指出，提升利润的三个关键因素是产品、运营、品牌。为此，张称华竭力提高毛利额，提升投产比，推动店铺降本增效，协助公司蓄力聚能。

“走高端”：聚焦中高端市场，顺势而为，借势而进

伴随着中国综合国力的提升、居民财富的累积，以及消费观念的革新，中高端产品日益成为国民消费的首选，其中的不少国货品牌更是凭借自主创新、迭代升级，逐步打破了西方品牌对国内中高端市场的长期垄断，打消了消费者对国产品牌粗制滥造的固有偏见。国货强势崛起，顺利出圈，掀起了一股国潮、国风热。

在紧盯店铺销售的同时，张称华也将目光聚焦于中高端市场，秉持最优性价比，积极践行“三自六化”高质量发展战略，

助力红豆集团进行高端化转型。“同质化产品竞争激烈，内卷严重，高端化更利于品牌长期发展。”张称华表示。红豆红保暖套装就是店铺中高端线的一个典型品类。张称华带领团队一方面选取高品质、柔软亲肤的红豆绒面料，另一方面调研与核定能被大众接受的价格区间，定位中高端市场，坚持最优性价比，让消费者充分感受到舒适穿着、舒适文化、舒适生活。去年，该系列销量排名天猫保暖品类TOP1，推动红豆居家品牌行业渗透率近10%。

另外，张称华认为，红豆居家产品不仅要定位高端化，也要打造差异化，赋予产品更多差异化的内容和服务，推出品牌自己的特色，打造明星爆款。以红豆红系列为例，产品开发从客群消费需求出发，将柔软舒适、国潮美学作为核心卖点，配合以温馨视图、好运文案、软萌标签等营销手段，撬开市场同质化竞争，引领舒适生活新赛道。

十年磨一剑，丹心铸辉煌。作为一名共产党员，张称华率先垂范、以身作则，将“三自六化”高质量发展战略细化落实到日常工作中，坚持个人发展同公司发展紧密结合，以“踏石留印，抓铁有痕”的主动担当精神，带领居家电商团队创造一个营销神话；以“聚势谋远，擎掌未来”的高度大局意识，精准把握客群需求、市场动向及集团战略，为红豆品牌数字化、高端化转型踔厉奋发，赓续前行。(黄鸿)

# 通用股份：国际化持续加码，海外基地成长空间广阔

目前，随着全球汽车保有量的持续提升，作为汽车后市场的轮胎产业规模也在不断扩大。今年以来，宏观经济逐步回暖、社会物流稳健增加、海运运费回落为轮胎行业恢复提供了重要保障，欧美高通胀使得国产轮胎性价比优势愈加凸显，海外轮胎需求增长潜力较大。

据海关数据统计，1-7月中国轮胎累计出口金额约894亿元，同比增长17.9%。同时，轮胎上市公司加速走出去，进行全球产能布局，产品和品牌竞争力大幅度提升，进入蓬勃发展阶段，国际市场占有率有望进一步提升。

海外基地稳步推进 全方位国际化经营

“国际化”不仅是通用股份坚持顶层设计、战略性布局的重要举措，也是公司厚积薄发，驱动全方位发展的重要引擎。据通用股份相关负责人表示，泰国工厂近期在手订单远超过产能50%以上，半钢胎产能持续爆满，9月份全钢胎订单近20万条，目前工厂不断通过优化排产、内部挖潜等方式全力以以赴满足客户需求。泰国工厂作为通用股份首个海外生产基地，自2020年投产以来始终保持产销两旺的势头，成为公司业绩重要增长点。今年上半年，通用股份泰国工厂实现净利润1.96亿元，同比增长超40%，净利润率不断攀升。截至8月，一期全钢胎130万条、半钢胎600万条的产能已全面达产，单月产销超60万条，实现稳健增长。

近期，美国商务部公布对泰国乘用车和轻卡轮胎反倾销调查第一次年度行政复审裁决结果，平均税率由17.06%调整为4.52%，下调幅度远超市场预期。行业分析师认为，泰国对美出口半钢胎

的性价比优势进一步彰显，中国轮胎泰国工厂未来出货量和盈利能力有望大幅提升。8月28日，通用股份发布公告，拟投资18.84亿元扩建泰国二期轮胎项目，规模包括50万条全钢胎和600万条半钢胎，项目达产后，预计新增年均收入21.30亿元，年均净利润3.73亿元。公司将依托泰国工厂的成熟运营经验和当地橡胶轮胎产业链及税收优惠政策等多项有利条件，更好地满足海外市场需求，提高公司国际化水平。

自主创新引领发展 品牌矩阵持续发力

今年以来，随着经济恢复，市场需求扩大，通用股份乘势发展，新动能继续成长，产业升级态势持续。公司坚持以自主创新引领品牌发展，以用户为中心，依托国家级技术中心等研发平台，加大与国内外优秀经销商、贸易商的合作，不断聚焦品牌定位、加大研发投入，生产向数字化、智能化转型，提升关键技术及核心竞争力，连续多年荣获“中国500最具价值品牌”、“中国十大影响力品牌”等多项称号。公司先后亮相美国、德国、迪拜等国际轮胎展会，加大品牌推广和新市场开拓，增强营销赋能，赢得了国际市场头部客户的认可。

9月，2023 CITEPO 第十八届中国国际轮胎橡胶博览会在上海世博展览馆成功举办。通用股份携旗下千里马、赤兔马、TBTIRES、GOODTRIP等品牌，多种新产品、新技术亮相展会，丰富的产品矩阵，展现通用股份在轮胎智造、产品创新、技术研发等方面的各项优势。通用股份相关负责人表示，公司正一步一脚印，脚踏实地，守正出新，加大

业务辐射力，更好的服务客户，深耕当地市场。

政企联动发挥优势 构建高质量产业生态圈

党的二十大报告指出，“坚持高水平对外开放，作为新时代中国推进高水平对外开放的重大举措，‘一带一路’倡议搭建起世界互联互通的桥梁。

通用股份积极响应“一带一路”倡议，大力开拓海内外两大市场，优化资源配置，加快转型升级，蓄势高质量发展新局面。9月11日，柬埔寨副首相、中柬政府间协调委员会中方主席、发展理事会第一副主席孙占托对西哈努克港经济特区(简称西港特区)进行实地调研，并莅临通用轮胎科技(柬埔寨)公司考察企业发展情况。孙占托表示，“希望通用公司继续秉持高质量发展路线，在赢得自身发展的同时，带动当地就业，促进中柬经济深度融合、良好发展。西港当地政府也将加大支持力度，助推企业建设。”

据了解，通用股份柬埔寨工厂自今年5月份开业以来，已实现了量产发货，整体产能正爬坡上量，计划2024年全面投产，预计将新增销售3.5亿美元、耗用天然橡胶约3万吨、可为当地解决1600余人的就业，进一步推动当地经济和汽车、橡胶零部件产业链发展。

未来，通用股份将继续以创新为动力，紧跟产业链发展方向，瞄准全球化布局，持续融入“一带一路”建设，进一步提升国际市场的知名度和综合竞争力，为用户提供更安全、绿色的产品和服务。(接雅玲)