

# 新质生产力助推国潮品牌加速崛起

2年前的今天，在红豆股份（600400.SH）旗下红豆男装举办的线上AR发布会上，“红豆0感舒适衬衫”正式面世！拥有65年深厚制衣底蕴的红豆品牌，通过颠覆性的科技创新，将“红豆0感舒适衬衫”呈现在了大众面前。这件衬衫的面世，不仅表明红豆实现了多年来致力于让中国消费者以普通衬衫价格，享受奢侈品级舒适穿衣的愿景，也是红豆男装对科技赋能品牌创新的一次成功实践。2年来，红豆0感舒适衬衫单品全网热销超100万件，引领消费新风尚。

**科技创新加快高端化发展**  
红豆通过对国人消费习惯的精准把握，赋予产品差异化创新，从原料、设计和科技维度，打造“0感”舒适衬衫。



和散热；在人体感知冷时，HeiQ高分子会迅速膨胀，面料变成锁温屏，减少热量散失保温保暖。正是这项颠覆性技术的创新，HeiQ高分子就像自带温度计的“自动门”，可以根据不同温度自我调整，保证最佳的舒适性，让“红豆0感舒适衬衫”拥有了更透气、更亲肤的极致性能。

从设计来看，“0感”衬衫立足高定设计，改变衬衫刻板印象。红豆紧贴国际潮流，与专注男装15年的ARMANI前设计副总裁Patrick Grandi开展合作，颠覆拘束刻板的衬衫传统形象，为0感衬衫提供高定设计灵感，打造舒适有型的高科技衬衫。剪裁工艺上，红豆设计了“会呼吸的领子”“鸭蛋型袖笼”“抛物线后背”“降落伞袖口”“包容性肚围”，开创了5项3D立体剪裁。

如何打造一款集舒适感和性价比于一身的日常男士衬衫，变成了许多本土男装品牌都要面对的新挑战。而2年前红豆男装给出了答案。正如红豆股份总经理王昌辉所说：“中国厂家能不能从跟风变成引领？能不能做到高品质而不高价？能不能让更多人都穿上舒适轻薄的衬衫？回答是肯定的。我们红豆这次推出的‘0感舒适衬衫’，就是一个好的回答。”

豆股份一直强调的是“进化增效”，管理层也明确提出“以高端化、差异化适应消费升级，提升品牌知名度及行业影响力；以数字化、在线化适应数字经济时代，提升竞争力；以柔性化、智能化生产适应个性化定制需求”。2021年，红豆股份与君智战略咨询合作，首创舒适男装新赛道，以差异化创新塑造核心竞争力，走红豆男装高端化发展之路。“红豆0感舒适衬衫”是红豆股份开创舒适男装新赛道后的首个代表产品。以舒适为核心、以科技为驱动，不断创新营销模式，红豆男装化繁为简、回归经典，将一件衬衫做到极致，重塑了消费者对“舒适”服装的概念。2022年8月4日，在第22届红双七夕暨红豆65周年云庆典上，红豆股份红豆男装被中国服装协会授予“舒适男装赛道开创者”称号。2023年9月，红豆0感舒适衬衫参加国际四大著名时装周之一的“伦敦时装周”，并陆续亮相法国、英国、意大利，受到广泛关注，单品销售量已突破100万件，引领了一场衬衫消费新升级。

以产品创新、自我变革迎战未来！红豆这个专注舒适67年的民族品牌，正在成为更多人心目中舒适服装领域的专家。此前，中国服装协会专职副会长周一奇就表示非常认可，并点评道：“红豆男装瞄准舒适赛道，这是真正

的洞察国内外发展大势、洞察市场真谛，真正从用户需求出发的。这不仅是红豆男装发展里程碑的一件大事，也必将在中国服装行业引起更多关注，为中国的纺织服装企业高质量发展做了更好的示范。”

穿上奢侈品级别的服装。直到今天，已成为中国经典舒适男装品牌的红豆男装，依旧对衬衫的性价比、美观度和穿着的极致舒适体验，保持着最饱满的热情和始终如一追求。荣誉红史上销售增速最快单品，红豆0感舒适衬衫是名副其实的大爆品，得到了戚薇、吴晓波、胡兵等大咖推荐，范丞丞、杨迪、吴启华、袁成杰、徐海乔等明星也纷纷上身，演绎0感衬衫的多面风格。

“红豆生南国，春来发几枝。愿君多采撷，此物最相思。”“红豆0感舒适衬衫”的诞生，不仅承袭了中国人寄情于物的内敛，拥抱人类对舒适生活的憧憬，更是凸显了红豆不断深化“为舒适而生”的品牌理念，以及红豆作为民族品牌的创新实力。从中国到意大利，从东方到西方，红豆立足中国视角，融合国际前瞻设计，以细节与品质彰显民族品牌之光。几十年如一日匠心坚守是红豆走出国门的底气，在探讨时尚潮流的同时，还促进了东西方文化的交流。红豆集团董事长周海江表示，振兴民族品牌是中国企业的共同责任。国货品牌红67年来始终怀揣着振兴民族品牌的抱负，其开创的“0感”舒适衬衫更是中国新国货崛起的缩影。

秉持着一针一线的执着，坚持高性价比的品牌理念，红豆一直以来都力求让更多人能

## 服装大模型+算力“新”力量 工业互联网赋能红豆服装厚植新质生产力

3月20日，在无锡市召开的算力赋能人工智能产业发展暨算力应用政策发布会上，涵盖算力建设、大模型赋能、人工智能产业生态等领域的重大项目进行签约，其中红豆集团与科大讯飞签订的星火大模型赋能红豆服装搭配设计项目，尤为引人关注。此外，参与建立及运维红豆服装5G智能全连接工厂的红豆工业互联网有限公司，还被列为无锡首批“算力券”拟扶持企业。

此次合作是自去年红豆集团与科大讯飞战略合作以来，双方合作的进一步深化。该合作将由红豆集团子公司——红豆工业互联网有限公司负责具体实施，并计划落地到红豆集团服装产业。

据悉，该项目的最新创新是，通过整合科大讯飞的星火大模型技术的导购专家系统，利用先进的人工智能技术，旨在为消费者带来智能化的个性化搭配推荐服务，致力于重塑传统的购物流

程。该导购专家系统能够精准地识别顾客的个性化需求，并结合最新的时尚趋势为其提供个性化的服装搭配建议。这一系统深刻理解了顾客在选择服饰时的多种因素，如风格偏好、形体特点及场合需求，从而提供最符合顾客期望的搭配方案。特别是该系统还采用了最新的智能对话技术，消费者可通过简单的自然语言交流就可获取搭配建议。这不仅提高了购物的便利性，也为顾客提供了一个全新的、互动的购物体验，仿佛拥有一个私人时尚顾问。

此举，标志着红豆将在提升消费者购物体验、推动企业数字化转型方面迈出了坚实的一步。红豆期待通过这一系统，不仅能够提升购物效率，更能够丰富顾客的购物体验，让每位顾客都能以全新的方式体验时尚。随着科技和时尚的不断融合，红豆将继续致力于探索和实现更多创新方案，为顾客带来更多精彩的购物体验。

案，为顾客带来更多精彩的购物体验。

红豆工业互联网公司，是红豆为加速推进数字化产业化，运用5G互联网、物联网、云计算、大数据和人工智能等技术来整合传统产业，打造的“红双一”纺织服装工业互联网平台“公司”。自2017年成立以来，红豆工业互联网抓住数智化机遇，进一步赋能产业升级发展。一方面，全面赋能企业的进化升级，成为“智慧企业”；另一方面，积极面向行业客户提供技术赋能，打造多方合作共赢产业生态圈，助力更多中小企业高质量发展。红豆工业互联网承建中国纺织材料交易中心网络，入选工信部工业互联网平台集成创新应用试点示范项目。2023年，红豆工业互联网入选2023工业互联网500强榜单第54位，纺织服装行业第一位。

作为首批纺织行业工业互联网平台试点项目，红豆工业互联网在探索智能化生产线建设上取得明显成效。以该平台为依托，红豆股份红豆西服智能车间、衬衫智能车间实现了选料加工、智能生产、在线检测、自动包装、智能仓储等全流程自动化生产。红豆舒适男装5G全连接工厂中的衬衫工厂，现有智能悬挂生产线8条，拥有多层裁床、钉扣机、锁眼机、贴袋机等衬衫自动

## 为舒适而生 红豆居家强势亮相 高势能国际博览会



备受瞩目的2024年第三届CTGE潮汕国际纺织服装博览会即将于3月28日至30日，在汕头国际会展中心盛大召开。作为内衣行业内的佼佼者，红豆居家蓄势待发，将携众多全新舒适产品惊艳亮相。

**引领舒适内衣新风尚，彰显市场影响力**  
在追求品质生活的当下，红豆居家凭借“舒适”的金字招牌，在内衣市场掀起了新一轮新风尚。作为舒适内衣行业标准的制定者，红豆居家推出的红豆绒柔软型内衣、婴儿绵柔软型文胸等舒适内衣产品，不仅赢得了消费者的广泛赞誉，更成为众多舒适生活倡导者的私藏单品。

据官方最新数据显示，红豆绒柔软型内衣的销量已突破惊人的1.5亿件，而婴儿绵柔软型内衣也深受女性消费者的喜爱，获得了千万女性的认可。这一成绩不仅彰显了红豆居家在内衣市场的强大影响力，更体现了消费者对

求品质生活的消费者带来前所未有的舒适感受。此次展会，红豆居家除了带来舒适体验馆和舒适新品，更将在28日下午3点30分，呈现一场精彩绝伦的“为舒适而生”新品发布秀。

据前日消息透露，这场发布秀将以自然的馈赠、生命的力量、科技的创新三个章节为脉络，全面展示红豆居家舒适新品的独特魅力与核心优势，让我们共同期待这场视觉盛宴！

在即将举办的博览会上，红豆居家将展现其对于内衣舒适度的极致追求，更希望用前沿科技刷新消费者对内衣的传统认知，让每一位参观者都有机会，能深刻体验、亲身感受红豆居家为舒适而生内衣的品牌理念，见证科技如何让内衣更舒适。

红豆居家也期待与更多合作伙伴携手，共同引领内衣行业舒适赛道，探索中国内衣行业的未来发展，期待更多舒适的新产品带给用户，打造中国内衣行业舒适赛道，实现共同发展繁荣。



舒适穿着的强烈需求。  
**创新场景化体验馆，全明星舒适产品齐上阵**  
本次展会，红豆居家精心打造了一个占地190平方的舒适体验馆，诚邀各界人士莅临体验。体验馆坐落于2号馆-19号展位，以“为舒适而生”为核心理念，全方位展示红豆居家对于舒适的极致追求。

届时，文胸、居家服、内衣、内裤、袜子五大品类全明星舒适产品齐上阵。同样值得期待的是，红豆居家体验馆内将以第六代店铺形象，配合创新的概念性陈列，巧妙地将产品原材料、特性等融入各种购物体验场景中，使参观者能够身临其境地感受产品的舒适特性和科技特性。  
**舒适魅力与科技创新共舞，舒适盛宴开启**  
在时尚潮流与舒适体验的交融中，红豆居家始终坚守着“为舒适而生”的初心，用匠心独运的设计和科技，为每一位追

## 向“新”而行 通用股份两款产品获行业荣誉

近日，由行业领先的汽车后市场媒体平台《车与轮》举办的第六届颁奖盛典隆重举行。通用股份（601500.SH）旗下千里马CHP8以其高性能优势与良好的口碑荣获“年度最佳新品轮胎”奖项。

作为通用股份23年推出的专为城市SUV车主打造的高端产品，千里马CHP8具有优异的耐磨性能、抗刺扎性。同时，采用全新花纹块排列和沟槽设计，有效提升轮胎抓地力与操控稳定性，降低轮胎在高速行驶时的噪音，提供更安静、更安全的行驶体验。

在刚刚过去的2月，“中国轮胎经销商2023年度认可产品”公布的名单中，通用旗下千里马XR266A荣获“年度最佳安全商用轮胎”。

作为专为中长途运输车辆打造的高性能真空胎，千里马XR266A以出色的耐磨性和安全性，有效应对各种路况挑战，为车辆提供卓越的性能和可靠性，获得市场与用户的广泛认可。

两项殊荣的获得，集中体现了通用股份在产品创新研发和用户口碑打造方面成果丰硕，深刻彰显了通用股份聚焦自主创新，以实际行动积极响应国家号召，加快发展新质生产力。

展望未来，通用股份坚持创新驱动，聚焦品类升级，依托国家级工业设计中心等平台深化研究院建设，在新技术、新工艺、新材料方面加大前瞻性布局，以差异化、高端化产品适应轮胎市场消费升级。目前，通用股份获得授权专利400余项，发明专利位居行业前列。

以科研实力赋能产品力，通用股份采用国际先进水平的杜仲胶配方技术打造的千里马XR290Y轮胎，突破关键技术瓶颈，开启耐磨新时代；践行绿色发展理念，开辟新能源赛道，乘用车胎新能源EV系列、商用车胎E系列收获市场与用

## 布局154个地级市 红豆居家打造“新会员权益”

近日，红豆居家在全国154个地级市的街头推出了“新会员权益”扫一扫贴纸，不同于其他品牌高大大的营销广告，红豆居家以更亲民、更接地气的方式走进大众生活，为广大消费者带来了实实在在的福利。

超1600家门店的周边，随处可见这些色彩鲜明、设计简洁的贴纸，它们如同一张张温暖的邀请函，邀请着路过的市民们共同体验红豆居家的舒适与品质。

红豆居家一直以来都坚持以消费者为中心的理念，致力于为消费者提供舒适、柔软、健康的内衣产品。此次扫码贴纸活动，更是体现了品牌与消费者之间的情感连接。

据了解，此次“新会员权益”设置了多重惊喜，其中最高可达200元的福利，在内衣服装行业内屈指可数，显示出红

豆居家对消费者的满满诚意。这一诚意并非空谈，要知道红豆居家本就以价格亲民、品质舒适而著称，此次福利的加码无疑为品牌的亲民形象再添一抹亮色。

活动一经面世，就收获一大波用户，他们驻足扫码，成为红豆居家新会员。更有不少消费者还专门驱车到店，体验购买舒适的婴儿绵文胸和舒适睡衣。

在消费者的口中，我们听到了真挚的反馈。有消费者表示：“本来是冲着200元福利打开扫一扫，没想到红豆居家的产品这么好，以后就认准红豆居家了！”

