

红豆内衣:以“新”动人 以“情”感人

红豆，一个饱含中国传统文化的民族品牌。红豆服装不是单一产品，而是系列产品，这其中，红豆内衣作为中国优秀内衣品牌的代表，拥有悠久的内衣制衣历史。从“红豆”商标诞生的上世纪 1980 年代起，红豆就成功开发出 B 衫、珍珠衫等针织内衣，受到广大消费者的青睐。自此，奠定了在中国内衣品牌中的行业标杆地位。多年的文化与品牌积淀，红豆内衣以其良好的品牌形象赢得市场认可和消费者信任。红豆内衣对产品质量的精益求精，对创新的矢志不渝，对消费者的认真负责，奠定了红豆内衣在行业内的至高地位，也使红豆内衣几乎囊括了中国内衣界所有大奖。

以“新”动人

以“新”动人，以“情”感人。是红豆内衣几十年如一日坚守的品牌文化，也是红豆内衣保持市场活力，受到消费者信赖的核心要素。以“新”动人，就是以持续的创新能力，使红豆内衣新品迭出。依托红豆集团强大的研发优势，秉承不断满足消费者价值需求的设计理念、以及一流的设计队伍和优秀的企业文化，使红豆内衣系列产品不断推成出新，独具个性和品质的产品源源不断。一款款红豆内衣新品，不仅“打开”了市场大门，也“打动”了消费者。

红豆内衣的创新不是单一创新，而是融合设计、色彩、款式、面料等综合创新。设计创新在于精准把握市场和消费者的不同需求，这需要设计人员深入市场一线，更需要视野开阔，及时了解国内外最新内衣流行元素。红豆内衣的设计团队专业素质精良，通过深入市场，参加各种展会、客户反馈调查等方式，不断丰富设计元素，使产品设计一直站在市场最前沿。

红豆内衣在色彩上进行丰富多彩的微创

用积分制管理促进企业文化建设

■ 王先琳

积分制管理能加速企业文化建设的形成，不断提炼企业文化的精髓，不断提升企业文化的品质，形成积极向上的企业价值观念，凝聚全体员工的理想意志。

企业文化是企业在长期的生产经营活动过程中形成的相对稳定的群体的思维习惯和行为准则。企业文化既是企业核心竞争力的沃土，也是最根本、最难以复制的核心竞争力之一。企业文化从深层影响着一个人的生活态度、价值取向以及个性特征。文化对企业的意义和影响更是这样。就像个人的能动和创造力不可极一样，企业组织的潜力更是无穷无极的，而文化对组织成员的精神培养，对组织机体运行秩序的维系、对企业协作力的巩固和凝聚，对企业创新能力的提升都将是不可替代的。

积分制管理能加速企业文化建设的形成，不断提炼企业文化的精髓，不断提升企业文化的品质，形成积极向上的企业价值观念，凝聚全体员工的理想意志。积分的激励，能在员工灵魂深处快速产生强大的内在驱动力，努力把公司建设成为大家共同的物质和精神家园。

积分制管理是公司人才战略的重要组成部分，是熏陶人才的必要手段。而人才是企业的根本，市场竞争归根结底是人才的竞争；人才只有首先用企业文化武装起来，才能齐心协力、共谋大业，这正是企业文化追求的目标。让企业文化先行，首当其冲的任务要巩固企业之本，即如何吸引并留住优秀人才。

健康企业文化的形成是员工崇高的精神追求。一个企业工资发得高，并不等于企业文化发展快。企业成员共有的行为方式、共同的信仰和价值观的形成，需要一个过程。要形成良好的企业文化，就要倡导员工好的行为方式、健康的价值取向，就要克服众多的不良行为。而一个企业不可能做到把这一切全部与奖金和扣工资挂钩，但却可以做到大事小事都与积分挂钩。

东风德纳车桥公司举办宣传骨干培训

近日，东风德纳车桥有限公司在十堰举办了 2014 年宣传骨干培训班，该公司所属各工厂党务室主任、宣传主管、基层宣传人员代表参加了培训。

培训班邀请业界资深记者主讲“基层新闻采写”，围绕怎样找新闻、怎样写新闻进行了深入浅出地讲解，并结合采写实例进行了简析。

该公司党群工作部宣传管理主任师韩世永通报了 2014 年宣传工作计划，明确了宣传工作的总体思路，强调了宣传重点，分解了宣传指标，明晰了责任分工。2014 年，东风德纳车桥公司宣传工作融入生产经营中心，以强化客户导向意识、全员改善



新，使色彩更加差异化、多样化。款式精益求精，追求完美。保暖内衣除了传统的套头装，还有开身设计的保暖内衣，而且加了印花、蕾丝等时尚元素。外形时尚的保暖内衣成为畅销主力。

而今，内衣外穿越来越流行。保暖单件款式设计沿用内衣外穿的理念，加入时装的流行元素；更多的时尚元素被用到了保暖内衣上，很多保暖内衣的款式很像 T 恤，连导购员也会这样介绍：“这件保暖内衣与休闲装搭配时，可以外露，即使穿上之后不搭配其他衣服，也可以直接出门，不影响形象。

面料的“人性化”

在面料创新上，红豆内衣的创新更是无处不在。内衣贴身穿着，面料的“人性化”尤为重要，所谓“人性化”，就是舒适、健康。传统的保暖内衣，在花型、面料织法外观上尝试新的

变化，外层尝试粗针羊绒衫感觉的织法，几乎所有的保暖内衣均不再采用絮片保温层，取而代之的是使用保暖性能较好的纤维或增加织物的克重，或采用超柔、剪裁等工艺以提高产品的保暖效果。

近年来，公司在开发新面料内衣产品上创新不断，先后研发了空调型内衣、发热纤维内衣、珍珠美肤内衣、红豆绒内衣等新品。尤值一提的是红豆绒内衣，其原料采用优质澳洲棉，创新的柔绒工艺织出会呼吸的面料，柔软、亲肤、舒适、保暖，手感比普通纯棉面料更加柔滑细腻，弹性与垂感颇佳，不起球、不掉毛。同时吸湿透气性良好，能快速聚热保暖，穿着不易起皱，其品质感极佳，满足消费者对舒适、健康的需求，成为新一代的内衣。

以“情”感人

以“情”感人，就是给消费者购买、穿着红

豆内衣的“情感体验”，让消费者感受到，红豆内衣不仅仅是一件产品，还是一种关怀和温暖，以此感动消费者。一位消费者在给红豆居家的感谢信里这样写道：我十二年前买的两套红豆内衣，虽然历经洗涤，但至今依然如新。这两件内衣对我的意义，已经不是单纯的内衣，而是贵公司高品质的形象。

这位消费者真切感受到了来自红豆内衣的“情感体验”，他被红豆内衣的高品质深深感动，所以，这种“情感体验”是建立在红豆内衣高品质基础上的。以品质、服务、创新为品牌注入源源不断的“生命力”，是红豆内衣带给消费者“情感体验”的根基。注重消费者情感体验，是红豆内衣的追求，也是红豆内衣赢得消费者几十年支持、信赖的“秘诀”。

红豆内衣，“款款”深情。线上线下，“衣往”情深。线上，业绩骄人。2013 年双十一当天，红豆居家全天创下了 6536.85 万元佳绩，是去年的 3.23 倍，是前年刚起步时的 16 倍多，成为居家内衣单品类冠军，由此也进一步确立了红豆居家在中国内衣榜上领头羊的地位。线下，业绩喜人。红豆居家在短短几年内，已发展至上千家店铺。这些加盟商有的开了 2 家，有的开了 3 家，有位加盟商甚至开了 6 家红豆居家店。同时，他们组织了一个加盟商协会，这个协会加盟商提供了交流平台，他们帮助互相解决问题，达到 1+1>2 的效果。如今，已经有越来越多的老加盟商开新店。

消费者是最好的市场检验者。红豆内衣几十年健康稳步发展，始终走在市场前沿，制胜行业高端，与消费者的支持和信赖密不可分。最好的口碑是消费者的口碑。红豆服装正是在消费者的口碑中，一步步成长、壮大……

(红轩)



农行情系山区小学多彩活动喜迎“六·一”

今年“六·一”国际儿童节前夕，中国农业银行总行及所辖承德分行的志愿者们，与“友成基金会”一起，来到地处河北省承德市滦平县贫困山区的拉海沟小学，开展“摄影、美术与金融知识分享”志愿活动，丰富了拉海沟小学学生课余生活，开拓了眼界。

图为农行志愿者们向小学生们传授摄影知识时的场景。

于绍礼 摄影报道

羚锐 2014 年度文学笔会成功举办

5 月 17 日由河南羚锐制药股份有限公司文学协会、《羚锐》期刊编辑部联合主办的“羚锐 2014 年度文学笔会”活动成功举办，来自新县作家协会、新县网和新县工商局等组织和单位以及羚锐制药的近 40 位作家、编辑、通讯员和文学爱好者参加了这一活动。

信阳东邻安徽，南接湖北，为鄂豫皖三省通衢，是江淮河汉间的战略要地，豫南政治、经济、文化、教育、交通中心，鄂豫皖区域性中心城市。信阳是革命老区，历史文化、红色文化、生态文化底蕴深厚；这里山水秀丽，气候宜人，素有北国江南，江南北国之美誉。信阳，自古以来人杰地灵，英雄豪杰辈出，孕育过战国四公子之一的春申君、楚国名相孙叔敖、北宋宰相司马光、上将许世友、政协主席邓颖超等著名历史人物，是华夏文明的发祥地之一。境内新近建成并对外开放的信阳博物馆，更是以馆藏文物逾万件而享誉全国，其中包括中国最早的酒、最早的旋制木器、最早的竹萧、最早的轿子，最早的毛笔、最早的书籍、最精美的古代木漆器、最早的床等珍贵文物，3500 年前的淮河古沉舟，是淮河上游早在商代已通舟楫的实物见证，更是给人以心灵的震撼。

与会人员先后参观了港中旅鸡公山风景区的波尔登森林公园、信阳博物馆和信阳市金牛古镇的大别山民俗文化村等旅游景点。

在集体休闲度假、科学考察、观光游览于一体的综合性旅游景区波尔登森林公园，大家参观、游览了波尔登亭、波尔登林、将军树等景点，重点观看了波尔登先生 1917 年间为信阳市引种的北美落羽杉母树林；在集收藏展示、科普教育、文化交流、旅游休闲等多种社会服务功能于一体的信阳博物馆，大家通过讲解员的叙述、讲解，通过文物与历史对话，

(张高杰)

玉柴重工发布新服务品牌 开启“感恩之旅·关爱 2014”活动

5 月 19 日上午，玉柴重工在玉林总部发布新的服务品牌和服务承诺，正式启动“感恩之旅·关爱 2014”服务活动。玉柴重工董事长李汉阳在仪式上说，新服务品牌的发布和服务策略的推出，生产和销售的稳定增长，标志着玉柴重工实现了全面的恢复增长。

当天上午，玉柴重工总部绿树葱茏，生机勃勃，彩旗飘扬。出席仪式的玉林市国资委副主任钟莺和李汉阳共同为玉柴重工新的服务品牌揭幕。随着红绸缓缓落下，“专注·服务创造价值”这一新的服务品牌展现在大家面前。

仪式上，玉柴重工还发布了新的服务承诺。玉柴重工提出在营销服务中，将遵守服务速度“111”，服务质量“1130”，即一刻钟内答复用户咨询、一个小时内完成派工出发、一天内解决问题；一次服务到位、一个服务人员始终服务到底、三全保障(全天候、全过程、全方位)和用户零抱怨。

新的服务品牌和服务承诺是玉柴重工对数十年来营销服务工作的提炼总结，也是玉柴重工对用户的庄重承诺。

按照“感恩之旅·关爱 2014”活动计划，玉柴重工在 5 月 19 日至 7 月 18 日期间，在全国各地对玉柴重工挖掘机用户、经销商进行走访，对走访机器进行点检，解决机器疑难故障开展服务技能培训。为玉柴重工用户和经销商排忧解难，更好地服务用户。上午，在雄壮的音乐声中，玉柴重工各线服务代表从玉柴重工领导班子接过了服务队队旗。随着各线服务车队缓缓驶出玉柴重工大门，玉柴重工重启征程。

(宋永康)

兴文“禁噪”16 天 为考生营造良好环境

■ 本报记者何沙洲 通讯员陆婷 廖义涛

随着高、中考的临近，四川省兴文县为给考生们营造一个安静的学习、考试和休息环境，把 5 月 31 日至 6 月 15 日定为“中高考禁噪期”。

记者从兴文县政府办了解到，禁噪期间，该县将实施环境噪声强制性措施，各建筑施工、装饰装修施工和金属加工活动，严格控制作业时间，禁止在 22 时至次日 7 时和 12 时至 14 时 30 分进行产生环境噪声污染的施工作业；禁止餐饮业和营业性文化娱乐场所噪声干扰学生学习和休息；在县城范围内禁止使用高音广播喇叭或采用其他发生高噪声的方式从事商业经营活动。高考、中考考生主要食宿点附近，在 22 时至次日 7 时及 12 时至 14 时 30 分期间，禁止进行产生环境噪声污染的一切活动。

兴文县县环保、公安、住建、城管等部门将联合执法检查，对违反规定的行为，将严格依法处理。

立足特色粉碎技术领域持续科技创新 浙江力普认定为浙江省科技型企业

日前，“2013 年浙江省科技型企业名单”在绍兴科学技术局官网公布，中国粉体技术的领航者——浙江力普粉碎设备有限公司榜上有名。此榜单是根据《关于浙江省科技型中小企业认定工作实施意见》、《浙江省科学技术厅关于做好科技系统下放行政审批和管理事项工作的通知》和《浙江省科学技术厅关于省科技型中小企业认定有关事项的通知》的有关精神，经评估和公示认定而成，认定企业为省级科技型中小企业，享受省级高新技术企业待遇。这是浙江力普继 2010 年评为浙江省优秀创新型企业、2013 年获评浙江省重点科技产品、三项产品列入浙江省新产品试制计划(第一批)后的又一殊荣。

浙江力普自创立以来，以市场为导向，以技术为依托，注重研发投入，不断提升自主创新能力，增强企业核心竞争力。尤其是近三年，公司累计实现了 8 项成果转化，新产品销售占总销售收入的 80% 以上，已获授权专利 9 项。浙江力普借助国家重点支持的新材料、新能源等战略性新兴产业的政策扶持，专致纳米碳酸钙、石墨球化粉碎、精制棉粉碎制备纤维素醚三大市场领域，进行持续技术创新，对于粉体加工中的各种疑难问题拥有了独特的技术优势，成为上市公司、世界 500 强等高端客户的长期战略合作伙伴。

浙江力普咨询热线：13806745288、13606577969 传真：0575-83152666；力普网站：www.zjleap.com；E-mail:zjleap@163.Com

(汤兴)