

红豆集团的国际化道路

■ 红轩

红豆集团作为改革开放时期成长起来的中国民营企业,在国内市场的淬火磨炼中,从一家名不见经传的乡镇针织小厂起步,发展成为如今拥有纺织服装、橡胶轮胎、生物制药、地产四大产业的跨地区、跨国界的大型民营企业集团。目前,集团拥有十多家子公司,其中包括三家上市公司(两家主板,一家新三板),拥有美国纽约、洛杉矶和新加坡三个境外分公司,并在柬埔寨建立了 11.13 平方公里的西哈努克港经济特区。多年来,红豆集团持续保持行业领先地位,2016 年在《中国 500 强最具价值品牌》排行榜单上,“红豆”跃居第 91 位。2016 年经济总量居中国民营企业 500 强第 64 位。

近年来,随着我国经济发展进入新常态,逐步铺设和开拓海外市场,加大在国际市场的品牌建设力度,积极推进国际产能合作,是红豆集团实现再次大发展的战略布局,从而形成了红豆集团国际化蓝图的三部曲。

一、建立海外公司 打开面向国际市场的窗口

企业要想做大做强,必须进入国际循环,实现国际化发展。红豆集团从 2002 年起,分别在美国洛杉矶、纽约和日本东京建立了外贸公司,为集团打开能够直接面向国际市场的窗口,为更好把握国际市场动态和趋势打下良好基础。比如,红豆外贸纽约分公司,通过境外公司把握市场行情,直接与客户面对面交流,巩固了与 20 多个国际大客户的关系,现在纽约排名前三位的服装大公司也都与红豆外贸有长期合作。

近年来,在严峻的形势下,我国外贸出口服装或面临洗牌的局面。红豆外贸行业积极应对,迎难而上,总体销售业绩稳中有增,红豆集团的纽约公司、洛杉矶公司的销售和利润均实现两位数增长,不断优化了外贸国际



●红豆集团在柬埔寨建立了 11.13 平方公里的西哈努克港经济特区。

市场布局。新成立的新加坡公司也将发挥积极作用,为红豆国际化再增新力量。目前,红豆产品出口 20 多个国家和地区,集团境外企业帮助集团加大引入先进技术力度,提升研发能力,在国际市场上充分发挥红豆产品的性价比优势。

二、注重品牌建设 加快产品国际化

在过去很长一段时间内,中国企业国际化还停留在为国外品牌代加工产品的层面上。红豆也是如此,高性价比的产品是红豆初步打通海外市场的法宝。从建立境外据点,到产品出口,红豆制造逐渐打开了海外市场,越来越受到海外消费者的认可。

随着中国国际地位的稳步提升,国际市

场逐步打开,单单依靠代加工贴牌生产已经无法满足企业国际化发展需求,如何实现从产品导向到品牌制胜的战略转型,唯有创立自主品牌,这也是企业实现“墙外开花”的必备资本。

品牌是企业的无形资产,是人力、物力、智力和文化的综合体现,也是实现创新价值最大化的根本途径。红豆集团是国内较早实施品牌战略的企业。早在 1983 年,当许多企业还没有产品名称时,红豆就率先树立了品牌发展意识。1984 年,企业成功注册了富有中华民族文化内涵的“红豆”商标,并在国内企业中最早成立商标科,安排专人管理商标事务。如今,红豆集团已在 34 大类商品和 11 大类服务性商标上注册,并在 54 个国家和地区完成了商标注册,为“红豆”产品走向世界

奠定了基础。

2005 年,红豆集团根据国际市场需求,对红豆商标进行了革新,以音译字母“Hodo”为设计创意,简洁明了地体现了红豆稳固中追求进步,传统中追求时尚,民族中追求世界大气与现代感的完美结合,既传承了原有红豆商标的特征内涵,又使红豆商标更具时尚感、更具国际性,是红豆企业形象不断创新求变的印证。

三、加快建设西港特区 加快企业走出去步伐

2007 年,红豆集团积极响应国家“走出去”的号召,在柬埔寨西哈努克港建立了总面积 11.13 平方公里的经济特区,并建成首期 5 平方公里的园区雏形,初步完成通路、通电、

羚锐制药强化雨雪天气安全生产应急管理

随着小雪节气的到来,豫南大别山腹地的河南省信阳各地气温出现大幅度下降,陆续出现大风、霜冻、雨雪等恶劣天气。河南羚锐制药股份有限公司贴膏剂事业部着眼维护广大员工健康安全,多措并举全力做好应对极端天气条件下的安全生产应急管理工作。

完善应急预案。从完善管控机制、细化防范措施入手,严防极端天气侵袭,制订了冬季恶劣天气条件下的安全生产专项方案,完善各类应急预案,优化预警机制和各部门、生产车间协同体系,加强车辆行驶、人员出行安全,加强药用原辅材料储备,密切关注天气变化,随时应对可能出现的突发情况。

涟水商务局推进农贸市场创卫工作

连日来,江苏涟水商务局抢晴天、冒雨天、放弃星期天,深入城区农贸市场,督查创卫工作。组织干部职工捡拾垃圾,清除杂物和小广告。根据创卫新形势、新情况、新要求,该局于 11 月 17 日召集城区 14 家农贸市场负责人开会,布置下阶段创卫工作。

走活三着棋 创先志不移 涟水商务局宣传思想工作亮点纷呈

■ 陈裕 朱清华 刘金领

今年以来,江苏涟水县商务局宣传思想工作围绕中心,服务大局,以宣传工作引领发展,以思想建设提升形象,以文化活动提振精神,收到了举一反三、事半功倍的效果:外资工作勇夺红旗,1—9 月份引资和增资项目 23 个,到账注册资本 1.21 亿美元,占市对县考核指标的 101%,同比增长 656.1%,提前一个季度完成全年总任务。党建工作常抓不懈,机关党支部“七一”前夕受到县委表彰,成品油协会党总支的创新举措,受到省市“两学一做”督导组的充分肯定,其经验在全市推广”。成品油协会工会被淮安市总工会评为“模范职工之家”。商务执法规范有序,荣获市“行政执法规范化示范点”称号。

宣传引路,标杆常树。“磨刀不得砍柴事”。在商务工作中,该局充分发挥舆论导向的作用,把宣传工作与经济发展有机结合,无缝对接。始终保持主调高昂、主题鲜明、主线突出的外宣工作方略,大力宣传外向型经济和服务等项工作的新目标、新思路、新举措、新成就。采取报纸、广电、网络、新媒体一起上,围绕中心一起“唱”,商务发展更兴旺。发挥对内鼓劲造势、对外扩大影响的积极作用,做到报纸有版面、电视有画面、网络经常见,新媒体形象现。今年以来,已在《企业家日报》、《淮安日报》、《淮海晚报》、《涟水快报》以及新媒体、网络上稿 248 篇,从而打造了对外开放的新风采、新形象、新气派,激发了干部职工干事创业的积极性、主动性、创造性。

加强应急值守。各部门、生产车间严格落实应急值班,明确领导带班,严格执行 24 小时值班制度,确保人员在岗在位、通信畅通,切实做到责任到人、任务到岗、管理到位。值班值守人员和带班领导进一步熟悉本部门、生产车间安全、优质生产工作和有关情况,掌握应急处置工作程序。值班电话、手机等通信设施必须保持畅通、快速接听,确保有关信息能够及时传达处理。

完善防范措施。事业部组织召开了多次专题会议,并借助安全生产 QQ 群和微信群等载体,安排部署了应对极端天气期间的安全生产工作,要求各部门、生产车间强化各项防范措施,如发生意外,立即启动相关预

案,妥善进行处置。各部门、生产车间认真对区域内生产设备、设施进行了检查,强化员工教育培训,加强车辆行驶和人员出行管理,一旦发生突发事件,确定应急人员,做到快速反应,果断处置,努力把极端天气造成的危害损失降至最低程度。

创造良好安全生产氛围。事业部所属各部门、生产车间积极做好应对极端天气的准备工作,加强巡查、安全管理,增加值班力量,及时清理厂区道路积雪和雨水。同时,落实防冻、防滑,加大生产现场隐患排查力度,及时消除安全隐患,提高员工安全意识和抗恶劣天气能力,为员工创造良好的安全生产环境。

(汤兴)

死的老鼠及时进行无害化处理。六是硬件设施能改造的抓紧整改到位,暂时不能改造的做到旧而不脏,旧而不乱,旧而有序。

该局将根据新提法、新布置、新要求,进行跟踪督查,强力推进农贸市场创卫工作。

(陈裕 严成宝 刘金领)

一是划行归市,所有摊外摊、店外店一律取缔,杜绝占道经营现象。二是屠宰鸡鸭要进行隔离操作,不准后面屠杀前面出售,环境卫生设施符合要求。三是车辆摆放整齐,保持消防通道畅通。四是移动带盖垃圾桶有序摆放,垃圾及时清运。五是药鼠毒饵站夜间摆放,毒

外资工作占市对县考核指标比重达 25%,分值高、任务重、压力大,全局上下戮力同心,奋力拼搏,全力以赴,志在必得,经过锲而不舍的努力,实现了既定目标。《我县利用外资实现首季开门红》一文在《涟水日报》、《淮安日报》头版头条发表后,对鼓舞士气、一鼓作气完成外资任务发挥引擎和“催化剂”的作用。干部职工发扬持续作战的作风,咬定目标,发力赶超,顺利实现了“双过半”,提前一个季度完成全年市对县考核指标。创卫工作开展以来,干部职工利用周末、早晚、星期天到责任区捡拾垃圾,清除杂物和小广告等 10 多车,经过环境整治后的责任区面貌一新。《淮安日报》、《涟水快报》、《企业家日报》、《涟水信息》、涟水电视台等媒体宣传该局创卫稿件 16 篇,受到了广大群众的点赞。

思想引领,实现愿景。该局制定了党员干部学习计划,创新学习方法,提高班子成员和中心组理论学习的针对性、时效性、实用性。特别是“两学一做”开展以来,局机关党员干部如饥似渴地学习党章党规,学习习总书记系列讲话。中心组每周写一篇心得体会,并以中心组学习为龙头,推动学习型党组织建设。做到学习上有新收获,工作上有新成效,形象上有新提升,作风上有新改进。组织商务系统 37 名党员干部,走进盱眙黄花塘新四军军部纪念馆、周恩来纪念馆、鲁渡“涟水抗日第一枪纪念碑”,重新举行入党宣誓,重温入党誓词。

通过思想洗礼,陶冶情操,净化灵魂,轻装上阵,在各自岗位上发热发光,勇创一流。

■ 杨桐桐

美国小说《幸福的黄手绢》讲述了一个男人背叛家庭,离家出走,在从监狱出来返回家的车上,十分焦虑不安。原来他与妻子约好,如果家庭能原谅他,会在院子的竹竿上系上黄手绢。小说被日本人搬上银幕拍摄成《远山的呼唤》,流传到全世界,“黄手绢”成为曾经背叛的人回归时受到欢迎的代名词。

对于一个家庭来说,需要黄手绢来欢迎回头的浪子。由此笔者想到,对于一个开放而兼容的企业来说,也同样需要准备一块“黄手绢”,随时欢迎离开的人才再回来工作。国外人力资源管理研究理论认为,善待离开的人才,是企业整个人力资源战略的重要组成部分,不要忘了为离职者系上“黄手绢”。

提起员工尤其是公司骨干或核心人才的“跳槽”,企业管理人员或企业经理人着实不舍,但大局已定,去意已决,留肯定是留不住的,即使勉强留住,也是留不住心了。有的横眉冷对,骂其“白眼狼”、“叛徒”;有的不理“跳槽”员工,不给办手续、制造障碍等,和“跳槽”员工反目成仇,不欢而散。与其如此,倒不如明智一些,静下心来,好好谈话,真诚劝送,系上一块“黄手绢”,既体现出对员工惜惜相别、恋恋不舍之情,又表现出领导的宽阔胸怀和善解人意,同时也为人才的回流“埋下伏笔”。当企业发展壮大,可以给“跳槽”员工提供更好的机遇和舞台时,经过外边磨练过的“跳槽”员工极可能会“吃回头草”、“杀回马枪”,再次选择回到企业。

其实,面对决定“跳槽”的员工,企业经理人或管理者大可不必大动肝火,只要冷静下来,设身处地地站在对方立场上换位思考一下,便会发现员工“跳槽”,也是作出了一定牺

通水、通讯、排污(五通)和平地(一平),引入“一站式”行政服务窗口,建成生产生活配套的硬件设施,已成为柬埔寨当地生产、生活配套环境完善的国际化工业园区。

西港特区国际产业园区初具规模,已引入来自中国、欧美、日韩等国家及地区的企业 102 家,其中 84 家已生产经营,从业人员达 1.6 万名,至 2015 年 11 月,全区已累计实现工业总产值及进出口总额约 7 亿美元。

境外开发利用了当地的土地、劳动力、环境、原材料资源,以及宽松的进出口政策,绕开了国际贸易壁垒,分享了当地的低成本红利,取得了较好效益。西哈努克港项目得到了中柬两国政府的重视、支持和肯定。柬埔寨首相洪森曾多次把西港特区称作“亲儿子”,希望把西港特区建设成为柬埔寨的“深圳”。今年 10 月 13 日,国家主席习近平在金边同柬埔寨首相洪森会谈中多次提及并高度肯定西哈努克港经济特区,并在两国发表的联合声明中明确指出“继续实施好西哈努克港经济特区等合作项目”。在访问前的 10 月 12 日,习近平在《柬埔寨之光》报发表署名文章指出,“蓬勃发展的西哈努克港经济特区是中柬务实合作的样板”。这对主导开发西哈努克港经济特区的红豆集团来说,是莫大的鼓舞和鞭策。

西港特区这一国际产能合作平台,将紧紧抓住国家“一带一路”战略新机遇,结合国内优势产能转移契机,不断加快开发建设步伐,完善配套设施,增强自身承接能力,把国内相对有优势但是又面临产能过剩的企业迫切走出去的意愿与柬埔寨当地经济发展的阶段性需求有效对接,帮助中国产业升级换代,加速柬埔寨的工业化进程,实现共赢发展。

在中国企业国际化经营中,完善企业全球公民实践和利益相关方的管理,对塑造中国企业及品牌形象所起的作用将越来越大。从“走出去”到“做全球公民”,这是红豆的国际化之路,也是每个企业走出去的必由之路。

企业也需要“黄手绢”

牲的;离开多年轻车熟路的工作、甚至是领导或管理层职务,到一个新单位从头打拼,熟悉工作,熟悉环境,熟悉人员,也不是件容易的事,所以,一般情况下,选择“跳槽”者,并非是一时冲动,大都经过反复的思想斗争,确定是利大于弊的情况下,最终才作出决定的。而分析促使企业优秀人才选择离开的原因,尽管因人而异,但大都集中在对自己的薪资待遇不满意、对所承担的工作缺乏兴趣、对企业的管理方式不满、对企业的目标缺乏认同或缺乏个人成就感等几个方面。所以,企业经理人或管理人员不应一味地埋怨离职者,也要理解员工、尊重员工的选择,同时举一反三地从企业的管理、机制等处查漏补缺,防患于未然。

实践证明,一个企业如果能建立起人才离职面谈制度,并作为一种管理机制,固定下来,很有必要,它既是对离职人才的抚慰或挽留,又是对在职人才的心理安慰,减轻人才离职给在职人才带来的心理波动。而且由于离职者与企业的关联减少,如果企业经理人或高层管理人员能出面与其进行面谈,就可能得到对企业管理的很多真实看法,这相当于为企业做了一次免费的管理咨询。

俗话说,亡羊补牢,为时不晚。经过与离职人员面谈、在员工中开展调研,企业经理人或管理层固企制宜,因时而动,可以做到提前预防、最大限度减少人才流失、留住人才。

总之,面对人才流动,一定要注意摒弃那种“你不仁,我不义”的消极态度,靠堵、靠卡,并不是留住人才的好办法。只有用开放、发展的眼光,以宽广的胸怀来对待离职者,才是积极的态度。为了企业的长远发展,诚心诚意地为离职人才准备好回归的“黄手绢”,就好像风筝飞上了天空,但感情的线却始终在你的手中,要想收回,还是可能的。

内蒙古统壹绒业末雨绸缪拓市场

面对低迷的经济形势,内蒙古统壹绒业控股有限公司根据自身实际情况,强化管理,苦练内功,积极采取措施拓展销售市场。

夯实基础,做全产业链。现已发展成为集羊绒收购、分梳、纺纱、染色、编织、成衣、设备研发到羊绒制品销售的企业,成为内蒙古东部及东北三省区域内有影响的羊绒制品全产业链企业集团。

产业升级,华丽转身。更新设备,淘汰落后产能,目前公司的机械设备、研发能力领

先国内。

加大营销布局。充分利用互联网+模式,与各大电商平台合作,建立实体店,线上线下互动。

统壹绒业将以成功经营人心为目标,以双赢利益机制整合社会有效资源、创新财富为企业的核心价值观。在新的挑战和机遇面前,在新的市场环境下,充分发挥自身优势,迎接挑战,开拓创新,为把统壹这个品牌真正做大、做强、做长而拼搏奋斗。

(高彦庆)

