红珏人

谨以此书献给宏珏人

序

给红珏人的一封信

感动总经办的常总、李全等给公司写信希望给自己减薪以帮助公司因疫情导致的资金困难，共渡难关！

首先我代表董事会和宏珏的领导班子向大家表示衷心的感谢！

这个呼声和提议已在一月份有很多的骨干和员工提出来了。

我在一月份同总经办和人资部做了沟通，工资照发，销售不设考核指标，且按最高提成点计提奖金。

人资部、财务部在安联大厦不准进入办公的情况下，做了最大的努力，按照正常情况下的时间准时发放给了GIADA的全体员工，之后Curiel、Colangelo、YI也都按时发放了！

我们提倡的使命和愿景是："一群美丽的人做一份美丽的事业"，"成就一个有生命力的人文企业"。越是在这种情况下，我们越要让员工看到宏珏的担当，宏珏是一个负责任的公司，是一个有实力的公司，给员工做个好榜样！

高层员工觉悟高，减薪对生活不会有太大的影响，但大多数基层员工是要付房租或按揭贷款，有些还要供养孩子、支助父母，销售部门还有部分奖金拿不到；幸好由于我们一直踏踏实实，坚持做自己喜欢做的事情，没有盲目扩张、没有急功近利。

如果不做新的投资，资金还是可以帮助我们渡过难关的。

意料之外的是，员工收到公司准时全数发放的工资以后很兴奋，心里感到在我们公司工作很有安全感，写了很多感悟，纷纷表示要努力工作，用实际行动来帮助公司，和公司一起走出困境。商品策划部的郁念仪为顺利完成工作，毅然推迟离开疫情已经蔓延的意大利。员工的种种奉献，让我第一时间感受到了宏珏的力量，我觉得宏珏的使命和愿景已经被全体红珏人深深地烙印在心里，我们红珏人很了不起，人和文化、经营理念融为一体。

我们今年如果停止投资，资金是足够用了，但投资是为了公司未来有一个更好的发展，危难之时要嗅到未来的机会。

如何做到两全其美呢？于是全体员工在不能到办公室工作的情况下，开通了企业微信号，在腾讯会议上开会、讨论，结果，意想不到的惊喜出现了：

1.全体员工齐心协力，出现了从未有过的满满斗志，大家一致决心保证完成今年制定的目标任务。节流是对的，但最根本的是增加收入，大家一起在网上熟悉新货品和VIP，做好培训工作，重新梳理流程，做好一切充分的准备，一旦疫情结束就冲上前去，把在疫情期间所造成的损失弥补回来；

2.总经办、客户关系部、营销部、IT部通力合作，加班加点，用了短短不到两个月时间实现了线上线下互动销售以及由此而产生的销售额进行奖金分配；

3.实现了精准的费用支出，预算管理和财税一体化，让公司节省几千万的支出；

4.实现了云校园招聘；

5.实现了VIP实名认证制；

6.高层中层的每一位干部都深深感受到了危机，做企业一定要有危机感，我们做奢侈品，该花的钱不舍不得花，但不该花的钱一定不能浪费，要严格控制费用的支出，平时就要做好人事和财务工作，更要努力做好销售工作，同时，我们在危难之际看到了机会看到了希望！

7.在中国疫情逐渐稳定的时候，海外疫情却越来越严重。为了帮助意大利的合作伙伴，我们通过意大利大使馆总领事以及其他渠道给上百家企业和医院捐赠了八万只包括N95在内的医用口罩，感动了所有的合作伙伴。意大利主流报纸在重要版面做了报道，人民日报有品质的新闻和众多的媒体也做了大篇幅的报道，我们又一次架起了中意两国人民的友谊桥梁！

开工的第一天，我们各个品牌的主要负责人开了一个动员会。

首先，我们向那些响应党中央的号召，勇敢走向面对死亡的武汉医院去救死扶伤而又无一牺牲的医务人员致以崇高的敬意！感动之余还是感动！

第二，通过这次疫情之战，看到了人民的力量，政府的力量，十四亿的人民在历史上没有出现过这样的团结、自律、平和、友善、坚韧、奉献……，众志成城，同舟共济，终于战胜了新冠病毒，同时，互联网在实践中发挥了极大的运用。我们相信，中国没有克服不了的困难。

让我们重新开始，让宏珏、让世界变得更加美好！

今天我们欣慰地看到，我们的年轻一代已经迅速成长起来，他们更加自信，更加阳光，更加敢作敢当，他们可能是中国近代以来最自信的一代。

中国的崛起不是一个普通国家的崛起，而是一个五千年没有中断的伟大文明和一个超大型现代国家完全重叠的崛起。这种文明型国家的崛起，其力度、深度、广度、厚度、强度，在人类历史上闻所未闻。这是一个可以天高任鸟飞，海阔凭鱼跃的时代，我们的年轻人与这个伟大的时代一起成长，与这个伟大的国家一起崛起，一起成功！这是人生的最大幸事。

宏珏永远都走在创新的路上，创造奇迹自然也是宏珏的基因工程。

赵一铮

二〇二〇年三月

目 录

我们从未形单影只 1
天行健，君子以自强不息 3
英雄梦想 6
雄关漫道真如铁，而今迈步从头越 8
年度述职 10
硕果金秋 12
《被颠覆的文明》读后感 14
读《被颠覆的文明》有感 17
工作的意义 20
有尊严的生活 21
GIADA梦之队 22
今冬最有温度的相遇 24
出淤泥而不染 26
红珏人的“长征精神” 28
走出自己的路 30
2020，记疫情下的宏珏 32
绝处逢生的喜悦 34
同一个世界，同一个愿望 38
乱世英雄 40
庚子感悟 42
初夏五月 45
同呼吸，共命运，心连心 47
盛开在岩石上的花 48
驿站 50
换个角度 52
背水一战 54
变 55
夺冠 57
责任 59

目 录

聚是一团火，独亦满天星 61
自信 63
实在才是真正的自信 65
看《后浪》有感 67
少年强 69
前路漫漫 71
一匠功成，万昼已逝 73
如果不逼自己一把，你永远不知道自己多优秀 75
写在时间的洪流里 77
敢于斗争 78
学无止境 79
赋能 81
探索自己的潜能 83
培养员工的慈善之心 84
守护梦想 86
起风的收获 88
懂得欣赏自己 90
品味冬境传说 91
在艺术中汲取灵感 93
记品牌挚友 陈数老师 95
舌尖上的奢侈 97
“1” 99
建筑的情绪 100
“重新出道”要做就做C位 102
也无风雨也无晴 104
让自己成为一束光 106
宏珏有梦 108
宏珏，续写春天的故事 109
《红珏人》 112

我们从未形单影只

张涵影

来到宏珏之后的每一年，都觉得自己又成长了，比去年更勇敢了。从一开始给人打电话都能紧张得手心冒汗，到现在能在意大利面不改色心不跳地和媒体聊一个小时甚至享受其中。

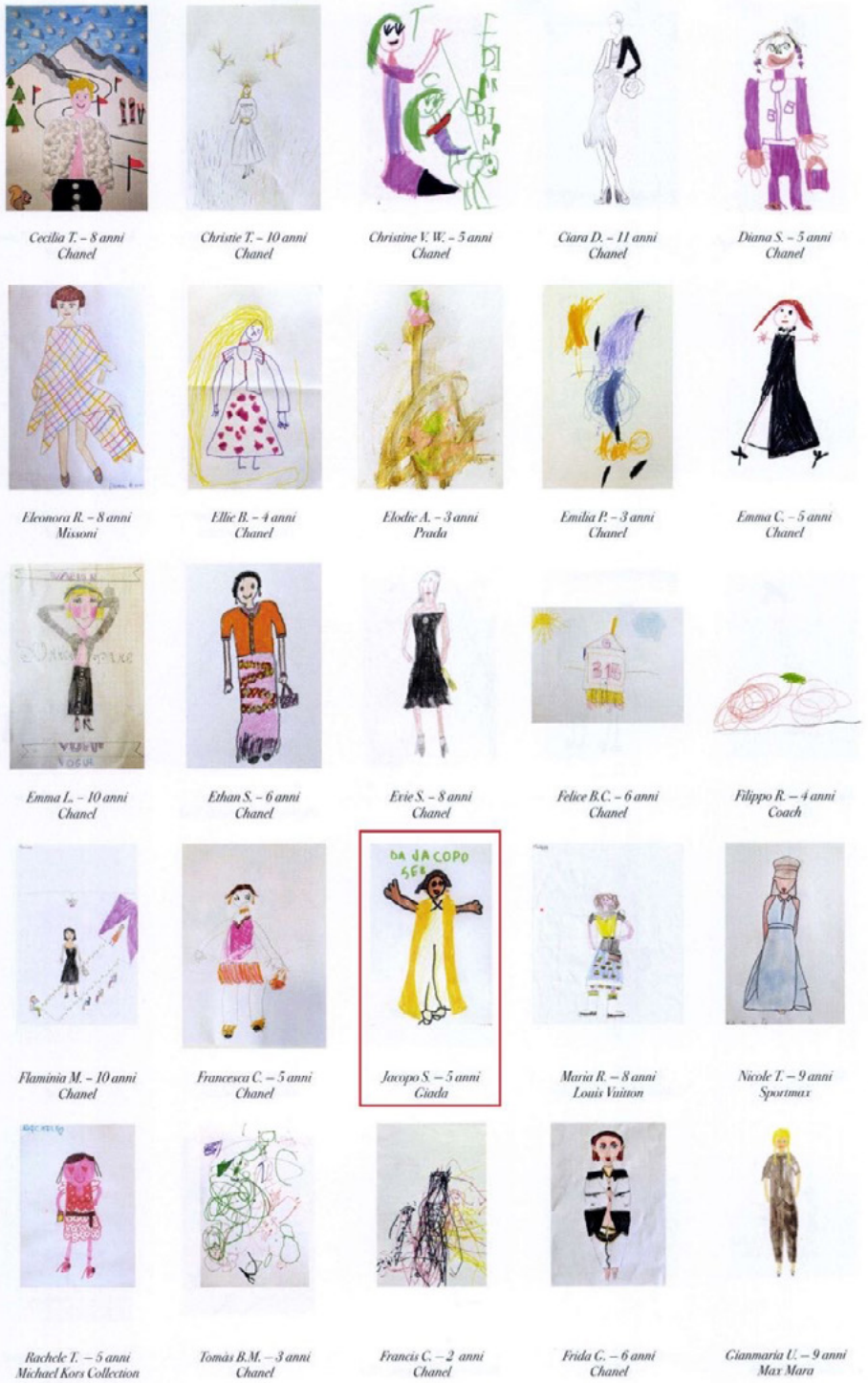
然而自从我们开始进入美国市场以来，一切仿佛又清零了一般。面对对GIADA知之甚少的美国合作方，丧失了语言优势的我往往不得不“逼迫”自己看起来更老练一点、“装”得更沉着冷静一点，才能勉强不败下阵来。

十一月，冷风呼啸的波士顿，我和Giuseppe Silvestrin和他的干将Michael Wolf 坐在波士顿公关公司的办公室里，洽谈了一家又一家的当地活动策划公司，为GIADA未来在北美的公关活动执行探路。

在每一次“面试”中，Giuseppe总会展现出他极高的专业水准，有时犀利的提问甚至会让在波士顿当地颇有名望的策划团队也频频局促不安。但每当一个会议接近尾声，当对方对Giuseppe的敬仰达到顶峰，Giuseppe总会微笑着拍拍我的肩，再转头向对方说：“这个小姑娘是我的‘老板’，你以后的客户是GIADA，不是我Giuseppe Silvestrin，所以有任何想法都必须第一时间和涵影汇报。”

那一刻，坐在一群人高马大的美国人对面，我竟然觉得自己还高他们一丈，浑身充满了力量，之前的不安和担忧一扫而光。因为全意大利公认最顶尖的秀导就在我身边，不仅客观上如此，精神上更是如此——他们既是我们背后强有力的后盾，更是充分尊重我们、心底里愿意帮助我们，并肩作战的战友和军师。

我回想起九月时，坐在意大利公关公司ES办公室里，被称作意大利时尚公关“女魔头”的Emanuela Schmeidler说起Carlo Capasa（意大利国家时装协会会长）没有把GIADA排进米兰时装周官方日程，不禁气愤到捶桌子：“太过分了！Carlo Capasa失职！”看到她脸上无法克制的愤怒和不满，我居然有有一丝小小雀跃，我能真切地感受到她是真的为GIADA受到的待遇觉得不甘、从心底里在向



被欧美寡头垄断的奢侈品市场里，GIADA似乎一直在单打独斗，以一己之力抵抗整个世界的进攻。然而我们从未形单影只，以我们的热忱、真挚和实力感染一个又一个业内的朋友，他们从全世界各地不断汇聚而来，最终成为一支浩荡的“军队”，无惧任何刀枪炮火。

意大利时尚界的权势在抗议，她没有替时装协会找借口，而那份难以掩饰的怒气更是像随时能为一个多年好友挺身而出，远超出一个靠经济利益维护的甲乙方之间的所谓责任义务。

我想起了Colangelo在米兰媒体预览之后和我说，“Emanuela现在是真正的在为GIADA骄傲。”

这样的故事不止是发生在意大利。

我们正在筹备着今年的羊绒影片项目，希望可以获得一位擅长人物叙事的名导演的支持，于是在公司领导的建议下，我们找到了陈晓卿导演。然而每天都有无数人带着项目想见陈晓卿，如何才能在人群中真正得到他的重视呢？我找到当时本科专攻记录片拍摄的教授寻求帮助。我简述了一下GIADA品牌发展和宏珏的历程，教授说你们和华为很像，“我们是时尚界的华为！”我开玩笑道。没想到他听完后二话不说就答应帮忙牵线：“陈导是我的好朋友，我马上给他打电话！别的我帮不上，这点小忙我还是可以尽力的。祝你们能达成你们的使命！”

被欧美寡头垄断的奢侈品市场里，GIADA似乎一直在单打独斗，以一己之力抵抗整个世界的进攻。然而我们从未形单影只。一路上我们以我们的热忱、真挚和实力感染一个又一个业内的朋友，每个人的力量也许微小，但随着时间他们从全世界各地不断汇聚而来，最终成为一支浩荡的“军队”，无惧任何刀枪炮火。

十二月在上海和法国时尚界泰斗Rene Celestin聊起宏珏当下面临的挑战和困惑，他捻着嘴角的胡子，若有所思地说：“这样来自中国企业的故事我听了上百遍，大家都在面临同样的境地，但总要有人能站出来解决这个问题，”他缓缓放下筷子，煞有介事地举起手指着我：“我觉得宏珏是解开当下这个局面的唯一答案，因为——你们和他们不一样。”

天行健，君子以自强不息

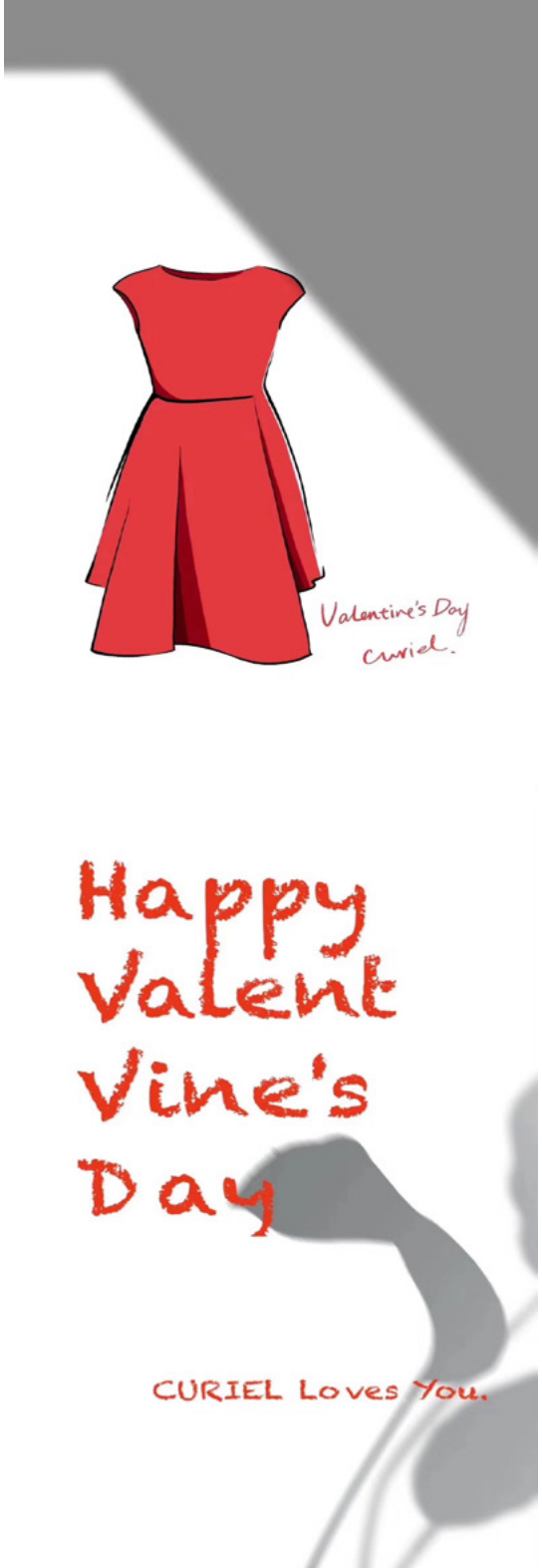
陈宇

一个月前的今天，我的职业生涯迈入了新的起点，人生也翻开了新的篇章。

去年在成都出差时，赵总第一次向我提出这个期许时的画面仍记忆犹新。自彼时起，我便开始默默地准备着，思索着，观察着。然而，书到用时方恨少，我才发现除了专业，其他了解的都仅是皮毛。原来逛商场只看品牌布局，落位，现在什么都得多留意一眼，例如：货品、陈列、橱窗、灯光、风格、客流、客质、服务等。好在赵总及时地释疑解惑，帮助我理清思路，将眼下已有资源充分利用。在对内梳理，和业主媒体沟通的过程当中，确然发现许多点都还没有深挖。对我来说，动力远远大过于压力，站在新的山头，看到的是全新的风景，原来许多似懂非懂的道理豁然开朗，也终于真正体悟到了文化、价值观在管理层面的重要性。

“Why not?” 这句话像口号一样最近不停地浮上心头。近年因为在与一些特定业主的谈判中，因为其崇洋媚外的潜意识，不得不暂时尽量去避谈母公司的身份，亦或是吃到不少闭门羹，被各种误解，心中着实愤懑。为什么法国的公司能运营好意大利品牌，西班牙品牌等等，中国公司不也可以吗，就摆不上台面吗？究其原因，企业、品牌的实力是最关键的。有了实力，也就是商业规模，企业方能为社会，为国家产出更大的价值。于零售、时尚、奢侈品行业而言，实力的体现，莫不在于品牌的销售业绩和声誉，前者尤甚。就像赵总说的，好业绩不一定代表是好的品牌，但好的品牌一定有出色的业绩。朋友开玩笑地问我，背上数字的压力是什么样的体验？在我看来，销售业绩最终数字上的体现，都来源于对供应链中每一环努力的合力。从产品的设计与质量，到营销的渠道、客户关系、公关、门店设计、橱窗陈列等，到人才梯队的建设，到零售终端，无论线上线下培训、服务与体验，每一个环节都精益求精。如果一环扣一环，从大局到细节都能做到精准，以客户为中心，以销售为导向，数字自然而然会给到相应的反馈和回报。

赵总说过，我的脾气和他一样，不求人。但是我扪心自问，真的站在公司的



角度，我难道舍得因为在外人看来貌似没必要的坚持与尊重，放弃动辄几千万，数以亿计的销售额吗？不尽然。GIADA有今朝的地位，源自对定位与形象的坚持，一以贯之。而这份坚持的底气，便是实力在撑腰。

甫一上任Curiel，便丢了一家店。合约临近到期，对方通知下家已无缝衔接，还是个名不见经传的品牌。出于对集团旗下其他品牌的考虑，礼节性地推了两个更差的替代位置。对外，我佯装潇洒："没关系，刚好北京计划开更好的一家店，人力资源可以顺势整合一下。"对内，对自己，这件事引起了我前所未有的紧迫感与危机意识。这样的不尊重，或许让这段合作关系的终结显得并不可惜。但归根结底，被替换、被淘汰是因品牌的实力不够强。何以解忧？唯有自强。靠天靠地不如靠自己，品牌唯有自强自立，清晰地知道自己是谁，要什么，能做到什么，产生什么样的价值，方能赢得别人的尊重，各种合作关系才能够站在同一条线上平等地对话，合理地维系。

天行健，君子以自强不息。小到个人，中到公司，大到国家，华为与中美红蓝之争的案例更加证明了这一点。我想倾其所有发挥自己的一份力，让宏珏能更早更快地讲我们自己的故事，帮助旗下品牌站在全球市场的舞台上，屹立不倒。

"Why not?" 美国的校园招聘我跟了两次，非常清楚宏珏对于人才的宁缺毋滥的高标准，严要求，以及梯队的优秀程度。过去一个月在北京，得以有机会拜会各路时尚圈前辈，在向其们请教，印证自己想法的同时，也的确接触到更多圈内信息。一些耳熟能详的知名品牌，都是由代理或者托管在经营，包括运营、公关、招聘、渠道等等，品牌本身仅给予基础指导，坐地分钱。而我们职能层面

小到个人，中到公司，大到国家，华为与中美红蓝之争的案例更加证明了这一点。我想倾其所有发挥自己的一份力，让宏珏能更早更快地讲我们自己的故事，帮助旗下品牌站在全球市场的舞台上，屹立不倒。

网罗的是美英意法归来的国际化高素质人才，店铺层面的员工招聘标准也远高于市场，提供的更是不可多得的宝藏品牌，平台与机会，欠缺的或许只是阅历经验与主人翁意识，假以时日，我们难道不应该做得更好吗？为什么不？

“Why not？”“打造一个持久的时尚与生活方式品牌，是一项没有边界、不断迭代的建筑工程，需要开阔的视野和开放的头脑。”想要长青，进取，那么与时俱进与创新都不可或缺。前段时间尤其感叹，Bally、Hugo Boss、甚至Ferragamo、Giorgio Armani，这些在我小时候仰慕的大品牌，在竞争最激烈的中国市场，因为没有适应种种新的变化，导致销售业绩的低迷，而成为“猎物”，在部分市场只能黯然退场。而例如LV、GUCCI、Burberry等品牌则不断推陈出新，开始了新一轮圈地运动。作为平均年龄不到三十岁，宏珏主力军的Y世代，我们不与时俱进，不创新，谁还能？

为什么不呢？

新征程，出发。

英雄梦想

何知非

2019年对于宏珏来说并不容易。

品牌转型期，经营与管理都面临巨大挑战，短期与长期的矛盾赤裸地摆在眼前，阵痛在所难免。宏珏作为开路者，走的是一条孤独的无人走过的路，前方有多少荆棘尚未可知，后头还有无数追兵虎视眈眈。

前二十年的成功为品牌转型创造了可能，但在品牌转型后却不再适用。然而更难的是，哪些方法该被更替，哪些该被优化，又有哪些该被保留，没人能给出现成的参考答案。这是一个“测试学习再测试”的过程，没有捷径，道阻且长，唯有不断摔倒不断爬起才能开垦出一条宏珏道路。

2019年我们走过一些弯路，但不曾走过歧路。

客户关系部的定位不清晰，那我们就重新定位；活动的分工不科学，那我们就摊开讨论；会员的权益不明确，那我们就果断更新……宏珏最难得的精神在于尊重激励，但不害怕认错——错了没什么大不了，改就行了！永远有重头再来的勇气，永远有携着初心上路的赤诚，永远有征服不可能的渴望，也永远有着创造新世界的梦想。

2019年梦想在，宏珏就在。

奢侈品本就是造梦的行业，宏珏更是。宏珏做的梦别人不敢做，也做不了，因为这个梦不仅价格高昂，还需有志有才有心有力的人共同去畅想，一代一代去延续。宏珏想要挑战的是根深蒂固的西方价值观，是枝叶庞杂的大集团公司，是老派贵族的傲慢与成见，以及愈发精明的中国消费者。难吗？当然困难。但如果这梦想不艰难，那便不值得去发想。 If it is not challenging, it is not worth doing.

2019年或是最坏的一年，但也可能是最好的一年。因为时隔两年，我们迎来了宏珏精神的回归。

宏珏于我、于你、于每一位红珏人，不是朝九晚六，不是早晚温饱，而是星辰大海、日月同辉，是我们平凡生活里的英雄梦想。

在困难面前，潜能被激发了，激情被点燃了，征服欲得以释放了。无论是北京力量、华中风暴、还是华北精神——我在，阵地就在。在2020的年会与培训上，我终于又看到了不畏险阻上甘岭的红珏人，那模样和我2017年当时所看到的一样。崛起，浇不灭的宏珏精神；珏启，谱写新的红珏人篇章。

宏珏于我、于你、于每一位红珏人，不是朝九晚六，不是早晚温饱，而是星辰大海、日月同辉，是我们平凡生活里的英雄梦想。

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越

张政

2019年，过于不凡。

作为红珏人，站上了哈佛讲台。作为部门负责人，激发每一个人的创造力。加入营销部，肩负更大使命。成为合伙人，为了无数人最初的美好梦想，燃烧。

不敢相信，在宏珏的一日如同三秋。我几乎无法记得自己一年前的样子，也无法想象自己一年后会变成什么样子，因为这一切都早已经超乎我的想象。记得我跟无数个同学讲过，我来到宏珏，就因为有一份自信。我相信自己的判断，我相信自己在这样的环境之下，一定可以发光发热！但是，这里的人才济济，让我觉得这里是我终生学习的大学。因为从每一个身上，我都能学习到特别多。赵总的远格局，李总的一丝不苟，雨韵的公心，陈宇的果断，知非的才华，译旋的阳光，等等等等。这里有太多优秀的人！

今年无数个日日夜夜，我都在幻想，如果我是某个子品牌的CEO，我会如何开疆拓土，大展宏图。当赵总让我加入GIADA，还是以组织者的身份出现的时候，我从来都没有想过，公司将这莫大的信任给予我。这是无数人的梦想！多少前辈为了这个梦想付出青春，付出汗水。这是一份伟大的事业，可能决定中国奢侈品行业的走向。我们前有埋伏后有追兵。资本主义的洋枪大炮狂轰乱炸，地方势力埋伏偷袭从未间断，而宏珏不怕远征难，万水千山只等闲。这是我们的使命，这是红珏人的使命！

2019年，财务部培养了优秀的财务精英。他们不甘做一个螺丝钉，要发光，要发热！所以，2020年，我们对自己提出了更高的要求，三号结账！这不是我想到的，而是大家开会主动提出来的。有人提到华为可以三号结账，我们为什么不行？那就试试看，我们梳理出来三号结账的所有条件，一一完成。而且成本已经做到了。因为三号结账，我们才有更多时间了解贴近业务，对业务提供分析报告，为我们的伟大事业添砖加瓦，为虎添翼！当我们在年会共同大喊，我们的目标是，

GIADA是梦中的花园，陡峭绵延的阿尔卑斯山脉上，悬崖峭壁白雪皑皑之上的那一朵朵最最圣洁的花。滋润着这一朵朵花的是阿尔卑斯的山泉水，更是每一位宏珏人心中的光！

Zegna集团董事长Gildo Zegna
Zegna集团董事，Ferragamo CEO Michele Norsa
Zegna集团首席战略官 Franca Calcia

三号结账！这就是我们在宏珏的青春！

2019年，亲身经历宏珏的战略计划。AGNONA项目的尝试，COLOMBO项目的十年磨一剑，杭大战略合作的探索。在这些项目中，我又收获了一份自信。当与百年奢侈品集团掌舵人切磋的时候，我们不仅仅代表宏珏，更代表了中国人。不卑不亢，不屈不挠，这是我们的态度，更是我们的民族自信！

2019年，我亲身感受到了祖国的强大和幸福生活的来之不易。在国内，一片祥和太平，但是美国一直没有对我们停止进攻。贸易战，香港事件，如果没有祖国强大的实力，真的就要任人宰割。我终于知道，为什么富强、民主、文明、和谐，富强是排在首位的。十三亿人，每人做好自己，我们的民族复兴之路，势不可挡。当在海外受到不公待遇，由衷感叹，我为自己是中国人感到自豪！万众一心加油干，越是艰险越向前！

2020年，我们将引燃每一个红珏人心中的太阳，爆发万丈光芒，耀眼到冰山也会被融化，耀眼到邪恶之人不敢直视，耀眼到让全世界看到，照亮中国奢侈品行业的路！GIADA，是岩石上的花。岩石节制，花富贵；岩石克己，花浪漫；岩石坚毅，花温柔；岩石永恒，花一现。无论节制还是富贵，无论克己还是浪漫，无论坚毅还是温柔，无论永恒还是一现，都是GIADA所代表的奢侈态度以及人生哲学。GIADA是梦中的花园，陡峭绵延的阿尔卑斯山脉上，悬崖峭壁白雪皑皑之上那一朵朵最圣洁的花，滋润着这一朵朵花的是阿尔卑斯的山泉水，更是每一位红珏人心中的光！

从头越，苍山如海，残阳如血。

年度述职

应雨韵

零售行业最大的魅力所在便是每个月末和年关的关键节点，都能让人感受到激情澎湃全力冲刺的拼劲，闯过一个个关卡赢得更大的成长和胜利。当跨月和跨年的指针迈过月末最后一秒的时候，这意味着品牌人的这一页彻底地翻了过去，不论过去一个月或一年结果如何，或突破，或遗憾，所有的一切数据将清零，新的篇章全然崭新地开始了。我们常说销售人永远年轻，大概也是因为销售工作比起任何其他的工作都更有直面时间更迭的勇气和魄力，只争朝夕。

12月3日，按照往年惯例，人资部组织GIADA全国店长层进行年度述职，从销售达成、客群维护、人才培养、规程制度四大方面，着重总结分析本人任期内2020本年度门店管理工作的结果和成效，表达个人2021年的职业发展的意愿和规划，阐述2021年详细工作目标和计划。整整十二个小时的年度述职，我又一次感受到销售部上下的渴望和雄心。虽然为了不耽误销售进度，只留给大家一天的准备时间，在极限的时间内感受到完整清晰的思路，也是日常工作深厚的积累。最终，我们选择了全国述职和工作最佳表现的太原万象城店经理Cathy为全国做分享，梳理销售管理的优秀标杆。在分享之前，我也罗列了Cathy的工作表现，在全国掀起很大的反响，真切地感受到人外有人，以此在店长员工心目中树立真正优秀店长的业务水准和管理思维。

优秀标杆：

1. 即将完成年总目标 （未有任何调整的原目标，即2、3、4、5月考核下调的任务全部已经追回）；

2. 2020全年月度完成任务大满贯，2次历史突破，18次明星员工（个人业绩50万+）；

3. 店经理业绩长期居全国Top Sales No 1，店长个人三次百万员工；

4. 店经理是全国第一批店经理、第一批店铺合伙人。

述职以后，宏珏优秀店长和销售者的画像越发清晰。

首先，必须要有强大的目标感和使命感，不因为外界条件动摇和改变，坚定公司的政策，并且用实际行动去证明公司的方向，我们要有极高的格局和追求。Cathy的目标就是要做全国“万象城之最”，创造“非凡和想不到”。即使在太原天美撤店商圈品牌氛围变化的大情况下，非但没有对士气造成打击，反而更加激发了员工的斗志。

其次，店长以身作则，店长的格局和眼界决定了店铺未来前进的方向。店长个人业绩长期稳定居于全店、全区乃至全国No.1就是对自己绝对自信的业务能力最好的佐证，也决定了管理者底气和魄力。我在，阵地就在，是一股精气神，也是一种硬实力。

再次，赋能员工，培养员工，成就团队，要让团队每个人都做到个人能力的突出，实现个人成长和进步，真正关注到每个人不同阶段的成长和需要的帮助。作为店长，还有一个最重要的就是敢于承认自己的错误和直面问题的勇气，这也是对于规则的敬畏态度。同时这种精神也会感染到团队员工，有问题就正视问题想办法解决，不逃避，这才是一个真正有血有肉，敢闯敢拼的团队。

很欣慰从年度述职中再次看到了销售人的热血，这一路以来的调整和恢复是公司下了多大的功夫才实现的结果，甚至一定程度上牺牲了短期业绩，也坚定不移地捍卫人才培养和合规制度的无上权威性。十年树木，百年树人，是宏珏的文化和精神引领我们走到了今天，也是这份“培养奢侈品行业中国精英”的愿景推动我们挑战更高更远的未来。

硕果金秋

关豪田

令我印象深刻的是九月底一个如同平常的早晨，我以查阅时装周最新动向新闻作为一天忙碌工作的开始。在我打开权威时尚评论网站The Impression的首页时，我赫然见到官方给予刚刚结束的2021春夏米兰时装周的总结通稿以及评选出来的Top10秀场榜单。我怀着紧张的心情点开了文章，意料之外的是以往挑剔严苛的时尚编辑们竟给予GIADA此次线上大秀极高的评价。虽然早在一周前就已知道GIADA此次大秀拿到了9.2分的历史最高成绩，但是看到秀场大片高居Top榜第六的时候依旧无比的自豪，像是给自己过去数月的工作交了一份满意的答卷，踏实无比。

欧洲的疫情余威不散，意大利的许多品牌纷纷选择放弃线下秀场转而举办线上时装秀。相较于普通的秀场，线上大秀需要付出的工作量要远大于线下。和其他品牌一样，这是GIADA第一次举办线上时装秀，然而最终能够做成什么样子大家心里都在打鼓。但当我接下负责线上秀场视频与大片的拍摄任务时，我便对自己下定了决心，无论如何我也要让线上秀场的效果比线下更优秀。这看起来是不可能的任务，在没有经验、更没有范本可以参考的前提下，要如何与众多世界奢侈品大牌的顶尖团队一较高下？但我没有考虑这么多，现在回想起来，是梅花香自苦寒来的上甘岭精神支持着我一步一个脚印地摸索前路，深入的思考GIADA独特魅力并如何以大片和视频的形式呈现出来，以品牌优雅的内核为优势接着直面挑战。其实有哪个红珏人不是如此呢？在GIADA品牌进入到中国发展的韬光养晦的十年里，是一批批优秀的红珏人秉承着上甘岭精神克服了一个又一个艰难险阻换来了如今的成就，但我们绝不会止步于此，不论任何岗位都要发光发热，以最高的标准要求自己才能攀登一个又一个“上甘岭”。

当我将报道的图片发到朋友圈里后受到了许多圈内老友的点赞，无外乎是对GIADA收获此次的成就的惊叹以及对大秀本身的高度赞赏，在一向偏袒老牌的

在GIADA品牌进入中国发展韬光养晦的十年里,是一批批优秀的红珏人秉承着上甘岭精神克服了一个又一个艰难险阻换来了如今的成就,但我们绝不会止步于此,不论在任何岗位都要发光发热,以最高的标准要求自己才能攀登上一个又一个“上甘岭”。

时尚媒体中我们偏要做不服输的那一个，GIADA的评分高于菲拉格慕、杜嘉班纳等一众大牌也证明了没有什么是不能超越的，也没有想做的事情是做不到的。有志者事竟成，红珏人在未来一定能秉承着这份宝贵的精神继续前行，9.2分不是终点而是起点，不论是一季又一季的lookbook还是未来的时装大片，我永远不会止步不前。2020年的金秋是一个硕果累累的季节，蛰伏了大半年的我们终于酝酿出最甘甜的果实，而等待我们的会是一个又一个丰收。

《被颠覆的文明》读后感

张涵影

10月3日妹妹要从广州上飞机前往英国留学，我和爸爸一起去白云机场送她，等她小小只的身影渐渐消失在国际出发的入口，我和爸爸准备打车回市区。这个时候，爸爸突然感叹道：“还是要去国外的学校啊，现在的中国的学校搞得那一套真是啼笑皆非。”我来了兴趣，问他为什么这么说，他继续解释道：“你看你们清华，为了搞国际排名，连什么参差不齐的国际学生都招，净搞些数据指标上的花样，有这点精力怎么不做做实际的科研？”

“如果没有这点数据指标上的花样支撑着清华的国际排名，我可能都申请不上MIT呢。”我苦笑道，“人家欧美搞的全球大学排名体系，你不在游戏规则内努努力，连上榜的资格都没有。”

“那就不上榜呗！管那些干嘛！”

“那就国际人才不来清华，清华学生也没办法去国外一流学校深造，即便去了也不选择回国继续做科研，因为没有最好的设备和实验室和同事，最后在这个‘自循环’里永远走到死胡同里。‘玩指标’就是一条迂回战线，你得先在名义上够得上‘国际一流’，才能有资源慢慢把实力也提高到同等甚至更高的水平，最后去创建自己的游戏规则——一套更符合中国高校的实际情况的排名系统。”

爸爸笑了笑，不接话了。

正如邹振东教授所说，排行榜是话语权归属最直接的体现。人们已经可能通过冗长的“诺贝尔和平奖翻车名单”意识到诺贝尔和平奖、经济学奖、文学奖这三大笑话，去年金马奖和金鸡奖的一番博弈让大家窥探到了电影奖项背后的政治因素的暗流涌动，但在科研和教育上，大部分人仍然抱着近乎天真的信任，认为科学无国界、教育是全人类的事业。

几年前的我也是这些“天真”人群中的一员，认为这些国际上话语权的较量仅仅发生在高高在上的、众人关注的角斗场上，总归是离我相去甚远，但近几年宛如戏剧一般的经历正在一遍遍地刷新我的认知。自从特朗普上任以来，美国向

中国泼了一盆又一盆脏水，走向变得越来越离奇，从孟晚舟事件彻底向公众科普一把原来看似神圣的法律也可以在国际层面上被轻易的用作权力附属的工具，到抖音乃至微信在美国受到的制裁则令人大跌眼镜地看清了高举着言论自由媒体自由成天攻击中国防火墙体系的美国原来本质上也不过是一个封建独裁者。

然而这一切甚至慢慢蔓延至我们认为理应“无国界”的科研和教育，影响到我朋友圈里的留学生朋友们：北得克萨斯州大学突然驱逐所有中国公派留学生，限一月内出境；多名中国研究人员在美国高校陆续被逮捕，在无实质证据的前提下被指认“破坏证据罪”、“签证欺诈罪”等莫须有的罪名；各种针对中国留学生和学者的STEM专业限制、F签J签停留时常等等新政策层出不穷……千奇百怪的手段令人错愕而又叫苦不迭。

一步步被刷新底线的我再重新回看自己这几年在工作中一直难以去解决的难题——GIADA始终在意大利被背上了一个“背后是中国公司的品牌”的包袱从而始终无法获得与正常设计师品牌或家族品牌一样的对待——似乎一切都变得不足为奇。我甚至怀疑意大利时装协会所谓的“M为难GIADA”都不过是他们拿来遮掩另一个无法自圆其说、难以启齿的原因的第二层谎言。

我在国庆的剩余几天假期里再读《被颠覆的文明》。最令我自己惊讶的是，我能非常深切地感受到自己心态上的巨大变化：三年前对边芹某些偏执到近乎“阴谋论”的极端举例能气愤到拍案而起，恨不得告诉全世界这个作者的脑子有问题（时隔三年我都能清楚地记得她认为功夫熊猫的养父是一只鸭子是在影射美国的唐老鸭）。而现在再读一遍，竟心平气和了许多，只会坦然理解甚至心疼她的心情和处境，觉得她是早年在法国旅居遭受了不少不公平对待、看见了不少关于华裔文化工作者以及华人文艺作品被刻意、有偏颇地选择的故事，但她一定又长期苦于无处共鸣——这该是怎样悲愤交加、焦躁难平的体会？

但是她所经历、所记录的那个世界，已然不是今天的世界。

中华文化从来没有被外敌消灭过，我坚信中国未来的路只会越走越宽。

2020年，距离边芹出版这本书已经过去八年，距离她离开中国、与中国传媒环境脱轨已经近二十年。在这期间，中国面临的国际局势发生了巨大变化，同时得益于社交网络的极速发展，中国舆论主体已经以令人不可置信的速度从“报纸时代”的父母辈转移到了受教育水平更高、更有国际眼界、更有质疑精神的年轻一代。他们本就不迷信权威，而在各个国家游学游历的经历（尤其是这两年不算愉快的经历）又让他们清楚认识到国外的月亮并没有更圆。他们簇拥着国产动画《哪吒之魔童降世》冲上了五十亿票房成为2019年全球排行十一名，他们也不再听信好莱坞和迪士尼的神话，把翻拍版《花木兰》在豆瓣上打出了4.7分超低分、在知乎上分析热议美国电影是如何扭曲中国文化、如何一直将影视作品中的华人形象极端化，同样也是他们在B站上创作了一系列短视频，把特朗普的所言所行再创作成一个个玩笑在微博上广为流传，成为对美国政府的流氓行径最戏谑最蔑视的反攻。

不可否认的是，边芹曾所看到那些令她愤慨的现象（不堪一击的移民优越、西方国家通过话语权对中国人心智的操纵）仍然存在，并且在越来越显而易见地浮出水面，赤裸裸地呈现在越来越多的国人乃至世人面前。但同时，她所描绘的那群只会追随西方“先进文明”的“愚民”也在逐渐变少，取而代之的是有创作能力和创作理想的青年文化工作者，以及更有文化自信、爱国精神、不迷信西方语境的下一代中国人。

从根本上而言，我仍然信奉“经济活动主导世界发展”，经济基础决定上层建筑，政治与经济相辅相成，而文化更是经济实力的附加品。因此外来文化占据潮流这种现象仅是当初中国的经济和综合国力相对还比较落后的阶段所产生的特殊现象，而这个现象，终会随着中国国力的不断增强而消亡，甚至逆转。中华文化从来没有被外敌消灭过，我坚信中国未来的路只会越走越宽。

读《被颠覆的文明》有感

滕臻

我是个新闻传播学子，也在影视娱乐界观摩学习了许多。起初的传媒理想，刚入行就被一点点浇灭。“媒体是利益集团的舌喉”在中国已是传媒新闻界毫不避讳的共识，文艺创作也处处受“审查”制度及意识形态的限制。相比之下，西方世界的“自由主义”令人向往。

然而，随着认识的层层累积，我才了解到西方新闻媒体的真实属性，也是受资本和利益集团操控的。所谓的“言论自由”、“新闻自由”、“专业”等西方新闻优良属性，其实都是利益集团为其戴上的面具，以便在国际舞台在施展拳脚。谁拥有媒体、控制媒体，谁才拥有所谓“自由”。正如复旦教授张涛甫所说，“西方新闻观本是西方媒体圈内部的意识形态，后来上升为了国家意识形态，进而成为超时空的所谓普世意识形态。西方发达国家并不满足于其新闻观在国内的传播，它们将其包装成为超越时空、获得批判豁免权的超级意识形态，并凭借强大的传播能力，将之行销到西方社会之外的地方。就这样，西方新闻观搭上经济全球化的顺风车，被输送到世界各地。”

《被颠覆的文明》的作者边芹曾说过：“文明战争正是从微小处甚至细节上入手……直接拿走你的道义权，你是不服的，从审美权入手，就轻柔得多，尤其是骨头被打软之后，审美权这把钥匙被骗走，你会一步步交出道义权。”这一观点尤其启发了我——西方新闻及影视界的舆论控制，仅仅是西方进行精神结构及文明入侵的一个缩影，或者说切点。

西方国家对舆论的控制是世界范围的，带着国家利益、经济与文明的入侵性为目的。西方人以血脉里极强的自我意识，共建的精神集体主义，早已跳出新闻传媒界的限制，嵌入百姓生活的方方面面，形成文化的侵蚀。

从我身边人说起，我从小生活在广东，老家的亲戚每次来拜访，必会借地理之便去一趟香港澳门。倒不是为了游玩，而是一整天的购物，带来的28寸空箱子

都能被装得合不上盖儿。由于关税、汇率等差异，港澳购置进口品牌尤其奢侈品牌，比内地更具价格优势，这我能理解。但小到生活用的纸巾、小电器、给孩子的玩具，仿佛都打上了“进口的质量就是更高”的预设，通通都要从港澳不辞辛苦带回去。进口的真的就比国产的更好吗？这样的认知，或者说“共识”，究竟是如何形成？又比如我自己，还记得第一次去美国旅游，我惊叹西方人国民平均素质如此之高，甚至被这“客气礼让”逼得尴尬。车辆在行人十米开外便减速停下，我只好加快脚步匆匆过了马路。从餐厅服务生、Uber司机，到为你扶门的陌生人，全都过分体面。在我过去的认知里，外国人国民素质普遍比中国人高。

没错，曾经很长一段时间，精良西方制造就是凌驾于价廉的中国制造之上；若从社会礼仪角度来看，西方人确实更为体面。然而我们很多人的思维，早已经跳脱了事实层面的判断，变成不加思考的潜意识的默认。我们的注意力被引导，仅仅看到西方人排队时的井然有序，却将中华文明五千年沉淀下来的道德礼教抛掷脑后。我对抱有以上种种观点而产生优越感，自认为作为新时代的年轻人，接受了世界化的教育，更懂礼仪更有教养，甚至要兼任提升国民素质的使命。但我只见对比，未曾思考背后的成因。比较的意义是自我提高，而非对对方文明的顶礼膜拜，以及深及根本的自我否定。

在美国读书生活的三年，更像是一个祛魅的过程。我承认我热爱我在美国的状态，生活与思想皆自由，见识文化的碰撞与更广阔的天地。但我的所见所闻可以说印证了《被颠覆的文明》中的一句话，“思想越严控，道德越放开，利用的就是一般人很容易将之混淆起来看，把自由降低成一种近乎感官的感觉，便可轻而易举地操纵人的思想。”道德的自由主义不等于思自由，而正是这两者的混淆，才令西方文明的美丽面纱从未揭去。

奢侈品牌在中国
华丽双周榜

Luxury Brands in China -
Most Remarkable Cases (2020.05.01~05.15)

瑞士奢侈腕表品牌 Blancpain 推出VR探访品牌百年工坊

华丽点评：如何呈现腕表复杂且精细的设计制作？是所有腕表品牌在营销时的痛点，也是最值得持续深挖的内容宝库。

意大利奢侈品牌 Moncler 推出灵感歌单

华丽点评：音乐是讲述故事、传递品牌精神的有效传播媒介。从官方留言看，歌单反馈极好，目前已在 QQ 音乐播放量超过 1.7 万次。

法国奢侈品牌 Dior 携手二次元博主带来虚拟交互短片

华丽点评：奢侈品牌如何用好虚拟形象，值得关注。

意大利奢侈品牌 Giada 成立“GIADA Club”生活方式空间

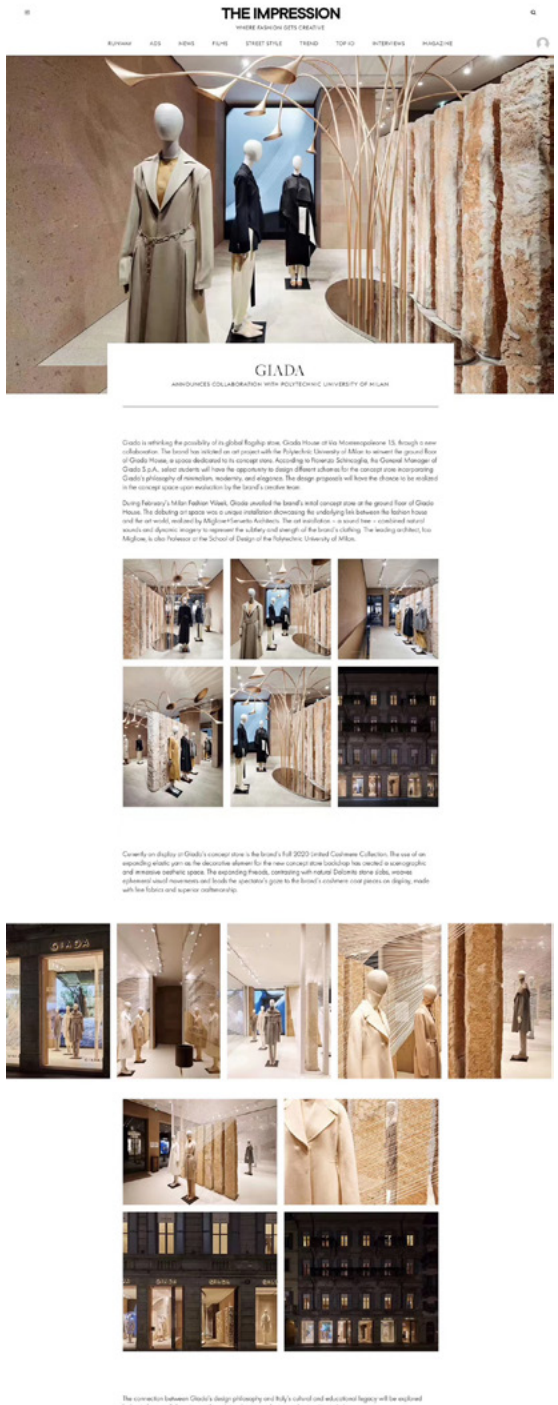
华丽点评：餐饮正成为奢侈品牌拓展大众生活方式的突破口。

学会摆脱单方面的“控制”，从根源尊敬并正视自己的文化，阻止这场盛大的文明颠覆，皆是使命所在。

近期特朗普的频频“荒谬”之举，意外地让华人将美国的光环滤镜离。原来不仅仅中国禁用谷歌，自由民主的美国人也会打压来自中国的华为、禁用来自中国的“Tiktok”、限制中国留学生入境。这并不是个人的任性之举，而是西方隐性的控制之手，偶然地撕裂伪装暴露于众。

留学期间，我也逐渐发现一个有趣的现象：中国人眼里所谓“叛逃”、享尽祖国便利却又投身国外的留学生们，其实更爱国。不是因为发现了美国的不好，或是在国外生活不尽如人意。而是站在国外看月亮，发现也并没有更圆；是身处更广阔之局，对于事物的正反面皆有所见所闻，认知也随之更加立体；是在文化冲撞之间有了更强的自我意识，了解自己的立场和位置，明白作为华人在国际上应当捍卫自己的文化和尊严。

不可否认，《被颠覆的文明》一书中也有许多观点我认为言之过重，或过于极端，也有个别例子我认为并不十分妥当。但此书的确开拓了我对于国际利益和文化对抗的认知。美国学者乔姆斯基曾说：“在西方，为政治和意识形态利益而老谋深算地操纵舆论是精心的、隐蔽的，它不是控制人们想什么，而是控制人们怎么想。”无论作为一名公关从业者，或作为新闻传媒学子，亦或仅仅作为一名中国人——学会摆脱单方面的“控制”，从根源尊敬并正视自己的文化，阻止这场盛大的文明颠覆，皆是使命所在。



工作的意义

朱梦楚

The Impression是全球时尚界拥有举足轻重话语权的媒体，近年来GIADA频频在The Impression上刊登了深度报道。这家媒体的主编Kenneth Richard还亲自写邮件来，告诉我们GIADA的秋冬限量大衣系列报道反响极好，网站上的热度蹭蹭地往上升。我在欣喜之余，不禁感叹限量系列的成功是归功GIADA每个部门和同事的热爱与真诚的付出，才造就了限量系列从骨子里面透露出来的卓越品质。看着一张张精心摄制的形象大片，回想起培训中亲眼所见和亲手所触碰的无与伦比的质感，我体会出一种从容不迫、由内而外感动我的品牌态度。

同样令人万分期待，是GIADA与高等设计学府米兰理工大学的携手合作，GIADA给予了这些优秀的学生一个真正能发挥他们才华的平台，让他们有绝佳的机会去走近一个意大利奢侈品牌，为GIADA米兰的全球旗舰店概念空间去构筑无限的可能。米兰旗舰店隽永的艺术空间是我们的骄傲，也同样吸引着这些学生和设计师，来为GIADA的空间可能性添砖加瓦。The Impression也报道了这一开创性的品牌合作模式，我们将新闻转发到朋友圈时，获得了国内业界大咖的点赞。果然，认真去做一件有长远意义的事，自然而然会召唤到志同道合的伙伴。

在平时的工作中，时常会有这样的高光时刻，让我激动不已，不仅仅看到了自己工作的成果，更激动人心的是这对品牌的发展产生的影响力，让顾客、合作伙伴、业界同行等看到迦达一步步的成就，成几何倍数地传播开去。每次一想到我们在做的工作，将为GIADA带来这样巨大的蝴蝶效应时，我手下的电脑键盘就敲得更欢快了，仿佛打出的每一个字符都插了翅膀悄悄地飞进我们的心田，滋养着我们一颗颗奋斗和快乐的心。

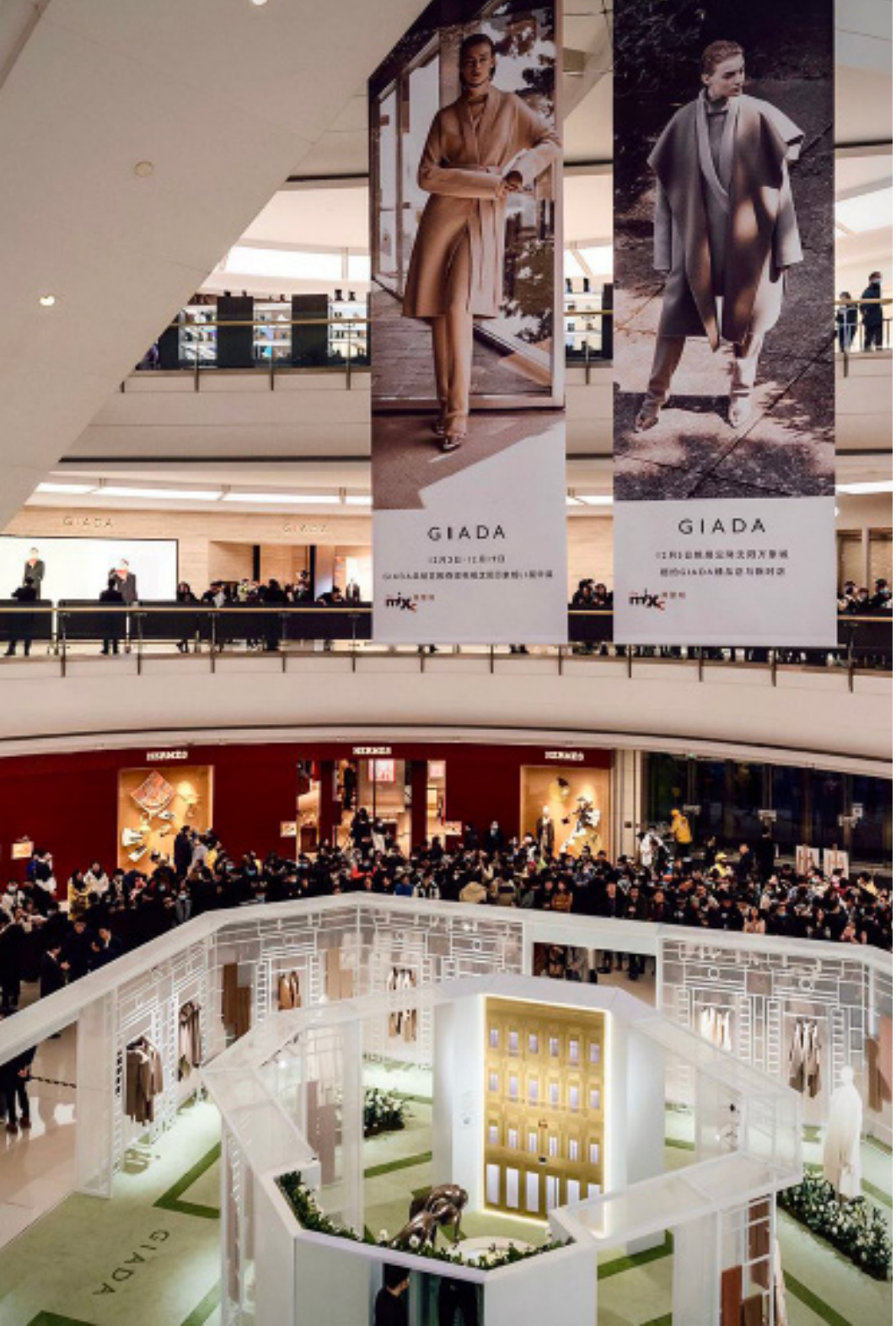
有尊严的生活

朱梦楚

刚过去的十一月是一段充满了思考的旅程。经过一年的耕耘，品牌收获了新能量，得到了更广的发展，我们也开始计划下一年以及更长远的品牌图景。今年的局势虽然让全球时尚界的众多盛典和峰会都不得不转为线上或延期，GIADA与掌握时尚话语权的媒体的交流却从未间断。上周，我与美国Vogue团队探讨GIADA在北美的广阔前景，与他们深入交流GIADA极简的设计理念和顶尖的面料工艺，在交谈中Vogue的一位VP Susan Cappa感叹道："We really think GIADA has the potential to replace Celine and Armani where they are waning to represent high-end beautiful"。意思是Vogue的高层认为GIADA代表着高级美感成衣品牌的未来。当听到这句话时我不禁心潮澎湃，因为我们的品牌用实力征服了远在大洋彼岸的Vogue团队，在米兰时装周期间仅有的一面之缘，他们已经折服在GIADA的石榴裙下。

品牌的力量是如此地强大，我伴随品牌一步一个脚印也在成长。变得注重去反省自己，在工作中有哪些地方还做得不足，有哪些地方可以做得更好，时刻提醒自己要向前看到更远更高的目标。能够为有追求和梦想的品牌贡献力量，在人才济济的团队中与大家齐心协力地为品牌添砖加瓦，在品牌的每一个里程碑里都能看见自己和伙伴们的身影，我觉得这就是有尊严的生活：在挣得一份薪水的同时，也实现了自己和他人的一份理想，这就是人生一大快事呐！

很多年轻人都会谈及dream job这样一个概念。梦想中的工作，大多被赋予了过多的光环和回报，却不曾想过只有付出和坚持才能有一丝的收获，想要更大成就需要付出比平常人更多的努力和汗水。在宏珏，工作是一份事业，是责任和使命在我们的肩膀上，成长和进步在我们未来的道路上。作为红珏人的我们，以超越既定的目标为我们的目标，全身心地投入这一份我们热爱的事业，过有尊严的生活。



GIADA梦之队

王译旋

这个十一月，我们见证了GIADA北京SKP团队在11月23日突破品牌单月销售千万大关，并在全月结束时，这个面积仅仅只有一百来平方米的店铺将品牌单月销售新纪录提到了近1200万，我多么有幸，见证了品牌划时代的一步。

去年北京SKP将销售任务刷新的时候，我在捷报里抒发着对这样一支优秀战队的称赞，而今年，在面对百尺竿头更进一步时，我发出了以下感慨。

“有人问，突破千万创造历史的团队应该是一支什么样的团队？

有人说：“这是一支有战斗魂的团队。”

有人说：“这是一支有信念感的团队。”

还有人说：“这是一支缔造奇迹的王者团队。”

也许，他们也和我们一样，也曾怀疑自己是否真正擅长销售；

也许，他们也和我们一样，也曾因为站店不适应而腰酸腿疼；

也许，他们也和我们一样，也曾仰望过另外一些优秀的团队；

也许，他们也和我们一样，也不曾想过自己将创造一个品牌的新历史。

从没有哪种成功来得理所当然，也并不存在“偏心”的困难，每一次深爱的背后，是汗水、是泪水、是压力、是崩溃、是无力，但隐忍、微笑、前行、克服、挑战就是GIADA梦之队的工作哲学！

今年的我，更加明白了成功背后意味着什么，成功不是某些人的天赋，却是汗水和坚持留下的最美烙印。那最后成功的人，只不过选择了少有的人敢于经受的挑战，走了少有人走过的路。

Vivi是我们营销部资历最长的老员工，但是在她身上，我看到了宏珏文化的闪耀光芒，她的所言所行，在努力践行着一个优秀红珏人的使命，也时刻提醒着我，不敢怠慢。有时我也在想，工作十年的我，如果能够像她那样的一腔热诚又努力上进，那将是一件多么幸福的事。

从来没有哪种成功来得理所当然，也并不存在“偏心”的困难，每一次深爱的背后，是汗水、是压力、是崩溃、是无力，但隐忍、微笑、前行、克服、挑战就是GIADA梦之队的工作哲学!

这个月，华中区西安SKP这个战略要地没有店长，Vivi她作为区域经理披挂上阵，在考核目标310万面前，她定下了600万的店铺冲刺目标，她觉得，我能带给团队自信的最好方式就是带领她们成功，带给她们骄傲。从第一天起，团队所有人都为了600万在自我要求，拼尽全力，最终，在22号那天，久违地拿下了全月考核目标，虽然最后与600万还有距离，但也创造了西安SKP团队的新纪录。

我问她有压力吗，她说：“压力当然有，但更想做好，这个店如果我都做不好，我没有理由要求其他任何人。”她在全力以赴。昨天我再和她聊起西安SKP，聊起我们的商场排名，她坚定地告诉我，明年必须600万，要从年初就开始为600万的目标打好基础，为品牌争一口气。

无论是北京SKP还是Vivi，也许，英雄其实就是努力到极致的平凡人，她们都有平凡人的忧愁与困难，但那又怎样!

今冬最有温度的相遇

徐妙

时间距离GIADA羊绒花园限时快闪店揭幕已过去近48个小时，脚底还带着因连续穿高跟鞋在商场日行两万步而带来的酸楚，但大脑还处在长久的兴奋、激动与自豪当中。

此次姚晨活动的筹备持续了近三个月，在活动前的最后两周里，我近乎每晚都是伴着大姚的形象入睡的，有时甚至还会在梦里跟Hanying对流程，跟Shoujun敲搭建。同时也因为这是我在转到活动岗后所接手的第一个大项目，所以我格外地珍惜这样一个锻炼的机会，每一天都会心里默默提醒自己——细致细致再细致，高效高效更高效。回顾在沈阳出差这一周，我的内心收到了好多温暖与鼓舞。

这温暖来自我们不同部门间的同事们。办成一个大型活动必然离不开整个公司各个部门的通力配合，但由于在来到沈阳前，我与其他各部门同事对接都是通过线上交流进行，因此还是少了一点“与大家共同打在一场战役”的实感。但是抵达沈阳后，当我亲眼看到视传部的同事、客关部的同事、营销部的同事、和商拓部的同事都凝聚在一起，积极执行、互相帮忙，为了同一个目标冲刺的时候，作为活动负责人的我受到了极大的鼓舞。在沈阳的那几天里，我们每个人几乎都是凌晨两三点才睡，有好几次我半夜两点多给视传那边发去一个整改需求，原本以为自己会在第二天才得到回复，没想到对方也还没睡，在十二月凌晨两点多的夜里当即给了我回复。

也还记得活动前一天的晚上，在跟工作人员开过统筹动员大会，事无巨细交代完所有事项后，躺在酒店的床上的我还是感到不放心。于是在夜里十二点，依旧穿上衣服“溜去”搭建场地又检查了一圈。当我推开精品店的门，居然意发现大家也都还在做着最后的准备——怕临场花艺出bug，张佳提前一天让供应商在夜里把鲜花送到，在店里不断做着调试；怕搭建失误影响到活动现场的走位，

陈衡和Elisa夜里也都一直紧盯着搭建团队，扣每一个细节，不放过一厘米；白天开会怕影响生意，没法把两个店员工都聚集在一起，在晚上十点跟我开过统筹动员大会后，店长还是回到店里把所有店员都集合在一起细致传达……因为大家共同的这份重视、这种努力，好像真的连续战斗了一周也并不让人觉得累。

这温暖也来自我们销售部门的店员们。作为职能部门的一员，平日里我们在公司办公，很少有机会直接接触身处一线的店员们，即便有也只是短暂的相逢。像这次这样，在一个较长周期内与他们朝夕相处，还是第一次。越与我们的店员越走越近，就越发觉他们的努力、坚韧和热情。听区经介绍，此次活动数名店员是从别的城市调来支援的，她们原先所在的门店可能在落位上不如沈万，因此都格外珍惜这一次机会。活动期间，有好几次我走进仓库时，都发现他们一边吃饭一边都还在复盘上午的销售案例。店员中的很多跟我有着相仿的年纪，甚至比我更小，看着他们这么单纯地为了一个目标而努力，作为职能部门的一员，我即觉得自己身上的工作责任又重了一些，也觉得心里更满了一些。

在学校里我学的是传媒专业，在新闻学的课堂上，老师们教给我们一句话，叫“到现场去！”这是写出一切好新闻报道的不二法门。经历过组织此次沈万的活动，我也更加感受到这句话的力量——只有到现场去，你才能真真切切地看到顾客们的需求，看到我们一起奋战的销售部伙伴们在全力挥洒的汗水，然后也才能带着他们在一线得来的经验与需求，带着如何更好地为销售服务的视角，去更好地筹备下一次公关活动！

出淤泥而不染

曹新建

最近跟一个供应商谈论到国内鞋服行业的情况，他们提到在国内时尚行业，宏珏是个高山般的存在。每次他们跟行业内其他品牌的人谈论到宏珏，别人几乎都是一种仰望和羡慕的状态，还笑谈“宏珏无法学习，只能仰望”。我能理解他们所谓的“仰望”，不是其他企业不想学，也并不是“无法学习”，而是在物欲横流的社会背景下，多数人选择随波逐流了，几乎没有能独善其身的。我认为他们更多的是缺少一种坚持和信念。而宏珏在同样的环境形势下居然能几十年如一日的坚持“宏珏精神”，不忘初心、寒窗苦读、韬光养晦走过了这几十年。这种“出淤泥而不染”的风骨才是最难能可贵的。

现在很多国内企业急功近利的现象都非常显著，即便是像华为这样被誉为国家科技“顶梁柱”的企业，在他们的产品上很容易能看到各种市侩的东西。而在如今这种物欲横流的浮躁社会上，宏珏却让人感觉另类。因为在这样的环境下，一个坚持自我的企业反而给人一种鹤立鸡群的感觉。想成就一个伟大的企业很难，而要在中国成就一个有家国情怀、自信优雅的伟大企业，更是难上加难！

中国有钱的企业不计其数，有句话叫做“有钱能使鬼推磨”，但真正要做成奢侈品牌运营管理的企业不仅仅是有钱就可以达到，它更需要一种无上的信念和精神。“不忘初心”成为了多数企业一句空喊的口号。这是一个民族价值观的转变，也是一种贵族精神的退变。

相比之下，宏珏的奋斗、慈善、快乐的文化，以及我们的愿景和使命，更像是“贵族精神”的一种延伸。

富是物质的，贵是精神的。贵族不意味着养尊处优、悠闲奢华，而是一种在灵魂深处散发出的宣扬奋斗、信念、荣誉、高贵、优雅、诚信、谦卑、感恩、责任等正能量精神的意识和理念。

无论是个人，还是企业，高贵的道德情操和文化精神、有社会担当、独立的意志和自由的灵魂都是贵族精神的基础保证。贵族精神的真正意义在于其精神和高尚行为上的拥有，否则，即使权倾天下，富可敌国亦不能归于贵族行列。

很多人会为“人在江湖，身不由己”为自己开脱，而我们仍然坚持地信奉“我命由我不由天!”我们寒窗苦读、韬光养晦，我们也仰望着星空，脚踏实地，我们奋斗，慈善，快乐!

红珏人的“长征精神”

郑冰

结束了年会前紧张的筹备工作，终于得以坐下来静静欣赏红珏人一年一度精彩的联欢晚会。与以往的惯例一样，每年第一个节目都是由新红珏人来演绎的。以往的节目或是高雅的钢琴演奏，或是浪漫的诗词朗诵，予人阳春白雪的感觉，非常高大上。今年，改为比较传统的歌唱节目，像是呼应祖国70周年诞辰，歌曲是《红军不怕远征难》和《我爱我的祖国》。我从未如此的专注，激昂的爱国情怀一下包围了我，让我沉浸在激动感动的情绪当中，仿佛眼前出现了红军克服无数艰难险阻而最终胜利会师的伟大场景。中国之所以在世界取得瞩目的成就，靠的就是这样的坚持，这样的勇往直前啊！

我又联想到上午的培训课，听到销售团队分享他们如何订下目标，如何克服一个个困难，如何把不可能变成可能，如何在最后一刻冲刺直到完成任务！靠的就是这份长征精神！这是一种团结的力量，为了一个共同的目标，患难与共，紧密合作，艰苦奋斗的精神！靠着这一份坚定的信念，最终取得胜利！

这是一种感染人的力量，我想在场不仅销售同事红了眼眶，就连职能同事，也是感同身受，仿佛浑身每一个细胞都做好了迎接战斗的准备，我们士气满满！

我不由地想起赵总这些日子教导我的话，他说，像我这样的广东女子是属于家庭型的，个性比较温顺，生活方式较安逸，缺乏一种战斗精神，一种艰苦奋斗不屈不挠的精神。我常细细体会这些话，慢慢琢磨出一些道理，这首《红军不怕远征难》更加让我深刻理解到赵总的教诲。是啊！我们要学习红军长征的精神！我们的事业面对的是欧美这样的大鳄，我们面前就是困难重重的千山万水，我们面对的不是风花雪月，而是一个战场。只有心中充满红军一样的气度，有“红军不怕远征难，万水千山只等闲”这等胸怀，才能胜任宏珏的工作，才能在艰难的战役中助宏珏取胜！赵总李总就是有这种气魄的领航者，数十年来，是他们以身作则，不怕一切艰难险阻，一路向前，宏珏才今日有了这样瞩目的国际地位。我绝不能落后和掉队，坚持用“长征精神”来鞭策自己，战胜自己的弱点，战胜每一个贪图安逸，每一个可能让人止步不前的舒适区和散漫懈怠。

红军的长征精神，是一种勇气，一种信心，一种坚毅！我们红珏人身怀使命，我们要在奢侈品行业崛起，就必须要具备红军的长征精神，心中有信仰，脚下有力量。坚如磐石的理想信念，是红珏人无坚不摧的制胜之本。

走出自己的路

胥鹏

原本我对葡萄酒的了解还处于红酒配红肉，白酒配白肉的阶段，因为梅陇镇项目的需求开始疯狂补习葡萄酒的知识，后来又在协助处理GIADA Garden酒单中了解了更多酒与酒之间的搭配或者酒与餐食之间搭配的知识，更了解到一些很有趣的现象。葡萄酒行业是非常注重积淀和传统的行业。旧世界的葡萄酒都有着严格的分级制度，为了保持口感和品质的纯正，政府对整个生产销售流程都有着详细且严苛的规定。意大利的葡萄酒分级从高到低为：DOCG、DOC、IGT、VDT。其中DOCG对应意大利葡萄酒的最高等级——优质法定产区级的葡萄酒。这个级别的葡萄酒有最严格的生产、评选和质量控制规定。这类葡萄酒受到地理边界以及对葡萄品种、酿酒方法等多个因素的限制，此外还必须在其产区内完成装瓶并且通过意大利农业部的品尝鉴定。但是我在调查中发现意大利的高品质，或者更直观说高单价的葡萄酒，却更多集中在IGT这个地区性餐酒级别。原因很简单，因为高级别的葡萄酒生产过程限制很大，遵循传统难以在口味上推陈出新，对葡萄品种的限制又使酒的品质“靠天吃饭”，缺乏稳定性。于是，热爱自由奔放热情的意大利人索性就放弃了DOCG这个级别，将更多精力投入到IGT级葡萄酒的研究中，在最讲究传统的行业打破桎梏，通过更加灵活的配比和无限的创新反而开发出了更多广受好评的产品。

在精简GIADA Garden酒单的过程中，因为我对西餐厅和葡萄酒都不了解，所以咨询了很多专业人士。大部分人都会告诉我，高档餐厅就应该是怎样怎样，哪些东西又是必不可少的，这些都是行规！比如葡萄酒单就有个说法——酒单是高档餐厅的门面，要有一百款才及格，五百款才能算好，顶级餐厅都有上千款酒可供选择。作为一个餐饮界的小白我听了之后由衷的敬佩更是一心向往，只想着怎么才能在我们的螺丝壳里做道场，以尽量少的酒款尽量全的覆盖葡萄酒产区、品种和知名酒庄，把酒单做到“像模像样”有一个高档餐厅的样子。直到我看到

意大利高级的葡萄酒却都在倒数第二的分级，才突然想起“该有的模样”反而是我们最不应该追求的东西，我们一直在做的壮举其实就是在不断地打破传统。从GIADA的创立，到入驻拿破仑大道，再到现在的意大利之花项目，我们一直都在打破各种各样的传统，特别是西方世界的传统，因为用赵总的话说：在别人玩了几十上百年的游戏里，你一个新手只能被他们牵着鼻子走，而且学得再像也只是在模仿和跟随，没有办法超越。那怎么办？就必须打破规则建立自己的规则，让别人跟着你的节奏走。

不能被西方固有的思路框住，他们已经几十年没有改变，大部分的行业和人已经跟不上时代进度的脚步，并没有非要遵从的必要。而且你看意大利人对葡萄酒行业分级的抛弃和在酒款上的突破，其实也很成功，所以现在他们拥有全世界最大的葡萄酒产量和最多的葡萄酒品类。既然我们有全新概念的餐厅，有全新的概念的项目，那么就应该走出自己的路。

The Mayor

Milan, 8 May 2020

To the kind attention of
Redstone Haute Couture and
its brands GIADA, Curiel and
Gabriele Colangelo

Dear All,

I wish to express my appreciation to you for the very generous donation at a time of hardship in Milan.

We are truly grateful for your solidarity and for your kind contribution. The medical supplies you have sent will effectively sustain our fight against the Coronavirus spread.

With my most sincere regards,

Giuseppe Sala

2020，记疫情下的宏珏

刘雪春

2020年伊始，一场突如其来的疫情，把本该热闹的春节变得安静异常。以往过春节，人们探亲访友，可今年不一样了，由于这场疫情，人们只能待在家，守在电视机和手机面前了解疫情变化，不敢出家门，整个社会都进入一种暂停状态，不吵不闹，人与人的距离很远。这是最漫长的一个春节假期。

疫情下，为了每一个销售员工的安全，宏珏选择第一时间闭店。

疫情下，宏珏排除万难按时给销售员工发放红包奖励。2月1日是需要给销售岗位员工发任务红包的日子，但由于尚未正常上班，无法像往常那样在公司使用网银支付。疫情当下，晓妍姐说，不建议我们外出去公司操作网银，但也不能耽误给销售员工的红包，首先垫付了钱给销售系列员工发红包。

疫情下，宏珏仍尽全力安排按时给员工发放全数工资。由于疫情防控，二月初街道复工审批非常严格，2月10日返工也是不可能实现的。为了不耽误给员工们发放工资，公司财务部也一直在调整工作安排。相信宏珏每一个员工都不会忘记2020年2月14日这一天，出乎所有人的意料，大家收到了工资。公司在这特殊时期费尽千辛万苦，给了员工们一片安心，这是一份最好的情人节礼物！

疫情下，宏珏为每一个红珏人提供了全方位的保障。为应对疫情，公司制订了完整的防疫制度，多方渠道购买准备防疫物资。由于准备充足，在街道防疫办的严格审批管控下，宏珏也是较早通过上门审核同意复工的公司。但为保障大家的身体健康和生命安全，复工伊始，公司仍建议大家都尽量在家远程办公，不要外出。公司已有的企业微信、KK、手机、邮件等通讯方式也为大家的沟通提供了便利。进入三月之后，又考虑错开上班高峰期，避免在外午餐可能会出现的安全隐患，特意安排中午后才上班的工作时间。工作期间，也准备了大量口罩、洗手液等供大家使用，办公区每日消毒，每天监测员工体温。

以上种种，彰显了宏珏的企业担当，更是疫情中的温暖体现所在。记得这次

这次疫情对企业来说也是一次考试,考出了企业的实力、责任和担当。每一个红珏人都怀着感恩的心，以积极的心态，盼望疫情早日结束。相信很多人会改变自己的生活，去爱，去奋斗，去珍惜，去拥有！

疫情中张文宏医生曾说“企业老板不用给我们捐任何东西，让员工在家办公，还给员工发工资，这就是对国家做贡献。”这次疫情对企业来说是一次考试，考出了企业的实力和担当。每一个红珏人都怀着感恩的心，以积极的心态，盼望疫情早日结束。相信很多人会改变自己的生活，去爱，去奋斗，去珍惜，去拥有！

希望所有的医护人员不再忙碌，所有道路畅通无阻，所有学生能如期入学，所有的员工按时上班，所有的商业繁华如常……早日战胜疫情，早日恢复正常！

绝处逢生的喜悦

郁念仪

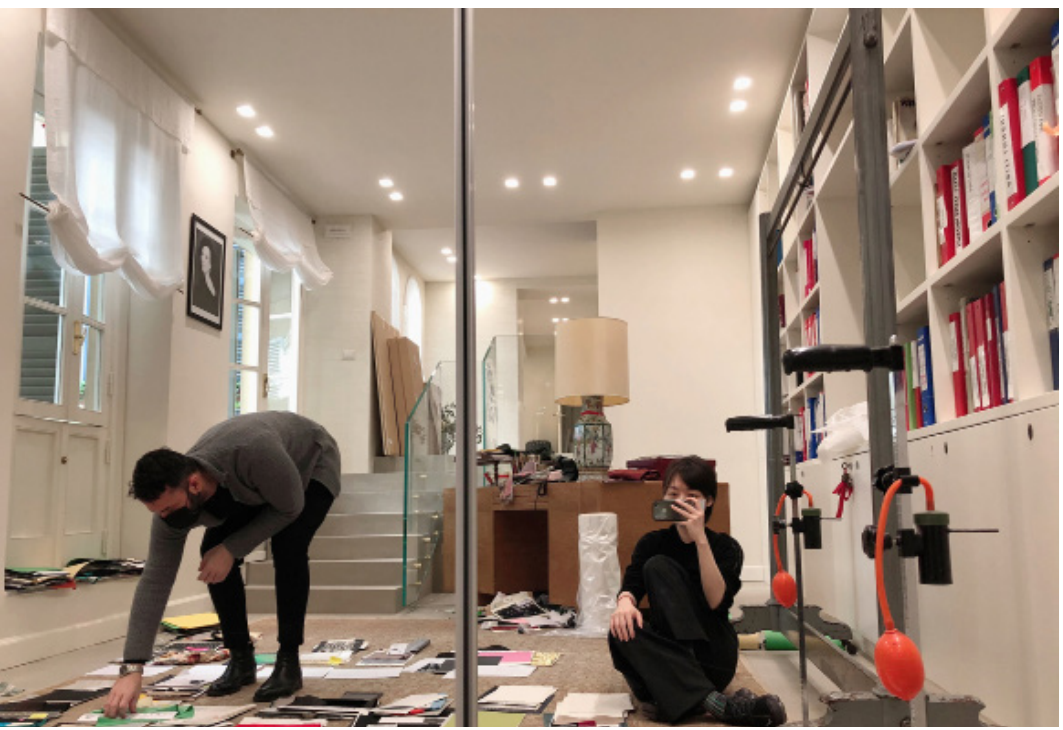
“我们内心的愿景可以撬动宇宙，当种下因的一刻，果已然形成，任何结果都包含在我们当下所做出的的决定中。决心不仅仅是一个词那么容易。”

“真正的决心是一种虔诚的信念，以至于为之毫无保留地付出，而随之而来的必然是灿烂夺目的成果。”

入职三年，有幸在我与宏珏第一个三年之约的尾声，经历了一段似真似梦的魔幻时光。这段日子里，世界在发生巨变，上百万人受难，我也恰好马不停蹄地赶上一波又一波疫情隔离，而正是这段难上加难的旅程，让我感受到，宏珏把“成就一个有生命力的人文企业”这个愿景毫无保留地付诸于实际，在这里，你可以被信任、被鼓舞、被理解、被挖掘出自己都未曾察觉的潜力。

在国内疫情初发的时候，人心惶惶，而国外，更是流言四起，流言这东西，比流感蔓延的速度更快，比流星所蕴含的能量更巨大，在这情况下，对于一个依托实体经济的跨国公司，一定不是容易的。作为一家之长的赵总比我们任何一个人都要淡定，在他的指引下，我们反其道而行，更快速大胆地开始制定新的计划，仿佛摆在我们面前的并不是社会性的绝境，而是更加宽阔的天际。

当公司和我探讨可不可以去意大利时组织工作时，纵然我的潜意识相信可以，但毕竟从未做过，连参照的流程都完全没谱，况且是在遥远的意大利。现在我都想问一问当时的自己，怎么就敢答应下来呢？如果一定要一个答案，那可能就是，即使不相信自己，也应该相信公司识人的眼光，公司觉得我可以，我就肯定有这个潜力去做好这件事。记得电影里有一句话“难做的事和应该做的事，往往是同一件事？凡是有意义的事都不容易，成年人的生活中没有容易二字”。事后回想，真的感谢公司把我推离舒适区，让我在hard模式中玩了一把，让我看到了一个更大，更丰富的世界，内心变得更加笃定，对于全局更加有了掌控力。



绝处逢生

在脱离了国内疫情后，本以为能获得一阵自由，结果，事情却向着一个出人意料的方向发展。我原计划二月底回国，但因为想把答应的事情做好，决定暂时留下，然而意大利的局势却逐渐失去控制 ，谁也没想到，相隔几千公里的米兰省会变成下一个疫情中心。

记得刚开始整个欧洲都不屑戴口罩，作为有经验的“过来人”，为了尽可能避免大家中招，我苦口婆心地劝说服意大利同事佩戴口罩，以至于我们成为整条拿破仑大道第一个坚持持续佩戴口罩的办公室。再后来，意大利疫情失控，一罩难求，就在此时，中国同事给意大利运送了上万口罩，仿佛雪中送炭，米兰办公室同事和他们的家人，以及所有合作供应商都得到了及时的帮助，整个Curiel米兰办公室的同事都非常感动并且自豪，为的是宏珏兼济天下的人文精神，作为红珏人，我也为能帮助散播善的种子而欣慰。

随着疫情加重，意大利政府开始逐渐封锁城市边境，发布居家隔离的政策，我的内心一直非常忐忑，生怕位于城外的工作室和面料工厂也被勒令歇业，一旦关门，我们21SS样衣的完成时间就会变得遥遥无期，不仅面料会耽误，就算面料来了，工作室也做不了。同时，原定于四月初的大片拍摄，也因此搁置，然而该来的总会来，按照剧情的发展，确实都停下了，绝望、茫然，心情跌落到了谷底。

本身已是hard模式，现在简直变成了地狱模式，我不禁责问自己，是不是做了一个非常错误的决定，如果当初不逞这个能，就可以安安心心在国内做样衣了，到底为什么给自己、给公司这样找麻烦，就这样，陷入深渊之中。

纵然如此艰难，我仍是被幸运眷顾，当我陷入泥潭时，身边总会有某些力量将我托起，而这次的力量主要来自公司给我的关心和信心，还有身边意大利人的幽默与乐观的生活态度，在那份责任重大却悬而未决的工作前，赵总常淡定的对

意大利的疫情牵动着大家的心，在中国，也有很多人一直默默为意大利提供着援助。3月31日，深圳的一家公司捐赠给意大利的首批将近2万只口罩从中国发出。捐赠的口罩中有30%的N95口罩，这些口罩将通过意大利知名房产承建集团Santarelli Construction旗下的非盈利组织Santarelli Foundation帮助罗马地区的医院和市民，从而缓当地“一罩难求”的情况。

相知无远近，万里尚为邻
同时棠棣萼，珍重待春风

我说“不用担心进度，安全第一，一定要注意健康!”同时，意大利同事们也让我看到了这个民族的可贵之处，众所周知，意大利人是世界上最会享受生活的一群人，疫情正当前，也不例外。他们可以带着鲜花和书去楼顶享受日光浴；可以全国人民在阳台上定时举行音乐会；可以以对面的楼房作为幕墙，播放电影，而对面幕墙窗户里的夫妇，伴随着电影的音乐，相拥起舞；到处都是小朋友制作的鼓励卡，告诉我们这些焦虑的大人们，一切都会过去的，淡定，淡定，淡定。

除了非常会享受生活，他们也同样懂得享受工作，这次疫情中，意大利同事也积极地应对居家隔离，思考不耽误进度的策略，工作室更是用各种方法继续着她们的工作。每一次fitting都心惊胆战，即使全身消毒外加每个人戴口罩和手套，也怕窗外突然有警察走来制止，即使在这样的情况下，也欢声笑语不断，真正的快乐是掩藏不了的。

其中一家专为奢侈品牌做样衣的工作室说，她们从四十多年前毕业起，从没有停下过步伐，除了八月节，几乎全年无休，她们热爱工作，工作就是她们的主要生活。在时尚界，时间永远是紧张的，永远都有意想不到的发生，最精彩的大秀往往到最后一分钟还在进行修改，这种刺激和趣味，只有服装狂热爱好者才享受到，在作品出来的那一刻，你会知道，这值得你付出的所有，所以，这次疫情也不会阻挡她们前进的步伐。我认为时间会给予你相应的回报，看到她们现在仍是如此活力充沛，且生活富足，就仿佛看到了她们为所热爱的事业毫无保留、无怨无悔地付出。因为热爱，所以值得，因为热爱，所以更加精益求精，在她们的协助下，我们在这种几乎是绝境的状态下，高质量完成了21SS的样衣。

giovedì 26 marzo 2020 | MF fashion | III

Progetti

Giada supporta le imprese italiane

Il marchio della holding del lusso Redstone ha fornito 25 mila mascherine a 80 aziende tricolore. Nel frattempo sono stati riaperti i negozi in Cina, alcuni con riduzione di orari. **Alice Merli**

Giada supporta ulteriormente la lotta al covid-19. Il marchio controllato da **Redstone group** holding presieduta dal presidente **Yifeng Zhao**, ha consegnato 25 mila mascherine a 80 aziende dei settori dell'agroalimentare, tessile e abbigliamento di tutta Italia, in particolare a quelle della Lombardia e del Veneto. Molte di queste sono fornitori esterni di Giada come **Luxe Plus, Colombo** e **Italia**. Nel frattempo in Cina le gilli ha riaperto le vendite negozi, dopo una chiusura di circa 6 mesi, alcuni con orari ridotti a Pechino e Shanghai. Le strategie sono state spiegate a MF da **Hanno Schinaglia**, direttore generale di Giada.

Come state reagendo in vista in Italia?

Dopo il Capodanno cinese l'intero di Giada non è più rientrato nei loro uffici. Siamo intervenuti in Italia prima dell'ordinanza. Dall'8 di marzo abbiamo iniziato a chiudere gli uffici della boutique di Milano mentre dall'11 è stata chiusa. Per lavoro il direttore creativo **Gabriele Colangelo** sta continuando a studiare la parte creativa con i suoi assistenti lavorando da casa. Parte a Hong Kong produzione. Le attività relative alla campagna sono non in Italia, a stanno organizzando per la conversione tramite smart working e spedizione.

Com'è attualmente la situazione in Cina?

Le aziende in generale stanno ripartendo, così come i nostri negozi, anche se con orari ridotti.

Come siete reagite le vendite in questo periodo?

Le vendite hanno ha subito una forte calo dovuto al coronavirus ma ha ripreso, ma è insufficiente.

Ci sono state delle modifiche ai nostri piani di apertura?

Abbiamo in progetto degli opening in Cina e Stati Uniti che non sono rinviati, stiamo ancora prendendo dei posti. Negli Stati Uniti siamo presenti a Boston con una boutique di 500 metri quadrati che sarà affiancata da uno spazio a New York già schedulato per il 2021: possiamo di mantenere questa data.

Che messaggio vuole dare alle imprese della moda in questo delicato momento?

Quello di unione e fratellanza. Noi siamo a fianco delle imprese, anche in Cina ci è vicino e ci rapporto attraverso i suoi medici e materiali di protezione. (riproduzione riservata)

Silvia Nanassi (Parigi)

Boutique Giada a Milano

Solidarietà

LVMH, UN PONTE AEREO DA PECHINO

Logistica senza precedenti per trasportare in Francia respiratori, tute e dispositivi di protezione

Hanno messo in pratica la manovra che **Lvmh** ha organizzato per trasportare 40 milioni di mascherine dalla Cina in Francia, 10 milioni delle quali dovrebbero arrivare entro il 1° aprile. Un'azione speciale promossa da **Bernard Arnault**, che ha voluto personalmente la progressione del lavoro, è stata coordinata a Parigi, in collegamento diretto con il ministero della Sanità, e ha coinvolto dalle 4 del mattino per coordinarsi con l'ora cinese, il totale della compagnia dei più alti manager del gruppo tra i quali **Cindy Martinez** direttrice generale di Sephora e **Bruno Bernard** direttore della marca. Ignoto 10 milioni di mascherine arriveranno la prossima settimana, ottenute parte in cambio di 20% sono di 30 mila arrivati in Lussemburgo, l'altro all'aeroporto di Parigi dai ministri del governo francese. Tutte le materiali a Shanghai e Shanghai per altre spedizioni. I pallet richiedono spazio, perché hanno un volume e non pesa molto, così ognuno di questi aerei trasporterà un milione e mezzo di mascherine, ha spiegato **Marc-Antoine Lanot**, segretario generale di Lvmh. Il costo di quest'operazione è stato per il solo aspetto di circa 3 milioni di euro. Il gruppo, dopo aver fornito 30 mila litri di gel idroalcolico agli ospedali francesi ha commissionato alle stabilimenti di profumi di **Bulgari**, in Lombardia, la produzione giornaliera di 6.000 flaconi della sostanza disinfettante, distribuiti gratuitamente ai centri medici della regione. Lvmh ha fatto da tramite anche per l'acquisto di 100 respiratori in cambio della Cina. L'impatto di quasi 24.000 dipendenti, in gran parte cinesi, è stato fondamentale per trovare un tale quantitativo di macchine ventilatorie, ha commentato Lanot. (riproduzione riservata)

Silvia Nanassi (Parigi)

Bernard Arnault

Analisi

LOCKDOWN IN INDIA, STOP ANCHE PER LA FILIERA DEL TESSILE

Il governo ha imposto un blocco di tre settimane. Ferme le fabbriche per la produzione di abbigliamento

Scattato il lockdown per l'India. Al fine di contenere la diffusione del coronavirus, il Primo ministro **Narendra Modi** ha imposto un blocco totale a livello nazionale che interessa anche il settore dell'abbigliamento, tessile e tessile. Le fasi di lockdown hanno il 14 aprile, durante quest'intervallo 21 giorni, allora l'intero Paese rimarrà chiuso di 21 anni. Il blocco nazionale vuole il Governo modi per contenere il virus d'infezione, ha dichiarato Modi in un discorso alla nazione. Nel Paese, fino alla settimana scorsa, la maggior parte delle fabbriche degli abbigliamento hanno continuato a funzionare normalmente, nonostante negli ultimi del mese di marzo che la diffusione del coronavirus è stata più rapida. Il governo ha specificato, attraverso una notifica, che tutte le aziende rimanenti essenziali. Nel frattempo l'industria tessile si sono fermegiate una situazione non facile, in fabbrica ma aziende che non effettuano pagamenti fino all'arrivo degli ordini e crediti sono più frequentemente respinti o cancellati. Nel distretto di Tirupur, ad esempio, circa il 90% delle esportazioni è diretto in Europa, il 10% negli Stati Uniti e il resto in altre parti del mondo. Con l'epidemia di coronavirus del covid-19 in India mondiale, l'esportazione subito una brusca frenata. In aggiunta, la situazione di difficoltà ha reso impossibile il rimpatrio ai mondiali ai sensi della prima ordinanza di lockdown. Nel mese, i trade unions hanno negoziato per garantire loro maggior sicurezza e migliori condizioni umanitarie. (riproduzione riservata)

Ludovica Barparelli

Narendra Modi

Interviste

Canali sostiene la lotta al virus e investe nel digital

Il marchio ha fatto una donazione al San Gerardo di Monza, lavorando in parallelo a uno showroom virtuale per i buyer. Prosegue il piano retail nell'ex Celeste impero. **Alice Merli**

Canali supporta la lotta al covid-19 mentre prosegue nell'espansione in Cina. Il marchio ha attivato insieme a una fondazione una donazione per l'**Ospedale San Gerardo di Monza**, mentre in parallelo uno showroom virtuale, proponendo in collezione ai buyer nel prossimo mese. La campagna più bontà una spiegata MF da **Stefano Canali**, vicedell'azienda.

Come avete gestito l'emergenza covid-19?

A metà marzo siamo ancora, abbiamo gestito una escalation della Cina, all'Europa fino agli Stati Uniti. In Italia siamo attivati smart working al 50 lavorando nel 7 marzo abbiamo chiuso i nostri produttivi. Ci siamo messi subito per tentare adeguarci. Siamo attualmente gestendo le cose tramite video call, chat e conferenze digitali dei file. Lavoriamo ciò perché siamo pronti a decisioni tempestive e tempi.

Partendo dalla Cina, come si è evoluta la situazione?

Tornato da poco per la riapertura dopo Chinese Gate del 20 gennaio. I negozi sono tutti chiusi ma non ci sono staff, non per mancanza di clientela ma perché era una soluzione personale con mascherine e disinfettanti. In questo momento sono gli ultimi a essere aperti dipendenti.

Ci sono stati dei cambiamenti per il piano retail 2020 schedulato per l'ex Celeste impero?

Il nostro progetto di sviluppo retail è stato adattato alla situazione. Siamo dei ritardi, ma l'operazione prosegue, approfondiamo la conoscenza di città, aggiustiamo alcune decisioni, già avviato nuovo direttore in Pechino e Shanghai e di 25 dove siamo presenti con partner.

Avete avuto un impatto negativo sulle vendite?

Si sia comunque di cinti la propensione allo shopping è comprensibilmente scesa, possiamo dire che le vendite hanno tenuto a nostro vantaggio.

Che tipo di strategia è stata messa in atto?

Non sappiamo come si evolverà la situazione, stiamo mettendo una modalità mista per permettere prodotti e produzioni, ci stiamo organizzando per dispositivi aziendali e per la regione dei loro movimenti. Ci aspettiamo ordini parziali in contemporanea in Europa, Stati Uniti e Cina.

Avete dato un contributo economico o sostegno della Sanità?

La **Fondazione Canali** ha fatto una donazione di 200 mila euro a favore dell'Ospedale San Gerardo di Monza. (riproduzione riservata)

Bogna, Stefano Canali

MF Fashion:
"GIADA驰援意大利80多家合作伙伴"

我们内心的愿景可以撬动宇宙，当种下因的那一刻，果已然形成，任何结果都包含在我们当下所做出的决定中。决心不仅仅是一个词那么容易。

当国内所有人都和我说，米兰的大片拍不了，此时运输样衣有很大风险，但受种种积极影响，我心里却有了很强的执念，虽然四月看不到一丝解封的迹象，但仿佛有声音告诉我，此时正是百废待兴，创作者的灵感快要迸发而出的阶段，稳稳地安排好拍摄团队，将所有项目准备充足，国家一旦解禁，拍摄就不会那么复杂。结果事实证明，念念不忘，必有回响，我们顺利完成了所有工作！我相信，是因为有了好的“因”，所以即使在最难的时刻，也得出了相对应的好的“果”。

木心说过，“生命是时时刻刻不知如何是好”生活往往是不可预知的。然而在这难以预测的世界中，值得庆幸的是我们仍有一些选择的权利，我们可以浪费时间，但不可以浪费生活，我们可以把时间浪费在自己喜欢的事情上，但不可以困在自己讨厌的生活方式里。所以说，我认为我很幸运，在这段特殊的时光，可以心无旁骛地做自己喜欢的事，让我有机会把心沉下来种下一个好“因”。

这次疫情，在世界共同经受煎熬的至暗时刻，冥冥之中也在给予幸存者一些恩赐：一个绝无仅有的机会，同时让全世界都停下了飞快的步伐，让生活得以留白，有时间和与自己对话，也让我打开了思路，不纠结于眼前，在逆境中一步一个脚印踏实前行，内心更加自信笃定，扎扎实实，对自己的思想和行动有了掌控力。感谢宏珏，给予了我“野蛮生长”的机会，并让我在这次疫情中把红珏人的生命力和善传播到意大利，疫情过后，在这个精神也同样5G的社会，宏珏的一次次善举，无疑赢得了意大利业界的瞩目。

同一个世界，同一个愿望

朱梦楚

三月以来，公关部在意大利和美国的合作伙伴们纷纷陷入疫情困境，我们迅速启动了口罩援助计划。每天都能收到来自合作伙伴的一封封来信，向GIADA表示由衷感谢。我们寄出去的每一袋口罩都是雪中送炭。意大利共和国报记者Bettina Bush的来信这样说，“我向你们表示我深深的感谢。意大利的情况目前不容乐观，中国为我们树立了非常好的应对疫情的榜样。”犹记在二月时装周的期间和这位记者聊天，席间谈到GIADA的奢侈品牌精神，是将原本只能在博物馆欣赏到的艺术，变成能触摸和穿戴的GIADA成衣，造就了一件件行走的艺术品，让艺术得以充实、升华生活。这个崇高的目标之所以能够实现，正是因为GIADA的供应商和制造商都在意大利拥有顶级行业水准。GIADA一直以来持续地向意大利的手工和纺织合作伙伴提供口罩物资，正是在守护意大利的手工工艺、匠人精神和奢侈品的行业精神。当我们的米兰公关团队得知这消息时，他们立即来信说，“作为意大利人，我们向GIADA团队表示由衷的感谢。”

与此同时，美国的合作伙伴也对我们的援助表示万分感谢。在时装周期间与美国赫斯特集团出版总监Carol Smith首次会面，我们向这位出版人细细道来关于宏珏旗下每一个品牌的故事，让赫斯特团队真切体会到GIADA所在的奢侈品管理集团所拥有的无限潜力和高远愿景，展现出中国奢侈品界软硬实力兼备。Carol在接受我们的口罩援助后来信写道，“我的感恩难以言表，我深切地感受到了我们之间跨越大海的友谊。”宏珏作为一家有国际格局和视野的企业，不仅在商业和管理上有着非凡的实力，更值得人敬佩的是我们是具有慈善精神和社会责任感的人文企业，太平洋也阻隔不了宏珏温暖人心的力量。

宏珏联合Santarelli艺术基金会向罗马医院捐赠口罩物资，基金会创始人Paola女士赞扬宏珏“开辟了人类健康的丝绸之路”。每一次捐赠有人和人之间的友情，企业之间的互助，更有国家之间的休戚与共。大爱无疆，润物无声。

From: Marta Baggiani
Date: 2020-04-13 21:09
To: ROSA
CC: Andrea Baggiani
Subject: Thank you

Dear Rosa,

I would like to introduce myself. I am Marta, Andrea and Angela's daughter.
As my father told you, I have been working in COVID ICU of Vercelli's Hospital in the last two months, and it seems like this is gonna last some more weeks, unfortunately.
Italian people like Chinese ones (not only Doctors or Nurses) are struggling this insidious enemy valiantly and this makes us in the hospital even more motivated to keep on fighting in the best way we can.
That's why a gift like the one that Mr. Zhao and Ms Li gave us, means so much to us. Not only the support that they are showing us from another country, from a reality that seems so far from here (that now we are feeling so close to us), give us strength but also opportunity to be as effective as possible for our Patients.
Therefore I would like to thank you for all the medical staff for all you have done.

Looking forward to meet you soon, less than a meter away, io order to thank you personally, I send you my best regards.

Thank you.

Marta

发件人: Andrea Baggiani<andrea.baggiani@loropiana.com>
收件人: ROSA@REDSTONE.COM.CN<ROSA@REDSTONE.COM.CN>
时间: 2020年3月24日 (周二) 00:45
大小: 40 KB

Dear Rosa,

Dear Rosa,

Thanks for everything!
Please find my home address below:

Fam. Baggiani Andrea
Via Cartiglia 36 fine Via Capre
13011 Borgosesia (VC) Italy

Any mask at this time will be used and will be useful, and I thank You in advance for what You can send us.

I Think Mr. Zhao is truly a Great Person and we are honoured to have his friendship that I fully reciprocate.

Concerning my daughter Marta I learned that Hospital masks must be specialized type FFP3 or FFP2 standard, and consequently probably more difficult to find.
Marta Thanks You however for what You will do for us, allowing her to be less worried about her family.
Sincerely Yours,
Best Regards

普华永道：时装业每天生产 1450 万个口罩

FASHION NETWORK

PwC: dal settore moda 1,45 milioni di mascherine al giorno

Secondo i dati rilasciati da PwC, sin dall'inizio sostenitore del progetto, grazie al protocollo di intesa tra Confindustria Moda e CNA Federmoda, redatto dallo Sportello Amianto Nazionale, tra tre settimane il sistema moda sarà in grado di produrre 1,45 milioni di mascherine ogni giorno, rispetto alle attuali 350 mila.

C'è anche chi non produce direttamente le mascherine, ma sceglie di donarle, come il brand giapponese di abbigliamento Uniqlo, che fornirà 1 milione di mascherine al Comune di Milano e 400 piumini ai volontari che prestano servizio nella città meneghina. E come Redstone, il gruppo cinese del lusso che conta nel suo portfolio marchi italiani, tra cui Giada, Curiel e Gabriele Colangelo, che tramite la fondazione no profit Santarelli ha fornito 20.000 mascherine agli ospedali e ai residenti di Roma. Inoltre, con l'aiuto e il coordinamento del Consolato Generale italiano in Cina, Redstone sta continuando a inviare in Italia decine di migliaia di maschere (finora 100.000 confermate) per i dipendenti dei propri marchi.

根据项目支持者普华永道发布的数据，得益于国家石棉办公室起草的意大利时装工业家联合会和全国手工业和中小企业联合会之间的协议，意大利时装行业将在三周后日生产 145 万个口罩。而目前日产量仅有 35 万个。

还有一些不直接生产口罩，而是选择捐赠的企业，例如日本服装品牌优衣库，它将为米兰市提供 100 万个口罩，向在米兰市服务的志愿者提供 400 件羽绒服。就像宏珏集团一样，这家旗下意大利品牌包括 Giada，Curiel 和 Gabriele Colangelo 的中国奢侈品集团，通过非营利基金会 Santarelli 为罗马的医院和居民提供了 20,000 个口罩。此外，在意大利驻中国总领事馆的帮助和协调下，宏珏集团将继续向其在意大利的员工发送数万个口罩（迄今已确认 10 万个）。

捐赠的事迹还是受到了中意媒体的广泛关注。在这样的特殊时期，关于GIADA和宏珏具有积极意义的故事向VIP和公众送去满满的正能量，传递了品牌价值观，也让每一位红珏人为之骄傲。

乱世英雄

郭梦

十月大幕拉开，群魔乱舞，千奇百怪。——是的，我说的是美国大选。两个跳梁小丑似的人物，正在互相撕咬，看谁先露出血淋淋的骨头。还记得希拉里来学校巡讲时，曾痛心疾首地说：明年不能是特朗普。就算不是我也没关系，但不能是特朗普，为了全美国人的福祉。截至现在，一切未成定局；但是，混乱终究会奏响。肉眼可见，全民戒备，木板遮屋，枪声一触即发。看得见是两届的“皇族”争抢四年的“皇位”，看不见的是背后集团势力的云诡波谲，翻云覆雨。

在如此多变的国际形势下，我们似乎很渺小，还在奋力寻找着自己的定位，忙碌地生活着；但我们也可以很伟大。最近被赵总种草《被颠覆的文明》，却常常无法直视。虽然作者已尽量保持客观，但字里行间却仍然能感受到他悲愤不已，力透纸背。他奋力嘶吼着，大声呐喊着，渴望大家能够看清西方的真相——制造了“丑陋中国”，贴上“道德卑贱”的标签，这是其“导演世界”至关重要的一手。就这么一遍遍、一层层把你披挂几千年的道德优越感剥去。中国的道德高度，是几千年孔孟先人开始的积淀啊！西方人一口一个Confucius，西点军校都必读的《孙子兵法》完全闭口不提，就仅把符合其“愚昧无知落后”的中国作品推上了神坛。其阴诡狡诈，可见一斑。

太阳底下无新鲜事。可怕的是缺少能洞悉一切的一双眼睛。庆幸的是，一场疫情，让衣冠禽兽急不可耐地揭下了最后一块遮羞布，终于露出了羊皮下那张牙舞爪的獠牙。

当众多国家因为管理不善而沦陷，他们终于又一次盯上了中国——这一次，是中国肥美的市场。各大品牌开始不惜“纡尊降贵”迎合中国的市场，渴望利用中国的消费实力逆风翻盘。即使赚的盆满钵满，却依然不肯释放出一丝敬意。

而我们，也在各种西方品牌的夹缝中，挣扎到有阳光照耀的地方，渴望向着太阳而生。无论是低谷还是险滩，团队都会勇往直前。销售低迷，大家就想尽了办法：努力学习、提高能力、讨论规划。

十月，职能小伙伴在身兼数职情况下，还是策划了两次活动，搭建DP、设计Pop-up，准备下一个店铺的启碇。努力终有收获，辛苦不会白费。终于，两家店铺给物业和公司交出了不算满意，但是在不断上升的答卷。拥抱未知，相信未来，我们，也可以做小小世界里的英雄，带领团队勇往直前！

这，就是红珏人的精神；这，就是红珏人的灵魂！

很羡慕新一代的青年们，他们出生在中华大国复兴的年代。心里是满满的民族自豪感。所以并不会崇洋媚外地看所谓的舶来品。所以，我相信，终有一天，宏珏可以自信满满地讲宏珏的故事，红珏人的故事。

乱世，才看得见英雄。

庚子感悟

孙武

2020庚子年，天下大变，实为百年未有之大变局。

新冠病毒肆虐，世界各国无一幸免，数千万人感染。庚子为坎卦，五行属水，中南五省洪水滔天。中美全方位博弈火花四溅，中国周边的环境顿时紧张。中印边境争端、台海问题、南海争斗，战云密布，有黑云压城之感。

国家之间的博弈也深刻重塑和影响着企业的生存和发展逻辑。美国以一国之力强行打压华为，接着又开始打压字节跳动和微信。美国一直倡导的所谓自由民主、人权博爱、普世价值观、自由市场，在庚子年都成为笑柄，一切都还是丛林逻辑、黑暗森林法则。我们忽然才清晰地明白了一个事实：国家和企业的命运是如此紧密地相互关联，企业要强，国家必须要更强大。“已是悬崖百丈冰，犹有花枝俏。俏也不争春，只把春来报。待到山花烂漫时，她在丛中笑。”我相信中国和中国企业，一定会是一株株傲雪的梅花。

庚子年最大感悟是宏珏的家国情怀，以及为中国和平崛起贡献的一份力量的使命是多么的富有洞察力和实事求是。

记得2009年，我带着画册和资料去拜访北京大学经济学院的一位主任，当我谈到宏珏文化是“奋斗、慈善、快乐”，并提到宏珏的梦想是为中国和平崛起来贡献一份力量时，这位主任用近乎不可理喻和嘲讽的语气反问，“一个民营企业讲什么慈善呢？中国的崛起与一个做服装的有什么关系？”当时自己的应答并不算好，事后也只能以“冬虫不可语夏冰”吐糟这位教授的格局太低来以求自我安慰。是啊，和平环境之下，哪有那么多的光荣岁月，不都是追求财富和名利享受？十多年过去了，期间我曾离开过宏珏，在市场中摸爬滚打，在泥泞中前行，虽有些成绩，但终归觉得大多数企业孜孜以求的业绩、利润、数据如果欠缺了社会价值和社会使命，那么人在企业身处高位时易异化为追逐资本利益的机器，变得好无趣味。我重新回到宏珏负责YI品牌是冥冥之中的缘分，YI品牌聚焦唐宋，覆盖了

CORRIERE DELLA SERA SCOPRI C+

CERCA NEL SITO

STYLE MAGAZINE

FASHION ISSUE MODA LIFESTYLE NEWS SPETTACOLI BENESSERE

MODA UOMO CELEBRITY ACCESSORI GUIDE SFILATE

HOME » MODA

CORONAVIRUS ITALIA. DA VALENTINO A PRADA, LE DONAZIONI DELLA MODA

Grandi stilisti e influencer di moda hanno unito le loro forze per offrire il loro preziosissimo contributo per fronteggiare l'emergenza sanitaria con finanziamenti e raccolte fondi online per ospedali impegnati nella ricerca

1/19

CORONAVIRUS IN ITALIA: DA ARMANI A DIOR, DA BURBERRY A GIANVITO ROSSI. MA ANCHE VERSACE, PRADA, DOLCE & GABBANA, FURLA E TANTI ALTRI... CONTRO IL CORONAVIRUS SI SCHIERA ANCHE LA MODA

La moda continua a sostenere la lotta contro il coronavirus. Giada supporta attivamente la lotta al coronavirus. Il marchio controllato da Redstone group, holding guidata dal presidente Yizheng Zhao, ha consegnato 25 mila mascherine a 80 aziende dei settori della produzione tessile e abbigliamento di tutta Italia, in particolare a quelle della Lombardia e del Veneto. Alcune di queste sono fornitori esterni di Giada, come Loro Piana, Colombo ed Eudia.Nel frattempo in Cina la griffe ha riaperto la rete dei negozi, che oggi sono circa 65 diretti dislocati in città come Pechino e Shanghai.

中华五千年文化文明，以服装为载体，向全世界传播我们的中华文化。YI品牌是融合东西，东为East，西为West，取东西英文首字母为WE，我们，世界大同之意。在中国全方位崛起的全球大格局之下，YI品牌立意高远，气壮山河。

2020年我看到了以下事实：

中国武汉在春运期间受新冠病毒袭击，在对病毒完全茫然无知的状态下，在中国共产党中国政府强有力的领导下和全国各省市一盘棋的互帮互助，中国人民在全世界率先控制疫情恢复社会经济中付出了巨大的代价，为世界各国赢得了宝贵的时间和丰富的经验。对比美国欧洲应对新冠病毒糟糕的表现，中华大国所体现的道德自信、理论自信、制度自信、文化自信更深入人心。

在中美大博弈的背景之下，美国撕去了自由民主、市场经济的外衣，赤裸裸地以国家行政力量无所不用其极地打压中国的企业，唯独独立自主、科技创新、更为强大，才能赢得胜利。

中国政府面对疫情的决策是一切以人民生命安全为第一，而美国政府面对疫情一切是以两党各自利益为第一，由此抗疫的效果天壤之别。非能力之差异，实为格局和价值观的差异。

国家的命运、企业的命运与个人的命运是如此密切地关联在一起。倘若是中国政府无法有效控制疫情，将会有多少企业破产，将会有多少家庭破产而走向贫困？如果中国不强大，华为、抖音、微信等中国企业是否也逃脱不了例如法国阿尔斯通被美国肢解的命运？

中国要与美国握手言和，要与世界和平共处，那就必须在各行各业各个领域都全方位地领袖群伦争取第YI。

……

很多人是因为看到才相信,很少人是因为相信才看到。我们除了胜利已经无路可走.我们是因为相信而看到。

2020庚子年正因为有了这些认识，经营企业过程中所有琐碎和困难都变成了为一件伟大事业奋斗过程中的点滴积累。或许也正是因为我自己有了这些新的认知和感受，并言传身教给团队，YI品牌在这一轮疫情危机之下反而爆发出更大的信心和战斗力，业绩自五月份以来均保持双位数增长，五月份突破了品牌成立以来的单月最高业绩记录，八月份预估同比会有超过80%以上的增长。

很多人是因为看到才相信，很少人是因为相信而看到。中国企业正如任正非所说，我们除了胜利已经无路可走。宏珏集团也是因为相信而看到，我们在时装行业今天的际遇和华为何其相似，我们除了胜利也无路可走。

宏珏人，努力!

YI品牌，做第YI!

初夏五月

罗新凤

五月的天，正是春末初夏，既没有刚入春时的料峭之寒，也没有盛夏时候的炎炎浮躁。她像温柔的母亲，轻拂着人们的内心，让孩子们逐渐步入正常的校园活动，让大人们也放下焦虑投入正常工作中。

五月，是花开忙碌之际，是意大利封国五周后复工之始，也是宏珏与意大利沟通桥梁重新开启之时。意大利人一反以往的悠闲自然作风，努力积极地投入了复工后的状态。这次复工，对他们来说意味着忙碌的开始，也代表复苏的开始，一场全球性疫情让大家更加珍惜来之不易的和平稳定大环境。

意大利的复工，同时意味着奢侈品行业争分夺秒竞争的开始。延迟的21SS新一季研发要追赶被停滞的时间，20FW大货生产要追回失去的时间，各大奢侈品牌复工后开始给供应商们打感情牌让他们优先安排生产。在复工前夕，我曾一度焦虑，担心在各大世界顶级奢侈品牌的轰炸下，我们的排期可能会被放在后面。幸运的是，我们无需赶在这一波给供应商们施压，而是在意大利封锁停工期间与对方一直保持紧密的联系，给予他们实质性的帮助和人文关怀。在意大利复工的第一天，宏珏的意大利合作伙伴们都不约而同地对我们的订单进行了优先安排，为我们争取更多更充足的时间。这一刻，我感到莫名的感动和骄傲。感动的是，我们收获了意大利的供应商们发自内心的真心感恩。骄傲的是公司的预见性，在特殊时刻主动给供应商们提供他们最需要的最紧缺的口罩，让我们筑起更牢固的中意友谊桥梁，在这关键时刻，我们轻松地赢了，我们赢的是人心。

这让我想起了曾经的自己，曾在巴黎展会被某个意大利供应商直接向老板投诉我“像军人一样既严肃又苛严”。赵总高情商的一句话立马化解了我当时的尴尬:“她只是个刚毕业的小女孩，你都是工作那么多年的绅士，绅士要谦让女士啦”。事后，赵总既不忍打击我的自信心，又不能不给我提供意见，轻轻地敲了敲我的“榆木”脑袋: “有的时候做事情不能一根筋用蛮力，要会用巧力。”当时的

感动的是,收获了意大利供应商们发自内心的感恩;骄傲的是公司的预见性,在特殊时刻主动提供给供应商们最需要紧缺的口罩,筑起更牢固的中意友谊桥梁。在这关键时刻,我们轻松地赢了,我们赢的是人心。

我,似懂非懂地点了点头,这个“巧力”真的需要琢磨。这一次疫情时发生的供应商们复工后给我们最优先安排订单的情况,真正的是使用了“巧力”。

在公司里,有一群的年轻晚辈,他们有着好奇心,非常努力主动学习新事物新知识和新技能,敢于打破常规,他们就是我们的鞭策人,督促我们去开拓新的思维,完成自我的挑战!

还有一些经验丰富的前辈,他们做事胆大心细,眼光高瞻远瞩的能力,始终是值得我们学习的榜样,他们就是我们的引路人,让我们持续保持自我的成长!

同呼吸，共命运，心连心

吴彦超

不平凡又不简单的上半年告一段落，相信我们所有人都忘不了这段艰难而又充满感动的岁月，整个华夏大地，全部被疫情笼罩。灾难面前，我们看见了生命是多么的不堪一击，但更看见了祖国和那群最可爱的人不一样的伟大；再去对比如今国外疫情如洪水般肆虐、依然没有缓解的严峻形势，我们生活在中国是何其幸运和幸福！

疫情覆巢之下、焉有完卵，疫情防控是一场阻击战，也是一场总体战。面对这场不能输的战斗，国家、企业、个人都无法置身事外。而这个困难时期更是彰显一个企业的敢于担当和社会责任。相信所有的红珏人都深有感触和满怀感动，本应是企业和个人共进退的艰难时期，却是宏珏在替我们冲锋在前、遮风挡雨，让我们无后顾之忧。公司的舐犊情深、背后的艰辛付出，我们都很明白，也都心怀感激、感同身受。想着我们能做些什么？怎么和公司一起扛？在这场没有硝烟的战争中，没有哪一个人是旁观者，我们每一份子都是责任人，无论对公司、还是对岗位都要拿出那份挺身而出的决心！

可敬可喜的是公司五月份后销售捷报频频奏响！一线的同事们在前线冲锋陷阵，很不容易，大后方的我们更是要补足弹药，不能拖了后腿。最近，看着一件又一件限量款、经典款、早秋款的羊绒、羊毛大衣们动如脱兔、跨洋过海加急回国，我们是多么渴望，那份开心跃上心头，而此时每天的忙碌显得是多么地充满意义，对前线的增援多么希望是雪中送炭，更是锦上添花！业绩再冲刺冲刺，公司再坚持坚持！

“同呼吸，共命运，心连心”，虽然疫情无情、风云变幻，但都改变不了我们心中最坚强的信念。想起来这句歌词，此刻更能表达出我们的心声，因为我们是红珏人，可亲可爱、众志成城的一家人，有福同享，有难同当！

盛开在岩石上的花

邬晶

站在月末，回望整个五月，开头的自己是茫然的以及紧张的。杭大团队人员变动，在我还在为一家S级店仅有四人感到不安焦虑时，旋总的一席话却点醒了我。她让我回望过去的营销部，再思考这个问题。是啊，营销部经历过人员充足的大部门时期，也经历过“新人”当“老人”用，“老人”当“两人”用的考验期，但在缺编严重时，其实并不是部门的至难时刻。这让我想起华为任正非在所有人都为华为的未来捏一把汗的时候，曾说“这是华为最好的时刻”。美方贸易压迫的“外患”让团队过于安逸的长期“内忧”迎刃而解了。反观，我们说要做到“地表最强营销部”的部门，我们敢喊出这个口号的时候，也正是严重缺编的时刻。那时候，没有现成体系，我们就编写完善的体系；没有前辈手把手的教授，我们就摸索着前进，一人担当多个角色，不用能力做事而是用潜力做事。

曾在一次与人资部沟通工作时有一个记忆深刻的收获，公司的用人理念常被外界赞颂的一句话是“明辨识玉，胆大赌玉，真心养玉”，这绝不是说说而已。在我担心一位员工是否完全具备管理能力时，Amy说一个人对一个岗位永远没有完全准备好的一天，当他完全胜任时，就应该寻找下一步向上的发展。这种用人理念是实实在在流淌在宏珏团队每一个人心中的。杭大曾有过多位高品、店助、优秀新人共存的满员状态，也于本月初面临着严重缺编的状态，但留下的四人都是一心想要扎根团队，带它走出泥潭走向辉煌的铁血战队。红珏人，一人可成军，多人该称霸，这是我们所有人都不应该忘记的座右铭。

在扎根于杭大的这段时间里，除了忙碌于店内销售和管理工作之外，也多了与物业直接的对接，与其他品牌交流的机会。在一次又一次的沟通和交流中，较年轻、没经验是对方对我们的刻板印象。还记得MM品牌区域经理经物业的介绍来GIADA请教经验时，她也同样惊讶于GIADA敢用年轻力量、年轻团队扛起杭大重量级店铺的魄力，而“惊”是惊于公司敢用“后浪”的勇气，而我们的目标是用

盛开在岩石上的花，可能没有生长在温室里的花那样娇艳美丽，但它永远向上，永远向阳。希望自己能够做这朵幸运开放的花，开满这片自由的地方。

真材实料让他们“服”“后浪”的实力。现在的杭大团队并不是扎根在沃土中的苗苗，反而是散落在岩石夹缝里的种子。能不能发芽，能不能长大，能不能顶开阻碍的破土而绽放？困难，但绝不是不可能！

胆大心细、面面俱到、亲力亲为，这是我本月体会到的一个合格店铺管理者必须具备的三个重要素质。在物业偶然的一次巡店中碰巧遇到正在做销售的我，当下物业便抛开想要对我们团队高流失率、近期业绩表现下滑等方面的批评，而转向希望帮助GIADA团队度过难关的积极配合,她们肯定红珏人的以身作则。在我看来，宏珏管理者必须要做到“上得厅堂下得厨房”，能扎根于一线做好销售带好团队，也能够懂得与物业博弈，与其他品牌各取所长，成为一张集团名片。

盛开在岩石上的花，可能并没有生长在温室里的花那样娇艳美丽，但它永远向上，永远向阳。希望自己能够做这朵幸运开放的花，开满这片自由的地方。

驿站

杨迅幸

匆匆过去的三月，是一个让人难忘的三月。它像是职业生涯中的一个驿站，告诉我你在哪儿，你下一步去哪儿。

带区或者带店工作更像是一次旅行，你总是知道重点在哪儿，目标是远方的星辰大海。但如果只想着星辰大海，只有可能会在梦里见到。所以，这一段旅途需要一些驿站，验证方向没错，结果也不远。从接下带区任务的第一天，我就没动摇过要把这件事情要做成的决心。正像一段旅程，一路都是未知数。经历过去年下半年一次又一次的“失败”，我始终坚定八个字：相信公司、相信自己，怀疑自己的时候就想想远方那个目标，又站起来继续上路。

公司这条中国奢侈品之路，也不是一蹴而就。当销售业绩能够拿出比较满意的答卷，当一个又一个旗舰店开业，当我们与意大利的合作不仅停留在商业方面更有文化和疫情期间的互助，这都是宏珏伟大理想路上的驿站。这条路曾没有人走过，的确未知数很多，但反过来想想，也正是因为无人涉足，我们携手走过的风景，是别人无法看得到的。

说回我自己的三月，印象最深刻的就是月末冲刺的血脉喷张。当八个独立的店铺都变得更加强大并且携起手来的时候，这种力量是有惯性的。在3月22日，当第一家完成任务后，旗帜竖起，这个月，谁都不能少。于是接二连三，陆续到达这所三月成功的驿站。最后一天十点多，没有一个店铺置身事外，纷纷出现为成都仁恒店“保驾护航”，在言语上给到鼓励，在心理上给到支持，最终完成8/8打卡时，大家是平静的，因为这就是最理所应当的结果，这是惯性的结果。

我更觉得那一刻华西区不是一个由八店组成的集合，而是一整个分不开的团队。回过头来想想，我们是怎么完成大满贯的呢？是因为不曾放弃过任何一个团队或者一个人。对我来说，可能每个团队都是1/8，但是对于每一个扎根现场的店长来说，这个店铺是她们的全部。我要对每一个店铺负责，为结果负责。

三月，达到了一个小小的驿站，这并不值得满足，因为路还很长。这个三月60%的任务，不值得沾沾自喜，因为它只有60%，完成了也只能说明可以打60分。而红珏人是非常神奇的一群人，不看条件看自己，因为自己就是最好的条件。可能有疫情，或有客流原因，但这些都不是影响成功的因素，只会是失败者的借口。

下一次胜利，我们来了！

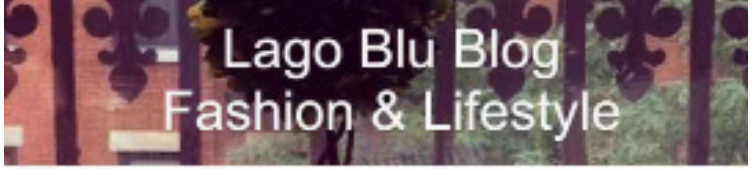
换个角度

李敏

经常有人问我，你喜欢做销售吗？我惯常的回答是喜欢，因为销售很锻炼，它让我改变很多，本身我就很喜欢与人交流，很喜欢分享等等。我一直觉得这样的答案“没毛病”，直到最近因为2020年的总结和2021年的计划，团队内部有着不同的观点，大家捍卫自己的立场出现争论，再到总结会我的情绪失控。赵总跟我谈话，我开始思考很多问题。比如，我为什么会压力这么大。我想了一个周末，发现我被赵总几句话戳到了：我深入一线后太被数字牵引，太想完成任务，太想证明自己，变成了职业经理人的心态。正因如此，我把别人助力看得无比重要，太心急，面对别人的不足不够包容处理的也不够明智。

那我为什么要做销售？如果还是之前的思考模式，把销售当作提升自己的手段，那必将在遇到困难时感到或难以前行或责怪他人，陷入功利主义的矛盾与纠结之中。如果我能意识到自己是真正的希望可以为意大利的百年品牌Curiel的复兴贡献自己的力量，渴望再现人手一条小黑裙的盛况，去影响和改变一批中国顾客，让她们热爱优雅自信，也让自己短暂一生可以成就一番事业，我想做销售就是很伟大的事业。因为没有哪一个部门可以承载着各个部门的助力，如此靠近消费者，一方面找到茫茫人海中的Ms.Right，改变另一些人的时尚观、消费观、人生观；另一方面也被她们的故事和人生改变着自己。热爱销售，不是因为它能带给我什么，而是它让我能够带给别人些什么。

为着崇高的理想奋斗，也要接纳自己和他人不足。人无完人，面对销售每月重来的压力，几乎没有人能够做到每时每刻都在线。适当示弱，不把一切都抗在自己肩头，寻求团队的鼓励和帮助，而不是积攒到一定程度爆发，这是更明智的做法。给人以赞美，以鼓励，当发现不足，不仅仅指出问题，更要找到完整的链条并反馈给别人，才能真正解决问题，并且帮助别人进步。成就别人，这是我当初做HR的初心，正如宏珏公司的初心，是想要证明中国人也可以做奢侈品，是想要



domenica 6 dicembre 2020

GIADA RINNOVA L'ESPERIENZA DEL LUXURY RETAIL | GIADA Caffè

Il brand italiano di moda donna GIADA ha recentemente inaugurato **GIADA Caffè**, un innovativo spazio posto al secondo piano di GIADA House, il global flagship store del brand collocato in Via Montenapoleone 15 a Milano. GIADA Caffè, progettato dallo Studio M2Atelier, è uno spazio artistico minimale e ricercato, con arredo realizzato a mano in Italia.

A inizio anno, GIADA ha intrapreso l'esplorazione del legame tra moda e arte con l'inaugurazione, durante la Settimana della Moda di Febbraio, del suo concept store situato al piano terra di GIADA House. Il concept store è espressione della filosofia di GIADA, fondere temi artistici con l'identità del brand.

È stato da poco allestito un nuovo concept store ispirato al Rinascimento. GIADA celebra la connessione tra il brand e l'arte con un'innovativa installazione video che coinvolge gli spettatori, realizzata da Migliore+Servetto Architects in omaggio a uno tra i più iconici periodi artistici italiani.

Attraverso il soft opening di GIADA Caffè e le periodiche installazioni artistiche all'interno del concept store, GIADA House offre un'esperienza versatile e completa ai clienti del lusso e agli esperti d'arte.

帮助意大利小而美的品牌发展壮大，是要培养奢侈品行业的中国精英。

很多时候，换个角度看问题，世界就会大不同。深入表面看本质，反求诸己，我们才能够真正达成与自己、与世界的和解。痛，说明在思考着；难，说明在走着上坡路。我很感谢生活中出现过的这些冲突，和智者们给到的剖析与建议，自我越来越清晰，问题的答案也越来越清晰。

我曾充满好奇地探索着这个花花世界沉醉其中；我曾看着这个琳琅满目的世界，感受到现代人的“物化”，为之感到惊恐与叹息；最后我明白，人们何尝不知道自己被“物化”，却依然乐此不疲的被“物化”，因为物质背后承载的是人的审美、思想，不断创造物质的初衷，除了赚钱，更是一部分人追寻最美好的东西。先有美好，才有效益。奢侈品发展了几千年依然是人类的心头好，因为追寻美的道路永不停止，美的东西带给人们快乐，幸福与满足。而走在这条幸福制造大道上的我们，偶尔会被羁绊，但当我们望向远方，当我们知道自己的终点在哪里，脚下羁绊就不算什么，我们只会昂首阔步走下去，坚信心中的美好一定能够抵达。

“如果你启程前往伊萨卡，但愿你的道路漫长，充满奇迹，充满发现。”

背水一战

黄祎

这个3月31日，是我度过的最难忘记的月底一日。“全国过考核啦！”不知道谁先在办公室喊了一声。这么长时间以来，想象中的这一刻，我应该会立刻从椅子上蹦起来欢呼雀跃。然而当我听到这句话时，我的心情却是意外得平静。当身处这一刻，心中想的却是：“这一次只完成了60%，还有太多没有做到的事情，才能最终达到100%。”渐渐地，三月的点点滴滴都浮现在我的脑海。

回想起三月，公司和国家一起承受了“活下去”的极大压力。三月初，看到每天各店零客流，清单上不确定的货期。除了全力把手上的电商项目与活动都做好，心中是慌张的。直到三月中旬赵总的会议上，才发现其实每一个部门在疫情下，都有巨大的压力，但每个人都在拼尽全力无条件的支持销售部门。所有人在困境展现出的团结与爆发力，这种能量是无法估量的。而公司的格局与文化更是在逆境中展现得淋漓尽致。在年中几千万的资金缺口面前，赵总仍然乐观，仍然坚持不给任何员工减薪，仍然坚持品牌按原有的方针发展。病毒肆虐，我们心中却温暖而感激。可以同甘的公司不是少数，但可以共患难的公司，一定是伟大的公司。“投之亡地而后存，置于死地而后生”。疫情就是“亡地”、“死地”，能活下来的，一定比疫情前更强大更坚韧。

这个三月，表面的蛰伏中，其实蕴藏着背水一战的决心。延续二月份的邮购渠道开拓，三月所有的部门加班加点，连续紧急上线两个电商项目，为一线销售提供了最多样化的渠道。同时，积分系统也在紧锣密鼓地布置着，为了坚持“GIADA是一种生活方式”的理念。月底Leisure系列排除万难上新上线，权威了三月最后有能完成考核的尊严。绝境中，有机遇。只有背水一战的人，能抓住它。眼前出现了一座大山，可以做一个畏难者裹足不前，也可以做一个欣赏者远远的观望，也可以去做一个征服者爬上顶峰。红珏人，一定是那个征服者。完成考核只是一个起点，100%的大山，正在等我们征服。

变

吴梓敬

不知不觉来到宏珏已经快两年，宏珏陪伴着我成长，与我一起经历了许多。一些改变，悄无声息的发生，我好像慢慢变成了我所以向往的那个红珏人。

第一次接触宏珏，是在耶鲁大学的宣讲会上。那时候的我，有些心比天高。驱车两小时从纽约赶往纽黑文，平心而论，我是有些焦躁的。我做梦也没想到，我居然会有一天，真真正正的为了梦想去做事；也做梦没想到，那天在耶鲁大学最后一排拍照，被我以为是摄影师的男人，会成为我的老板。

可能宏珏最吸引我的一点就是如此吧：从赵总开始，都没有那么大的架子。与一些天天把“扁平化管理”挂在嘴边的公司不同，宏珏的管理是真的没有森严的阶级的。从上到下的每一个人，都是在为了建设公司而努力。只要能做出成绩，有好的结果，其他东西就真的没有那么重要。每一个人，不管在什么位置，都有相同的机会，去做出改变。每一个人只要有能力且努力，就会被看到，就可以为了公司去发光发热。试问，在这样一个和谐友好的环境下，我们的潜力有什么理由发挥不出来呢？这样的公司和文化，这样一群人，宏珏又何愁不欣欣向荣呢？

工作中或多或少，总归会有一些疑惑。我其实是一个挺较真的人，如果我没法理解一些项目或是规定，执行归执行，但总会有一些怀疑。在营销部的两年，有时我确实会困惑，不理解公司规则制度背后的意义，我只能先跟随公司的方向与脚步，再去思考。但好在，后续的发展都证明了公司是对的，例取消买单调货，比如大盘点——只有在战略上走在正确道路上，公司才能良好的发展。至于一些战术上的细节调整，这是我们自己需要为公司去优化的呀！

所以，我越发发现格局的重要性，一点也不虚无缥缈。我注定不可能从更为宏观的角度来思考问题，所以我还是需要努力去提升自己的格局。很多次的结果都已经征明，GIADA走的道路是正确可行且唯一的。短暂的困惑无非是境界不够。那能怎么样呢？跟随公司的步伐，服从命令，指哪打哪吧！其实想来也挺惭愧的，

明明拿着不低的薪资，应该为公司排忧解难，却老是劳烦赵总在百忙之中抽空来给我们提升格局。唉，以后还是要更加努力啊。

每个月都在说自己有所成长，但好像许多成长只局限在业务能力的上升，我人生的成长有多少呢？细细想来，其实从信任上可以慢慢感受到吧：大家越来越放心地交予我一些重要的工作，被人信任的感觉真是太好了。我终于开始能够为部门，为公司做一些事情了！

两年了，每一天公司都在变，我也在变，这些变化都是在潜移默化中产生，我们都在变得更好。以前的我，年少无知，能在公司的带领下，变化与成长。那么今天的我，更好的我，又怎么可能无法继续加速成长呢？我会随着公司一起变，做出更有意义的事情！

夺冠

常晓妍

2016年在万众瞩目的里约奥运会女排决赛中，郎平率领的中国队在先失一局的情况下力挽狂澜战胜对手，再次登上奥运最高领奖台！

这是国庆节期间带女儿去看巩俐主演的《夺冠》这个电影中最后一场比赛场景！而电影一开篇是1981年中国女排3比2战胜了日本队，拿到中国球类竞技的第一个世界冠军！

电影一头一尾两场比赛时隔35年却是中国女排“祖国至上、团结协作、顽强拼搏、永不言败”精神的延续和传承！

1981年那场关于血和泪的比赛让我们真正体会到女排精神的源头和力量！主教练在训练时给队员们讲了这样一个故事，他代表男排去美国比赛，走进宾馆看到了房间里的热水器电视冰箱，瞬间被击中，对比之下，我们中国当时实在是太落后了！中国什么都没有，但中国人民需要一场胜利去唤醒中华民族的骄傲！于是发誓要在竞技场上找回我们失去的尊严，我们不能输了骨气，要把中华民族精气神打出来，为国争得荣誉！于是残酷的训练开始了，我们只有靠魔鬼训练到潜意识行为，只有与时间和身体死磕才能取得胜利！于是之后就有了中国女排的五连冠！

可是随着主帅变更，名将退役，中国女排陷入了前所未有的困境，这一沉寂就是十七年！然而这十几年恰好是中国大跨步发展的几年，有专家分析，现在的队员什么都有什么都不缺，唯独缺少了80年代那些队员身上的女排精神！当郎平问队员，大家为什么打排球？你们爱排球吗？没有一个人回答！于是郎平接手中国女排后，除了带来世界上最先进的竞技理念，更重要的是带女排们去发现和挖掘他们打女排的意义和初衷！最终每个人都爆发出无穷的潜力，取得了奥运圣杯，也用事实证明了在新一代女排人身上仍然流淌着的热血,中国女排精神仍在延续和传承！

这让我想到了宏珏的崛起与复兴！记得最早2010年刚刚进入北大清华举办宣讲会，那个时候的我们什么都没有，跟五百强比没有雄厚的资本实力，跟百年品牌相比没有历史的沉淀！而我们唯有心中一片赤诚，一片在中国的奢侈品领域开疆拓土的勇气和倔强，一份为了中华崛起而奋斗的决心，一份为了中华民族的伟大复兴贡献力量的自我激励！由此吸引了一大批砥砺前行的同行者加入宏珏！宏珏也正是凭着这精神获得巨大的成功，成为中国唯一一家国际奢侈品的控股公司！

然而发展的过程中考虑到对新一代人要转换思维,不能用老一代的思想去要求。于是公司给员工的福利越来越好，在思想上的要求和教育越来越少，希望员工生活开心一点，工作轻松一点！于是，也像中国女排所经历的低谷期一样，很多人不知道为何而奋斗，拼搏的意义又在何处！

然而我深信，深藏在红珏人身体内的那份热血不会逝去，一旦被点燃将是无穷的力量！今年疫情的发生就好像一份强心剂，让宏珏每个人拥有强烈的集体忧患意识和荣誉感，所有人拼尽全力团结在一起，拼尽全力将公司拉回到原有的跑道，这几个月也获得了与去年同期相比的连续增长！这种淋漓尽致的追赶唤醒了宏珏精神，相信宏珏力量会如中国女排一样战无不胜，势不可挡！

责任

胥鹏

在放假前，无论如何也没有想到，我竟然过了一个主旋律国庆节。

假期第一天我观看了《我和我的家乡》，电影出乎意料的好看感人。明明是一个喜剧片，结果全家都感动的稀里哗啦。不得不说，我国这两年的主旋律电影水平高得一塌糊涂，以至于我自己都恨不得天天被“洗脑”。和美国式孤胆英雄不同，现在的主旋律电影更符合中国人的哲学道德体系——天下兴亡匹夫有责，也更加贴近了普通人的日常生活。平凡的人只凭善良，责任和坚持就切实地改变着这个拥有14亿人口的国家，每一个人也实实在在的享受着国家发展的红利。

电影讲的是扶贫这个天大的问题，一个任何时代和国家都不能轻易解决，甚至可能是永远无法解决的难题。很难解决不代表就可以不解决，扶贫是中国共产党和政府多年里从来没有一刻松懈的战斗。影片从看病、教育和环境治理等几个侧面向大家展示了国家的努力以及渗透到每一个个体的付出，和最后令人叹为观止的成就。国家的努力固然重要，但我更想致敬使每一项扶贫政策都能落在实处的普通人。一群平凡的人，做着一份平凡的事，仅仅就是因为一点社会责任，靠着坚忍不拔，把一件小小的事情做到极致，却成就了一个任何超级英雄也无法企及的伟业。电影里个人都比不上我们的成长环境，比不上我们受教育的程度，更比不上你我的工作条件，但就是他们这样渺小的人物在日复一日的坚持下积累不可思议的力量，也只有这种力量才能完成国家制定的2020年消灭绝对贫困人口的宏伟计划。

后来又趁热打铁看了女排的故事《夺冠》，讲抗疫战斗的电视剧《在一起》，确实没想到我竟然也会熬夜追看主旋律电视剧到根本停不下来。但是坦率讲，鼓舞效果立竿见影，效果拔群。2020年初时，我因为疫情防控居家隔离，深刻的感觉到房子太小，所以后来飞快的换了一套，做了一个对于我们家来说大到吓人的投资决策。有一部分激情消费的因素；另一部分则是希望自己能有一些外部的

刺激和激励，避免懈怠。结果是最近几个月里全家都开始活在焦虑中，担心中国经济下行影响收入，担心国际局势不明朗影响房价，最极端的是担心战争到来。但是就这几部小小的电影和电视剧，给了我无比的信心——有这样把人民利益放在第一位的中国政府，有这样的团结坚韧乐于付出的中国人民，有传承五千年不曾间断让西方世界既恐惧又敬佩的中华民族的文化和精神，老美怎么可能赢，凭什么来赢!新冠都不能拿我们怎么样，老美又算的上什么。我相信国家一定会越来越好，生活也会越来越好，短暂的挫折也只是前进路上的插曲。

感受很多，反而不知道怎么表达，就借用我家领导的感慨："看了这些人，真的不知道自己凭啥可以拿这么高的工资"。君子爱财取之有道，这个道现在就是社会责任，家国情怀。有的人，在那样艰苦的条件都能做出不凡成就，我们既享受了更多的社会福利，就应该承担更多社会责任，应该做出更大的社会贡献。一群美丽的人，就是要做出一份更美丽的事业，才不辜负这个波澜壮阔的时代。

聚是一团火，独亦满天星

郑双

在蔻蕊的每一个人，都活成了一个队伍：我们一人成队，再成团打怪。过去的每个月里，我们经历了许多协同作战的时刻，每每回想起来，内心踏实而充盈，很感激自己能够经历这一切。

某个周二的夜晚12点，宏珏大会议室灯火通明，蔻蕊全体团队在讨论来年的整合营销计划。会议持续进行了近八小时，讨论的议题和内容越来越丰富、复杂和有趣；桌面上堆满了各式预算报表及营销方案，当然还有充电器和咖啡。在各部门分享明年的计划后，大家直接提出疑问，再继续讨论部门之间如何协作，品牌如何分配资源，最后再到全观整年计划。时不时甚至“争吵”起来，吵完又一起大笑一场。这个时刻，创业团队拧成一股劲的张力渗透在每个人的血液里。当我听到每一个提案，都写下问自己 “要如何落地？这对整个品牌意味着什么？对各部门的影响是什么？做和不做如何两利相权取其重？”我们清楚知道，蔻蕊的未来握在在座每一位的手中。因此，没有人敢有丝毫怠慢和放松。

某个周三，还是在宏珏的大会议室，还是蔻蕊全体团队，在进行第三季度的店长培训。实话说，当店长分享一则则真实而鲜活的故事时，我的内心是真心感动的。他们每时每刻战斗在一线，面对不同的顾客，以不同的方式介绍每一件小黑裙。因为店长和店员，客群画像，新品资料，销售目标，才得以生命。上周末我参与了北京金融街店的插画活动，在客人进店前的几小时，店长和店员早就忙开了。邀请到店每一位顾客的资料，包括她们曾经购买过的款式，喜欢的面料和颜色，生活阶段和购买场景需求，店员是一位一位地研究和计划。店员心中早已熟记背后的故事，面料和细节特点，以及可能的多元搭配。所以，哪有什么毫不费力信手拈来？顾客听到的每一句话，其实都是所有人台下日积月累的努力。

2021春夏大片和素材图的拍摄，也发生在这个月。艺术和时尚一定不乏灵感突现，同时顺利完成一个项目，也需要前期周密的筹划和准备。商品策划部，视觉传播部，电商部，那几天我们在拍摄场地一起到凌晨。咖啡一杯又一杯，感到饿时其实早已过了饭点。大片的呈现，除了有对品牌历史、使命及愿景的思考，有对商品故事、风格及调性的把控，更需要对所有细节一次一次的琢磨。闪光灯闪过100多款商品，连续12多个小时紧盯屏幕里的细节，仍旧不愿意松懈。光鲜亮丽的舞台背后，是磨刀不误砍柴工的细致，是急事缓做的踏实，是团队所有成员的齐心协力。每一款商品都绝不是轻松凭空出现的，而是出自团队每一个人的用心。我们想要做的，是顾客每一次看到标有CURIEL的露出，都是品牌最高质量的展现。

我很享受打怪升级的过程，因为每一步都算，每一步都不会白走。我们每个人都是一颗星星，在自己的岗位上努力闪耀；而蔻蕊把我们聚在一起，变成了一团火。愿这星星之火，可以燎原！

自信

曹新建

自信，是我们在宏珏经常会提到的一个词。每到招聘季，都会听到宏珏著名招聘宣传语“用最优秀的人，给最好的待遇”。但进入宏珏那么多年，尽管所有人的薪资待遇都不错，还一直在提升，但我始终认为宏珏能带给大家最宝贵的财富还是自信。

经理会的时候听人资部负责人谈到当年去海外招聘的历程，她们面对一个未知的前程和起点，完全不清楚困难会在哪出现，但凭借团队不懈的努力，最终完成了令专业的人才招聘公司都汗颜的壮举。回头发现，她们在这条路上从黑走到了白，原来路途是那么艰辛，但因为我们同事们内心充满的激情和力量，才能心无旁骛的完成这样的壮举，直至今天,走进世界顶尖院校的海外招聘已然成为宏珏一年一度的基本流程。

对于这一点，我是深有感触的。回想自己的经历，当年接手ERP项目时，自己知道会困难重重，同时更有所谓的专家在旁边添油加醋的告诉我困难有多恐怖，以致项目还没开始，我内心就已无比忐忑。但最终在赵总的鼓励下，也借着自己内心不服输的劲儿，最终也从黑走到白，把项目顺利完成了。现在回头看才发现，其实这条路原来也没有这么黑，只是自己心中的恐惧让它显得更黑暗，乃至心中那点自信心完全被困难压倒了。而公司的鼓励和信任，以及自己内心好胜的劲儿，就像是黑暗中那一束亮光，引燃了我的自信，并且在不断的接受挑战之后，自信心如同光亮一样变得越来越强大，最终彻底征服了恐惧和黑暗。

来宏珏这十多年不管是个人的能力，还是经济实力上都有了非常大的改变，但尽管如此，我依然认为宏珏给予我最大的帮助就是带给我“自信”。如今，自信之于我，是对待家庭的责任付诸，是遇到挑战时的胸有成竹，是接手大项目时的游刃有余，是奋斗、慈善时自然流露的快乐。

当内心的自信被困难和恐惧压着的时候，我们只能看到眼前的黑暗;当自信

自信，所展现出来的是 “腹有诗书气自华”的优雅，是“会当凌绝顶，一览众山小”的豪迈，也是 “行至水穷处，坐看云起时”的淡然。

战胜了困难和恐惧，站在最顶端时我们方能看到远处那一线耀眼的曙光，而那，正是我们的方向。毛泽东当年正是看到国民党的腐败和共产党的伟大之光，才有解放全中国的伟大使命。因为他相信：星星之火，可以燎原。

再看看宏珏的发展历程更是如此，当年赵总、李总凭着自己的激情和奋斗的精神，风风雨雨几十年终于在巨人林立的世界奢侈品舞台占领了一席之地，凭的是一股激情、一个信念、一种精神，更是一种自信。

自信所展现出来的是“腹有诗书气自华”的优雅，是“会当凌绝顶，一览众山小”的豪迈，也是“行至水穷处，坐看云起时”的淡然。

自信不是自大，更不是浮夸，真正自信反而是平和的、安静的、低调的。自信是一种厚积薄发的力量，更是一种自我认可的态度，是胸有成竹，游刃有余，信手拈来，是运筹帷幄，决胜千里。

实在才是真正的自信

龚钰涵

“中国不能只有我们一家真正做奢侈品牌的公司，当越来越多中国公司用心来经营奢侈品品牌，才说明我们中国在奢侈品的世界大舞台上有了一席之位。”这是赵总在我们财务部的小会上提到的观点，说者无意，听者有心。这句话深深地唤起了我刚刚踏入这个朝气蓬勃的公司、这份美丽事业的初心。

与赵总坐在一起聊天谈话的机会不多，尤其是在宏珏这样一个年轻又充满活力的公司，部门里到处是新人，每一个年轻人的脸上都写满渴望，渴望做一番事业，渴望实现自己的抱负。赵总对于我们，更像是父辈，是导师，是一本读不完阅不倦的宝书，他用自己的人生阅历作”嫁妆”，亲自牵着我们的手送我们走到更高的人生舞台。然而更高的人生舞台，需要脚踏实地去走好每一步。站在台下，望着舞台中央固然星光璀璨，但只有站在舞台中央的人才知道，当你身处其中，你面前其实是漆黑一片，看不清观众的脸，亦难寻熟悉的面孔，此刻唯有从心底扎实积累的自信才能让你谈吐自如，气定神闲。

真正的自信来自于实在、真实。在米兰拿破仑大道上，国际各奢侈品牌林立其中，GIADA旗舰店优雅、静谧、安然处之，正对面便是迪奥与爱马仕的精品店。赵总说，我们就站在这里，有欣赏也有嘲讽，我们有我们的问题，但是我们就要勇敢地站在这里面对。这一刻，我从赵总坚定目光中看到了中国企业家的精神。

著名国防大学教授金一南在一篇写到中国企业家的文章中揭示了中国经济发展之谜。一直以来很多外国经济专家总觉得中国经济跑的姿势不好看，并不是昂首阔步，但是跑的速度比其他国家都快，究竟是为什么？答案就在中国这一批企业家身上。他们不是按照哈佛案例、也不是按照MBA、EMBA教学模式发展，他们人生大多经历重重关坎，面对新的挑战依然会像年轻人一样毫不犹豫迎难而上。他们年过半百，但在处理企业关键决策时，却仍然有胜过年轻人的斗志和激情。

“中国不能只有我们一家真正做奢侈品牌的公司，当有越来越多的中国公司用心来经营奢侈品牌，才能说明我们中国在奢侈品的世界舞台上有了一席之位。”

中国企业的活力，首先从企业家内心开始。而企业家内心的坚定与自信，就来自于实实在在地做事，实实在在地面对问题，实实在在地钻研攻关。竹子用了四年的时间，仅仅长高了三厘米，而在第五年开始，以每天三十厘米的速度疯狂生长，仅用六周的时间就长到了十五米。在前四年的时光，竹子将自己的根深深扎进土壤里，只有这样，日后几十年风吹日晒的酷烈环境下才能屹立不倒。未来人人都可成才，唯有实在与真实，能够让红珏人站在世界奢侈品舞台上绽放属于我们自己的中国自信。

看《后浪》有感

吴彦超

值此五四青年节前夕，一支广告片在社交网络刷屏，这个命题为《后浪》的宣传片中，表达了对年轻一代的鼓励、肯定和赞美，以及对当代年轻人的羡慕，并唱出“奔涌吧后浪”的期许，广为传颂。

看了几遍，我心中满是热血沸腾和感激之情。正是在此疫情期间、国家危难时期，太需要正能量的传递，帮助国人坚定不移、重塑信心！通篇观看此片，主要讲了如下三点：赞美、羡慕、祝福。

赞美：当代年轻人的内心强大，和而不同，善良勇敢。

羡慕：人类积攒了几千年的财富，所有的知识、见识和智慧，像是专门为当代年轻人准备的礼物；现在年轻人在童年就进入了“不惑之年”：不惑于自己喜欢什么，不喜欢什么；我们这一代年轻人更是拥有了选择的权利：你所热爱的就是你的生活。

祝福：一个国家最好看的风景，就是这个国家的年轻人。正如祝福般“奔涌吧后浪，我们在同一条奔涌的河流”。

结合之前梁启超写的《少年中国说》，《后浪》的演讲更是得以丰富延续着。少年强则国强，美哉！我少年中国，与天不老！壮哉！我中国少年，与国无疆！一遍遍地表达对年轻一代的赞美和期许。但很大程度上我们无法承受这些赞美，因为我们做的还远远不够。想一想香港问题的暴力演变和持续不断交恶，充当“主力军”的就是这一代年轻人们。他们接受的诱惑太多了，为了金钱充当西方世界的炮灰，暴力冲突破坏行为与恐怖主义又有多少区别，他们扭曲的价值观与时代不再相符。

我们这代年轻人也缺少批评的声音，但实际上我们不怕批评。我们期待整个社会存在更多批评的声音，期待未来几年，会有更舒畅的沟通方式，让年轻人的声音被听到，让批评的声音更为通畅地到达决策者耳朵。

年轻人应该是朝气蓬勃的，应该是“心里有火，眼里有光的”。我们有幸遇到这个美好的时代，但更希望我们这一代年轻人拿出自己的担当，承担起时代交给我们的责任和接力棒，努力成为这个时代的标志和风景，让时代更为有幸，遇见更好的年轻人们！

少年强

何知非

犹记得去年年底讨论2020年营销计划时，Zheng 抛出了“第一批90后跨入30岁”的话题时，大家都还在感慨岁月飞逝，叽叽喳喳开玩笑讨论着步入人生新阶段的90后值得拥有一件GIADA大衣。却不想在20年伊始，尚未来得及宣传GIADA大衣，90后已穿上了厚厚的白色防护服，自愿奔赴危险的前线，与死神抢人。

新型冠状病毒席卷全球，让我们猝不及防。但是在这场时间与生命的赛跑中，我们看到了少年人的担当，看到了国家的未来以及民族的希望。在4.2万多名驰援湖北的医护人员中，就有1.2万多名是90后，其中更有相当一部分是95后和00后。在疫情的考验面前，在这场没有硝烟的战争面前，是这群曾被贴上“自我”、“叛逆”标签的孩子们，面对生命的挑战和威胁，成为了最美“逆行人”，用自己的汗水和热血守护着更多人。踏入职场，他们践行了职业的价值，身在他乡，他们表现出了义不容辞的责任和担当。

虽不比医疗前线所面临的艰险，宏珏却也遭受了疫情对于零售行业的巨大冲击。原本引以为傲的线下奢侈品服务体验在这特殊时期显得非常力不从心，但无论是线上还是线下，其实更多暴露出来的问题是单一渠道对抗风险的局限性，而这一时机却也恰好促使了我们尽快多渠道部署业务，所谓的“尽快”，是争分夺秒——因为早一天上线便意味着多一天销售，多缓解一些现金流的负担。

于是90后红珏人们，跨部门通力合作，在最短时间里头脑风暴、集思广益，寻找对于GIADA的最优解。时间固然是个难题，但面对压力与诱惑时的决断更加困难。有些尝到甜头的同行做法看似诱人，但却是以稀释品牌价值为代价来换取短期利益。90后们缺少经验，或会冒进，但胜在领悟力强，被60后70后的老大们一点拨，自然懂得不能走偏。于是各项方案的优劣被逐一解剖，凡违背品牌长期发展目标的俱不采纳，去粗取精后针对不同定位店铺与客群，精细化营销，有的放矢，既有创新，又有平衡。

任何一个时代的人都在其身上有时代特有的烙印，但时代所带来的多样个性背后蕴藏着的国家共性与民族大义，才是支撑着小家与大家不断披荆斩棘、勇往直前的精神。少年强则国强，经此一役，90后已就位。

方案确认后，便快马加鞭进入执行环节。没有经验不可怕，在宏珏创业文化的鼓励下，90后敢想敢闯敢试错的特性被放到最大，自主创造的成就感又岂是凭拷贝黏贴所能比的。于是在短短一个月内，从无到有先后诞生两个官方小程序与特价店会员社群，丰富了品牌多渠道营销战略的布局，愈加完善了客户体验。

任何一个时代的人都在其身上有时代特有的烙印，但时代所带来的个性的背后蕴藏着的国家共性与民族大义，才是支撑着小家与大家不断披荆斩棘、勇往直前的精神。少年强则国强，经此一役，90后已就位。

前路漫漫

程吟斐

当全国指标突破了100%的那一刻，有一种久违的兴奋感，大家的意气风发，无疑是对接下来金九银十的一剂强心针。这两年，从专注销售和商品本身，慢慢到注重品牌营销和销售齐头并进，GIADA在一步步转型，这个过程是所有人一起摸索前进的试炼，也是一个激励自己快速学习的过程。八月份我们内部也不断在进行探讨，越来越明晰我们自己应该担当的角色和工作要点。

这两年在实践中在每一季的商品订货时、上货复盘后，不断积累，体会到要真正做好商品策划其实是三个维度的平衡：在市场端，传递设计师的灵感主题、与营销配合传递当季货品主推概念及款式，呈现出一个能讲故事、有营销节奏的货品系列；在商品端，思考品牌方向和目标、整理归纳品牌经典元素、调研时下热点商品趋势、精准把握市场需求；在研发端，在每季设计师开始研发之前给到明确的反馈和需求、在系列展示之后有能力进行商品和系列的整合、在完成订货后给出具体落地的总结反馈和调整意见。简而言之，商品策划是链接市场和商品设计的桥梁。

将这样的认知带到我们最新一季的商品订货中，我们在八月份完成21SS季的订货。这个季度因为疫情的原因，整个沟通的过程和研发进程十分不易，但在设计团队远程的密切配合和成熟的研发流程支持下，我们顺利完成了订货。这个被拉长的时间线，反让我们有更充裕的时间和空间去思考和进行产品组合。同时，每一季我们都在尝试新的概念和胶囊，期望能够将货品呈现得更加丰富，21SS在20SS的基础上，加强了新年/情人节系列胶囊系列，丰富休闲系列，并全新尝试开发了白衬衫系列。在完成订货后，对于色彩、面料、印花和系列的呈现上，进行了充分总结，并与设计师进行了反馈和沟通，就下一季的研发也达成了一致目标。在九月份，我们将对于往季的留存经典款式再次进行总结和复盘，期望在过往的系列中能够挖掘、总结出更多的经典要素，并加以重塑，用于未来的系列

设计中，形成GIADA一季季更加独特的、强烈的风格标识。

同时，上周在听产品生命周期规划PLM系统的信息系统报告时，我受到了些启发，各个品牌都在努力缩短生产的周期，以保证研发团队有更加充裕的时间来进行创新及思考。所以商策部也需要与产品部和国贸部进行配合，继续提升生产供应链的效率，来保证研发团队能够有更加充分的时间去进行创新及思考，设计出更富有创造力的产品系列。

前路漫漫，在经典积淀和元素创新中不断前进，是商品工作最大的魅力。

一匠功成，万昼已逝

季舒立

2019年似乎是一个“唯快不破”的时代：这一年大家走得并不轻松。90后被捧杀着走下神坛，我们被无处不在的焦虑裹挟着往前走。每个人都行色匆匆的、拼命奔跑，不断加速着进度条。在这样一个特征鲜明的时代烙印之下，我度过了在宏珏的第三年时光。现在从头回想起，忽然发现我的工作节奏并没有被世趋所同化。比起一味地追求“速度”，我选择跟随公司的步伐，更加重心于“专”，“专”于行业高度、于企业责任、于真正意义的使命文化输入。

回首发现，“快”很容易，但“专”却很难。潜心笃志追求匠心，对于当今唯“流量”和“热度”为主的社会中是一件无比奢侈的事情。

“梦想的坚持”——“专”的信仰来源

我不止一次听到赵总在宣讲会、培训上和大家分享：“我们有一个中国人做奢侈品的梦想，我们希望中国能在这个行业占有一席之地。”一开始我只把这个当作是单纯的愿景与期望，直到这一年我才意识到这个“梦想”的份量—是在这条道路上坚定不移的信仰，更是一份属于中国人的情怀、荣光与自豪。感受最深刻的时候便是九月有幸去米兰，当站立在位于拿破仑大道15号的GIADA HOUSE中，亦或是身处于充满各类时尚权威人士的GIADA秀场中，身边是数个百年历史垄断性欧洲品牌，而我们却是一个中国企业、亦或是中国情怀成就的意大利品牌，散发的光芒却一点都不被淹没。这就是我们想要做的事情，我们正在行动，历经两个“十年”我们已经做到了一部分，未来还有更长的路可以走。

“不忘初心、耐得住寂寞的漫漫守护”——“专”的本质

可能是为了迎合千禧一代成为奢侈品行消费者群体主流的需求，也可能是为了迎合全渠道数字化销售的新流量需求，越来越多在我眼中曾经很有“可远观不可亵玩”的品牌开始与时尚潮品合作、或是与网红流量合作开启电商新时代。曾经在我眼里高高在上的logo之后已可以轻易被定义上其他品牌名字，本应该

本来中国人做奢侈品运营管理已是一条前无古人，后来者也很少的道路，那这条路在被加上“专一做奢侈品”的定义，在这个都想赚钱的时代注定是漫漫而又孤独。

放在精致陈列柜里由专业销售人员精心展示的商品变成可以被网络主播在直播中随意售卖的物件。当然这一切无可厚非，可我却在想，这还是奢侈品吗？所以宏珏选择了一条不同寻常的路，抛开世俗的驱使，一心一意做奢侈品。本来中国人做奢侈品运营管理已经是一条前无古人，后来者也很少的道路。这条路被加上“专一做奢侈品”的定义，在这个都想赚钱的时代注定是漫漫而又孤独的。而我相信这一切都是值得。

“把每一个点做到极致”——“专”的精髓

入职第三个年头，身上负责的事物更多，却更加发现，如果想把一个点做到极致，胜过平庸地做一万件事情。就如我们没有像很多大型奢侈品集团亦或者投资公司那样，快速而又功利性质地去收购、并购各类品牌，而是选择更加复杂、庞大的投后管理，也是希望能够真正地专注在做好每一个品牌之上。前十年的韬光养晦造就现在的GIADA便是最好的佐证。而这一点同样也可以用在公司对于人才培育上。“培养中国奢侈品行业的精英”从来不是一句空喊的口号。自2017年承担人资使命之后，我们做的不是单纯和机器人那样购买螺丝钉去填“坑”，而是从最初开始，用“精”“专”的态度和使命去寻觅真正合适、拥有文化共情、能够长远共同发展的候选人，并且帮助一起探寻真正合适她发展的道路。一路以来听到最多的也是“第一次见到有你们这样的企业能够那么重视人才的培养”。我也单纯从学会去做一个nice的HR，为逐渐转型成为更加专业、更加有宏珏企业雇主形象代表性的HR而努力。

看到一句话很有启发：一匠功成，万昼已逝，依然有人不为外界所扰，专注于自己所坚守的，痴迷于自己所热爱的，用赤诚之心，铸造出的万物，才是最动人的。宏珏之所向，亦是我之所向。

如果不逼自己一把，你永远不知道自己多优秀

陈思洋

“如果不逼一下自己，你永远不知道自己多优秀”，5月20日赵总召集客关部全体人员开会时反复强调的这句话，令我印象深刻。

曾有一位著名的自媒体人说道：“我要拒绝一目了然的人生，将自己放逐于各种可能性，遍地花开，山河浩荡。”这样的勇气固然可贵，可告别舒适的平庸，往往不是因为勇气，而是一种形势的逼迫，如果不逼自己一把，你永远不知道自己有多优秀。只有优秀的人，才能站在人生的至高处，看到更美的风景。如不愿成为一个坐在路边为别人鼓掌的人，请逼自己更优秀一点！

在现实社会里，生活总是被环境和他人所影响、所左右，一开始也曾努力地挣扎，可最终，大多数人都屈从了命运的安排，妥协于自己的惰性，安度于平庸的生活，而忘却了曾经的梦想。

求职初始，身为公务员的家长希望我在离家近点的内陆城市找个朝九晚五的工作，平时可以经常回家，遇到困难家人亲戚更容易帮衬照顾。说实话，那样的生活舒适安稳，可离我的梦想相去甚远。如果一辈子都过那种一眼望到头的日子，我会甘心吗？是做个安逸平庸的乖乖女、还是成为一个跋涉者、追梦人，这是一种选择、更是一种考验。诚然，内心也曾几度挣扎，但最终我决定要坚守初心，选择我所热爱的时尚领域一路寻梦。从小，我对服装有着浓厚的兴趣与热爱，于求学时期也坚持选择时尚相关的专业。而这样的前端朝阳行业多位于一线的大城市，我深知这样的工作往往节奏快、压力大，一个人常年在外，生活上会有诸多不便，在陌生的城市举目无亲，肩上的担子再重也只能自己扛。尽管如此，能做自己喜欢的事、投身自己所热爱的领域，这何尝不是一种幸福呢，我甘愿为此奋不顾身。虽然阻力重重、抉择艰难，我还是咬牙逼着自己背起行囊，义无反顾来到深圳、来到宏珏。

如果不逼着自己大胆尝试，那些曾精心制定的计划，最终也只是空头支票

其实,很多时候我们真的已近山顶,绝望之前我们需要的只是坚持!咬紧牙关逼迫自己坚持一下,让坚持成为一种习惯,逼迫自己优秀起来,优秀终将成为可能。

而已，并没有实际的意义。从事客关部的采购岗，我渴望在这个优秀的集体中间超越自己，我得逼自己一把。其实，有些工作如果放松一下，并没那么急,也可留到第二天再做，可我不敢让自己懈怠！今日事今日毕，明天的挑战只会更精彩！

常常回想起从英国回来的那年夏天，开始了一个人的旅行，其中的一站至今难忘——登顶黄山。对于自小恐高的我来说，这可谓一个不小的挑战。现在我还清晰记得当时站在一线天时指尖的颤抖，狭窄的过道，峭壁之外便是万丈深渊，牢牢抓住岩壁的我一度想要退缩原路返回，但看着同样惊恐的游客都一个接着一个寸寸往前挪步时，内心一紧：来都来了，怎么能打退堂鼓？于是咬紧牙关一路向前，虽然步步惊心、可是再没回头。现在回想起来，那时我如果没逼自己一把，该有多么遗憾！

其实，很多时候，我们真的已近山顶，绝望之前我们需要的只是坚持！咬紧牙关逼迫自己再坚持一下，让坚持成为一种习惯；逼迫自己优秀起来，优秀最终将成为可能！

现在的我，每当疲惫沮丧之时，都会想起那句话；每当感到精疲力竭之时，也不忘告诫自己："别给自己丝毫松气的机会，因为你远没意识到自己真正的潜力有多大，只要还能更努力，就不要给自己预留退路。"其实，灵魂没有所谓的绝境，在每个困境之下，都藏着无数的宝藏。当你逼着自己往前闯时，一定能看到绝境背后的绝美风光。

如果不逼自己一把，你永远不知道自己有多优秀！今后的日子里，我会时时用这句话来勉励自己。希望在微醺的晨光里，有个宏珏女孩，目光坚定，身姿轻盈，追逐梦想的脚步永不停歇……

写在时间的洪流里

丁扬

8月1日，宏珏集团旗下GIADA、CURIEL、GABRIELE COLANGELO三个品牌同天在上海华润时代广场举行启碇仪式，以焕然一新的姿态呈现来自意大利的优雅。2020年，我们与中国大饭店进行签约仪式，益田假日概念生活空间店落成。我们在2020年签约、扩店、换位、开业，这无疑是品牌实力的体现。在品牌实力的背后，同样可贵的是这个品牌背后企业的运营价值观与用人理念。

“GIADA今天的soft opening，让我看到了这家企业与其他企业很多不同的地方。GIADA的开业仪式，除了领导讲话，还有很多员工发言。从区域经理，到客户关系，到店长，还有工程部与人资部的发言。我觉得很棒。一家店铺成功的销售，不仅仅依赖于老板和销售，还有很多其他的部门。所以给大家一个发言的机会，说明企业真的很注重员工的培养。”

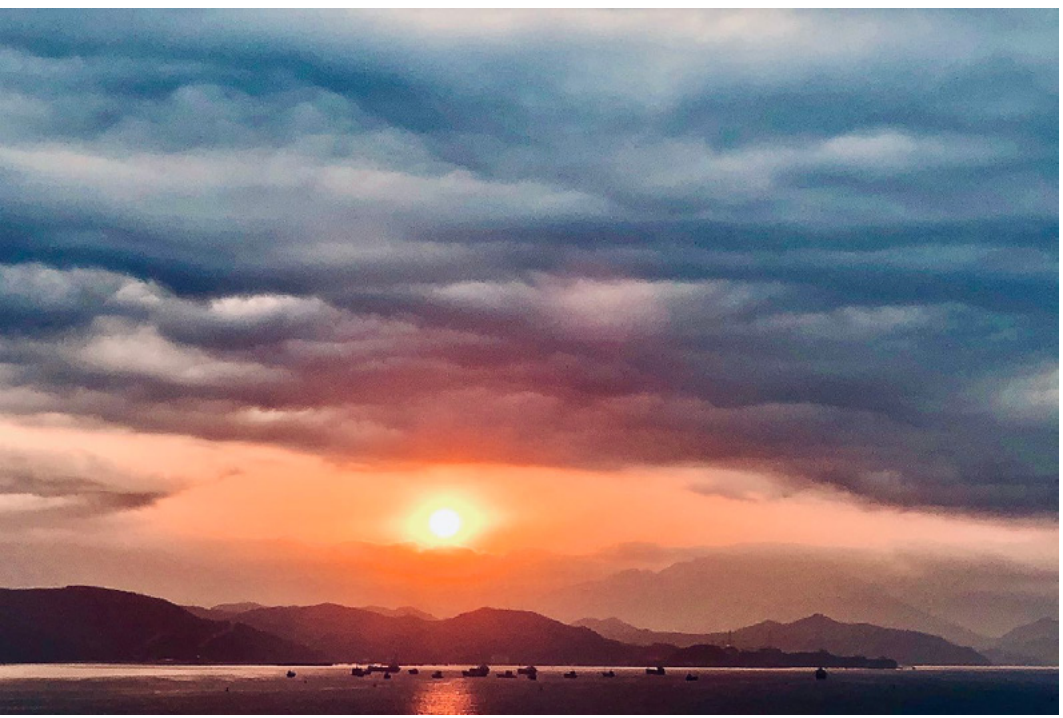
上面这段话摘自香港大学博士、时尚商业作家冷芸老师的朋友圈。她在参加完GIADA上海华润时代广场开业仪式之后，发出了上面的感想。

说来有趣，拜访媒体时会聊到GIADA的合作标准等等，时不时会收到“你们真的很像爱马仕和香奈儿的做法和想法，都很坚持。”交流时常常会被问到的一个问题是：“GIADA对标的是什么品牌？”或者“GIADA的竞品是哪个品牌？”我们会告诉对方GIADA的至高理想，也就是做极少数的奢侈品牌。为什么是极少数？因为真正的奢侈品就是极少数，在时代的大浪淘沙中，很多高价的品牌最终会放弃初心、会因为要迎合大众而转变成为时尚品牌，最终经过几十年、几百年之后依然奢侈的品牌可能只有为数不多，而GIADA要成为为数不多的那几个奢侈品牌之一，成为跨越时代的经典。

秉持着这样的奢侈品态度，再加上品牌背后企业的经营态度，我相信很多事情都会“心想事成”。写在时间的洪流里，时间看得见。

敢于斗争

徐培伦



Tiktok出海的失败无疑引起了我们的思考：为什么之前数据看似风光的Tiktok在这一轮与美国政府的交涉中迅速败下阵来？

有人说，字节跳动本来就只是一家民营企业，期望它对美国政府强硬本来就是不可能的，更何况还有背后的资本作用，张一鸣也是怀璧其罪。这种观点不敢苟同。纵观整个过程，字节想尽各种办法“去中国化”，妄图以此来博得美国政客的认可；而在对方放风“要全面禁止”之后，12小时以内便有交易传闻，甚至连司法程序都不愿意走，这速度之快仿佛是在害怕卖不出去一样。哪还像是一个有担当的大企业？这种收购案例简直是滑天下之大稽，绝无仅有。字节开的这个头给中国互联网企业的出海起到了非常大的负面作用。

何以处之？华为已经给了所有人最好的答案：只有站着才能生存，因为妥协是跪不出生路来的。当美国采取同样的办法对付东芝、本田、阿尔斯通时，我们可能认为离我们还太遥远。但当屠刀落向实体清单上一个个与我们密切相关的中国企业时，难道还不明白退无可退？为什么华为可以在美国全力的攻势下越做越好成为民族之光呢？当然不只是核心技术、顶端人才、全产业链、深化改革等技术或管理层面的原因，更是企业的生存理念：一如那架被打的千疮百孔的飞机伊尔-2，顽强斗争，永不屈服。

《让子弹飞》中有个很有意思的片段：师爷告诉张麻子，要么城里要饭要么回山里做土匪，“挣钱嘛，生意，不寒碜”。张麻子直道“寒碜”，要“站着把钱给赚了”。要做华为还是要做字节，路永远是自己选的。历史也是公平的，且看之后的剧情，任正非和张一鸣也会通过时间的检验告诉所有人答案。

十九大报告中提出放弃幻想，敢于斗争。中华民族已经到了复兴的关键时刻，扬汤止沸不如釜底抽薪，我们早就应该警醒：世界早已不太平，做大的路上我们要时刻做好斗争的准备。

学无止境

季舒立

一旦工作时间久了，或者过于沉浸在忙碌的状态拘泥于陷入细节，就往往忘记了自己追求的目标：真正成就一份有意义、有价值的事业，也成就一个不断进取、不留遗憾的人生。而这样一份理想的事业和人生，是时刻不能惰怠的，也是绝对不能以“工作忙碌没时间”“心情过于焦虑”等看似合理却实际可笑的理由去停下自己前行、不断学习的脚步的。

这一次的感悟来自于我的领导—雨韵。自我得知她目前在准备北大光华的MBA考试后，我一直无法想象她应该怎么安排自己的时间、精力和情绪去平衡繁杂的考试以及无法停歇的工作。因为在我眼里，她也是所有部门“最需要”的人之一，无论是出差还是日常在办公室，她的时间都被各类不同的事务所填满。而自九月下旬至今日，在不停歇的北上出差以及各类大小项目的繁忙运作间，我看到的是在结束一天工作后的深夜，雨韵趴在房间桌前复习试题的身影直到凌晨；在切换不同城市的交通轨迹间，她伏在高铁或是飞机狭小的桌板上看书的身影。所有工作之余可能可以小憩一下的细碎时间，都被她满满地填充和利用，毫无停歇。而一切复习的流程，宛如她日常工作般，非常有计划且按部就班的进行下去。最让我敬佩的是，她的精神状态，似乎更加的自信、饱满、充盈。通过这些复习，也帮助她拥有了更宽阔的眼界，以及跳脱出传统工作模式的全新视野。

我忽然意识到，不断地学习，是我的人生应该持之以恒所保持的状态。她的存在，应该平行于工作以及生活，而非此消彼长或者相互交错。只有通过学习，才能不断知道自己当前的不足所在，才能走的更远、看的更高、了解“世外”发生了什么，才能及时去更新自己的知识点和眼界，从而帮助自己的事业和人生都更上一层楼。回顾自己作为HR的这几年，忽然觉得一直在“使用”现有知识，反而缺少

了更好利用公司为我们提供的平台或是外界的资讯，去学习、探索、进行自我提升。最近一直在忙碌顶尖院校的招聘以及和各类优秀的人沟通，反而发现自己在很多方面的局限性，竟然拥有了被时代赶超的危机感，因而越加发现应该跳出当前的“舒适圈”，去了解社会的格局和现状、去拓宽视野和认知水平。比如我应该去学习不同的行业的现状、对于人才的要求、给予人才的发展路径，这样才能在招募人才时分析出不同厂牌的优劣势，知道怎样更加清晰地帮助候选人选择真正适合他们的方向，或是向非常理想的候选人展现我们的核心竞争力；我也更应该去了解整个奢侈品商业圈发生了什么并且能够非常理性的了解、分析事件的始终，因为这些本该就是我们作为“行业方”应该拥有最基础知识点，也是在对方有眼里可以视为“权威或者官方”的重要信息来源，这样在聊起的时候可以侃侃而谈、不拘泥和局限。

可学习的方向其实还有很多，一方面它能真正帮助我们自己成长，但最重要的是帮助当前我所担任的“角色”以及我所承担的“使命”的有益增值。不管是作为对外雇主形象的建立者，还是作为人才挖掘或者招募者，对方第一眼看到的肯定是作为传播者的“我”的视野和格局，认可的是“我”的价值观和视野导向，从而才再去看“我”背后的行业、公司以及平台。

学无止境，行恒有贵。打破常规与惰性思维，跳出去，走向前，才有未来。

赋能

魏晶

月中的区经培训上，客户关系部总监对即将上线的系统功能描述令我惊讶。每一点都是和长远的销售息息相关，每一个思考都是在整合资源，支持门店有一个更良性的可持续的销售体系。我惊讶的并不是现在的强大，我惊讶的是这个部门从无到有的过程，就像是一个不可能完成的任务变成现实后的震撼和感动。

人资部亦是一次次给我惊喜。每一次听Amy分享，都会有新的启发和灵感，哪怕可能只是短暂的间隔，都会收获源源不断的创新和内容。今年突如其来的疫情，似乎周围的环境都充满了不安与焦虑，但我却从未从宏珏，从我们的环境里感受到这一点，似乎我们的人资天生就会线上宣讲，线上招聘，线上培训，线上搞定一切。人人都知道这种转化的阻力，但人资的无缝连接和从容应对，让我们充满了希望，燃起了斗志！

我走到哪里，遇到谁，总喜欢去分享:我们公司核心部门领导的经验和公司的活力，这是我很骄傲的一件事情，因为这一点是人文企业最好的力证，也是宏珏最独特，最了不起的成就。

成就一个有生命力的人文企业，尊重、激发、赞赏人的创造性、激情和勇气。是宏珏的使命，也是我们从每一项决策，每一次沟通，每一个行动里深深感受到的被赋能之后的神奇力量。

尊重

无论是参天的古木，还是驻足的小草，宏珏从未居高临下地俯视，更没有站在一个权威的视角去发号施令。相信每一个人的意愿和出发点，肯定每一个人的潜力和创造力，给予每一个人犯错和改善的空间和机会。公司宁愿牺牲掉一些短暂的利益，但是真正培养出了每一个人的独立和自信。

其实尊重是有代价的，因为经验不足一定会跌跟头，尊重也是需要耐心的，因为静待花开也需要更多的付出。因为宏珏的尊重，才能让任何一个阶段的员工

知名钢琴家郎朗、青年钢琴家吉娜·爱丽丝

吉娜佩戴GIADA Crystal七夕定制系列配饰

都拥有成长的空间，保留自己的特质，但真正做到枝繁叶茂。

激发

宏珏从不是要去塑造人，而是去用自己的格局去影响每一个身处其中的人。宏珏是有梦想、有魄力、又有挑战精神的。在宏珏的十一年，我的感受就是宏珏有无限可能，我准备好随时拥抱变化。而这种进攻的胆量和不服输的劲头，让每个红珏人感受到一种时时刻刻的激情和动力，和一种乘风破浪的快感和成就。

宏珏的激发是不设限、不低头、不犹豫、不停滞。而谁又能抗拒不断遇到更好自己的强大吸引力呢？又有谁能不着迷于自己的智慧和创意转化为好的结果之后的成就感和快乐呢？

赞赏

宏珏比我更相信我自己，这句话是我一直以来和身边人分享的。因为她尊重我，信任我，从而在我每一点小小的进步和成长之后，都能得到超越期待的赞赏和肯定，也会在我失败和慌张时，给予我明确的方向和鼓励，让我重新拥有乘风破浪的勇气。

而这种赞赏就像宏珏大大愿一样，如同一只巨大的手掌，被托起的踏实和幸福，因为无论何时何地，经过了多少年，我们依然如同拥有初心的孩子，被珍视，被肯定。

在营销部全新的组建之后，这种被赋能的感受更加得深切，和优秀的新区经们在一起，我看见了全新的挑战和成长的动力，但也有了更加强烈的被需要的成就感和责任。怀揣更大的使命，遇见更好的自己！

探索自己的潜能

李一凡

十月是奇迹遍地的一个月，上海久光销售团队用实力捍卫尊严，仅仅十一天完成十月考核目标，店长Momo、资深品顾Tian更是突破历史——单店九天双百万员工的殊荣！这就是在强大的目标感和信念感的支撑下，不断探索、突破自己的潜能，创造一个个宏珏奇迹。这是她们的高光时刻，店长无数次现身分享，以身作则就是最好最强的领导力:我能做到的，我要求你们，你们以为的不可能，我来带头做！与狼性团队为伴，我亦热血沸腾，期待与宏珏征服一座又一座“山峰”。

激发我们的不是目标，是对自己深深的渴望；限制我们的不是目标，是对自己默认的期待。我一直相信我之所以能，是因为首先我先相信自己能然后才可以能。一个人的信念、目标会让一个人闪闪发光。当上海久光店长Momo 十一天完成任务时，在电话里激动得跟我说，我还要做！我要做500万！我要完成今年的原定任务！刚开始我激动得和她们欢呼高喊着目标，后来冷静下来的我跑去问店长为什么突然有这么大的转变。店长的回答让我非常震撼：“首先，我做到了，所以我接下来布置的我认为是可以做到的！其次，我不止一次亲身教我的团队实战经验，我相信也是产出的时节了，我对我的团队有信心！最重要的是，我们现在比任何一个时刻都想要做好。经过公司长达几个月的协助盘点，公司帮助我们解决了无数的后顾之忧，还担心为我们造成压力困扰，公司大气无畏的一句免责深深震撼了一线的每一个我们。走过的弯路，公司大气的选择相信选择原谅，所以现在，我们比任何一个时刻更要做的好做的漂亮，做的经得起推敲！”

这就是在宏珏的幸运，每天都会有不同的成长，每天都会有不同的震撼，每天都会有一群志同道合的战友与你奋战在一线完成一件又一件不可能的事。我很幸运，每天睡下前可以放心默念：今天我又进步了。

培养员工的慈善之心

帅华婷

宏珏公司拥有奋斗慈善快乐的企业文化，其中“慈善”作为宏珏企业核心价值观之一，不仅仅体现在公益事业的投入上：包括宏珏员工自觉月捐帮助近三千位贫困大学生圆梦象牙塔、GIADA品牌向米兰布雷拉国家图书馆捐赠珍贵书信手稿及修复基金，以及宏珏公司在疫情期间援助意大利捐赠爱心物资等诸如此类的慈善之举。慈善的企业文化更深远的一层意义，在于宏珏公司培养员工成就员工的慈善之心。宏珏数十年如一日，始终坚守的人才发展战略，便是“用最优秀的人，培养奢侈品行业的中国精英”。不仅要人尽其才，更要助力人才增值。赋能员工培养员工，在实现成就员工终身就业能力的同时，成就企业发展的基业长青，实现一种慈善的交互。公司对于用人标准和用人理念的坚持，就如同公司始终坚持培育运营最优秀的品牌，将品牌运营管理的奢侈心同样运用到了人才管理上。因为我们相信只有一群美丽的人，才能共同做一份美丽的事业。

区域人资负责人的身份既是公司上下同欲合作共赢的纽带，又是培养员工成就员工的践行者。这个八月，是我区域管理工作的“多事之秋”。我在区域管理工作中投入过最多时间和精力去精耕细作的店铺，出现了极其严重的违纪事件。回想从一月份刚刚接手区域管理工作至今，一路走来的陪伴与付出，与这个店铺的每一个人从陌生、到了解、到相互信任与依赖，经历过团队的重塑与融合，一砖一瓦地搭建起了愈加健全的人才梯队，也帮助团队中的每一个人渐渐清晰了个人职业发展的规划。任何人情绪状态的起伏，销售业绩上的困难，团队人员的波动，都会引起我一百分的警惕并倾力协助解决。就像我一直以来小心翼翼地呵护着的一颗心爱的水晶球，顷刻之间它碎了一地。

从经历中去反思收获，才不会让经历白白浪费。从失落的情绪中调整过来，我明白了这种“失去”会比“得到”赋予我更加坚实的盔甲。区域管理中人员培养工作是以人为本的，但却不应该局限于人的个体。首先，员工培养并不是陪伴，

不是陪伴着每个员工随心所欲、毫无章法地向前走。我们不能只是做他们成长道路上的一个加油站，而是应该去做正确方向的引路人，塑造员工与公司同心同德的价值观。只有方向对了心正了，脚下向前走出的每一步才是有意义有价值的。另外，团队塑造也不应该是拔苗助长，不是一味地为员工铺垫升职加薪的台阶，不能只是小心翼翼地呵护着员工，只是关注期待结果呈现，而是真正塑造员工坚韧向上奋斗自信的心态去面对工作中的起伏与困难，有心沉大海的格局。

不要哄员工，不要对员工伪善，是公司一直坚持希望我们做到的管理者的格局。管理者对员工的一份责任感与慈善心正在于此。我们的员工大多是初出象牙塔的应届生，成长的道路上或许会迷茫或者会走偏。公司是他们信任地托付了职业发展梦想的企业雇主，区域人资在员工眼中便代表着公司的立场，我们应该从公司的角度出发，用管理者的魄力与真心，帮助员工树立正确的职场价值观，培养员工终身就业能力。

守护梦想

魏晶

八月全国在轰轰烈烈中夺得了久违的胜利，我们身为销售人，那种为尊严而战的感觉充满荣光！

这个月，每一场战役都打得酣畅淋漓，也无比难忘！我更加深刻地体会到了品牌的力量给我们提供的巨大平台，输送的无尽能量！

郑州活动时，一位资深的GIADA VIC胡女士与我分享了她对GIADA的理解。那种惺惺相惜的感觉让人温暖，那种深刻入里的领悟让人感动。她从一个客人的角度刻画出了宏珏的了不起！

虽然年过四十岁，但是岁月在她身上并未留下什么痕迹，反而在她身上沉淀出一种华美的超凡脱俗的气质。她不是明星，但却比任何一个明星都更加熠熠生辉！

她每次来GIADA，对于GIADA的审美都赞不绝口，绝对信任，而且每一次的销售过程，更像是一次探讨美和探索未知的过程。活动当天，她也是在一种很愉悦的状态下，主动选择了近40万元的几套Total look。她是真正不仅买得起GIADA，更穿得懂GIADA的GIADA LADY！

她分析自己阅历无数，但是唯独GIADA值得她一直追随！她敬佩的是，在面临如此多的竞争和诱惑时，GIADA始终能葆有一份初心！她认定的是，每一个细节我们从未放弃过对极致的追求！

她说："现在的商业竞争如此激烈，追逐利益成为常态，但是GIADA不是，你任何时候来GIADA，你都能感受到GIADA独特的风格，不盲从，这个太难了！"

她说："你们的企业文化做得非常好，和GIADA服装一样，每一个细节都能让人感受到用心和诚心，这种人文的关怀才是一个企业基业长青的根基！我也是做企业的，我的经营理念也是如此，我能感受得更加深刻！"

在商场上，她是征战沙场的风云人物，呼风唤雨。GIADA在她的心目中已经远远不止是一套套让她自信的铠甲，而是精神契合的知己，在这样纷繁复杂的商业环境中，有宏珏陪伴她，怀揣宏图，诚信奋进。哪怕做逆行者，都会秉持着初心，热爱并坚持梦想，直至成功！

有同行者如此，有知己者如此，那一刻我感受被赋予了一种更加强大的使命和能量！

我们的事业不仅是传递优雅和快乐，更是信念的传承与精神的支柱，让所有的GIADA LADY感知到，这个世界上，她们并不孤单，在宏珏，有这样一群人，和她们坚守一样的美好，信奉一样的价值，守护着最初的梦想！

起风的收获

程一夏

金秋九月，是起风的时节，也是收获的季节。

从财务审核深圳万象城店的情况，到财务审核大连店的情况，再到后来每片区域，每一家店，甚至具体到每一家门店的财务往来审核，整件事情，就像是一个推推牌，越推越多，也像是一阵风，从微风习习，到秋风飒爽，却又逐渐风起云涌。然而，九月过了，似乎又逐渐恢复了风平浪静的状态。

回想起刚刚过完的九月，那是一段充实到令人惶恐的时光，过后却又让人回味无穷。从最开始的四五个人研究一家门店的各种财务情况，发现有很多想象不到的小故事寄生于此，到后来每个人负责两到三家店的财务核查工作，彼此交流互相学习的同时，也存在着相互竞争的刺激。

看着大家都在很努力地进行财务核查工作，起初的时候，其实还挺难过的，总有一种是因为自己最开始还不熟悉结算工作，没有将负责的门店的月出单收入差异核实得清清楚楚，才会给现在的财务核查工作带来了极大难度的自责感。像领导提及的，现在的困难，就是自己的不专业、不认真、优柔寡断所带来的后果，只是，这个后果，不只是自己一个人去负责，而是连带了大家一起承担。

但是难过之余，也确实发现，我们是一个很优秀的团队，不会有人去抱怨谁对谁错，而是互相讨论，互相学习。为了搞清楚门店财务情况，大家也是一天又一天和门店进行沟通，虚心学习前端的销售情况。而坐在办公室里的我们，也从最开始的惊奇和不解到后面的理解和感同身受。

什么样的胸怀，就会有什么样的态度，而态度决定一个人的未来。如果一直沉浸在埋怨或者自怨自艾的情绪下，只会更加无法解决问题。而我身处的这个大家庭不一样。宏珏这个大家庭，在遇到问题的时候，从不抱怨，而是想方设法去解决问题，积极面对，尽管每天通宵达旦，也还是想着：我要了解他们的情况，我要协助店里认识到什么是正确的做法，什么是不应该做的，我要用最有效的方法

什么样的胸怀,就会有什么样的态度,而态度决定一个人的未来。如果一直沉浸在埋怨或者自怨自艾的情绪下,只会更加无法解决问题。

解决这个问题,让他们在认识问题之后,明白正确的做法,自信做销售!

九月中,我参加了为期三天的《企业管理分析与解决问题》的课程培训,课堂上,老师用一个“业财融合”贯穿全课程,这不就是跟我们的财务核查所需要改进的方向是一样的么?如果销售人员不懂得财务问题,又如何做到出单收银合理匹配呢?如果财务人员不了解前端销售实况,又如何去分析出单收银不匹配的实际情况呢?解数学题都需要分情况讨论,更何况是实际情况下的财务分析呢?

就像这次财务核查,每家店都会存在相似但不一定完全相同的情况。初步看,出单收银不一致,为什么呢?再探究,可能是买单调货,可能是出单留货,也可能是实际购买货品的时间和参加商场活动的时间不一致。再有就是预售,为了提高顾客体验感,待确认顾客不退换货了再出单而导致出单比实际收银晚了一天。或者说有时候,顾客临闭店时来进行购物,门店已经进行了清算处理,那再入账就只能算是第二天。这么一来,就无法说清出单收银不一致的正确与否。因此,这个还得分情况进行讨论,需要进行业财融合。只有当业务和财务的实际相结合进行分析,才能够合理解释这一切,也才能够更准确地给出相对应的解决方法。

你问我,九月累么?我会说,很累,但我收获颇多。

在和大家的交谈中,我学会了面对不同类型的门店,可以从什么角度,什么方法,去和门店进行沟通,去用自己手头上已有的财务信息去根据实际情况进行合理分析。这比只对一个月销售金额和月销售出单数据,要来得更有意义。

虽然我还不够优秀,但是和优秀的人一起工作,相比之前,我一直在进步。和之前相比,现在的自己更优秀,这就是一份收获。我见识了别人的优秀,也收获了我的进步,值得。

懂得欣赏自己

金吉仙

特卖之行结识了一位七十岁的王女士给我们上了印象深刻的一课。她满头白发，但精气神十足，在不足一百平的特卖场逛上一小时后看上了一件连衣裙，穿上很喜欢，但觉得价格过高，不舍地离开了。半个小时后，王女士开心地再次回来，说考虑了一下还是想买下那件裙子。间隙中跟她聊了起来，王女士从三十多岁生活尚未达到富足的时候开始，就有隔一段时间奖励自己一件心仪衣服的习惯。那时候要拉扯孩子长大，生活并不容易，工作上作为医生也经常遇到很无助的时刻，觉得自己一点都帮不了病人的时候也非常痛苦，唯独每每看到镜子中变得更自信和更美的自己，就重新有了生活的动力。现在即使头发花白，但看着满柜子年轻时候攒钱买的好衣服便倍感欣慰，像回到了年轻时候的自己一样。从医几十年，遇到过各类型的病人，她最终总结发现多数的疾病都跟心里和生活状态有紧密联系，真正独立的器质性病变并不多。在慢慢悟出这个道理的时候开始，就重视每一位病人的心理状态。她的努力也遇到过一些不能理解的病人，但面对质疑，她说如果我在意旁人的肯定和回报，那么我的出发点就不纯粹了。临走前，她对我们说，年轻人，你们勇敢地付出吧，有喜欢的东西就买下来，懂得欣赏自己；对自己热爱的事业要坚持，把自己的爱和力量都奉献出来，不要去在意回报，到了阿姨这个年纪，你们会很坦然地回顾自己的一生。

听王女士聊起她的人生经历的这一个小时，我们多次被她带入到那个场景，好似发生在眼前自己正在经历一样。感动我们的不仅是她的善良和无私,更是她活出了自己，始终没有忘记自己在有多个身份之前还是一个女性，天生爱美丽爱漂亮。怎样的负重前行，都对生活抱着希望和热情。

品味冬境传说

陈思洋

前段时间，我参加了GIADA“冬境传说”之秋冬系列新品的商品培训。两天的培训课时间不长，但我感到收获满满。

GIADA在意大利语中有“美玉”之意，正如每一件天然印染的大衣、每一副精心打磨的吊坠，都是匠人手中的艺术珍宝。我非常自豪，我们的品牌拥有难以复刻的产品实力。作为这个团队中的一员，我有幸在日日的工作中感受GIADA的雅致纯粹，也见证GIADA的成长蜕变。

细细品味一下此季货品的主题“冬境传说”，整季的系列都是以叙述的表现手法营造故事般的情节与梦境，为GIADA lady勾勒艺术之美，传递优雅自信的生活理念；带着源于自然之景的灵感，引领艺术追寻者们在芦苇丛生中、从涟漪倒影里探寻自然与内心的静谧合一、宁静致远。作为Pre系列的首组展示，启明的氛围让人沉浸其中；闭目凝思，仿佛看到这样一幅画面：平静祥和的冬日，空中透着依稀可见的微亮，天幕上镶嵌着几颗残星，大地朦朦胧胧，四处笼罩在神秘的薄明之中，一位体态翩跹的女子着一袭长裙走进一片森林，身影柔和、舞姿轻盈、神情笃定，等待温暖黎明的苏醒……这样的意境拉开了20FW艺术盛典的帷幕，开启了GIADA lady的秋冬之旅。

所谓经典，即砺淬至极，不是一成不变，而是在保留精髓的基础上不断超越与创新，GIADA正是如此。于色调而言，在正统黑、白、灰的基础上点缀着宝石红、玫瑰粉、尤加利绿等色彩，带有灰度和柔度的色系富有层次感地渐变过渡，每一丝微妙变化都蕴藏创作者的巧思与自然艺术的深意，增添了新季度系列的独特魅力；于样式而言，即使是作为点缀的小小配饰，其元素的传承延续及品类做工的巧妙变化，都赋予品牌以昂昂生机。其中Crystal就是兼具经典之韵味与创意之灵气的典范：作为GIADA的一个代表性符号，极具辨识度，这种标识感的特质实属经典；而新颖的设计灵感又能适时满足欣赏者的审美认知，在不同品类

中元素的灵活运用也能为GIADA lady创造丰富的艺术体验。

本季的商品系列组合丰富，搭配多样且实用性强，给GIADA lady带来美观度与功能性的双重享受，这也让品牌始终保持旺盛不衰的强大生命力。品牌的感染力在于匠心独运，每一处细小的设计和搭配都令人怦然心动。不论在领襟肩袖之中、亦或裙摆褶裥之间，纵然是细密的针迹线缝也使人印象深刻，目光所及皆为惊喜。品牌的纯正意式血统及经久不衰的魅力还淋漓尽致地体现于面料材质的珍贵稀缺、做工技艺的独到精湛、品质性能的优良卓越、设计品味的高贵典雅及业界公众的高度认可。不愧为设计上的极简主义、细节上的精致主义！

真心希望每一位渴望追求美的GIADA lady，都能带着期盼的目光走进艺术殿堂，带着满意的微笑称心而归、自信生活。

冬境传说，灵动之美，秋冬时节与您相拥自然，共享秋日清欢、冬日暖意……

在艺术中汲取灵感

薛芳

这个月最美的画面，就定格在这个午后。

站在北京大饭店的橱窗后，阳光穿过多米洛岩石间隙，洒落的一道道的日光纹理，平静地铺在地面上，自然的光线配合上小牛皮的试衣间区域，再加上青铜家私的点缀，温柔舒适的让人着迷。在这里仿佛不仅是购物空间，更像是GIADA对环境的重塑，将自然元素融入意式的空间设计中，让每一个站在这里的人都情不自禁去想一些美好的事情，感受到不一样的一段时光。

那天是2021年春夏货品媒体预览，先后经历了夜间准备工作与日间的欣赏。

在完成现场陈列、展板、花艺、现场各处布置之后，已经是凌晨，我来找角度拍照的时候，突然有一点感动，夜里的这个空间有一种深邃的沉静，展板上是一段段图文，讲述着灵感源，旁边配上少而精的货品，俨然展馆般的感觉。静谧高级的空间里，回旋楼梯很是精致，站在阶梯上望去，长方形的布局，在空间上很有延伸感，视觉直到试衣间区域的外立面橱窗，外边是无尽的夜空。阶梯旋转的顶部连是正在筹备的令人期待的意大利餐厅。那一刻，我觉得这是一场自然与人文，艺术与陈列，视觉与传播的结合。天明，没有人会不为此沉醉。

日夜的交替，是光线在一处空间里的变换，俨然有不同的感受，深邃与温暖，犀利与平和…于是，有了开头的一幕。

这样的空间，是仿若艺术的一隅。是必须搭配如此平静舒缓的陈列风格的，才能将这种静远流深之感表达到位。陈列不局限在做销售的助力，更应当是品牌与当季概念的传播。我们必须要从不同的时间、空间中把握方向，选择当下最适合的方式去传播品牌。陈列目的是向消费者传达明确的品牌定位与品牌精神，而不是简单的销售表达。这一点，我们是要永远清晰的。

那天赵总跟我们聊起来，要多去学习看书、不断了解艺术相关的内容，才能不断拓宽视野，从艺术中汲取灵感。真心非常认同，我们新一季的灵感——塑生

自然，其实我看到这四个字的时候，便在想，什么是自然？我们的货品时如何进行与自然相关的表达？在专卖店形象打造上，我们又应该如何结合这个概念做好品牌的窗口。

经久不衰的艺术给予时尚源源不断的灵感。灵感来自于一切，艺术、绘画、建筑、音乐、电影、书籍、展览、旅行、现实生活中诸多的新奇事物。好的灵感是长时间的积累和瞬间的爆发，这不仅是针对设计师而言，对于我们更是如此，需要慢慢的陶冶和不断的培养。

在奢侈品公司工作，一切都应该像那么回事，我们是执行者也是创造者，不是吗？新的一年，愿我们拥有艺术家的灵魂，实干者的行动力。

记品牌挚友 陈数老师

丁扬

“她将中国女性的坚毅、独立与刚强的自尊特质演绎的入木三分，她用稳重大器而又不失张力的表演，描摹出一幅幅不同时代背景下女性生存浮世绘。”

早前在做公关方案里的艺人部分时，我从所有媒体的人物评价里摘了这句话，她是“双料视后”——陈数老师。

九月，陈数老师作为特邀品牌挚友出席北京SKP GIADA限时快闪店直播活动中，当周她还作为GIADA House首席探索官“打卡”了我们时装周的线上展。

还没有机会了解她是什么时候开始知道GIADA、开始穿GIADA的，但从2018年加入公司以来，就一直在收到各种她穿着GIADA的图片。戏里，她连续在《幕后之王》、《长安道》、《完美关系》三部影视作品里穿了多套GIADA；戏外，她在平面拍摄、出席活动、哥本哈根展等各种类型的场合也都穿了GIADA。一直以来我们也都从不同的工作人员口中得知“数姐很喜欢你们品牌”这件事。这次SKP活动中，时尚芭莎问她的一个问题是“你拥有的第一件GIADA单品是什么？”她若有停顿，然后说“其实我第一次拥有GIADA并不是一件单品，而是同时拥有很多套，从经典的大衣，连身裙，套装，甚至一些配饰……”

而最让人惊喜的并不仅仅是外形气质上的契合。今年早些的时候，我在微博上看到一个陈数老师的访谈视频。视频里媒体问她“你演过很多大女主，你对大女主的定义是什么？”她回答“我心中的大女主内心一定是有股力量的，无论是身处什么年代，拥有什么样的荣华富贵或者经历过什么样的磨难，那种力量永远是你前行的驱动力，使你坚持走在路上，甚至鼓舞和影响别人。”

我看完后感慨，这番回答似乎也可以是“美”的定义，是“美”区别于“漂亮”所在。那些坚定有力量又温柔优雅的女性模样，才真正符合“美”在我心中的定义。每每看到像陈数老师、董卿老师等等这样的女性，甚至无论是明星、名人、企业家还是各行各业的顶级精英，会在工作中、生活中去选择我们的衣服，

我真的感觉好骄傲。我们一直以来所想通过时装去传达的，和她们所相信的、所践行的，是如此不谋而合。这种感觉太奇妙了。

9月29日SKP活动流程并不简单，加上是直播，并且是首次与明星做此类型的合作，虽然反复沟通细节，但还是一颗心悬着。而活动中，陈数老师每个环节的完成、的每个问题的回答都是那么得体而贴切。以至于我都分不清是因为她本身的能力所在，还是因为她太契合品牌，又或者二者皆有。那天活动之后，我于是感慨，不是谁都担得起“老师”这个称谓，就像不是谁都担得起“敬业”与“专业”二词。在她一天飞一个城市那密密麻麻匆匆忙忙的行程里，我能感受到一份“如果答应要做一件事，那就要把它做好”的执念。

而末了，想借用GIADA创意总监Gabriele Colangelo先生描述他心中理想的GIADA Lady的一段话作为此篇小记的结尾—— “她们接受过良好的教育，有着视野和远见，走过世界各地，见过沉浮万千却并不虚张声势，因为有丰富的内在作为支撑。而最重要的是，她们是独立的。独立的思想与强大的内心给予她们自由，并指导着她们做任何想做的事情。她们并不是会受潮流所影响的人，而是深知自己想要什么的，自信女性。”

想到这些总是很感恩。因为GIADA，所以懂得了真正的美是什么。因为GIADA，所以关注并仰望着董卿、陈数、袁泉、咏梅、俞飞鸿等等这些优秀的女性们、老师们。在令人眼花缭乱的演艺界里，在小花和流量层出不穷的时代里，她们像大树一样，如清流一般，永远坚定扎根、永远明澈，从容不迫，优雅而强大。她们是GIADA Lady，而 GIADA亦如是。

舌尖上的奢侈

张瑞国

各种情绪交织在最特殊的这一月：GIADA首家意式生活概念店-深圳益田盛大开业，精致的家具系列引人瞩目；上海华润时代，三个品牌联袂开幕，其中GIADA在时隔三年之后焕新回归；久光百货，让我深刻地体验到设计、技术流对于自己的考验，临时店的磋磨和困境在时刻警醒我，扩建的新店-这个被商场视为近几年最为复杂、难度最高的复式结构项目，也不断的让自己认识到未知专业的短板和亟待提高的需求；GIADA新商业模式尝试-奢侈品餐饮，将品牌从普通消费延伸到生活方式，这一完全陌生领域项目的筹备又对自己提出了更大的挑战。

有同事半开玩笑地给我压力，久光和大饭店两个项目处在国内最特别的两个城市、每个城市最特殊的一条街道和每个街道最有特点的一个物业。其实对于久光，尽管复杂、涉及专业、手续较多，但是围绕着稳定的基本体系是逐渐可以把控的。反而是大饭店，让我紧张又充满了兴趣和斗志去探索。坦白讲，对于餐厅项目，我完全没有经验，于是就开始了餐厅设计、厨房布局、主厨业务、餐具厨具设备、更为复杂的消防机电等等一系列的了解和学习，同时由于餐厅与店铺一体连接，所以我也需要考虑如何在立足于以往传统项目的基础上，跳出舒适圈，能够将品牌氛围自然过渡到另一个精致优雅的环境中。这是最难受的一段时间，但同时也是最能真切感受到自己的进步的一段时间。

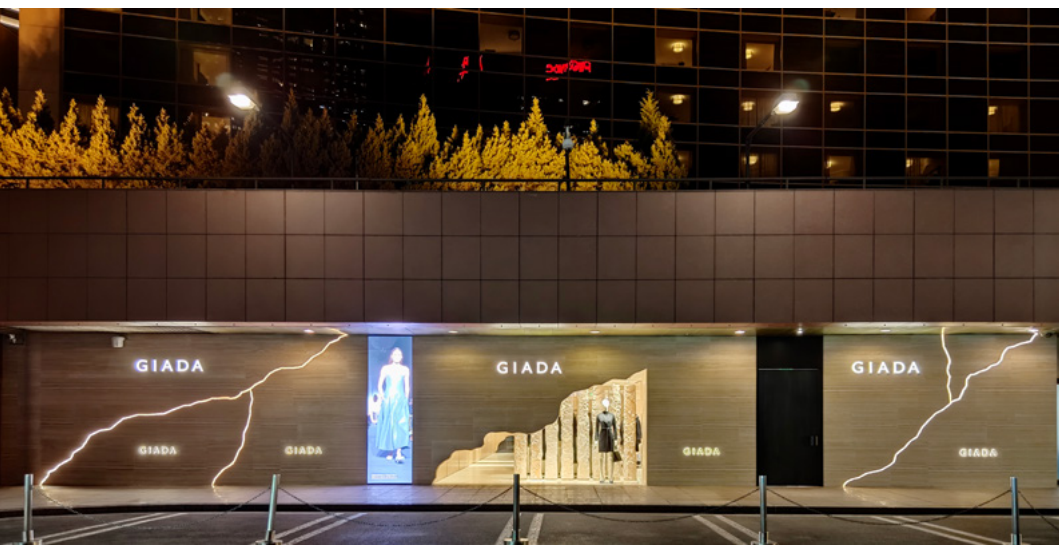
相比常规的专卖店项目，餐厅涉及的分项较多且要求更为精细。比精品店更有亲和力的整体装饰风格，实用功能性更强的服务动线设计，更精致的家具餐具系列以及更为舒缓、放松的整体氛围。许多品牌都陆续开始了这种跨界尝试，例如纽约Tiffany-The Blue Box Café，首尔Hermes-CAFE MADANG，东京Chanel-Beige Alain Ducasse等国外地区的餐厅，以及国内开设的上海1921 GUCCI，深圳Buberry-Thomas`s餐厅等等。精美拍摄的图片、详尽的文字介绍和各路吃货的打卡记录，无一例外都能看出品牌背后的努力和保持的一贯态度与品格。为了更

深入地了解餐厅设计的思路，实地踏勘和主厨交流就能提供最真实的情况。清楚的记得通过对丽思卡尔顿酒店餐厅的参观，以及主厨Stefano对于餐厅运营、后厨系统设备、服务动线等的讲解，我对整体设计特别是后厨系统第一次有了很清晰的认知，这个认知的转折点对于新项目的推进起到了很好的助力。

奢侈品跨界餐饮，是公司一次大胆的尝试，是对品牌精神的生活化延伸。从益田项目开业后收到的反馈以及目前国际上主流设计工作室的风向报告都可以看出：对于现代人特别是高消费的年轻人而言，单一的商品已经不足以引起人们的格外重视，反而是生活态度和生活体验。而奢侈品餐厅恰恰就是既能传递品牌设计精神，更能表达生活态度的最佳场所。当置身于奢侈餐饮的精致环境中，从装饰陈列，到餐盘、甚至是甜点本身，食材的美味加之无处不在的logo让顾客们不知不觉就沉浸到品牌氛围当中，成为品牌文化共振的一部分。奢侈的含义被重新定义成生活方式，而我们则很幸运的即将体验到品牌“舌尖上的奢侈”。

“1”

赵轩仪



金秋十月，北京国贸升起了一颗新星，璀璨而夺目地闪耀在首都最繁华的东三环地带——建国门外大街1号。作为GIADA全球首家集米其林意式餐厅与奢侈成衣为一体的店铺，GIADA中国大饭店荣登北京国贸，成为GIADA品牌历史中浓墨重彩的一笔。

这家店铺的闪耀面世，来自于公司多个部门的共同配合与悉心打磨。开业的前夕，赵总下飞机便马上来到店中，与工程部同事确认每一处工程细节；而我们视传小分队，也是满怀期待于25日抵达，希望通过精巧设计的陈列布置让这家店大放异彩。27号一早，赵总更是加入我们共同调整陈列，并从艺术的角度与我们分享了他的陈列理念，如大色块更有冲击力，如何陈列更能展现GIADA的美，给到我们很多关于艺术与美的启发。

而这家店铺的战略意义，来自于它卓越的地理位置、餐饮时尚的跨界之举、意式美学与中国首都文化的绝妙碰撞。无论是开车在国贸桥上，还是身处北京CBD任意一个高层地带，GIADA中国大饭店都会闪耀在你的视线中。意式米其林餐厅与GIADA成衣的优雅结合，更将成为网红营销的一个热门打卡地。

建国门外大街1号，这个“1”代表着许多含义：是国贸桥上最亮的“1”颗星，在周围众多宏伟建筑中依然脱颖而出，毫不逊色地闪闪发亮；是GIADA全球第“1”家体验式综合精品店，将为所有热爱GIADA品牌的人带来非凡的奢侈体验；是全北京第“1”家奢侈品牌与餐饮的跨界联合，将成为一个标志性开创之举。

作为视传分队的一员，我们也将带着这次感受美、体验美的经历，继续探索艺术视角的陈列之道，翘首以盼GIADA Garden的到来。

建筑的情绪

张瑞国

当越来越多的店铺映入眼帘后，建筑和装饰所蕴含的风格和美妙给我带来愈加强烈的感受，或者进一步说，情绪。丘吉尔曾经在讨论以何种建筑方式重建英国议会大楼时就谈到，“我们塑造了建筑，而建筑也影响了我们”；设计大师贝聿铭“让光来做设计”的理念实际上也是希望自然光能够给予建筑更多的灵气，从而赋予观众活力。可以说，有魅力的建筑从毛坯状态到半成品再到成熟的艺术品，在诠释设计原理的基础上，其魅力不仅在于能给人们以视觉享受，更在于可以影响人们大脑的生理状态，即情绪感染力。

初识GIADA的人们通常都会感叹店铺大气、温和的风格，与其他品牌的清冷形成鲜明对比；熟悉GIADA的老友会说，GIADA店铺有安静的力量，能够吸引人驻足休憩；对品牌更熟悉的朋友或许知道，GIADA极简主义的设计理念。实际上在当前，极简思路就盛行于欧洲和日本，实用功能主义搭配简单自然审美观，加之设计上考虑干净利落的线条感，使得很多新兴的设计工作室都视其为全球大趋势。但同时，极简之美的背面往往是失去部分个性，从而容易陷入一种“泛设计”的平庸或者失去温度。所以，什么是得体的极简主义？极简主义怎样通过空间和材料合适地展现出来，或者能和品牌风格相互融合？记得在我最开始接触这个理念的时候，这一连串的问题就随之而来，到现在，每次探店或者与CSA邮件的沟通，对室内实体的感官，对对方设计点的解释，理解在不断加深。当然，面对Claudio Silvestrin先生成熟的设计风格，无论是对设计载体的利用，还是对几何美学的发挥，我不敢妄言予以评述，只能通过直观的感受做浅层的解读。

首先，极简是空间的极简。具体来说，即空间留白，线条流畅一气呵成，主元素以外不需要其他复杂的装饰。譬如，空间的垂直性诠释于水景和石柱等不同材料及其高度的设计中；空间的平行性则通过延伸动线长度而拉长视角，增加视野长度。这种空间上的极简尽管简单但是却有秩序，功能性上各司其职；另外，

此种留白相当于电影中台词后的留白，看似简单缺少，却是留出了可供人思考的意境，休憩的空间就此形成。

其次，极简也是装饰的极简。欧洲现代主义建筑的先驱-Adolf Loos提出，“装饰即罪恶”，认为建筑不是依靠装饰而是以形体自身之美为美，必要的装饰应该是使用材料的自然部分，外加装饰都是不必要的。当看到这一观点之后，再联系到GIADA全店洞石风格，很难说CSA没有从Adolf那里吸收设计理念：越自然的物理空间越舒适，空间的界限感就会越模糊，从而带来家的舒适感。这何尝不是建筑自由表达自我、所带给我们的最好的感受呢。另外，从建筑内部装饰也可以扩展到服饰货品。是不是可以这样类比：一个人穿衣着装的设计或者裁剪，直接和简洁就可以体现一个人的真实；而建筑或者店铺的设计，作为实用性的场所，制作材料的功能性和耐用性往往就体现出品牌的本真，当其被过多装饰物附着的时候，耐用性也就受到了直接的损害。

体验着不同店铺的气质，感受着她们的情绪，我们希望在纷繁嘈杂的商业环境中，GIADA店铺可以带给人们“复行数十步，豁然开朗…”的感觉。我们使用自然的石材，质朴的原木，泉水自由流淌，介于闹与静之间，希望这个空间不仅可以容纳人的世俗活动，也可以成为人内心最为本质和纯真东西的栖息之所。

“重新出道”要做就做C位

吴梦璇

2020年的上半场，纵使生活给大部分人按下了暂停键，却让我们心灵成长的轨道在时间的打磨下越发清晰。疫情带来的变化像一把小锤子，在我原本建造的高墙上敲出了一道裂缝，而那道裂缝便是光照进来的地方，让我得以开启和宏珏的缘分，并越发庆幸这场疫情导致的小失控后收获的人生惊喜。

对于宏珏，最初的了解使于GIADA,每每在米兰拿破仑大道路过这家店铺，都会被它精致的店铺风格和优雅的服装产品所吸引。了解宏珏后，则是被它的企业文化所深深吸引，带着“奋斗，慈善，快乐”的理念去培养中国奢侈品行业的管理精英，让世界认可我们的品牌。宏珏的使命和愿景就像一团火，点燃了我内心最真实和最向往的追求。既然要做，就要做最好的，做到极致，不留遗憾。

经过五轮的面试，我终于如愿以偿的加入了宏珏Gabriele Colangelo品牌，作为回国后的第一份工作，这样C位的重新出道，给我了更大的责任感。只有通过严格要求自己，才能更快速的成长，能力与年龄无关，但一定是态度的产物。带着“又红又专”的宏珏精神，本着精英的理念做人，自信的态度做事，我得以在短时间内去尝试各种不同的可能性，在不被定义的标签中，不设限的放手一搏。在宏珏，对“人”的爱护，信任和培养，给了你当家作主的权利和创造无限可能的机会。从一线核心的销售，到逻辑缜密的CRM系统，到建立connection的公关交谈，再到商品部分的渠道拓展和运营。在这些多元的体验当中，我看到了更广阔的成长维度。让我在一次次的刻意练习中，收获独一无二的人生体验。

对于团队，每个人都是“乘风破浪的小姐姐”，“拼”是她们工作的姿态，“最好”是她们对自己的要求，“积极”是她们的情绪反馈。她们更加让我见识了公司“相玉，赏玉，凿玉，惜玉”的育人理念，每个人都已经在短时间内成长为集团可以独当一面的得力干将。大家对待新事物的求知欲和对自我的不断突破深深感染着我。在这样一个集优秀和个性多元化的氛围中，自己也带着空杯心态，

带着“又红又专”的宏珏精神，本着精英的理念做人，自信的态度做事。我得以在短时间内去尝试各种不同的可能性，在不被定义的标签中，不设限的放手一搏。

像一块海绵，最大限度的学习着他人的长处，同时不忘努力把自己的价值发挥到最大化。同时对于创业团队，在负责好自己业务范围内的事以外，模糊的工作界限和跨领域的工作内容以及人人都是主人翁的意识，对我能力和学习的要求会更高，成长也会更快。

对于Gabriele Colangelo品牌，我很开心可以在品牌成立初期加入，和大家一起见证品牌的成长。因为我们，定义并决定着品牌未来的样子！这种伟大的使命感，荣誉感和自豪感让我有了更大的动力去把每件事竭尽全力做到最好。在仰望星空的同时，我们需要脚踏实地，所以，接下来的销售阶段，是我非常期待的，我一直坚信，只有从最基本最核心的地方去真正了解市场，了解消费者，未来你所做的事情才会更加落地，有价值，也会更有目标性。作为一个店铺管理者，你要思考和安排的事物会更加琐碎，面面俱到，在兼顾业绩的同时也要充分调动店员们的积极性，快乐，自信的工作在店铺中显的格外重要。在做好管理者的同时还要具备一个销售顾问的专业度，让顾客感受到你对他们，对品牌与对工作的热爱，建立真正的情感共鸣。

以梦为马，不负韶华，砥梦前行，在探寻中守望，在守望中脱变。

对于中国的奢侈品行业，我只有一个信念，并坚信它一定能实现，就是在世界的舞台上C位出道！

也无风雨也无晴

徐心怡

奢侈品界的中国精英

7月31日 Gabriele Colangelo 北京国贸全球旗舰店，8月1日上海华润时代全球精品店双城联袂启碇这一事件登上Vogue时尚的新闻页面。历经十余年后，Colangelo先生的个人品牌终于在宏珏集团的帮助和支持下，得以进入市场，携带着他的意式极简审美惊艳亮相世界。

自此宏珏集团“多品牌，全球化”的战略又增添上了浓墨重彩的一笔，培养奢侈品界中国精英的集团使命又多了一个窗口。愈发觉得自己何其幸运，刚踏出校门就能遇见宏珏集团并加入这样蕴含审美哲学与天赋的意大利设计师品牌核心团队，参与创意、沟通与落地工作。

七月是疯狂的，七月是振奋的。

对于一个初生的创业团队而言，七月要完成一件似乎不可能完成的任务：联袂开启北京国贸全球首家旗舰店和上海华润全球首家精品店。同时，毫无零售管理和销售经验的我与团队公关负责人在出征前分别接下了国贸店和华润店店长的职务，让这件原本就看似不可能完成的任务变得更加超现实主义起来。

穿梭于北京上海之间，伴着晨光或夜色，忙碌之中倒是给了自己一方可以平静思考的天地。我开始自上而下地梳理自己的使命：我希望自己将来能成为奢侈品界的中国精英。精华本就指最精粹，最美好者。事物取其“最”必得付常人之数倍艰辛，此乃古今通理。若天将降大任，那么所有的试炼都是催化剂，所有的压力都是加速器。我感谢自己得到了这样难得的机会和平台。

一场扣人心弦的电影必然跌宕起伏，一部精彩绝伦小说必然别出心意。多重身份是公司寄予我们的信任和期望，也是给予我们的挑战和考验。公司在运营GIADA品牌之初就是希望能够亲自书写属于中国人的奢侈品运营神话，这一史诗仍在继续，Gabriele Colangelo的出现则是在这篇巨作中又加入了新的章节。

宏珏集团似乎一直在用大海中鲸的超声歌唱,不是每一个人都能够听到,但却更有穿透力也传播得更远。

奢侈品界的中国英雄

三国《人物志》道："夫草之精秀者为英，兽之特群者为雄。 故人之文武茂异，取名于此。"

我在自己的社交平台发布了品牌启碇的消息，收到无数来自各方好友的鼓励和支持，他们也讶异于我的成长与宏珏集团的勇气与魄力。2020年初新冠疫情让这个世界经历了当代前所未有的震动。当全世界各大时尚集团和头部大牌都在缩减布局，闭店裁员之际，宏珏集团逆势而上，从未停下开疆辟土的步伐。

英者为智，雄者为胆，各以二分，取彼一分，然后乃成。

宏珏的家国情怀无数次让我感动。当我把我们宏珏背后的故事给新入职的小伙伴们分享时，即使是年仅二十出头的她们眼里也闪动泪水。比如为何我们宁可牺牲利润也要做奢侈品；比如我们在疫情期间，公司扛着八方压力也要为员工按时发放全数工资奖金；比如我们数十年如一日地为慈善基金捐款等等…这些动人事件的背后，都是宏珏人的胆魄与智慧。

让我更敬佩宏珏集团的是，每一个人都秉持着淡泊之姿，沉静地努力着。从运营有着意式极简风格理念的品牌，到将世界级建筑巨匠的设计巧妙融入店铺内饰，这种低调而大气也正是宏珏人的特色。宏珏集团似乎一直在用大海中鲸的超声歌唱，不是每一个人都能够听到，但却更有穿透力也传播得更远。

"莫听穿林打叶声，何妨吟啸且徐行。竹杖芒鞋轻胜马，谁怕？一蓑烟雨任平生。料峭春风吹酒醒，微冷，山头斜照却相迎。回首向来萧瑟处，归去，也无风雨也无晴。"

在多个城市之间穿梭，时有风雨，时有晴天。在去拜访一位供应商的途中突降暴雨。突然映上了我最爱的《定风波》。

归去，也无风雨也无晴。

让自己成为一束光

郭卫星

今年，这个世界有很多让人感到寒冷的事情。但如果能让自己成为一束光，就能照亮周边的人。宏珏捐助海外企业或个人的所需物资就如同一束光，周边的人被照亮，自己也被照亮。这是我回湖南，去米兰，返深圳，感受到的。

尽管自我隔离很煎熬，但各种信仰、或者没有信仰的人可能发现，这正是一个让我放慢脚步、在祈祷或沉思中暂停反思的契机。经济不好，业务量低的时候，越发要通过学习提升业务技能，积蓄足够的能量熬过漫长的经济寒冬。有学习的机会就不要擦肩而过，新的认知会给到你最好的答案。

在这个变革转型的时代，如何从设计艺术与科技的交汇领域发展出新的边界，成为了当下重要的使命。无论我们身处哪个时代，保持不变的只有“变”，保持创新、持续创新。今天，设计行业显然正朝着更加开放、协作的方向发展。以拓展先锋性的设计文化为诉求，以众多设计学科、数字媒介和AI人工智能相融合，促进变革转型时代新观念和新创造力，拓寻设计未来与可能。

设计背后是文化、文化背后是精神。特别是传统文化元素从来就不是设计的重点，因为设计本身就是创新探究未来。所以我们应该把文化核心精神用现代转化，当今设计语境之下，我们的创新创意不是某个传统符号元素的简单提取和堆砌、叠加，而是透过表象的形态，取炼文化内在的核心精神气质，赋予设计生命状态般的感知。

比如西方的抽象画派，像蒙德里安和康定斯基，他们把欧洲繁琐的沉重的文化，化繁为简抽离出来；包括包豪斯创新的形式对世界设计的影响。传统文化和当代美学相结合，就要抽离形态和元素，而找到核心的生命精神，而不是一味强调民族本土，更需要国际性和当代生活美学。

简洁已经作为设计的一种特有气质，被认可和喜爱。一种品位，表达出对自然、纯净、质朴的赞美，突显艺术气息的同时，把设计的每个细节的把握，都做

到谨小慎微，深思熟虑。如何达到以少胜多，以简胜繁的效果，用相对开放的元素来引导使用者在空间中享受生活，尊重使用者的真实需求。

选择工作，也就是在选择一种生活方式。我一直倡导生活和工作是圆融一体的，彼此之间互为关联滋养，生活即设计，设计即生活。

我无法成为伟大的人，我只能心怀大爱做细微的事情。作好与艺术相关联的工作，是整个假期思考的问题。不顺势而为，不应时而变，任何人都可能被时代的一粒灰压垮。疫情期间的恐慌，做不了什么，就看好家人，做好自己。生活依然有很多值得记录的安好，比如 阳光、新鲜空气、书、音乐、冰镇啤酒…

宏珏有梦

郭梦

初识宏珏，恰巧是一年以前：那是纽黑文一个普通的雪夜，耶鲁一个普通的教室，一个慈眉善目的“伯伯”，几个意气风发的年轻人带来了属于他们的心路历程。犹记得，那晚“伯伯”走在大家后面，进入教室后发现桌椅的布局不太适宜同学听宣讲，就二话不说亲手开始拖起了桌椅。桌椅并不轻：他得时而佝偻起背，时而全力前推，那动作有一丝丝笨拙，但却特别真挚。 我赶紧上前帮忙，也就此打开了话匣子：言谈之中却感受到一个如孩子般不曾妥协的初心，和一个企业家超乎常人的远见与格局。那一刻，我有些疑问：之前见到的企业家大多是最后一秒姗姗来迟在教室入座，但团队毕恭毕敬的态度以及邀请领导首先致辞的流程，已彰显了其身份的“尊贵”。而赵总，却用无声的语言诠释着“人文”二字。这个企业究竟是有怎样的魅力，让每个人都闪耀着谦逊而自信的光芒。而接下来的两个小时，我的疑团渐渐解开。

那一晚赵总没有上台，他只是微笑着聆听着他的爱将们挥斥方遒。但于我，有太多的画面历历在目：有“慈祥的伯伯”说的“要做一个中国人的奢侈品牌”，有“气质小姐姐”说的“培养奢侈品行业的中国精英”，还有“儒雅小哥哥”说的“奢侈品的未来怎么办，答案是你们啊”以及那个即使翻页也格外认真而优雅的倩影。后来我才知道他们的名字，是Amy、Zheng和Polly；重要的是，他们有个共同的名字——红珏人。

红珏人，真的是一个有魔力的名词。因为梦和爱，才是能激发人的动能。这种能量只有积蓄、爆发、传递的过程中才能源源不断地升华，生生不息。但这动能来之不易，既不能随意生成，又无法肆意掠取。只能靠一颗真心碰撞另一颗真心，一个梦想点燃另一个梦想。可惜的是有梦之人不常有，热心之人不常在；庆幸的是总还有人，热血未凉，追梦在望。

因为有爱，所以无惧

因为有梦，所以无悔

宏珏，续写春天的故事

陈思洋

十月，是宏珏的十月，更是祖国的十月。

转眼间，迎来了秋风送爽的十一小长假。今年的国庆和中秋双节齐至，在这花好月圆、金桂飘香的时节，耳畔缓缓响起《春天的故事》……

今年国庆黄金档上映了《我和我的家乡》等爱国题材的影片，虽然没去影院直接感受家国情怀的浓烈氛围，但习总书记莅临深圳的一番讲话让我对时代所赋予我们的力量有了更深刻的体会和感悟、对伟大祖国的日益兴盛强大产生了更强烈的自豪与期盼。

10月14号，习总书记在深圳经济特区四十周年庆祝大会上发表了令人振奋的讲话。回望历史长河，从1979年那个春天开始，深圳开启了改革开放、社会主义现代化建设的崭新征程。作为世界的窗口，经济特区的建立打开了中外自由往来、开放贸易的大门。在党中央的正确领导下，广东成为改革开放的排头兵、先行地，深圳用短短的四十载光阴走过了国外一些城市需上百年才能走完的历程、实现由一座落后的边陲小镇到具有全球影响力的国际化大都市的历史性飞跃。

看似寻常最奇崛，成如容易却艰辛。深圳等经济特区一路走来，每一步都留下了无数创业人艰辛奋斗、挥洒汗水的拼搏印记，书写了一页页青春和梦想的篇章、一段段成长的故事。这座南方小城沉淀了年代的沧桑变迁，汇聚了社会进步、实干兴邦的强音，为来自五湖四海的追梦人提供大展拳脚的平台与契机。

宏珏便是这大部队中的一股强劲力量。作为中国人独立运营控股奢侈品的成功典范，宏珏依靠丰富的奢侈品市场运作经验以及成熟的品牌管理架构，发挥独特的品牌经营管理能力，结合奢侈品艺术文化，发展和延申时装魅力及至美深韵，敢闯肯试、敢为人先，对中国的奢侈品牌发展之路起到引领示范作用。就如

同深圳的与时俱进，率先发展社会主义市场经济，采取特殊政策与灵活措施，先行一步、杀出一条血路，成为社会主义现代化建设的中流砥柱。

GIADA是中国人自己运营的国际奢侈品牌，我们拥有国内外的顶尖人才资本、一流的管理水平、强大的资源体系，聚天下英才而用之、识世界精品而供之，在深圳这片国际化、现代化的优渥土壤中，得以滋养生长、逐渐成熟壮大。正是秉承着人才是第一资源、创新是第一动力的战略宗旨，宏珏才能成就有生命力的人文企业、独创运营控股意式艺术瑰宝的先河；注重系统化及整体性，协同提升综合效能，从而获得持续高效的全面发展。这座城市，保护从商者的合法权益、激发和弘扬了企业家精神，激励着胸怀抱负的人们干实事创好业。倘若说深圳给予宏珏的是勇“创”敢“闯”、爱拼才会赢的冲劲儿，那宏珏回馈深圳的便是脚踏实地、蹄疾步稳、永不言弃的坚持与执着。

我国社会正在形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。一方面，带着全面深化改革、扩大开放的光荣使命，深圳的日新月异为宏珏的蒸蒸日上、蓬勃发展提供了丰厚的养料，高素质优质人才的聚集营造出了创新钻研的文化氛围、给予企业经营以成熟的资源支持，也为其注入勇往直前的强劲动力。另一方面，新形势需要新担当、呼唤新作为。宏珏及旗下优秀的品牌，砥砺奋进，应用互联网+的经营理念，以思想破冰引领文化突围与艺术超越，积极利用全球多元市场环境与多样文化体系、践行多品牌发展战略，也为深圳增强了“引进来”的吸引力和“走出去”的竞争力；并且，我们坚定不移奉行互利共赢的开放战略，既从世界汲取发展动力、也让中国发展更好地惠及世界。随着在实践与探索中不断丰富和发展、逐步提高贯彻落实新发展理念的能力及水平，相信宏珏集团在未来会助力于更多商业机遇的发掘、贡献于深圳及广东的繁荣兴盛，一步一个脚印为中国时尚行业添砖加瓦、让中国勇立世界奢侈品牌的潮头。

如今我国正处于实现中华民族伟大复兴的关键时刻，经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，社会主要矛盾发生变化，人民对美好生活的要求不断在提高、对艺术之美的诉求也愈发强烈，精神文明建设已成为新时代的主流。经济长期向好，市场空前广阔，发展韧性强大。作为创业大潮中的追梦者，红珏人的拼搏义不容辞。我们会永葆发掘美的眼光，以一往无前的奋斗姿态、风雨无阻的精神状态，为中国的奢侈品事业效力。坚信在不久的将来，更多优秀的国际品牌会被中国推向世界奢侈品的顶峰。

然而，居安尚需思危。虽然现在情势好，但我们仍切忌松懈、而应保持清醒进取的头脑，需时刻谨记，这条征途并不平坦，崎岖险阻充斥其中、复杂及艰巨程度难以想象。现今依然有许多人不认可不支持中国人发展奢侈品，产业空洞也仍旧存在。在此关头作为控股奢侈品的中国领军企业，我们绝对不能被逆风和回头浪所阻，要坚定信念，弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神；洞察行业经营状况与动态趋势，精准识别市场需求，优化升级供应及分配流通结构，提升供给侧体系对需求端的适配性进而满足日益升级的消费体量；紧紧抓住商业缺口，把握时局机遇，从容迎接未知挑战，增强自身竞争力与风险防控能力；凝聚更大的勇气和智慧，摸着石头过河。只有具备这种实力，才能冲破桎梏、突出重围，闯出商业模式与艺术文化巧妙融合的一片蔚蓝晴空。

不远处，红珏人正踏浪前行，伴随南海边这座不平凡的小城，带着历经沧桑巨变的时代印记，走过那些波澜壮阔的岁月，在浩荡征途上续写着一篇篇春天的故事……

《红珏人》

叶梓

秋招最经典的面试问题之一，莫过于“为什么选择xx公司”/“xx公司的企业文化是什么”/“谈谈你了解的xx公司”。迷失在眼花缭乱的招聘场，多数候选人会像一个背诵机器，遵从面试SOP，把百度/官网上的内容一股脑倒出。

我正是此时与宏珏相识。依赖互联网的我，惊异于负面评论之多，感叹究竟是多专制狭隘的环境能够造就这样充满戾气的员工。直到我翻开《红珏人》，所有迷茫、不安与疑惑都在阅读中被打消，随着文章起伏而激动、呐喊。学生生涯与文化打交道的我，深知文化难以定义，深知文化难以塑造，更难以伪装。宣传企业文化的人很多，能真正拥有它的企业，却很少。而在《红珏人》中，一篇有血有肉的短文，是一段鲜活的历史。当每一个人都成为文化的传播者和创作者时，我的面试SOP失效了。

几个月，从求职者，到面试官；从博物馆，到招聘场，我的人生轨迹好像因为翻开《红珏人》的那一刻，改变了许多。看着同学们提交《红珏人》读后感，看他们与当时的我处于同样的境地，同样被这本内刊触动心里那最柔软部分；看他们处于“史上最难毕业季”，在各种不利客观条件下挣扎与奋斗，而我能给予他们力所能及的建议与帮助，前所未有的那种骄傲感油然而生。微信专栏“红珏人”的诞生，更是能让更多人即时分享关于“奋斗、慈善、快乐”的鲜活故事。恍惚之中，我也成了文化的传播者与创造者，我也成了曾仰望的《红珏人》中的一份子。

由此想到，余秋雨先生在查阅两百多个定义之后，将“文化”称之为“一种包含精神价值和生活方式的生态共同体，它通过积累和引导，创建集体人格”。中华大地上文化出演的场面，唯有遗迹可以见证，而这些沉默孤寂的遗迹则需要被阐释、说明，就有了碑。我想，每一个红珏人，便是宏珏文化；而《红珏人》，便是宏珏文化的碑。

不仅是每一个红珏人，书写了《红珏人》，书写了属于宏珏的历史；作为集体人格的《红珏人》早就存在，代代薪火相传，只是拿到接力棒的每一个红珏人写下了它。正如荣格所说，不是歌德创造了浮士德，而是浮士德创造了歌德。而我，正是新生接力棒大军中的一员，我正要用希望的火炬书写我与宏珏的故事。