

红珏人

谨以此书献给宏珏人

序

七月一号在家看完中国共产党建党100周年庆祝大会的直播，情不自禁的心潮澎湃，感慨万千……

带着一颗难以平静的心情，在中午欢迎新员工入职，公司整合营销传播部门成立和联合行动动员大会时，更加坚定和自信地重申了宏珏“培养奢侈品行业中国精英”的责任以及“成就一个有生命力的人文企业”的愿景。

习主席在天安门上举臂振呼“伟大的、光荣的、正确的中国共产党万岁！伟大的、光荣的、英雄的中国人民万岁！”的这一刻达到高潮，这是只有历经沧桑的中华文明在中国共产党艰苦卓绝、前赴后继，用无数烈士的鲜血和生命，以及千千万万有信仰的共产党人换来的天籁之音；这是代表全中华民族发自肺腑的心声；习主席庄严宣告，中华民族迎来了从站起来、富起来到强起来的伟大飞跃，实现中华民族伟大复兴进入了不可逆转的历史进程！

中国共产党的先驱们在创建中国共产党之始，就把为中国人民谋幸福、为中华民族谋复兴确立为自己的初心使命；一百年来，中国共产党就带着这一份信念，在黑暗中诞生，在苦难中成长，在挫折中奋起，在奋斗中壮大，从一个只有50名党员的组织，不断进取，团结一切可以团结的力量，得以屡屡化险为夷，转危为机，发展成了世界上最大的马克思主义执政党；以“为有牺牲多壮志，敢教日月换新天”的大无畏气概，前仆后继、浴血奋战，艰苦奋斗、无私奉献，书写了中华民族几千年历史上最恢宏的史诗，让曾经备受屈辱的民族走向世界舞台，带领中国人民一步步做成了一件可能是有史以来最伟大最不可思议的事业，取得了举世瞩目的伟大成就。

中国共产党最动人心魄的不是光辉的伟大成就，而是千千万万坎坷奋斗的共产党人；最令人振奋的不是恢弘的伟大胜利，而是一次又一次百折不挠的战胜苦难的力量；最令人感动的不是悲壮的伟大史诗，而是明知不可为而为之的壮举。

不仅如此，中国共产党始终坚守的初心，在为中国人民谋幸福的同时，顺应时代潮流，推动各国加强协调和合作，把本国人民利益同世界各国人民利益统一起来，朝着构建人类命运共同体的方向前行。在中国共产党成立100周年之际，习主席同来自160多个国家的500多个政党和政治组织等领导人、逾万名政党和各界代表共聚“云端”，探讨“为人民谋幸福与政党的责任”这个重大命题，在更自信、更从容、更淡定的心态基础上，以对话交流代替说服，以传播互动升级宣传，以增进发展共识超越博弈，传播中国故事特别是中国价值、中国思想、中国精神，展现真实、立体和全面的中国。

中国共产党中不缺能打胜仗的将军，不缺舌战西方政棍的明星外交官，也不缺闪耀科学论坛的大师，但在这个100年的重大节点的时候，获得国家最高荣誉的“7.1勋章”获奖者如丽江华坪女子高级中学张桂梅老师，还有另外28个人，代表的是千千万万把平凡事情重复了几百上万次来自人民、植根人民，立足本职、默默奉献的平凡英雄。我们平凡的每一个个体加在一起就可以改变世界，为中华民族的伟大复兴贡献一点点力量。

中国共产党发起人选择共产党的思想本身就已经是一个创新，是中国人在至暗时代不断碰壁，失败而摸索出来的能够拯救中国的新药，成立之后的中国共产党更是通过不断的创新带领国家一步一步走向富强。战争年代的党指挥枪是创新；从韬光养晦，有所作为，到现在的一带一路共赢开放，甚至主导国际形势，都是根据当下的局势进行的针对性创新举措。

创新并不自是局限于发明创造，一切对组织发展有利的改革都是创新，与这些优秀的组织不谋而合，宏珏也从未停止创新的脚步，GIADA深化出的Art to art概念并付诸于行动，创设“岩石上的花”致敬GIADA女性；GIADA Academy学苑的创建；GIADA Garden的横空出世；Curiel将高级定制的概念演绎出的小黑裙单品类；Colombo在创新面料和工艺为优势的基础上打破品牌原来的框框；上海梅龙镇“意大利之花”的品牌整合和自成一体的商业模式是商业竞争上的被迫创新出

来的；我们从专注于产品的创意设计和品质到同时兼顾客户体验，再到如今的整合营销传播，公司一直与时俱进的一步一步调整自身结构和运营模式应对市场最新的挑战，完成了从传统零售到新零售的转变。

在西方国家和强大资本不断设置行业壁垒的这种状况下，无论是从资本的角度还是资源的角度，我们都没有可能去做好一个奢侈品品牌。我们如果只是不惜代价，聘请全世界最好的设计师，建筑师，使用最好的面料原材料，最好的工艺，却没有肩负中国共产党一样的使命去逢山开路，遇河搭桥，发扬红船精神，在长征精神、延安精神，抗美援朝的上甘岭精神中吸取力量，我们就可能无法发展到今天的高度。

我们的竞争对手就如满清时的西方列强，他们高高在上，趾高气扬的赚着中国消费者的钱，却反而对消费者、对提供经营场所的物业颐指气使，他们会创造业绩的神话，也能让一间高大上的商场轰然倒塌。有的物业出于同其他物业竞争的原因，不仅要给某些品牌投资几千万上亿的店铺装修，给他们一切不可能想得出来的条件，哭笑不得的是会为招商到这些品牌而骄傲自豪，这些更增加了我们开展业务的难度。

中国共产党花了整整100年让中国人民站起来、富起来、强起来，红珏人也在让中国人在奢侈品行业占有一席之地的伟大征程并取得胜利的路上，我们将不憚冒险，无问东西。

越是伟大的事业，越是充满挑战，越需要知重负重。

我们宏珏的愿景是成就一个有生命力的百年企业。100是个很奇妙的数字，常常代表是圆满或终点，要做100年的企业，以示长久和突破，这也从侧面体现出一个组织能够生存100年的难度，更不论还要保持不断的进步和发展。

我们必须打起十二分的精神，因为再先进的思想，再伟大的战略，最后还是需要通过艰苦奋斗来实现，既已投身于百年企业基业长青的建设工作，唯有全力以赴才能铸就伟大。

春天的道路依然充满泥泞，没有哪一代的青春是容易的，宏珏的青春在奋斗、拼搏和奉献中走过，才书写出现在的美好篇章。只有在年轻之时奋斗过、拼搏过和奉献过，我们以后在回忆的时候，才能自信的说一句：我的青春无悔。

我们这个时代的青年，精神里有振兴中华的坚定信仰，骨子里是奋斗和拼搏的热血忱忱，心中有火，眼中有光，生命中的每一分每一秒都在为心中的理想前进。

青年之美，理应在于满腔热血和一股冲劲，怀揣奋斗之心，勇敢向前，唯有为人奋斗，为境遇奋斗，为时代和国家奋斗，才不负韶华，才真正担当的起“中华民族儿女”这个神圣的身份。

我们宏珏的青年以实现中华民族伟大复兴为己任，增强做中国人的志气、骨气、底气，不负时代，不负韶华。

赵一铮

二〇二一年七月八号于深圳

有五星红旗的地方，就有信念的灯塔，如果信念有颜色，那一定是中国红 —— 孟晚舟

目 录

在暴风雨中跳舞	1
苹果树	4
超越自身的存在	7
把自己想得伟大一点	10
不简单的事	13
自信	15
我和我的祖国	17
树高千丈 落叶归根	19
光荣，就是意义	21
进与退	23
宏珏特色	25
所见所思	27
在宏珏	29
红玉	31
长风破浪会有时	33
对，我们就是奢侈品	35
梦想的力量	37
掌艺术之灯前行	39
一个“睡美人”背后的故事	41
气盛	43
格局	45
赢得成功与尊重	47
野马与骏马	49
爱身边的人，做生活的主人	51
归来仍是少年	53
未来可期	55
永恒之美	57
寻光而生，艺术永恒	59
我的同事刘伊林	61
岩石上的花	63
我在，阵地就在	64
一人，可成军	66
荣耀	68
欲与天公试比高	70
不平凡的人	72

目 录

与美同在	74
绝境逢生	76
GIADA is Indeed Flower on the Rock	78
永不设限	80
我们不一样	82
爬山之乐	83
成长	84
不畏困难	86
逆行的梦想家	88
不卑不亢，筑基自信	90
慢	93
重新出发	95
宏珏，我们平凡生活里的梦想	97
新的挑战	99
一张手写卡片的意义	101
从0到1	104
做奢侈品行业的“革命者”	106
青年底色	108
热爱是一种信仰	110
宏珏青年	112

在暴风雨中跳舞

应雨韵



“你要去更大的海里游泳。”赵总在我离开校园将近十年后鼓励我继续深造学习提升自己。受到《觉醒年代》中先哲为了“爱国进步民主科学”奋斗的感召，在即将迈入而立之年，我递交了在职攻读北京大学光华管理学院 MBA 项目的申请，期望深度思考如何能为行业和企业的发展创造更大的价值。面试加笔试共七轮的申请流程，在满满的工作日程中合理规划，甚至利用好每一段在飞机和高铁上的碎片时间准备全国联考，最终以总分前 1% 的成绩成功获得光华的 Offer。遥想学生时代的自己，即便拥有 16 岁保送浙江大学，又获全额奖学金赴剑桥大学留学的体验，却从未真正读懂中国、读懂时代。在宏珏开启自己的职业生涯后，在经年累月同西方强大的奢侈品品牌管理体系的抗衡过程中，我才愈发体会到家国情怀是种融入到血脉中的精神力量，精英之所以是精英是因为承担了多数人不该或无法承担的社会责任，为了成就别人而甘于奉献自己。只有建设成了更加富强民主文明的中国，才会有中国企业和中国企业家被世界认可的平台，这是我们这一代中国新青年责无旁贷的强国重担，更纯粹地有了“为中华崛起而读书”的体悟。

九月开学之初，有幸得北大安排在燕园浸润学习一周，由北大知名的哲学、历史学、考古学、佛学、美学、政治学等学术大家授课，塑造人文素养。北京大学的校史本身就是一部浓缩的中国近现代史，传递着北大深厚而独特、内敛而坚韧的人文精神。不论是南陈北李相约建党，在艰难的条件下传播马列主义，并为此奉献宝贵的生命；还是毛泽东虽身无分文但心怀天下，在红楼做图书管理员时大量阅读书籍寻求治国之道，亦或是“鸡鸣其起舞”的季羨林老先生一生勤勉刻苦做学问，无数的北大先驱们用自己的热血和坚毅谱写了最值得传承的北大的人文精神。“你们一旦佩戴了北京大学的校徽，就有了被选择的庄严感”，北大人身份更是一种自我激励的驱动力——“永不甘于沦为平庸”。这一份对平庸的



摆脱，则是精英所担当的社会责任成为所在行业或是企业的先驱者。有幸在巨人的肩膀上承载北大人的使命，激发了吾辈当自强的使命，更加坚持孤往的精神追求真理，不畏惧风雨。更让我深刻地明白我们宏珏人所正在努力进行的事业是多么有意义。这是我在北大上第一课的感受：坚持心中所爱欲罢不能，传承百年大家之傲骨精神，干出实实在在的成绩，把人生过得如博雅塔一般峥嵘挺拔，像未名湖一般博大灵秀，这也是北大人所特有的“外未名而内博雅”的胸怀，恰恰也是宏珏人的气质。

国庆期间观看了电影《钱学森》和相关的纪录片，不禁让我想到了我的外公。外公是一名上过抗美援朝战场的战士，年少时的他为了保家卫国义无反顾上了战场。从小就听外公和我们晚辈讲述那个补给极度匮乏的时候，志愿者们都没有害怕没有退缩。后来外公跟随单位所在的地质勘探队，三十年都驻扎在广东省最贫困的山村里，翻越山川勘探地貌，为中国第一颗原子弹爆破的铀元素材料勘探做出了重要的贡献。那时候地质队的条件异常艰苦，却有一批从苏联留学归国的女大学生，主动放弃了留在中央部委的机关工作来到基层一线，哪怕后来因常年接触放射性元素，这些曾经留洋的技术精英的一头乌黑的秀发都脱落光，都没有一句怨言。那个年代没有“小我”的概念，人人争先去到能够为国家发展做贡献的岗位上，这是无比光荣的事情，为中国的核事业而奋斗终生，为有朝一日中国不再被欺凌。

有幸生于华夏，继承了家族的红色基因，虽然没有像钱学森对国家发展做出伟大贡献，没有像外公那个年代人的无私奉献和敢于牺牲，但是从我挑起宏珏人力资本部的时候开始，我深知肩上的担子是要为振兴中国奢侈品行业去培育顶尖的人才。相比资本和全球供应链的布局，中国企业都不占优势，想要赶超已拥有百年历史的奢侈品品牌，那么唯有人才革新，以人才创新的驱动力拉动中国市场巨大的消费潜力。因中国时尚产业教育和培养资源稀缺，当务之急便是继续深化自主的人才培育体系，宏珏整合全球时尚产业相关的生源资源，搭建从招募到培养“又红又专”的奢侈品行业管理精英的人才体系，实现人力资本增值。

宏珏作为第一家直接进入哈佛大学和斯坦福大学进行校园招聘的中国企业，在八年的时间里，人资部的足迹踏遍美国、意大利、英国，累计航程突破三百万



我们今天所有的努力，不也正是为了“培养奢侈品行业的中国精英报效祖国，成就一个有生命力的人文企业”，为了漂漂亮亮地打好、打赢一仗吗？

公里。通过面对面的交流分享会向数以万计渴望了解和进入奢侈品行业的莘莘学子们讲述奢侈品行业，并以严格的筛选体系招聘录用毕业于哈佛、剑桥、麻省理工、耶鲁、西北大学、芝加哥大学等高等学府中超过三百名优异的应届毕业生回国报效祖国，让她们像钱学森一样为中华民族的伟大复兴贡献一份力量。作为集历史、文化、艺术、设计、科技于一身的奢侈品行业的宏珏人，我们正在践行着钱学森提到的教育、音乐领域滋养着一批又一批的中华儿女的教育理念。宏珏人力战略的高瞻远瞩之处便在于我们掌握了从最初的高素质优秀人才的遴选，到定制化制定职业发展规划，到系统性的培训和充分给予青年员工以施展才华的平台和机会的一体化体系，有培养人才的坚实的“土壤”。

在卷帙浩繁的《权力的游戏》中，作家George Martin一再强调他心目中的大英雄并不是以坚强意志攫取权力宝座的王者，而是那些对美好和爱充满渴求的梦想者——“我自己心目中的英雄是那些梦想者，是那些竭尽全力、以或宏大或细微的方式让世界变得比他们发现之初更加美好的男人和女人。他们当中有的成功地实现梦想，有的彻底失败，有的功亏一篑……但无论是哪种情况，在我看来，他们为了梦想所付出的努力都是史诗级的——事实上，无论输赢，我发自内心敬仰那些竭尽全力打一场好仗的人。”我们今天所有的努力，不也正是为了“培养奢侈品行业的中国精英报效祖国，成就一个有生命力的人文企业”，为了漂漂亮亮地打好、打赢这一仗吗？

苹果树

何知非



意大利驻华大使 Luca Ferrari 在 GIADA Claudio Silverstrin 艺术影片首映礼上讲话

当东风二号顺利发射时，屏幕上映出钱学森的独白，“这就是我种的苹果”，一时间泪湿了眼眶。这个世界不缺天才，也不缺将才，但拥有绝顶的学问和常人难以企及的名誉、权力与财富，一人可堪五个师的能量，却在见过最先进完备的科研设备与最高精尖的人才团队后，仍愿意回到贫瘠艰苦的一毛不拔之地中与一群“大老粗”逆风翻盘的天才，或许唯有钱老。

小时候我以为爱国是种本能，藏在“黄色的脸、黑色的眼”的歌词中，染在红领巾和三道杠里，映在目视五星红旗升起的瞳孔里。长大以后，我发现爱国是一种选择，在巨大的个人利益面前、在复杂的外部强权面前、在偏激的环境观点面前，有些人对爱国按下了否定键，甚至为了融入新的圈子，虚张声势、指责抨击国家；还有些人放弃了选择，以麻木回避的姿态不去考虑这个问题。但他们忘记一个根本的事实：个体命运与国家发展是密不可分、休戚相关的，中国人的烙印早已印刻在了骨子、血脉与每一个细胞里，无法割舍。那些看似被新圈子接纳的“公知”，其实不过是被对方视作攻击中国的工具人和跳梁小丑，连做人最基本尊严都已不见；而那些将小我从大我中干干净净摘下的，看似精致、圆滑、擅长虚与委蛇，其实不过是个空心人，内里缺了根骨与底气。好在近两年社会风气与舆论环境的变化，无论是爱国题材影视作品的热映与追捧，抑或是青年一代对钱老这些功勋伟人的由衷崇敬与爱戴，无不让爱国的本心再次回归——爱国又成为了一种不需要理由、不需要权衡的本能。但仅依靠一腔肺腑爱国不够，爱国还需要理性，需要担当。

钱老的爱国之法便是理性与担当的结合。电影中教授游说他留在美国，略带嘲讽地问他回到还处在农耕社会的中国可以做什么？钱微微一笑，说他要是在自己的祖国想做什么都可以，“我可以种苹果树。”初看时我以为这句话带丝赌气的成分，毕竟经历了美方的轮番利诱、威逼与构陷后，对美国彻底失望必然

我喜欢电影中“苹果树”的比喻。它既是栖于广袤土地上的一个朴素的小我之愿，也是四两拨千斤的中国智慧，更是一颗为了大我而撒下的希望与未来的种子，种在尚未开垦的落后之地里，种在偏见怀疑的审视目光里，种在一切看似不可能的想象里，由一颗种子变成一棵树再变作一片林，由一个播种人引领一群守林人。

一心回国。但再往后看，我发现我想错了，钱回国的决心早在出国前便已立下。他大方向教授承认，他来美国便是要学会最先进的知识带回中国、建设祖国；师夷长技，不为制夷，但为自强不再被动。他的报国是经过深思熟虑后理性的途径。

而担当更不用说。偏远荒凉的简陋场地、武人出身的草台班子、半道跑路的俄罗斯指导团，便凑起了钱学森的原子弹与导弹的研究中心。八年，是他向主席允诺的实现两弹合体的期限，而从无到有，在基础设施、科研人员的素质、生产制造水平严重落后的情况下，他履行了承诺。从西学东渐，到中国自创，这其中还要多亏了钱夫人蒋英由歌剧改学昆曲来纠正国语发音的启发。正如橘生淮南为橘，橘生淮北则为枳，美国的技术与理念在那时的中国并不具备孕育的土壤，若生搬硬套，一味模仿，能否成功不说，至少跟着别人走意味着永远落后于人。在中国的土壤上，就得用中国的办法，做具有中国特色的科研创新。“我不求单项技术的先进性，只求总体设计的合理性，充分利用仅有的资源，以总体设计负责对各个分系统的技术协调，提升改造现有的工业技术”。迈出这步，是敢为人先的担当，也是在当下环境中理性思考的最优解。

爱国是原因，也是目的。这份精神赋予我们底色与底气，以国家为后背，敢于冲锋与奔赴；也给予人奋斗与建设的方向。若以马斯洛的需求金字塔来看，人最底层满足的是生理需求，往上则依次为安全需求、归属需求、尊重需求、与自我实现。钱学森若留在美国，可以施展他的才华，但却因为异乡人的身份，连“尊重需要”都很难被满足；反之他回到祖国，便可以施展他的抱负与志向，达到最高层次的“自我实现”。而个体若要达到最高的层次，便无法不与更广大的人民与社会相连，无法不心怀着更宏伟的责任与使命，为国家做出贡献。

我喜欢电影中“苹果树”的比喻。它既是栖于广袤土地上的一个朴素的小我之愿，也是四两拨千斤的中国智慧，更是为了大我而撒下的希望与未来的种子，





意大利驻广州总领事 Lucia Pasqualin

种在尚未开垦的落后之地里，种在偏见怀疑的审视眼光里，种在一切看似不可能的想象里，由种子变成树再变作一片林，由一个播种人引领一群守林人。

宏珏又何尝不是在种苹果树？赵总又何尝不是那一个播种人？我敬佩赵总在面对意大利总领事对中国的偏见时，敢于直面反对并礼貌回应——他在西方对中国的刻板印象里种出了一棵树；我欣赏李梦帆一人在异国他乡带领米兰店月月达成目标，培养出了一批具有宏珏精神的意大利员工——她在拿破仑大道上种出一棵树；我振奋一线的销售团队在面临撤店时不认输、不畏难、坚守到最后迎来转机的欣喜——她们在奢侈品零售物业的心中种出了一棵树；我感动GIADA顾客认可并欣赏宏珏所进行的事业，而她们自己也都在各自的专业领域推动我们国家前进——她们穿着GIADA在不同行业里种下苹果树。

我们比不得钱老对于国家做出那么卓越的贡献，但我们也怀揣着让中国在奢侈品领域占领一席之地的梦想，在中国的空白之地种出一棵苹果树。选择宏珏而非其他那些奢侈品巨头集团，便是在心底比起常人多一份志向，而自然也要多一份理性和担当。西方的苹果树种不进中国的土壤，唯有用中国的方法，以总体为先，不求单一细节的优异，让这棵树先发芽，再调整施肥、除虫、光照及气候等控制。如钱老一样，我们也在用前无古人的运营管理方法去培育奢侈品牌，让中国走进全球奢侈品的殿堂。迟早有一天，在顶峰，我们一起可以说出那句话，“这就是我们种的苹果”。

超越自身的存在

季舒立



“只有献身于那些超越自身的存在，才能找到生命的意义”。

——《时代楷模》

之前提到钱学森先生，脑子里首先浮现的关键词是“两弹一星”荣誉功勋。趁着假期静下心来观看了纪录片，我第一次完整而又深刻地了解了基于建国初期复杂多变的国内外形势之上钱学森先生的生平，也突然真正领悟了世人提起他便肃然起敬的原因：在中国航天奠基人荣誉勋章的背后，闪闪发光的是一份由贯穿始终的爱国情怀所形成的坚定信仰。正如他所说：我的事业在中国，我的成就在中国，我的归宿在中国。

影片中有几个细节让我感触非常深。第一个是钱学森年仅35岁便已是加州理工的终身教授，拥有不俗的荣誉地位以及优渥的生活条件。当他决定回国时，他的导师 Von Kármán 以及加州理工校长多次极力恳请他留下，并且把当前的形势也分析地一清二楚。那时的中国，还是建立在农耕社会基础上的新中国。在航天科技一片空白的情况下，钱学森的才华根本无法得到施展。因此也诞生了“你回去种苹果吗”这样看似诙谐实际残酷又讽刺的问话。而钱学森先生坚定的回国信念、以及“我愿意种苹果树”的报效之心从来没有被改变。第二个细节是回国后，面对着缺乏核背景的惨淡现状、人员知识普遍落后的不佳状态，但为了新中国的国防事业和航天事业，他放下在美国的“傲气”、耐心教授，带领所有人学习导弹技术，废寝忘食坚持一线指导工作，最终引领大家开创了新中国的科学事业，真正实现了报效祖国。最后一个细节是当主席及聂帅问钱学森现在最迫切需要的时候，钱学森想也没想就回答：人才。其实第一次的回答是，大批有专业知识的骨干力量；当他与一群热血淳朴的中国共产党人共事之后，他的回答变成了：除了精英，更需要的是一批信仰坚定、愿为梦想付出终身的理想主义者。这是他在中美两段生活履历中悟出的核心思想：真正能够推动社会发展、实现



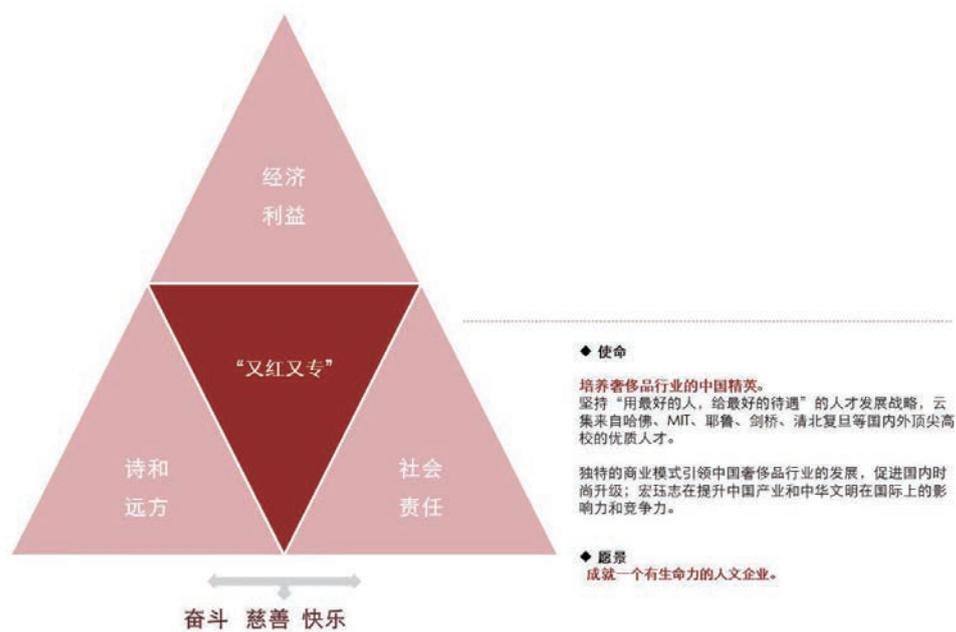
财政部前副部长、G20 协调人朱光耀同德国驻华大使 Clemens Von Goetze, 驻华大使 Eva Valle Lagares 女士等一行人在 GIADA GARDEN 交流国际关系

祖国繁荣富强的，不是单纯的一批技术主义者，而是一群热爱祖国、无私奉献、自力更生、勇于攀登的有志之士。

在和平与发展为主题的当今，很多人感受不到自己与国家的命脉相连。尤其在高等教育的普及下，越来越多的人不知不觉中成为了精致的利己主义者，凡事首先想到的都是自己，不再有“唇亡齿寒”的依附感以及对国家的职责感。想到我过去的工作中，接触到越来越多的留学生不愿学成归国报效祖国，原因是担心国内的内卷、复杂的竞争环境会对自己产生不利。他们从未想过通过自己的努力去改变、争取，反而去憧憬外界看似发达，所谓民主的环境，完全没有一份对于责任感和社会感的认知；其次，越是高等院校毕业的同学，在面试中最为关注的问题便是：公司能够带给我什么、我能在这个平台上获得什么，而不是我可以为公司做什么、我能为社会做什么、我能为生我养我的祖国做什么。我不认为这是一个好的趋势。龙应台曾对当前一代说过：“你是否想过，你有今天的自由幸福，是因为在你之前，有人抗议过、奋斗过、争取过、牺牲过”。如果这些接受过高等教育的新一代年轻人，永远抱着自私自利的想法生活，不愿把自身发展与国家发展相融合，不愿像前辈那样能够拥有“大我”之心去朝着共同的目标奋斗拼搏，那祖国未来的五十年、未来的百年会怎样，未曾可知。

反思我自己，作为公司人才战略建设的参与者之一，在前期对外宣传、人才选拔的过程中，过于关注个人优质的履历、也过于专注去传递行业的光鲜亮丽，反而忽略了公司的核心价值观：奋斗以及奋斗的意义。宏珏的成立，是创始人们以及一代又一代前辈们从白手起家之时便努力实现、传承的一份信仰：在奢侈品行业的国际舞台上，作为中国人拥有更多话语权与分量感，真正彰显属于中国人的实力。所以我们的确需要高素质的人才，但人才本身最重要的并非是能力，而是能够拥有一份坚定的、愿意代表中国人去成就一份大事业的信仰，一种愿意为事业拼搏奋斗的精神，一个想要去改变、去创造、去成为一股全新力量，而非只索取专注自身的终极目标。我们不应该让对行业、对公司感兴趣的人只看到目前公司所拥有的的实力和平台，更应该让大家看到公司目前面对的严峻竞争挑战、未知与困境，与行业顶尖标杆的差距以及需要一直努力爬坡才能生存下去且走的更长远的真实状况；而能够被贴上宏珏人标签的，不能只拥有高学历光环、只

只有献身于那些超越自身的存在，才能找到生命的意义



看重公司平台，只求自我提升，而是真正愿意和公司一起面对当前的“不完美”、面对未来的严峻形势和诸多挑战，砥砺前行，创造共同的价值回报社会，在现今有西方主导下的奢侈品行业，谱写中国人、中国企业的精英传奇。

钱学森先生的事迹，便是中国新一代最好的楷模之一。中国的未来需要这样“献身于超越自身的存在”，能够将红色基因代代相传的优秀青年去创造下一个百年的繁荣昌盛与富强，创造更多可支配的“利剑”，树立大国自信并形成核心竞争力。而宏珏，也需要能够心有家国、怀揣梦想的人，去为祖国、为这份美丽的事业，坚定不移地前行。

把自己想得伟大一点

陈宇



阅毕电影《钱学森》，又看了六集《钱学森》纪录片，荡气回肠，感慨万千。

家国情怀

感动中国组委会授予钱学森的颁奖词是：“在他心里，国为重，家为轻。科学最重，名利最轻。五年归国路，十年两弹成。他是知识的宝藏，是科学的旗帜，是中华民族知识分子的典范。”

“我从1935年去美国，1955年回国，在美国呆了二十年，二十年中，前三四年是学习，后十几年是工作，所有这些都是在做准备，为回国后能为人民做点事。”

“被美国政府扣留，今已五年，无一日、一时、一刻不在思念归国参加中国的伟大建设高潮。”

在钱学森九十八年的人生画卷中，处处洋溢着挚爱国家，心系人民的家国情怀与赤子之心。我想，正是这纯粹的家国情怀与赤子之心，帮助他先后度过了远渡重洋异国他乡沉心研究的岁月，莫须有的牢狱之灾与长期软禁的罗网，辗转回国一穷二白“白手起家”的困境。

我心向往之。

六年前波士顿宣讲会，具体赵总和雨韵讲啥我已经记不太得，只有赵总的“家国情怀”四字犹在耳畔。然而彼时的家国情怀，于我而言，更多是赶紧回国，离家近点，逃避在美国有车有房的安逸日子，回国做点自己喜欢做的事罢了。

直到在三年前，赵总将GIADA家居项目交与啥都不懂的我。而我的直接对接人，便是Giorgetti的总经理Giovanni与M2设计事务所的创始人Marco和Marijana。尤其是Giovanni，作为早年Ferragamo与Prada的亚太老大，可谓是老江湖了，思路清晰，行文犀利，逻辑严谨，一封封英文邮件中仿佛全都是刀光



剑影。刚开始的我，还会有些犯怵，犯难。犹记得，每天清晨，赵总会发给我一段指示，为我这只无头苍蝇指明项目谈判方向。半夜三更，开始意译，不惜去找abc同学帮忙校准，希望能准确传达品牌的态度和想法的同时，不失语言的修辞精准度。满脑子想的是，不行，同样不是母语，学了十几年英语，不能到头来输给个意大利人。我意识到，我代表的不仅是一个项目负责人，也不仅仅是宏珏人，更是中国人的脸面与形象。历经艰辛，通过不懈的博弈与谈判，最终我们达成了一致。次年四月，我们的合作成果GIADA by Giorgetti家居系列于米兰设计周期期间陈列于拿破仑大道的GIADA米兰旗舰店，收获了满场的赞誉与掌声。

在那一刻，我把自己想得伟大了些，肩上也随之沉重了一些。这成为我职业生涯、乃至人生的一个重大转折点，也是我一辈子都值得珍视的宝贵财富。

家是最小国，国是千万家。千千万万个中华人民心怀家国，何愁国运不昌？

自主自强

在谈话中，毛主席对钱学森表达了很大的期望，他鼓励对方：“学森同志，咱中国的科学工作者，一定要立足于自力更生，敢于走前人没有走过的路！”

“有什么不能的，外国人能造出来的，我们中国人同样能够造的出来，难道中国人比外国人矮一截不成？”钱学森如是回答陈赓关于中国能否自己造出火箭导弹。“总体规划，要以现有的条件重新制定系统，不求单项技术的先进性，但求总体设计的合理性。充分利用仅有的资源，以总体设计，负责对各个分系统的技术协调，提升改造现有的工业技术。”

十年两弹成。建设两弹一星的任务迫在眉睫，又非一日之功。这其中，需要自主自强的决心，又不可少万丈高楼平地起，长期主义的创业精神及韧性。

宏珏亦如是。

我们可谓是开辟了一条地狱模式的赛道，收购小而美的意大利品牌并自主经营管理，定位奢侈品，主攻女装，面向全球市场。这条前人没有走过的路，需要坚持，需要取舍，需要些笨功夫。

我们不比外国人矮一截。天行健，君子以自强不息。

中国话语

“执剑在手而不用，总好过手中无剑。”钱学森如是，解答友来的疑问。

在奢侈品行业被西方集团垄断的今时，我们要成为其中那一抹鲜艳的中国红。



执剑在手，即意味着实力傍身。无剑在手，即意味着任人欺凌。

执剑在手，才有资格亮剑。“你们没有资格在中国的面前说，你们从实力的地位出发，同中国谈话。”继往开来的东风导弹、长征火箭、北斗卫星系统、天宫空间站，亦是杨洁篪亮剑的底气所在。钱老在天之灵，想必得以告慰。

这让我想起了赵总的“大象”理论。“我们既不做狼，也不是兔，要成为象，既有实力，也不被人欺负。”

有了实力，亦需要发声。

今年5月31日，中共中央政治局就加强我国国际传播能力建设进行了第三十次集体学习。习主席在主持学习时强调，讲好中国故事，传播好中国声音，展示真实、立体、全面的中国，是加强我国国际传播能力建设的重要任务。

中国有当代最好的故事。七十二年的时间，自一穷二白发展成为全球第二大经济体，近一亿农村贫困人口全部脱贫，拥有最完整的工业产业链，基础设施建设领先全球，人民生活幸福安康...

然而，这样一个可以说是在人类历史上都绝无仅有的发展奇迹，西方却视而不见，误解也好，污蔑也罢，掩耳盗铃。

我们也面临着同样的境遇。有着极好的内容，品牌内核、创意团队、设计与品质、优质客群、终端运营、门店形象，却未能发出声音。

而这也是我辈近年来不断钻研，且将不懈努力的方向。讲好宏珏故事，传播好品牌声音，展示真实、立体、全面的公司与品牌形象！

在奢侈品行业被西方集团垄断的今时，我们就是要成为其中那一抹鲜艳的中国红，我们就是那一抹鲜艳的中国红！

不简单的事

张政



中国共产党的百年创业史是不可思议的，在从未对外进行大肆抢夺的前提下，用了一百年的时间建国，强国，站在世界之巅，这是令人折服的，更是令我们每一个中华儿女骄傲的。

从西方列强的发家史看来，他们无一不是通过战争，不平等贸易，侵犯人权而大肆敛财。直至今日，他们依然通过制造矛盾与战争汲取利益。而中国从来就不是一个靠欺压别人获取利益的国家，中华民族迸发的强大力量在当今的世界的和平趋势下走向成功是民族精神千年传承的胜利，更是历史的必然。

中国共产党自成立开始，就义无反顾地肩负起了实现中华民族伟大复兴的光荣使命，可能当年的创始团队也从未想过，他们一步步做成了这样一件可能是有史以来最伟大最不可思议的事业。论学历，论财富，论武器装备，论社会地位，当年的中国共产党也许不值一提，而正是带着这一份信念，不断进取，团结一切可以团结的力量，他们得以屡屡化险为夷，转危为机。

如今，越来越能够理解宏珏公司所倡导的民族责任和家国情怀了。因为我们的竞争对手不亚于西方列强，他们高高在上，趾高气扬地赚着中国消费者的钱，却反而对物业伙伴们颐指气使。他们“团结一心”，能够创造业绩神话，也能够短时间让一家商场轰然倒下。这造成了一种假象，就是西方公司天生比我们强。而造成这一假象的原因正是美国、日本、中国中产阶级的快速崛起，需要奢侈品来展示自己的成功和身份地位。奢侈品以高昂的价格，精美的做工和LOGO的商业化满足了这一需求，储备了大量资本。巨额的资本让他们可以聘请到全世界最好的设计师、建筑师，使用最顶级的原材料，与最顶级的明星合作，继续造梦，不断地提高行业壁垒。可以想象，宏珏公司的角色转型，无论从资本还是资源的角度，都是不可能完成的任务。如果不是带着像中国共产党一样的使命，逢山开路，遇水搭桥，从红船精神、长征精神、延安精神中汲取力量，我们可能无法发展至今。



欧盟驻华大使 Nicolas Chapuis 同全球化智库主任 / 国务院参事王辉耀先生在 GIADA Garden 交流国际关系

如今，我们站在巨人的肩膀上，肩负着集团发展的伟大使命与责任，肩负着中国奢侈品行业的未来。如果我们仅仅依靠于海外留学的“优秀”背景，用学习到的一点皮毛的管理知识，对品牌还不尽如人意的地方指手画脚，那这样的团队是不可能走向胜利的。对比CHANEL，对比HERMES，去看人家请了哪些明星，开在什么样的位置，做了多少的公关宣传，就像是中国共产党创立之初就去对比日本军队和国民党的部队有多少人，有多少美国进口的优良装备，那么我们自己永远不可能真正的独立和强大起来。中国共产党以地方包围城市，没有武器装备就去敌人的武器库中拿，即使被迫长征，也要把长征当作播种机，埋下革命的种子，一步一步，用血泪和智慧铸就了我们今天的幸福生活。

如果没有人资部就自己招聘，如果没有销售就自己去销售，唯有带着这样的信念，才能取得胜利。也正是因为这样，从11月以来，我们从对品牌一无所知，到改进产品结构，提升视觉形象，挖掘产品故事。形成了以珍稀纤维、面料科技、意式匠心为核心的COLOMBO品牌故事与环保的品牌哲学，以小羊的LOGO为核心视觉形象，演化出极奢的Connoisseur系列、经典的Artisan系列和年轻的Virtuoso系列，定义了COLOMBO以ROBERTO的妻子Kate和家族发源地Valsesia命名的经典版型冒险者风衣(Cristoforo trench)以及北极熊大衣(Pizzly)为主推的商品策略，结合公关与营销，重新定义注重面料奢华性的大衣市场。

这是我们的故事，不简单的事，但是有意义，且快乐的事。



在 Italian Export Forum 会场期间 Bartolucci 先生同意大利外交部长 Di Maio 汇报“意大利之花”项目的进展

自信

胥鹏

九月底十月初，在异常复杂的情况下，我完成了新冠疫情两年来的第一次国际差旅。管中窥豹可见一斑，虽然只有短短两周时间，但是已经让我对意大利，对整个欧洲社会的真实现状有了非常直观的了解。

疫情发生以来，大到全球政治格局，小到普通人的生活和工作模式都发生了巨大的改变，前几年常去的意大利也变得像个陌生的国家。美国主导的疫情源头阴谋论，导致全球范围排华情绪严重。近期作为美国小弟的欧盟在政治上和中国的对抗也比较激烈，所以我们预期这次行程可能会有不友善的事件发生。

然而行程第一站，在西西里岛举行的意大利出口论坛的基调却完全颠覆我们的预期。该活动是意大利非常重要的全国性论坛，主题是如何振兴意大利出口业，复兴意大利品牌。因为我们是临时决定参会，非常突然，绝大部分参会企业、官员并不知道会有中国企业参与，更没有想到有中国人实际出席。所以这个会议其实是他们的企业和政府关起门来说自家话，我们也就难得的听到意大利方最真实的想法和最紧要的诉求。

三天的会议有很多的发言和讨论，但总结起来只有两点：第一，意大利政府应提高各项工作的效率，并在物质和政策上给予企业提供更多的便利；第二，中国仍然是全球最大的市场并有着最大的潜力，要抱紧中国的大腿，把出口产业中心设置在中国。即使在第一个议题中抱怨政府时，与会人员仍以中国速度作为正面榜样，羡慕之情溢于言表。一直被西方社会所诟病、攻击的中国政体和政府，在这次他们的真心话里却成了别人家的孩子，大受好评。几乎每一个对意大利政府批评的佐证都是中国政府的高效和为民，甚至还有政府人员直言不讳地表扬了中国的政治体系，令我大受震撼。

意大利的企业家和政客们似乎比我这个中国人对中国还要有信心！

用历史的、理智的眼光回顾历史，通过清晰的历史轨迹，足以让我们对祖国和自己充满完全的自信，而不是相反地持有不理智的偏见。



财政部前副部长朱光耀同美国驻华临时代办 Robert Forden 在 GIADA Garden 交流国际关系

让我非常羞愧，同时又大受鼓舞。近几十年中国经济飞速发展，科技快速进步，综合国力稳步提升，通过新冠疫情的考验更是让国人感受到了社会主义政治制度的优越性。在中华民族伟大复兴的旗帜下，国人的文化自信获得了极大提高。因为美国持续的文化打压和价值观输出，加之我自身的安全感缺乏，导致我的自信也只能是有保留的自信，遇到新闻报道所说的科技创新，世界领先的产业和技术，总是要去多问几个为什么、凭什么。外媒对中国的称赞，我则会怀疑这是不是捧杀，是不是在中国威胁论做铺垫？说得不好听就是不自信了，害怕自己是打肿脸充胖子。尤其是我工作内容的原因，接触了很多欧美先进的技术，美好的产品，高端的生活方式，开阔眼界的同时其实也打击了自信心。

这一次要感谢意大利人给我的醍醐灌顶，让我从一个更加客观更有说服力的角度认识到中国真正的强大起来了。出于忧患意识和历史责任感，我们确实需要勇于剖析自己，这历来是中华民族优秀的品质之一。但这一切不妨碍我们用理智的眼光回顾历史，通过清晰的历史轨迹，足以让我们对祖国和自己充满自信，而不是相反地持有不理智的偏见。

这个行程极大地增强了我面对国际友人的信心，让我多少也能够体会到美国朋友们在异国他乡也拥有的底气。国家的背书甚至给我后续的沟通工作也提供了实质性的帮助。抱着“给你送福利”的心态，我们的沟通都相当的自信，更好地传达公司理念、运营模式、企业愿景等。让对方了解我们品牌运营思路的同时，也可以更有针对性的进行规划和推广，这些都让我受益良多。



我和我的祖国

毛子然

在人生的不同阶段，我对“自由”二字有着完全不同的解读。小时候我以为自由是叛逆和打破常规，是可以做与别人不一样的事。自幼对油画、素描、摄影和音乐等都很感兴趣，认为除了数理化这类的常规课程外，能够涂涂写写，畅游在艺术的空间里才是真正自由和独特的事。当时高中上的是省级重点中学，校园内学习氛围格外浓厚，总是充斥着紧张的空气和焦虑感。但在当时的我看来，他们大多数都是“应试主义者”。从早上八点至傍晚十点，从刚入学到最后冲刺，每分每秒都是为了做好一件事：考试拿到高分。用现在的话来说，就是“内卷”。当时的我，内心并不满足于这种生活。虽然我觉得读书是有价值的，却不应该是死板或严丝合缝的学习方式，这也不是细水长流的方法。一个人的文化素养是需要长时间积累和打造的，是生活的一部分，而不是一个短期目标。其次，读书也分为很多种，术业有专攻，不一定大家都要做好同样的一件事，每个人都有着自己的特长和优势。因为这样的不解，我想要出国看看，向往当时以为的西方自由。对中国传统文化的博大精深充满了“叛逆”的情绪。这样一份叛逆，是基于对中国文化的了解，和对西方文化盲目的想象。

而后，在美国的生活学习经历彻底推翻了我幼时的认知。在美国的日日夜夜里，才真切感知对家乡的思念。那时十八岁，在陌生的环境和文化中，虽然感知到很多跨越国籍和语言的支持和温暖，但缺少了那种谈天论地，有共鸣和安全感的相惜。随着成长，和对中华文化深入的了解和学习，例如学习王阳明心学——知行合一，他作为中国伟大的哲学思想家，深厚的思想和逻辑功底，和其他中国杰出思想家和文学家的著作，我便慢慢寻找到了“真正思想自由”的道路。小时候，我觉得自由是一根绳子，拴着我的都是绳索和阻碍。长大后，我觉得自由是在无论什么情况和条件，内心的一种富足，安定，自由；是来自于中华民族的奋斗精神和通过自己双手掌控自己的未来的决心。我们这代青年人生在这个和平、富足、

在黑暗中诞生，在苦难中成长，在挫折中奋起，在奋斗中壮大，从一个只有五十名党员的组织，发展成为世界最大的马克思主义执政党，带领着人民和山河走向强盛，让曾经备受屈辱的这个民族走向世界的舞台，收到了世界的瞩目。



安定、幸福的时代，都是通过中华民族祖祖辈辈的苦楚和拼搏换来的。在黑暗中诞生，在苦难中成长，在挫折中奋起，在奋斗中壮大，从一个只有五十名党员的小组织，发展成为世界最大的马克思主义执政党，带领山河人民走向强盛，让曾经备受屈辱的民族走向世界的舞台，收到了世界的瞩目。

在党的一百岁生日前夕，并没有举国欢腾党一百年的光辉历史和崛起，而是隆重表彰了来自老百姓，来自人民和平凡人群中的二十九位平凡人。把平凡小事做成不平凡，把中国精神“奋斗，自强，生生不息”发挥地淋漓尽致的最佳楷模们。其实，只有自强自立才会获得真正的自由。在自己没有能力为自己做决定和选择的时候，不是真正的自由。勇敢面对工作和生活的困难，因为成年人的世界就没有容易二字。但正是因为有了困难和波折，才显得成功和丰收的时刻是幸福的。现在，身边还有很多朋友在大洋彼岸，她们分散在美国，欧洲，新加坡，她们时不时的会显露出些许焦虑，会在聊天中反复纠结是否要回国、什么时候回国。我想，我从来后悔毕业后毅然决然回国的决定，因为中国当今社会所能够带给我的挑战和机遇，所能够带给我的富足感和成就感，是在别的地方无法获得的。而中国人身上自强自立的精神和努力，更是无时无刻牢记心中，去眺望去实现，去作为新一代的青年人，让中华民族的精神发扬光大！

树高千丈 落叶归根

黄苡晴



于许多人而言，每年的九月，褪去夏日炎炎的热烈，温凉静美的秋即将开始。于孟晚舟而言，今年的九月格外特别，在加拿大滞留一千多天后，经中国政府的不懈努力，她终于再次踏上回国的旅程。获释后她发表的简短演讲让我感慨万分“我很感谢我的祖国和祖国人民对我的支持和帮助，这是支撑我走到今天最大的动力”。二零一八年末，孟女士被加拿大和美国政府扣留，无法回国的时候，我刚刚开始了在华为的实习，在那个时候，我深刻地感受到企业员工们对她的担忧与期盼，他们自发地做了一款纸杯声援，上面印着一句暖心喊话：“灯塔在守候，晚舟早归航”。而现在，孟晚舟回来了，纸杯上的字早已换成：“灯塔在守候，欢迎英雄回家”。

于我而言，九月也是一个非常有意义的月份。去年的同一时刻，我终于踏上了归国的旅程。在此之前，由于疫情的原因，我已在伦敦滞留了大半年。当疫情来临时，一个人无依无靠在外漂泊是一件令人惊心动魄的事，伦敦的感染人数却每天都在成倍上升，每日我像在战斗中小心翼翼地保护自己，生怕一不小心感染上病毒而让家人和朋友担心。也正是因为疫情的原因，让我第一次感受到了祖国的关怀，对人民的不抛弃和不放弃。由于英国封国导致航班禁飞，包括我在内，还有成千上万的中国留学生滞留在英国。而国家为了支援我们，通过中国领事馆为我们发放了防疫健康包，一个看起来不大的包裹里有口罩，药物和消毒用品，这些都是当时在英国极为缺乏的医用物资。在拿到包裹的那一刻，我极为动容，只希望能尽快回到祖国的怀抱，见到家人。

可疫情的加重，使得许多航空公司纷纷取消了直飞甚至转机的航班，导致我回国的机会更加的渺小。幸运的是，为了让留学生们能够尽快安全地回到祖国，中国政府额外增加了伦敦直飞国内城市的航班。在去年八月底的时候，我终于买到回国机票。直到上飞机的那一刻，见到乘务人员们全副武装地穿上各种防护

青年，最重要的是责任与担当，小到个人意志，大到国家使命。

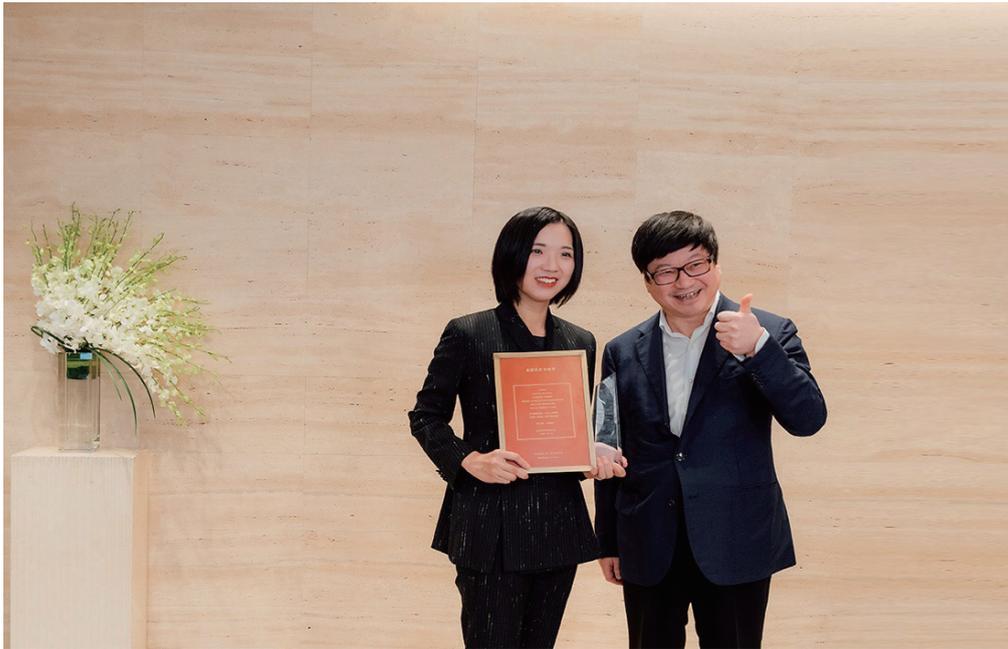


用具时，我才真正地感受到了国家对人民的付出。这是祖国为了让我们回家，让在一线奋斗的工作人员们顶着巨大的生命危险来接我们回国。更幸运的是，回国的第二天，伦敦的朋友发短讯告知我，由于疫情加重，伦敦当日进行了第二次封城，倘若我没有搭上这一趟回国的航班，我还需要在英国滞留更长的时间，不知何时才能回到祖国。正因如此，让我更坚定了在国内工作的决心，我推掉了回到英国的工作机会，决定在国内好好发展。也正是因为这一个决定，让我来到了宏珏，让我充分地感受到了企业的文化和国家情怀，以及对社会的回报。

青年，最重要的是责任与担当，小到个人意志，大到国家使命。正所谓树高千丈，落叶归根。钱学森先生在美国被拘禁了五年，终于回到了魂牵梦绕的祖国，一心想用毕生所学，为中国科学事业发展贡献一份力。而今天的我们如此幸运，生活在一个文明而远离硝烟的国家，我们不用为了国家的独立而像众多烈士一样献上自己的生命，我们不用为了国家摆脱帝国主义的围困而日夜辛劳，但我们要始终保持一颗坚定的爱国心，爱人心。此时无声胜有声，当我们有困难的时候，身后有个强大的祖国。钱学森先生曾说过“我的事业在中国，我的成就在中国，我的归宿在中国”。留英六年，我带着我所学到的知识，生活的经历返回故乡。从今天开始，从小事做起，我希望今后每一天我做的每一件小事，都能帮助他人，回报企业，贡献社会。

光荣，就是意义

王译旋



看完电影《钱学森》，我久久无法平息心中被撩动的情感。尤其是最后电影中的老年钱老夫夫的对话，当钱老问及夫人是否因为没有成为歌唱大家后悔时，蒋英说：“这个国家，可以没有像蒋英那样的歌唱家，但是绝不能缺少像钱学森那样的科学家。我愿意为此做出牺牲，那不是后悔，而是光荣。”

光荣，这个词重重地击打在我的心坎。今天的我们，有多少人拼命奋斗不是为了利益、发展，而是一份光荣。这份光荣，也许意味着终其一生默默无闻，也许也不会因此再大富大贵，但是在钱学森夫妇面前，光荣二字值千金。

当我在思考我为什么而奋斗的时候，我清晰地知道我要和公司一起，为中国人民在奢侈品行业的地位争一口气，让GIADA成为全世界最顶级的奢侈品品牌。在这个长期以来只有西方国家占优势的领域，在这个全世界重要奢侈品牌都来中国收割韭菜的时刻，更加需要展现出中国从业者的力量，让更多人看到我们的运营实力，并不是只有西方国家才能运营好奢侈品牌，也不是只有现在已经享誉世界的品牌才是好品牌。当然，看到今天中国奢侈品市场的火热，我内心更加坚定和平静，我的使命，就是要把GIADA做成最受市场认可的品牌，因为这不仅仅意味着品牌好，还意味着中国人在今天的奢侈品选择上拥有了更大的自信和主见，不随波逐流，不趋之若鹜。

但是，我更加开心的点是我意外发现，五年前我问自己这个问题的时候，我是没有答案的，我知道我要因为一个公司回国了，因为一个公司去到一个陌生的城市，但是我的理想是什么，我不知道。今天的我，非常骄傲于自己拥有一份自己的事业和理想。

司马迁说：“人固有一死，或重于泰山，或轻于鸿毛。”

林则徐说：“苟利国家生死以，岂因祸福避趋之。”

今天的商场，发生什么都不奇怪，如果希望有选择权，就是要有实力，这个实力，不是一个月的实力，是长此以往的实力，不是一个店的实力，是全国均衡的实力，只有所有店铺长期优秀了，才有了真正的安全和更大的影响力，也一定会给到中国青年和后浪们更大的信心。



伟人的气节，不是因为他们生而如此，也不是他们做的事才是高尚，而是在每一次人生的关键抉择，他们都将人类的利益、国家的利益放在个人的利益之上，并用极大的热忱和坚毅的精神去达成目标，尤其在很多人选择放弃的时候。

今天的我们在做GIADA这个品牌的时候，所遇到的挑战也是不容小觑的。每一个市场，都是需要用全力去捍卫。这个九月，杭州湖滨银泰团队面对店铺撤店的消息的时候，想的不是退却。而是用300%的业绩成果，向物业证明了GIADA就是最好的选择，赢得了主动权。今天的商场，发生什么事都不奇怪，如果希望有选择权，就是要有实力。这个实力，不是一个月的实力，是长此以往的实力，不是一个店的实力。是全国均衡的实力，只有所有店铺长期优秀了，才有了真正的安全和更大的影响力，也一定会给到中国青年和后浪们更大的信心。

也许寒门并非难出贵子，但是没有家国情怀，一定难以伟大。今天的我们，如果有幸能够承载一份为国争光的光荣，这就已经是最大的意义了。

进与退

郭晶



九月底，人在南京的我突然接到湖滨银泰店即将撤店的通知。一时之间，撤店员工的发展方向、撤店活动的方案、同城顾客的引流问题，一系列工作接踵而至，各种讨论会议，沟通电话排满了整日的工作。直至晚上，夜深人静的时候，我才能独自思考和回忆。

这是我自开始区域管理工作后经历的第二次撤店，工作流程上是不陌生的，但依旧对这种要对一个团队、一方市场说再见的场面感到万分的难以割舍。回望湖滨银泰店一路的发展变化，有风雨有荣光。

今年开始，我们为每一个GIADA团队制定了基础目标、优秀目标和卓越目标三个梯度的年度任务规划。而在湖滨银泰所驻扎的“华东西子战队”在年初便坚定必是要拿下卓越目标。不负期望，在团队的不努力下，在公司上下全力的帮助下，我们突破了月度历史最高纪录，我们刷新了C级店POPUP展的最高业绩产出，我们今年一次不落地完成飞跃目标大满贯，我们在八月就拿下了全年度的基础目标，做到了全国第一。

这个名不见经传的团队，终于一步一个脚印地从“在西湖边的一家两层楼的形象店”的印象变成了一个“了不起的团队”。店长在接到撤店通知的时候问了我一句话“我们是因为业绩不够好所以才没能续约吗？公司交给我们的使命还差四百万，我们不能走！”。作为目标感和使命感极强的销售人，她坚定的目光中露出她与她的团队想要守住这一方市场的决心，这是她孤身一人离开家庭来到杭州唯一的目标，做好这家店。

品牌发展的道路上会遇到很多个物业谈判的关键节点，以前的我并不太能很好地消化“离别”，认为所有离别的情绪都是伤感的。但面对湖滨银泰店撤店这件事，我第一次切身地感受到品牌与物业之间的博弈关系和相互选择关系，这是严肃的，不带私人感情的；这是神圣的，关乎梦想和情怀的。曾经听过很多

这一次的“退”，是为了更好的“进”。在宏珏，“变”才是常态。是的，我们就是快速的变，大胆的变，才有了这样传奇的发展道路，才奠定了如今的奢侈品地位。



次公司在谈判铺位时为了在一楼奢侈品定位放弃过、拒绝过众多二楼商铺的故事，当时便很佩服公司这样一份气节和纯粹，拿二楼业绩的“真金白银”保护这一份美丽的奢侈品事业的“阳春白雪”。这一步在杭州湖滨银泰市场的“退”，并不是因为差而被劝退，是因为我们立住了，站起来了，而多了更多的选择权。不将就，不再对日益年轻化潮牌化的市场有更多的眷恋；不设限，不再对品牌发展保守的估计。凡有机会，大胆撤，大胆进。这次的“退”，是为了更好的“进”。在宏珏，“变”才是常态。是的，我们就是因为可以快速的变，大胆的变，才有这样传奇的发展道路，才奠定了如今的奢侈品地位。

在这次撤店中，没有一名员工对自己未来发展感到焦虑，这似乎跟很多其他公司不同，大家高度一致地想要跟随公司、品牌继续走。用他们的话来说，“聚是一团火，散是满天星”。这份坚定和自信是公司给到大家的，也是大家给到公司的。宏珏正是因为一个又一个这样有着极强即战力的团队闻着号角便能立刻成团打仗，才更加具有市场竞争力，“人”定胜天。

活动后，很想回总部再看看那块象征着集团意象的红色的玉，这种热烈又沉稳的红，这种延绵不断、未完待续的纹理。在工作中遇到挑战时，回到这里，便一切都明朗起来了。这份事业是独一无二的，前无古人的，所以它绝不轻松，绝非有迹可循的，是全新的，是开疆拓土的，是伟大的。



宏珏特色

杨迅幸

作为一个文科生，上学的时候就思考过，为什么中国走的社会主义道路前面要加上“中国特色”四个字。后来才知道，这条发展之路必须结合中国的实际，不能照搬别国经验、模式，照搬了也走不通。就像面对这次疫情，中国没有历史或别国经验可参考，即使有，也不同于这次疫情在中国的情况。全国上下迅速地做出反应，依稀记得过年空城、全民口罩、通行有码、跨省隔离...中国抗疫之路，已成为很多国家借鉴的范本，也是带着中国特色的战疫方法。

如今想想，宏珏也正在走着一条“特色之路”。康泰纳仕公司来到公司做了一番调研后给到的结论——宏珏走的是一条与众不同的路，这样的结论更加地坚定了我们的特立独行。

这引发了我的思考：我们到底特别在哪？

四月贵阳出差，我跟商拓部同事周博文吃了个饭，收获颇丰。我一直好奇，商拓部他一个人几乎要处理所有品牌的谈判、开店、闭店、合同修改等等业务，他会不会觉得工作量很大？并且，谈判选落位、与其他奢侈品集团去pk、去竞争一个黄金位置，应该是一个压力很大的事情吧？带着这些疑问，我听他说在贵阳和昆明的谈判故事。他说，老板出去谈判，真的是特别实诚。在复杂的商业场上，大概是只有宏珏可以“有一说一”，不说空话、不搞套路。听着仿佛是对赵总行为的“无可奈何”，但实际是非常骄傲的。说起在昆明的谈判，从前年一直谈到年三十了，物业都问博文回不回家过年，博文却说：“不搞定不回家，你家过年能添双筷子不？”因为这份执着，昆明的新店从较小的面积，到后来拥有整个一片走廊的外立面，让人佩服。在贵阳，每次一呆就是半个月，见物业、见其他品牌、想方案...看他乐此不疲。他说，这次目的也是不确定位置不回去。我想，他可能是这个谈判圈最年轻的一个选手，但应该也是最自信的那一个。

看着他讲故事时淡定却坚定的眼神，我觉得他很特别。作为宏珏人的一份

宏珏人铸就了宏珏特色，宏珏特色让这条奢侈品路越走越有方向！



子，我看到了他身上那股坚韧乐观的精神，看到了目标感和信念感，明白了为什么他不觉得这是“苦差事”，因为他在做一件伟大的事，为了销售争取更好的资源，为了GIADA和集团的未来描摹一个又一个新版图。

这条特别的路，一个又一个特别的人在走。做品牌，不是为了赚钱，而是为了让中国人做的奢侈品在世界上有地位。招员工，不是为了让员工做数字而是为了培养奢侈品行业的中国精英。我很骄傲，与我共同前进的伙伴都带着这种宏珏精神，也时刻自省，有没有带着这种精神在面对工作的每一个环节。

宏珏人铸就了宏珏特色，宏珏特色让这条奢侈品路越走越有方向！

所见所思

周博文



这个月后半程我一直在贵阳，更直接地感受到了品牌之间的竞争与博弈，也感受到了商场的取舍与权衡。

我很钦佩国际品牌可以做出如今的成就，也非常期待有一天GIADA可以名满天下，受到各界的敬仰。

谈判过程中，最关键的就是业绩，优秀的业绩是最核心的竞争力。但作为一个发展中的品牌，处在业绩还不足以与国际顶级品牌相提并论的阶段，在与各大品牌同台竞技时，必然会面对更多挑战。可以亲历各大品牌一路走来的困难与挑战，想到自己是这顶级零售行业历史进程见证者，未来的开创者，异常兴奋！

既然行业地位存在差距，那日常的工作就更需要多学习，多思考。在业绩还未有足够的说服力之前，品牌的拓展需要靠品牌的相信力。要让合作伙伴与竞争对手在与我们接触过程中感受到品牌不是在画饼，而是在描绘宏伟蓝图，让他们相信我们一定有实力去实现。这需要我们更好的打磨自己，完善自己。宠辱不惊，是份心性。不卑不亢，是份态度。说到做到，才能真正赢得尊重。

有几点希望自己能记在心里。

第一是尊重，要发自内心尊重身边的每一个人，尊重每一个品牌，同时包含着不通过贬低别人来抬高自己。只有发自内心的去尊重，才能学会欣赏，才可以注意到每一个人的闪光点，才可以发现每一个对手或者伙伴的看家本领，才可以更好的借鉴吸收，让自己成长。

第二是理解。于我而言，充分理解对方所处现状及举动的原因，才能更好的领悟其背后行事的动机。于对方而言，当感受到我对其工作的理解后，即使观念不同，推进的方案有异，也会更愿意和我详细说明原因，也会愿意聆听我对事情的考量，愿意在力所能及的范围里为我提供帮助。这可以为彼此友好协商，及

宠辱不惊，是份心性。不卑不亢，是份态度。说到做到，才能真正赢得尊重。



后续达成共识提供很好的氛围与前提。

第三是底线。一定要时刻告诫自己，君子有所为、有所不为。一定要让对方感受到双方的谈判是势均力敌，而不是我们的一味迁就、步步退让。同时，既然制定了底线，就要坚守住，这需要有勇气和有毅力。一个品牌的底线，也是一个品牌气节的体现。

第四是保持谦卑，多去学习。往往在做到前三点时，已经赢了对方的尊重，同时也拉近了和对方的距离，对方会愿意分享从业多年的经验与教训。耐心地去学习，这都是宝贵的财富。

坚持，需要取舍，需要些笨功夫。

我们不比外国人矮一截。天行健，君子以自强不息。



在宏珏

吴梓敬

旋总带着我们看了赵总办公室不远处的那幅玉，讲了李总和赵总当年创业的故事：宏珏这块“玉”从何而来，又将去往何处。通过旋总转述的这份意象，我仿佛看到了，年轻的赵总“指点江山，激扬文字，粪土当年万户侯”。他为心里的那块“红玉”立名，才慢慢有了后来的GIADA，后来的宏珏集团。

宏珏之所以会是现在的宏珏，就是因为赵总当年的那份初心。虽然都说一千个人心里会有一千个哈姆雷特，每个人看那块“红玉”可能都能看出不同的东西。但是赵总心里，它是“黄金有价玉无价”的，它是“宁为玉碎不为瓦全”的。久而久之，宏珏集团以及许多的宏珏人，也就变成了这样。领导者将集体带向一个光明的未来，用自己的信条感染他人，日复一日的近朱者赤，潜移默化。

我觉得人的初心是非常有趣的一个东西，每个人都有，每个人都不一样，却很容易靠拢在一起就不谋而合。我至今记得面试宏珏时，雨韵和旋总都问过我“为什么你学数学最后却想做奢侈品？”可能她们都记住了我说“我想成为中国的老佛爷”的豪言壮志，日后也有人拿这个打趣过我。但是我完整的答案：我的初心是我想在奢侈品行业，赚富人的钱。不是因为富人的钱更加好赚，而是我在银行券商都实习过。我实在无法认同富人的钱堆积在一起，在金融市场将充满憧憬的百姓，当成韭菜收割。可能是每个少年的心里都会有一个充满“侠气”的梦，就且当我是白日做梦似的想着“劫富济贫”吧。我也没想过自己要多高的工资或做到多牛的位置，单纯是因为这点小小的个人追求，我选择了从事奢侈品行业，最后来到了宏珏。

可能我的初心没有赵总的高远，只是我心里想着的那个小小正义，但是在宏珏它也缓缓地生根发芽了。我选择了最考验公心的商品工作，保证每一件商品都准点准时、保质保量、公平公正地发往全国。我没有因店铺业绩多少、关系亲疏而对任何一间店铺厚此薄彼，甚至有段时间还冤枉过正地会去一个人

我看宏珏多妩媚，料宏珏看我应如是。



香格里拉酒店集团副总裁文志平在 GIADA 上海浦东香格里拉店启碇仪式上致辞

胡思乱想。但是，因为这份初心，我走到了现在，也得到了大家的认同。

在宏珏久了，慢慢的也变得更加的“宏珏”。自然不可能是什么想法都完全一致，但时间久了，就开始求同存异、惺惺相惜。

我认可“宁为玉碎，不为瓦全”的坚贞不屈。所以不管遇到了多大的困难，都不应该放弃。就像GIADA不管面对怎么样的市场挑战，多么难缠的竞争对手，没有轻言放弃、委曲求全。

我认可“黄金有价玉无价”的弥足珍贵。所以我自己、对我的工作自信且骄傲，我相信我的努力一定会有好的结果。就像我欣赏信赖GIADA的美丽优雅，像那一朵开在岩石上的花。

我认可“奋斗、慈善、快乐”的人生信条。我因努力快乐，因帮助他人快乐，就像宏珏志存高远、乐善好施。

我认可“一群美丽的人做一件美丽的事”。喜欢团队的每一个人，就像宏珏用心善待每一个员工，一荣俱荣、一损俱损。

赵总把宏珏做久了，也就把宏珏做成了自己心里的那个模样。同样的，我们在宏珏待久了，自然也就成了自己心里的那个自己。

我看宏珏多妩媚，料宏珏看我应如是。

红玉

谭想



五月初，赵总与我们部门开了一次会，与我们分享了非常多的宝贵思想。会后赵总向我们介绍了宏珏的代表物——一块环形的红玉文物，上面雕刻着图腾。

玉是风骨、是精神、是高尚与美德。玉的坚硬代表了我们的坚韧不拔，同时在特殊情况下它也非常脆弱易碎，意味着我们要爱惜我们品牌的羽毛。GIADA的旗舰店落座在意大利米兰四方街中心位置，不仅仅是代表我们品牌在奢侈品界的地位，更是代表了中国在时尚奢侈品行业的地位与态度。店面来之不易，每年租金也是及其昂贵，其他奢侈品公司对这块风水宝地更是虎视眈眈。但由于它不是一间简单的门店，它代表的是第一家也是唯一一家中国人控股运营的奢侈品公司，它已经是具有象征意义的一家店。所以无论前路有多难，我们更要稳稳地站住，因为它代表的不仅仅是我们自己，更是中国。这又让我想到了赵总一直跟我们说的：把自己的工作想得伟大一点。我们部门是与意大利方对接最为频繁的部门，我们的一言一行都代表着中国，所以我们更加爱惜我们“羽毛”，向意大利人和全世界展示我们是一个淡雅仍矜贵、同时却富有韧性的公司和民族。

圆环的形状代表我们公司上下一心、团结向前、团圆和美，同样也代表了我们在艺术上的追求。圆，即圆满，宏珏像一个大家庭，赵总、李总以对待家人之心对待每一个红玉人，大家也抱着建设心目中美好家园的憧憬奉献自己的一份力。中华民族具有圆形思维模式，“圆”的亲和是这种思维模式的源头，也是儒、道两家的圆道观和阴阳五行时空观的体现。GIADA“art to art”的艺术理念也在这环形美玉得到体现，这个圆环便是中华文化与意大利文化的融合。

中国红的颜色是宏珏的主色调。红色是中国人最喜爱的颜色，甚至成为中华民族的文化图腾和精神皈依，代表着喜庆、热闹与祥和。宏珏便是在走一条红色之路，一条全新开辟的道路。这条路上有收获与喜悦，更有艰苦与付出，这一路

红玉便是在走一条红色之路，一条全新开辟的道路，这条路上有收获与喜悦，更有艰苦与付出，这一路承载了所有红玉人的红色记忆。



承载所有红玉人的红色记忆。我的“上甘岭精神”也在红色中得到体现，每个月销售喜报的红色背景彰显了公司上下所有同事的付出与公心。

玉上面雕刻的图腾，是精神与信仰的象征。古时候，图腾的出现成就了氏族的发展与强盛，这是一种团结的凝聚力。成就了更为统一的团结力量，一种共同御敌、共同劳作、共同创造、改变自然的能力。延续至今也是如此，只有具有精神信仰的民族才会有图腾，图腾能带给人们心灵的动力。这样一块刻有图腾的环形红玉，便是我们红玉人的精神文化的象征。在公司的带领下，大家团结一心，共同成就红玉的发展与强盛。

红军的长征精神，是一种勇气，是一种信心，是一种坚毅！宏玉人是肩负着使命的，要在奢侈品行业崛起，就必须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，是红玉人无坚不摧的制胜之本。



长风破浪会有时

刘家麟

九月去几个城市跑了一圈，见了见各地的商场物业的朋友，感触颇多。更加深切地感受到了宏珏走的是荆棘丛生的一条路，是多么前无古人的一条路：一群中国人去管理运营意大利奢侈品品牌，去和世界顶尖奢侈品集团角力。这条路上充满了不理解、质疑和不屑，而我们在做的就是去开天辟地。

场景一：在长沙友谊的晚宴上，与国内某时尚集团董事会主席交流，他借着酒力表达了对GIADA所走之路的不屑，认为GIADA定位再高又如何，销售额也远远比不上他们家国内品牌的销售额。我也不想和他争口舌之快，大家“道不同”也不指望他能理解。

中国可以出现很多个服装品牌公司，但是宏珏只有一个。纵使他们品牌再多也比不上一个GIADA对世界时尚行业的影响。不以金钱论英雄，能够影响、成就别人不敢想之事的人才真是英雄。

后来我也知道了为什么他对我们有这种不屑的表达，因为有一位德高望重的行业领袖进场在他面前说了GIADA是多么了不起的品牌，说他们的品牌跟GIADA比不了，所以让他也有一肚子的不服气。这一路，我们接受多少赞美和肯定，就要承受同样多的质疑和挑战。

场景二：在分别和恒隆、九龙仓地物业喝咖啡聊天时，都聊到GIADA的楼层定位问题。我说GIADA有定位、有形象、有产品、有销售额、有服务，要啥有啥，为什么给不出一层的位置。大家也都很直率，表示了对GIADA以上方面的认可，但是提到具体原因也说不出为什么，表情也耐人寻味。想必他们也有难处：墨守成规的思想、香港总部的成见、各大奢侈品集团的竞争排挤等等。我想最主要的原因还是国人内心的自卑。因为如果国内物业可以坚定地支持我们，各个奢侈品集团权衡自身利益也不会和物业决裂，最多“爱哭的孩子有奶吃”那样抱怨几声讨点好处罢了。而国人自卑这个核心因素随着经济腾飞之后的文化复苏和民族自豪感的觉醒，实际上也在有所改善。

这一路，我们接受多少赞美和肯定，就要承受同样多的质疑和挑战。



中国是世界上最早有“奢侈品”概念的国家，为何要质疑中国人运营奢侈品品牌这件事呢？如果足够自信的话，又为何质疑中国人运营的意大利奢侈品品牌会失去“奢侈品”属性呢？奇怪的是他们从不去质疑法国人运营的西班牙品牌、美国品牌会不会失去原有的文化基因。

跟华润的朋友吃饭时聊到GIADA在万象体系的境况，我不禁地感慨，在中国的奢侈品行业，华润是唯一一个有实力和港资集团掰手腕的物业。如果连华润这一位“老大哥”都没有决心和魄力去挺我们一把的话，国内其他各地物业又怎么有勇气去坚定地支持我们呢？几大奢侈品集团又怎么会认可我们的平等竞争地位呢？

国人当自强。今天看了《钱学森》这部电影之后，和九月的这些经历、思考相呼应了起来。我们或许从前什么都没有，但我们不应该缺少从头去建立的决心和信心，只要努力去做总有一天会成功。就像在新中国成立之后各行各业一直努力在做的，就是不断开创，中国人充满开创精神，现在也不缺少。宏珏的开创之路，就是我们宏珏人的使命！总有一天，我们的事业会像“两弹一星”成功绽放！

对，我们就是奢侈品

马孟涵



前段时间在饭局上认识了一个人，大家礼貌性寒暄了一下。对方问我在哪个公司工作，我说在一家奢侈品集团，做时装的。对方脱口而出，GIADA吧？我一脸震惊问对方，你怎么知道的？他说他是某服装公司分管线上业务HR，在中国服装帽鞋领域，除了迦达没有哪个公司会称自己为奢侈品公司。同时他还说，自己任职的公司也很大、品牌线众多，高中低端品牌都有，高端线产品的价格也很贵，但他们不会自称奢侈品，只会自称为高端线。他们是服装公司而不是时装公司，是因为他们认为自己做的事儿跟时尚没啥关系。听完我都愣了，说实话之前并不了解他说的意思。我接着问，那你们公司对自己的定位是什么呢。他回答，我们的公司一直秉持的宗旨就是为国民提供好穿实用的衣服。老板确实是只想赚钱，这么多年一直走多品牌快速扩张路线。听完我回复，那咱们两家公司的定位不同。我老板说过，如果他想挣钱，就绝不会像现在这样一家一家的慢慢开精品店。他选择用十几二十年养一个牌子，而不是多品牌快速扩张，是因为他宁愿少挣很多钱，也要完成打造中国的奢侈品公司的梦想。你不觉得这样坚持自己想法的行为很酷嘛。他听完不知可否，说了一句，小而美的公司也很好。接着他说，你知道我们公司参加深圳时装周，展位都是最大的。我说哦，是吗？不过我们从来不参加深圳时装周，我们都是参加米兰时装周，因为我们是奢侈品品牌。

是，奇奇怪怪的竞争意识又出来了。我们公司是小而美，但我们敢定其他品牌不敢企及的定位，做他们不敢做的梦想。我们没有啥，只是一个“勇”字罢了。这就像当时我在北大招聘会上看到的照片：一个穿着芭蕾舞服的小女孩，充满好奇的看着红色帷幕后的舞台。这就像我们公司，虽然不够强大，但是有勇气看向世界舞台。只有向往，才有勇气走到台前呀。只有想在众人前翩翩起舞的愿望，才能抓住机会展现自己，让更多人认识到我们，知道这家来自中国的奢侈品

我们没有啥，只是一个“勇”字罢了。



品牌控股运营管理公司。如果连看都不敢看，连想都不敢想，那确实是不用提“奢侈品”这个概念了。即使产品价格也很高昂又如何，那也始终是“高端线”。奢侈品，就是一个梦。用最浪漫的手法，去为消费者营造的梦。如果身为经营者都不愿意沉醉其中，顾客又怎么会买账。如果自己都非常清醒冷静的将自己定位为“高端线”，那消费者也只会认为这是某大牌“平替”。甚至就性价比，他们都不算“平替”。

从前不觉得，但听完对方的话，我开始为自己在业界唯一“奢侈品”的品牌工作而骄傲。因为我们是用一腔孤勇，做一件没人敢想，没人敢干的事。这是多酷的行为啊！就像习大大说的，天上不会掉馅饼，努力奋斗才能梦想成真。

敢想敢干的宏珏人。愿我们，梦想成真！

梦想的力量

李沁雪



九月二日，第八批在韩志愿军烈士遗骸，终于从韩国回到了祖国，这是一场跨越了两个世纪的漫长归途。

抗美援朝，是中华民族的一场立国之战。面对当时第一强国美国，中国人民志愿军带着有限的物资和必胜的信念跨过鸭绿江。缺弹药，就去厮杀缴获敌军的武器和装备；缺水源，就靠喝地面弹坑里的积水度日。纪录片《一九五零他们正年轻》采访了亲历战争的英雄们，耄耋老人眼泛泪光地将这段充满伤痕的记忆娓娓道来，瞬间把我们拉到了那个战火纷飞的年代，和他们一起热血沸腾、热泪盈眶。电影结束时大家都静默许久。电影中令我印象深刻的情节之一，是文工团老战士任红举爷爷，为英勇就义的战友写的小诗，“等我老了，一根白发安在你的提琴上，我们还演奏，我们还跟着你唱”。这是在那炮火连天的时代里，独属于中国人的浪漫。

这场战争的胜利让中国在世界舞台上、拥有了挑战美苏的资格，提高了中国人民的民族自信心，掀起了国内抗美援朝、保家卫国的热潮。这半个多世纪以来，中国经济腾飞，综合国力和国际地位显著提升。而这些荣耀，都是英雄们在战场上用生命换来的。以和为贵自古是中华民族的传统美德，但中华儿女的骨子里却拥有无可比拟的凝聚力和向心力，面对敌人和战争的无所畏惧，正如电影结尾处所说，我们崇尚自由，不愿意战争，但我们绝不投降。

七十多年前，志愿军中有很多是比我现在年纪还小的弟弟妹妹们，他们告别亲人，奔赴战场。七十年后的今天，我们在安稳幸福的童年、便利的生活设施、优质的教育资源中，探索着人生的无限可能性。尽管身处的时代变了，但我们有同一个中国梦，那就是国家富强、民族振兴、人民幸福。

加入CURIEL团队以来，我和大家一起经历了很多，有笑有泪。在领导和同事们的支持下，我不断提高自己的专业和沟通能力，开拓视野，这也让我对自己所

陈总寄语

致蕊蕊人：

在刚刚结束的7月，我们创造了蕊蕊进入中国市场以来的单月新高度！
 蔻蕾区内，青岛海信店再度刷新纪录，突破110万，同比增长253%。太原
 万象城店连续5个月刷新纪录，同比增长156%。济南贵和店在最后时刻冲破任务..！

去年的8月，是2020年全国新高。蕊蕊诞生了第一个百万，北京金融街店率先取得了113万的成绩。时隔仅仅一年，今年4月起，如雨后春笋般，全国诞生了9个百万月，6家百万店！北京SKP店开业14天突破百万，27天突破200万，最终取得了213万的好成绩，排名楼层前十，木秀于林，超过了其他一众知名国际品牌！在全球最好的商场，竞争最激烈的楼层，最严苛的商场运营，最严格的规章制度面前，她们为蕊蕊、为宏珏争了一口气，用行动说话，用实力赢得了尊重..！

“道阻且长，行则将至。行而不辍，未来可期。前方的路会有曲折，但也充满了希望。”习大大如是说。意为虽然任务艰难，但只要持续努力，就将实现目标，表达了中华民族最宝贵的品质之一，坚忍乐观、直面困难的人生态度。

这句话于我心有感戚。我想，这正是蕊蕊在过去这一年发展进步的真实写照。回首过去，去年的此时此刻，大家或许还认为百万遥不可及。但正是领军团队们的敢想、敢信、敢拼、敢为，早成就了今天的蕊蕊盛世。展望未来，下一个300万，500万，1000万，也并不遥远！我们的前辈GIADA，已经证明了这一点！

每个团队作为蕊蕊一线的造梦者，耕耘好各自脚下的一亩三分地，就能突破各自的“百万”！而每个突破之下的成长与进步，都有迹可循！用实力和业绩，磨砺心态与能力，实现蜕变！用实力和业绩，为每一个市场赢得尊重和话语权！

“以史为鉴，开创未来。”这是习大大在7.1党成立100周年大会上讲话的重要纲领。蕊蕊不也正是如此吗？依托其113年的百年历史，经历4代女性爱与传承的品牌精神，在我们宏珏人的手上再绽荣光！

这个8月，我们誓必再立新高！

CURIEL

我们所肩负的使命，是让拥有一百一十三年历史积淀的意大利高定品牌，在中国这片土地上再添荣光。

奉献的这一场事业有了更深刻的认识。我们所肩负的使命、是让拥有一百一十三年历史积淀的意大利高定品牌GURIEL在中国这片土地上再添荣光。

近来各门店捷报频频，既让我感到骄傲自豪，也倍感压力。作为连接在门店形象设计和实体落地的关键一环，我需要在尊重意式设计风格的同时，沟通优化方案、助力销售。从材料外观质量把控，到成本进度管理，我的工作是由一个个细节串联而成。在关照细节的同时，我还需要不断突破思维局限性，由点及面发散性地思考问题，努力打造具有CURIEL品牌独特性的门店形象。带着这个目标，我会在岗位上不断发挥自己的能量，相信未来，为梦想接力。

在我们的心中，革命英雄们永远年轻，向他们致敬！

掌艺术之灯前行

郭晶



意大利大使馆副馆长 Emanuele de Maigret 在 GIADA Claudio Silverstrin 艺术影片首映礼上讲话

上周, GIADA在中国大饭店举办了“GIADA x Claudio Silverstrin” Art to Art系列影片第一部的首映礼。现场座无虚席, 来自建筑圈、艺术圈、时尚圈的众多艺术家们、媒体人们, 以及GIADA lady们齐聚一堂, 探讨对于建筑美学、艺术、探寻自我的认知与见解。The Becoming of a Virtuoso, 这一部影片承载着Claudio对于艺术与自我的深入剖析。GIADA与Claudio, 时尚美学与建筑美学的碰撞, 让在座的人们都沉浸其中。艺术, 从不是炫技的载体, 也不是凸显自己的工具, 而是帮助我们更好地认识自己、了解自己的一面镜子。活动过后, 感触良多, GIADA品牌一贯坚持的艺术性, 可能在很多人眼中是阻挡商业化发展道路上的障碍物, 限制品牌跟上大流量时代的发展。而当看到、听到来自各行各业的GIADA lady们在活动后真诚分享内心的触动, 我想, 我们在走一条不易但正确的道路。

在一片对于中国人而言是黑暗森林的地方, 但凡有一点零星的光, 就将成为被阻击的公开目标。宏珏在整个由欧洲占领主导权的奢侈品行业, 它勇敢地点燃火把, 带领一群有共同追求的美丽的人们向黑暗森林慢慢前行。无缘由的阻击, 无缘由的对抗与打压, 众多品牌出现在了宏珏集团扩张版图行动的对立面, 面对这些品牌的态度, 身为集团一员的我起初非常失落, 失落源于自身一直非常欣赏着的奢侈品圈也逃离不开商业的“阴暗面”。同时也非常无助, 不知道如何消化情绪, 不知道如何帮助公司。

直到在这场首映礼上, 赵总分享的拍摄期间与Claudio先生的一小段对话。当时他们在西班牙一个小酒馆畅聊, Claudio谈到, “随着GIADA品牌的发展, 作为旗舰店建筑设计师, 越来越多的人开始嫉妒我, 也有越来越多的人认可我”。可能从赵总、李总创业之初, 就预料到如今的种种困难, 商业谈判的困难定无法劝退他们。做奢侈品, 难不难? 难。那还要不要做?

内心不为人知的角落，人人皆有，但只有少数人可以触及，只有极少数人能将其开垦至闪耀亮相，成为指引一群人向上攀登的那束光。

要做！在微微星光中看到星辰大海，这就是宏珏的创始人，也正是这样的人引领一众怀有同样情怀的人们走过奢侈品行业独木桥。

之前对李总的了解非常之少，有幸见过一张赵总为李总拍摄的倚在街角小憩旧照，当时李总不顾生病的身体情况坚持与赵总一起飞往意大利订货，不致困意的她倚靠在教堂旁安睡的优雅，这样一个“睡美人”的形象深深刻在我心中，这位优雅的女士就是李总。坚韧而柔软，就像一朵岩石上的花。后来听闻了李总更多的故事，她在我心中的形象更加丰满起来。在回望更多宏珏发展史的老照片时，看到了那个坚持自己梦想的李总。出生在书香世家的李总，因从小学习芭蕾等，有着极好的艺术审美与品味。在赵总与李总在海外单枪匹马下订单时，李总便拥有一群品味追随者，众多亚洲的代理商们总是跟着这位气质脱俗的Miss Li下订单，“Miss Li订什么，我们就订什么！”。有着高级纯粹审美的李总，凭借着对于时尚与艺术的独特见解，赢得了菲拉格慕的独家代理权。但赵总李总的创业之路并没有继续选择这样一条平缓的道路，而是坚持要爬奢侈品业内这条荆棘的上山路，阳春白雪，始终如一。看着一张赵总、李总三十年前以代理人的身份与欧洲品牌老总的青涩合影，到如今与欧洲时尚泰斗的谈笑风生，品牌一路走来靠的便是引路人几十年如一日的坚持。

集团的意向是一块红色的玉牌，圆满的形状上雕刻着绵延的纹理。其实，这一块红色的玉石不存在在现实世界中，它就像我们的梦想一样，独特而美丽，而玉上仅有一半的纹路，脉络的另一边空白则象征着宏珏未来可期的期许。内心不为人知的角落，人人皆有，但只有少数人可以触及，只有极少数人能将其开垦至闪耀亮相，成为指引一群人向上攀登的那束光。



一个“睡美人”背后的故事

徐心怡



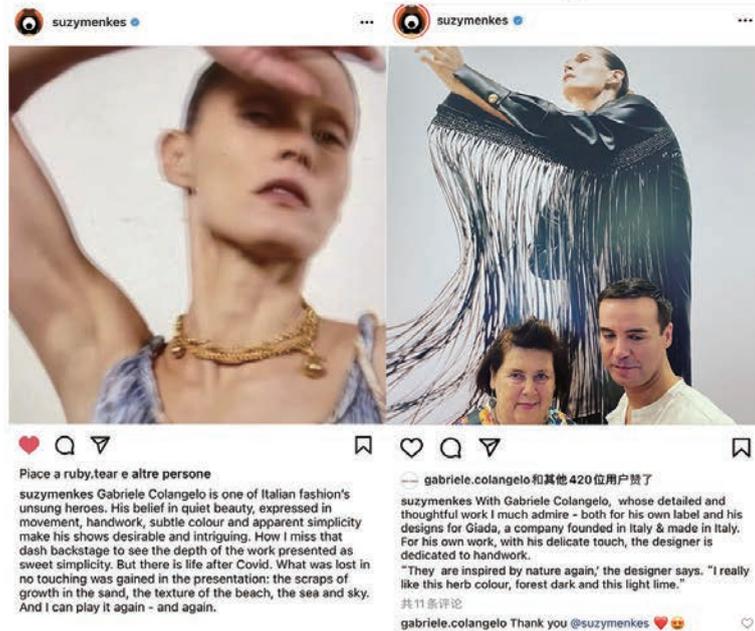
三月的一天，走进李总的办公室，这间办公室虽然空着，但是仍饰有鲜花，窗明几净。在这里赵总和我们讲了一个“睡美人”的故事。

一张张赵总、李总同宏珏集团一路走来的高光时刻被定格在照片墙上，但有一张似乎是生活照一样的旧胶片被安置在墙壁的右上角。髣髴兮若轻云之蔽月，飘飘兮若流风之回雪。远而望之，皎若太阳升朝霞；迫而察之，灼若芙蕖出渌波。美沁入骨大概就是如此。照片上的人正是李总。她坐在意大利夜晚的路边，斜倚着欧洲的石栏，似在闭目养神，又或是正在小憩。就是这样日常又随性的一幕被相机捕捉定格。与此刻的平静形成反差的是这背后的故事。

赵总说那还是多年前，他们需要去意大利参加订货会，当时李总身患重病。原本计划只有赵总独自前往，但李总出于对品牌完美呈现的至高要求，最终不顾仍陷病榻的自己，毅然同赵总一起飞往了意大利。这正是他们在意大利的高强度工作间隙，被暂停的一个瞬间。

听完这个故事，我忍不住眼泛泪花，仿若灌顶，真正明白了那句“一群美丽的人，做一份美丽的事业”。这世间杂事繁多，丝竹乱耳，案牍劳形，找到那件真正美丽的事，相信并且坚定的为之付出，走过的山河会拓展你的眼界，见过的人潮会洗涤你的精神，向美，而从美，终传美。

因为学校的优势，求学期间有机会接触到很多世界最顶级的女性艺术家和设计师，听她们分享，与她们对谈。时尚教母VIVIAN WESTWOOD, CELINE的前设计师等等，她们都在自己的领域极有成就，并且深刻地影响一个时尚时代。我很仰慕她们，尊敬她们，欣赏她们。回到国内加入宏珏，听到关于李总的故事，关于她工作的点点滴滴，我又震撼又感动。震撼于她的能量，感动于她的坚持。在我



心里，她正是这个时代伟大的中国女性，她想做也正在做的是很多人不敢做也做不到的事！

在北京当店长期间，我遇见了很多GIADA的客人。由于本身我在宏珏旗下的设计师品牌GABRIELE COLANGELO工作，遇见GIADA客人的机会并不多。但是在北京最核心的国贸商圈，很多女性都早已成了GIADA LADY，是GIADA品牌的忠实拥护者。在购物的过程中，因客人并不知道COLANGELO也是GIADA的创意总监，还会反过来和我们说：“你知道有一个品牌叫GIADA么，真的很好，一穿就知道感觉是不一样的！”每当我听到这些都禁不住欣喜和自豪！这一份美丽的事业被越来越多的人看见，被越来越多的人认可。跬步成千里，滴水成江河，千里以通天路，江河以连汪洋。这群奋斗又美丽的宏珏人定能成这惊天又动地的美丽事！

She walks in beauty, like the night of the cloudless climes and starry skies.

她走来风姿优美，像无云的夜空，繁星点点。



气盛

何知非

若干年前，硕大的“红玉廊”广告招牌悬挂于格兰云天大酒店外墙，但凡是从蛇口前往深圳的人，没有一个能错过这显眼的大招牌。“我就是想气气他们！”赵总说起往事时，脸上总带着孩子气的促狭笑容。彼时他刚从体制内出来，旧日不得志的郁闷与成就一番事业的决心在那一刻都化成了一股气。大多数人的赌气不过一时，却不成想“红玉廊”演变为今日的宏珏，在米兰、波士顿及国内各城市的顶级物业开拓版图，靠的也无非是“争一口气”。

只不过这一口气，在见过风景与戈壁、尝过香槟与苦酒后，从为了个人，变成了国家、为了社会——从为了在旧人面前争一口气，到为了能让中国在奢侈品行业赢得话语权而争一口气。

何为气？是不屈于强权的骨气，不甘于落后的志气，不畏于挑战的勇气，不屑于委蛇的正气，也是不囿于小我的大气。

“人活一口气”并不是虚言，只要心中有责任、有信念，便会为了这一口气能畅快吐出的那一天而放下自身琐碎的情绪，心无旁骛地前行，开怀享受全力冲刺的时刻。值得庆幸的是，宏珏的精神是一脉相承的，今天的宏珏人与二十年前的宏珏人并无不同。我们都受过良好的教育，接受父母、老师与社会给予的关爱，这让我们相信能力越大、责任越大，不该也不齿于只做一个精致的利己主义者，而是必然要去实现更大的抱负与梦想，承担更多的社会责任。这一口气不会断，它会一直延续下去。

然而年轻的我们，往往容易“一鼓作气、再而衰、三而竭”，在内心还不够强大与坚定的时候，一旦陷入“疲于奔命”的自我麻醉里，便会开始怀疑与气馁。经历整月没有停歇的营销活动，精神与体力上的压力、以及数字上的不

何为气？是不屈服强权的骨气，不甘于落后的志气，不畏于挑战的勇气，不屑于委蛇的正气，也是不囿于小我的大气。



尽人意，让我们一时陷入了低落的氛围里。所幸五月初赵总召集我们部门，用一下午时间用心分享他自己与公司的发展历程。这一课上的太及时、太重要了，在这特殊的时刻，我们的“气”重新又被鼓起。

客户关系部的工作价值是什么？其实一早已经写在了我们的部门使命里：“让更多女性成为GIADA LADY，让GIADA LADY更加深爱GIADA”。这两句话在今年我们成功把它转化成了可以量化的数字，对应的正是年度考核的两项指标：1）新开源VIC的贡献金额须至少达到优秀目标的百分之三十，甚至百分之五十；2）二零二零年留存大客户的贡献金额至少保持去年同水平并期望再增长百分之二十。

我们要将使命与对应的数字目标内化为一切行动的源动力，所有活动项目、与客户的日常沟通、对专卖店的数据指导，都是围绕着它们而来。在这一场伟大的冒险里，我们也都要把自己想得伟大一些！在忙碌的背后，勤奋不能替代思考。既然年轻，何不气盛？最好的年华，带着宏珏人独有的“气”，挑战更多不可能，创造更多历史！

格局

孙立晖



还记得从入职起，和同事沟通时他们总会和我开玩笑道：“孙立晖，你这格局不够啊”。格局格局，这个词汇一直以来也就成为我们工作间隙嬉闹的一句固定台词。很多时候我个人也没有去深究在宏珏集团的“格局”究竟意味什么，大概就是做事情要有高度吧？不过回头看，四月的两件事儿，还是引发了我对“格局”二字更多的思考。在宏珏，做事确实是需要有格局的，而且一切琐碎必须需要从格局出发的。

第一件事，是公司给人资部开的小会。会议章程暂按下不表，通篇逃不开的核心便是宏珏人从一穷二白直到现在的蒸蒸日上，背后前辈付出的泪水和汗水，那些脚印和奋斗的故事。其实宏珏人工作中的格局第一点就是在此：对前辈付出的致敬和回顾，以及把自己想的更伟大一些。我是一个直性子，招聘和员工沟通时坦白讲都是讲“钱”讲“工作”多一些，关于宏珏的故事其实鲜有涉及。警悟之后，我亦开始将“格局”二字融入我的日常工作之中，这绝不是喊口号，而是实实在在的。在后续的招聘流程中，我必提宏珏作为中国人控股外国奢侈品牌的先驱独特性，以及作为GIADA品牌顾问在品牌发展道路上一步一步的不容易。同时，在员工转正沟通，哪怕是企业微信群造势中，我也开始潜移默化地向员工传输“你其实很伟大”的观点。因为GIADA，因为宏珏确实就是销售部员工一起努力盖起来的！包括我真正开始涉及招聘统筹后，我也在做每一步时思考：我这么做，对不对得起前辈们的努力，能不能让宏珏的后辈更好？有了这点格局的领悟，面对困难我才不会选择退缩，因为退缩就是对责任的放弃，是失格。

第二件事，是亲历哈佛论坛的火热现场。筹备的细节和现场的热络都已经是过去时，我记忆最深刻的其实是知非在演讲台上做行业分析分享时的画面：台上PPT中展示着LVMH、开云等集团品牌的销售业绩增长图，台下坐着的是我们宏珏的战友和嘉宾。穿过哈佛论坛中所谓“名门贵族”的身影，看到这样子的一幅

格局二字说大不大，说小不小。大的格局喊多了是空中楼阁，吸收格局后从小事做起，亦是对初心的坚定。多听大故事，不放弃做小事，踏踏实实做一位“有格局”的宏珏人。

画面，我心里更能真正感受到：宏珏做的这件事，好难，但是好有种。背靠着公司，我才有机会在入职两年不到的这个节点，在招聘环节上与一些传统大集团硬碰硬，我才有机会去到这样子的平台看看哈佛论坛的真面目。

这些点滴其实是在办公室中感受不到的，因为公司一直把我们保护的很好，只有真正看到了差距，并看到我们作为中国人的代表已经做出了不错的成绩之时，我才能清晰未来的路该怎么走。宴席散去，自豪感之余更多的是动力：现在我们是作为行业的代表，分享者去分析行业，去尝试引领行业。有着对于行业大格局的认知，我们才能真正往行业最顶尖的方向上奔跑。“开开眼界”这个词我认为一点都没有错，打开格局看世界，才能认清差距，认真做事。

格局二字说大不大，说小不小。大的格局喊多了是空中楼阁，吸收格局的意义后从小事做起，亦是对初心的坚定。多听大故事，不放弃做好每一件小事，踏踏实实做一位真正“有格局”的宏珏人。

赢得成功与尊重

徐妙



四月接连举办了两场明星活动，一场在上海的港汇恒隆，一场在深圳的益田假日。由于两场活动的举办日期非常接近，因此在筹备时我也几乎是双线并行，这也使得两场活动具有了很多可比性。简而言之，客场作战与主场作战，是两种完全截然不同的感受。

港汇恒隆作为上海乃至全国最好的商业地产项目之一，在合作过程中处处显露出它的“傲气”。比如店铺门口可以划定给我们办活动用的空间，最初商场只同意为我们封半扇门，那也就是一点五米的距离。我们在港汇的落位本就比较偏，如果只能划定一点五米的宽度，那店铺外的整个活动区间最多也只有十平米出头，根本是没办法施展开的。为了争取更大的活动空间，我们只得一次次地跟商场软磨硬泡，最终店外三米的围栏区域都是我们跟商场每半米、每半米这样子争取来的，实属不易。再比如在一些配套措施上，像店内家具暂存、模特妆发室借用等等。每当我们向商场提出类似需求时，我感受到商场本能的反应不是如何更好地为我们解决问题，反而是用一些官方的回答来“拒绝”我们，比如“周末我们物业这里不上班没有办法存放”、“会议室不允许外借”等，这就使得活动筹备中每一个细节的推进都备受阻挠，我们总在不停想办法解决问题的紧张感之中。

相比之下，与益田假日广场的合作就呈现出完全不同的状态。在与其物业的对接中，首先对方的部门领导非常热情，主动提出要与我们见面认识，而且对于我们品牌方提出的需求，总是尽可能地想办法解决，无论硬件设施的物品存放、会议室借用、电梯限行，还是软件设施上的全渠道宣传配合，都给我们非常大的帮助。作为活动负责人，在活动筹备的整个过程中，总是让我产生一种商场也是我们的队友，在帮着我们一块儿使劲的感觉，这确为我们省了不少心思。

其实这两个商场相去甚远的态度并不难理解，这就是商业世界中无比残酷

有句俗语说，有钱能办事叫本事，没钱能办事叫真本事；结合我们这两次的经历，我想稍稍修改一下这句话——占上风时能办事叫本事，占下风时能办事叫真本事！的宏珏人。



又现实的法则——因为港汇恒隆家大业大，一线品牌云集，一年到头举办明星活动不胜枚举，而我们只刚刚获得了它的“入场券”，因此它们对我们难免充满了打量的目光；而益田假日广场显然不像前者那样能够稳居商业地产第一梯队，因此它非常需要像GIADA这样有调性的高奢品牌来为它站台，拔高它的地位，也因此配合度极高。无论是在困难重重的客场，还是在占据天时地利人和的主场，我们都不曾畏惧，顺利把两场活动拿下，我们的专业度也再次刷新了两家商场对我们的认知。

这两次的经历让我更深刻地认识到两件事：一是在真实商业世界里，别人的尊重与认可是要靠我们自己去赢来的。拿成功换尊重，这听起来很残酷，却无比现实；二是，永远不要被困难吓住，切莫畏难。刚开始时我们总觉得港汇的限制条件这么多，活动一定办不下来，但最终我们直面挑战，一个一个地克服了，而且甚至能化劣势为优势，取得了很不错的杠杆效应。我想遇到挑战、拥抱挑战，到最终克服挑战，这就是赵总所谓真正自信的来源。

有句俗语，有钱能办事叫本事，没钱能办事叫真本事。结合这两次的经历，我想稍稍修改一下这句话——占上风时能办事叫本事，占下风时能办事叫真本事！

野马与骏马

叶梓



四月中旬，有幸代表公司参与2021年哈佛中国论坛奢侈品行业炉边谈话的活动组织与落地。作为区域人资负责人，被销售部同事们目标感和奋斗精神感染是常态，但第一次进入到涉及面如此广的活动中，我心中还是一次又一次为集团各部门、各品牌之间的凝聚力和向心力所叹服。从未有奢侈品行业的代表站上了哈佛论坛的讲台，我们做到了；从未有人尝试过GIADA、CUIEL、GC、COLOMBO的多品牌联合展览，我们做到了；从未有人尝试将沉浸式互动装置和时装秀场搬进哈佛论坛，我们做到了……尽管在全国活动密集的四月份，公司各个方面人员物资调度十分紧张；尽管活动涉及的多品牌多部门协作十分复杂，相关负责人会时常开会至凌晨；尽管场地供应商预留搭建四个展览的时间只有短短两个小时，有的展览只能凌晨四点进场搭建……我们依旧完成了自己对自己提出的各项挑战——做别人认为不可能的事，做别人没有做过的事。

公司作为奢侈品行业的唯一代表，我作为组织方的一员，能亲眼见证公司与商界、学界、政界等领袖精英共同探讨后疫情时代中国面临的挑战与趋势，为中国的发展建言，本身便是一种荣幸；而活动结束后收到来自各方的关注和赞叹，更令我感到骄傲无比。负责活动彩排的哈佛同学听完公司分享后问：“你们公司基本都是留学生吗？能够聚集这么一帮优秀的人真的很了不起”，参加活动的一位医疗专家在展览前久久驻足，还主动想帮公司策划团队拍摄合影，活动中邀请的秀场模特也接连感叹演讲分享的精彩……

其中，哈佛同学提到“一帮优秀的人聚集”的评价让我思考良久。优秀意味着出众，意味着不走寻常路，意味着不一定需要依附于群体，意味着时常保持着思想自由和独立的思考能力。如果仔细观察公司每一位同事，会发现每一个人都是极其独特与有能力的个体，不乏极具个性之人，这些特质看似是与“合群”、“融合”相悖的。那么，这一帮极其优秀的人是如何拥有能够成就大事的凝聚力与向心力呢？偶然间，我在一个比喻中寻找到了答案。

于宏珏而言，能团结各方有能力之人的缰绳便是文化，是奋斗慈善快乐的精神，是共同成就美丽事业的梦想，共同的愿景能够包容特立独行的个性，而特立独行的个性也能在马鞍与缰绳的引导下逐渐与共性融为一体。



“骏马与野马有什么区别？骏马有鞍有缰绳，可以群体作战，为人所用。野马未必不能日行千里，但因缺少缰绳，终究似无头苍蝇般无法迸发群体向前之力，无法为社会贡献可用之才。”于宏珏而言，能团结有能力人的缰绳是文化，是奋斗慈善快乐的精神，是成就美丽事业的梦想。共同的愿景能包容特立独行的个性，而特立独行的个性也能在马鞍与缰绳的引导下逐渐与共性融为一体。

成长与背景经历较为多元复杂的各部门和各品牌同事如是，更何况我在工作日常中接触的销售部同事。随着零零后逐渐走上工作岗位，我也曾时常担忧这批家长宠爱、崇尚独立小众文化的小朋友是否能够适应“又红又专”的革命文化。他们似一匹匹野马，有着自由的精神与充沛的精力，马鞍与缰绳是否会被他们视为枷锁？但事实证明，生在祖国繁荣强盛的年代，这批“小红砖”内心的家国情怀比任何一代都强。虽然起初对“又红又专”的文化存有陌生感，但在群体的耳濡目染之下也有不少年轻小朋友开始对美丽事业的使命与责任产生共鸣，在奋斗路上快乐地驰骋。常说千里马常有而伯乐不常有，伯乐成就了千里马。于我而言，伯乐之所以为伯乐，是因成就千里马。而人负责人的使命，便是为野马佩戴上马鞍，成就一批又一批骏马。

爱身边的人，做生活的主人

赵澍波



十月是人力资源部冲刺的月份，集团人力资源部在忙着做各种校招的大项目，我们CURIEL小分队也开始区域培训的征程。整个部门都处在战斗的状态，所有人都打起十二分的精神面对各自的项目。待所有项目结束，雨韵组织了一次部门团建，小伙伴们聚在一起畅所欲言，回顾成长，又同时憧憬未来的新阶段。

就个人这四年的成长阶段里，有三次转折是至关重要的，可以说如果在这三次转折没有一个很好的过渡，就不会有现在的自己。

第一次转折是在三年前，刚入职一年的我，随着汇报体系的变更，从只有我一人在的CURIEL人力资源部加入到集团人力资源部的大家庭。这次转折，标志自己从无助的孤军作战到加入一个更加有爱的团队，由此有了更强烈的归属感。尽管在工作内容和范畴上，还是维持以前的标准，但一个可以互相支持有爱的团队，对于一个还处在职业生涯前期的员工而言，感受到的就是更直观的融入和爱。另一个值得惊喜的是，同从汇报给雨韵后，雨韵教我的不仅是细致的业务，而是一种更为宽广的视角，也是我第一次深入理解格局的重要性。

第二次转折是在今年的四月，都说三年一个坎，这句话名不虚传。我当时也面临了很多业务上细节问题的挑战和困难，每天都处在一个被动救火的状态。积累到一定程度后，觉得有心无力，那一瞬间觉得自己失去了价值，无力且卑微。也是在那个时候，雨韵带我找了赵总，赵总的一句话点醒了我，“你应该站在陈总的角度思考问题，给他帮助和支持”。虽然当时很疲惫，但这种疲惫只是来源于解决一个又一个的表面业务细节，每次呈现给陈总的也都只是问题。而我从来没有想过如果站在更高的视角，那么很多问题就不再是问题；若能融入更多的思考，而不是停留在解决问题的表面，那自己能发挥的价值和作用自然上了另一个台阶。

学会与生活相处，爱身边的人，做生活的主人。



第三次转折是在下半年的部门述职，通过准备述职的过程，自己第一次真实的站在一个更高的角度，以部门为出发点，去思考能够给公司和品牌带来怎样的助力。尽管今年得到了升职的机会，但上任后自己的角色还没有得到很好的转化，或者说是不知道怎么做转变。也是得益雨韵的一顿当头棒喝，让我更加清晰自己思考问题的角度及如何逐步进入到管理者的角色。从对过去的分析到总结，再落地到未来的规划和执行过程中的查漏补缺，到最后的复盘和整理，每一个环节都融入思考，因此品牌人才建设梯队也愈发清晰。不断回首的过程就是方法的革新和新认知产生的过程，这就让自己和自己部门的工作变得更有方向。

展望未来，两个憧憬

雨韵在团建的最后分享中，提到她希望人资部的小伙伴们，都能学会与生活相处，爱身边的人，做生活的主人。她在分享自己入职八年来的心路历程的过程中，也是毫无保留。回想起日常的每一次互动和沟通，她都会给到最大的帮助和支持。她曾说在职场遇到宏珏是一个非常幸运的事，于我们而言，在职场中遇到她何其不是一种幸运，愿接下来的旅程中继续一路同行。

人资部的小伙伴也通过这三年的进步，当下已经有很大成长。每一个人的特质都不同，但大家彼此互补且上进。我们之间分享着相同的人生观、价值观，共同为了搭建宏珏最强人员梯队做着自己的那份努力。荣耀时共享光荣，困难时八方支援，现在的人资部正在朝着强起来的方向发展，我们对未来都充满信心。

爱身边的人，做生活的主人，不负使命，不负荣光！

归来仍是少年

朱梦楚



整个五月份公关部都在忙碌地筹办在中国大饭店的两场活动，每个人身上都充满了干劲，每个人都在为同一个目标努力的集体感形成了一种能力场，聚集成了一种信念感，因此工作虽然繁忙但让人感觉不到疲惫。每每完成一项任务在工作表上打勾的日子充实地仿佛倏忽一下就过去了，转眼间，就到了启程去北京的日子。抵达北京后，万分欣喜地欣赏首都的蓝天和晚霞，心里一阵感动，好天气是一个好兆头，预示着我们的活动一定能圆满举行。

媒体预览当天一早，我早早地来到店铺，确保店内陈列的每一个细节到位，看着精心布置的花束掩映着全新秋冬秀款系列，一种自豪感和满足感油然而生，宏珏人的团队策划力和执行力真棒！一整天的媒体接待中，我感受到品牌力量是多么地强大。有不少媒体的总监和主编都对新一季的设计和质感赞不绝口，在向媒体介绍新季的过程中，不仅向他们传递艺术和设计的理念，也让他们亲身感受秀款的独到设计与面料高级，全方位地让他们折服于GIADA成衣的魅力。参观完新季秀款，带媒体上楼落座GIADA Garden，邀请他们体验GIADA Garden餐厅的意大利格调。一位杂志主编赞叹道，他不仅欣赏GIADA的成衣设计，就连楼上楼下的店铺与餐厅设计和装饰风格他都无比喜爱。我继续向他介绍本季在巴黎与意大利泰斗级摄影师一同创作影像大片的过程，这位主编朋友说，“GIADA品牌真是延续了老CELINE的高品质，是现在的时尚界中很难得的品牌！像大衣上镶嵌皮质边线的做法，唯一有相似设计的也就是爱马仕了。”我们的品牌以实力征服了时尚界内外的人士。因为GIADA潜心耕耘着设计、工艺和面料，耐心培养着一群踌躇满志的奢侈品行业青年精英，才能在当今的奢侈品行业格局中越往前走道路越开阔。

紧接着的周一傍晚，迎来了格调和阵容都特别强大的GIADA艺术影片首映礼，中国GIADA精品店和GIADA Garden餐厅都以熠熠生辉的面貌迎接各界的高层和

正如同GIADA的时装理想以及GIADA合作的艺术家们满怀的赤诚之心一样，充满着追求和热爱的人是不会老去的，也不会止步于眼前的成绩，而是不断地设立更高的目标，去攀登下一个高峰。这是宏珏人的精神追求，引领每一位宏珏人迸发出更大的能量，做出更恢弘的一番事业。



意见领袖。为了让受邀媒体更好地感受GIADA的艺术氛围，我们特地邀请了WWD的记者Tiffany在活动前参观店铺、欣赏艺术展览、在GIADA Garden品尝六月特供艺术影片主题下午茶点，同时观摩了超模Cici在餐厅内的互动过程。我们从重庆大秀期间的美好记忆开始回忆，到现在同坐在GIADA全新的高端意大利餐厅享受美食美景，不禁一同感慨于品牌的蓬勃发展，及GIADA的艺术理念的广泛传播。从时装、到建筑设计、到高端餐饮，都传递着GIADA对于艺术与品质的追求。

当GIADA艺术影片在活动现场大屏幕开始放映时，那一刻世界的喧嚣仿佛褪去，我被带入一个神圣的艺术世界，心中升腾起一股静谧又坚定的力量。影片中GIADA全球旗舰店形象设计师Claudio Silvestrin的一句话振聋发聩：我对平庸过敏。如此的处世哲学就是为何Claudio与GIADA在艺术追求上能够如此契合的原因。拒绝平庸，独树一帜，是GIADA能够有今天成就的根本所在。在这个时代，立场不明确的随波逐流是危险的，而将一件事情和一种追求做到极致才能创造出独属于品牌的价值。

在北京期间，约了久未见面的大学同学喝咖啡，交流各自工作的领域和生活状态。同学夸赞我状态很好，比大学时候更年轻的感觉。这种状态不单只是外貌上的表象，而是发自内心、油然而生的活力和朝气。相由心生，我因为内心充实、愉悦、快乐，有事业上一份美好愿景和雄心壮志的滋养，秉持着但行好事、莫问前程的初心，纵然工作再繁忙也不会让倦容和世故沾染。如同GIADA的时装理想以及GIADA合作的艺术家们满怀着的赤诚之心一样，充满着追求和热爱的人是不会老去的，也不会止步于眼前的成绩，而是不断地设立更高的目标，去攀登下一个高峰。这是宏珏人的精神追求，这个精神将引领每一位宏珏人迸发出更大的能量，做出更恢弘的一番事业。

未来可期

朱梦楚

GIADA 上海久光店

八月创新高

9, 126, 723



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！
宏珏永远走在创新的路上，创造奇迹也是宏珏的基因工程。

八月份的末尾，我因为上海久光克服重重困难而取得的做人成绩感到精神振奋。在前线的销售同事如此灿烂地发光发热时，在后方的我们也不遗余力地为品牌形象的巩固和品牌力量的壮大在拼搏，这样一前一后的默契配合奠定了GIADA品牌坚实的根基，让品牌和宏珏人都能充分地去成长、进步、突破。喜讯不仅发生在GIADA品牌，集团新成员COLOMBO的双店开业，象征着宏珏多品牌战略的又一个里程碑。

每一次的成绩都来之不易，是宏珏人用勤奋和付出取得的成果，对于一向以高标准来要求自己的宏珏人来说，总有下一个目标值得我们去挑战。GIADA春夏米兰时装周正在紧锣密鼓的筹备当中，意大利时装协会特别重视GIADA的加入，在意大利已经开始举国放暑假的时候依然密切地与我们保持联系，想要为GIADA在日程表里保留一个最佳的位置。虽然最终我们还是按照品牌的整体宣传计划选择了不加入官方日程，但这一次与时装协会的沟通让我受益匪浅，也为今后的工作定下了更大的目标。与意大利时装协会的交涉，依靠的是品牌的软硬实力乃至整个集团的战略布局。GIADA是一个方方面面都力争要去做到极致的奢侈品品牌。要在国际舞台上取得更多的话语权，就必须更进一步要求自己，才能与行业内的其他品牌分庭抗礼，所以宏珏人对于更宏大的目标永远有持续不懈的动力与追求，一直在不断进取的路上。

苏格拉底说，未经审视的人生是不值得过的，要通过理性的分析和思考来探究生命的终极需求。这与“吾日三省吾身”一脉相承的理念，时常激励着我去主动思考如何在工作中认识到自己不足之处，发现能够更上一层楼的空间，促使自己以“居安思危”的思维方式来对待一切问题，让自己变得更好更强大。

我们刚刚收到意大利共和国记者Laura Asnaghi为GIADA写的专题报道。该报道刊登在共和国报时尚专栏，配以两张GIADA秋冬黑白基调的大片，在报纸

意大利共和国报道的标题写道：“GIADA女性以优雅和风格征服世界”，GIADA Lady如是，GIADA亦如是，以低调含蓄的优雅力量征服了意大利、中国以及将来更多的市场。

la Repubblica Sabato, 4 settembre 2021 Moda e Beauty pagina 23

Vetrina

Bon ton, fashion, allegra a ognuna la sua borsa



Dior
Lady Dior, la borsa che racchiude tutti i codici della maison



Fendi
Peekaboo, un classico che non passa mai di moda



Versace
Sbarazzina e fun la borsa per eterne ragazze



Fontana Milano 1915
L'eleganza borghese di Mina

Gabriele Colangelo, designer di Giada

“Le mie donne conquistano il mondo con garbo e stile”

di Laura Asnagli



▲ Lo stilista Gabriele Colangelo, dal 2015 direttore creativo di Giada



Il fascino discreto dell'eleganza susurrata e chic è l'essenza di Giada, il marchio milanese che possiede, al numero 15, uno dei più bei palazzi di via Montenapoleone, nel "quadrilatero della moda". Dalle vetrine su strada fino al terzo piano, con salotti e camerini calati in un'atmosfera zen sofisticata, Giada racconta la sua storia di milanestà all'ennesima potenza, sostenuta dalla forza strategica della holding RedStone.

Il marchio nasce nel 2001 grazie a Rosanna Daolio, un'esperta di moda con una brillante carriera nel mondo della produzione del Made in Italy di alto livello. Voleva dar vita a un brand che fosse espressione dello stile delle donne della città ed è riuscita nel suo intento. Dal 2015, al suo fianco c'è Gabriele Colangelo, la mente creativa.

«La moda di Giada è pensata per donne apparentemente fragili ma con un carattere forte», sintetizza il giovane direttore artistico che si è laureato in Lettere antiche prima di scoprire che il suo amore per il disegno l'avrebbe portato altrove, al mondo della moda, dove ha sempre avuto il coraggio di cantare fuori dal coro disegnando abiti dove la pulizia, il minimalismo e la cura per il dettaglio sono protagonisti. La sua

poetica e il suo stile riconoscibile, fatto di abiti minimal dall'immagine potente, intrisi di richiami all'arte e con un splendido uso dei tessuti, l'hanno reso uno dei nomi della sua generazione tra i più noti all'estero: «I miei abiti non seguono mai le mode e per questo sono sempre alla moda», racconta mostrando le due nuove collezioni, la Limited e la Timeless, una consacrazione dei capi iconici creati per Giada.

In omaggio alla milanestà la collezione Giada Limited è stata fotografata a Palazzo Brera, sede della Pinacoteca e della Biblioteca Braidense, dove Giada ha sempre sfilato e dove tornerà in passerella tra poche settimane. Questi cappotti, dieci in tutto, caldissimi e leggeri, sono realizzati con lo yangir, il più lussuoso e pregiato tra i cashmere, ricavato da capre che vivono a seimila metri di altezza in Mongolia e sull'Himalaya. «Ogni cappotto è unico, e come i capi che non ci si stanca mai di indossare», spiega Colangelo. Arricchito da speciali dettagli, come stampe jacquard e frange, come tutti i pezzi di gran lusso «non è solo un investimento economico ma anche emotivo».

Una scala elicoidale, simbolo dell'infinito e dell'eternità è lo sfondo perfetto per fotografare la collezione Giada Timeless con 15 capi dalla silhouette classica ed essenziale, dove il bianco e il nero lasciano poi spazio a molteplici sfumature di grigio. «Giada è un concentrato di purezza, di artigianalità, di materiali preziosi "made in Italy"», conclude Colangelo, «un inno al soft power delle donne che conquistano il mondo con garbo e stile».



▲ Lineare Completo Giada per l'autunno/inverno 2021

► Sobria Giacca corta monobotone con foulard per l'a/i 21

版面上分外醒目。整篇报道洋溢着Laura对于GIADA由衷的赞美与欣赏，这发自内心的喜爱之情在字里行间表达地淋漓尽致。共和国报评价GIADA“浓缩了米兰的优雅、低调、简约和永恒，GIADA诠释的女性力量更上了一个台阶”，还评论道“GIADA大衣像所有奢侈品一样”，值得女性为之在经济和情感上投资。能获得意大利主流报刊记者如此高的评价，我心中满是喜悦。这不仅是对自己工作的肯定，更是意大利媒体对于GIADA越来越好的品牌发展的肯定，归功于所有宏珏人。意大利共和国报道的标题写道：“GIADA女性以优雅和风格征服世界”，GIADA Lady如是，GIADA亦如是。GIADA以低调含蓄的优雅力量征服意大利、中国以及将来更多的市场。宏珏人正是为这样的目标在日以继夜地奋斗、拼搏！

THE IMPRESSION

WHERE FASHION GETS CREATIVE



GIADA
Gabriele Colangelo &
James Bradburne

*The Visionary Directors Discuss Their Unique Partnership,
the Return to In-Person Events, and Giada's Latest Collection*

永恒之美

滕臻

前不久的时装周,我出于工作需要,观摩了许多品牌的大秀、新品。有的先锋时尚,有的新奇怪诞,有的复古回潮……在一番百花齐放、光怪陆离的美学轰炸之后,我感受到一丝审美过载后的疲劳。

这我不禁思考背后的原因——在消费主义盛行的当下,人们有着越来越多的消费选择,无论是生活用品、电子产品,还是快时尚与高级时装。也因信息时代的便利性,更加多元的审美正在被广泛传播,得以兼容。这无疑是可喜的一面。但硬币的另一面,是人们被信息与审美的洪流裹挟,变得越来越趋同和追逐所谓“流行”,却失掉属于自己的独立审美判断。而我自己,在每天不断刷社交媒体、看直播、逛淘宝的业余消遣中仿佛也陷入这种审美盲目。它带给我短暂的愉悦,以及长久的焦虑。

这时候,反观GIADA,我似乎第一次真正体会到其所呈现的经典、极简、高级风格的可贵之处。流行不断被时间冲涌而更迭、淘汰、焕新,那些更加内化、深刻的东西,在这过程中被淘汰过滤出来,继而成为经典与永恒。这一现象不仅局限于时装领域。追求、淘选经典的规律存在于生活中的方方面面。

我在做GIADA第三方公众号植入的过程中,也常常从别人的文字中逐渐学习领略GIADA的魅力与精髓所在。很奇妙的是,当我们与公众号合作,提出“要强调GIADA的高级感”、“须突显GIADA极简、经典的美学”等等诸如此类的要求。然而当对方撰文成稿反馈过来,写出的文字和内容往往超过我们的想象,他们不拘泥于我们所提供的硬性框架,而是挖掘了更多丰富的层次,以及灵动的细节,反向地给了我更多关于品牌的深刻理解。

例如,公众号FashionModels如此评论GIADA的极简美学:“GIADA自诞生之日起就将极简美学刻入品牌DNA。极简是一种反流行的时装哲学,舍弃冗杂的华丽装饰和元素堆砌,回归服装之本,在快节奏的趋势更迭下寻求的

GIADA自诞生之日起就将极简美学刻入品牌DNA。极简是一种反流行的时装哲学，舍去冗余的华丽装饰和元素堆砌，回归服装之本，是在快节奏的趋势更迭下寻求的一种永恒之美。



一种永恒之美。正是对极简风格的精准把控，使低调的GIADA能够俘获一众消费者的芳心。”说得真好，GIADA一直以来追求的不就是一种“永恒之美”，不随流行更迭而淘汰，是真正能于变化时代中存留下来的审美精髓。

这与公众号Fashionucking对于GIADA的评价有着异曲同工之妙，“真正的高级感，从来不虚张声势。尽管贵为奢侈品品牌，GIADA从来不使用某种符号来大张旗鼓地标榜自己很贵。在GIADA的审美体系中，高级感总是自然而然地流露在人的风格面貌里。”这两句评价也引发了我的共鸣，我们做明星植入，往往选择那些气质高级优雅的女性能与GIADA的服装相衬。她们人淡如菊，无须张扬和可以标榜，举手投足间却流露出十足的气场与独立姿态。

公众号iFASHIONist则着眼于GIADA的女性力量——“女性不再是寥寥几笔的设定，而被赋予了鲜活多面的灵魂。GIADA汲取女性力量，毫不掩饰地承载着女性不被定义的美学观点和处世哲学。”鲜活多面的灵魂，说得真好啊，这不正是GIADA在不断传递的丰盈灵动的女性形象吗。公众号Camelia山茶花更进一步将这样的GIADA Lady总结为“智慧型美人”——“她们从来不是锋芒毕露的，给人的感觉总是简简单单、舒舒服服的，但进一步了解，就会发掘她们丰富、广阔的魅力。其实她们就像水一样，可以温柔也可以有力，可以平静也可以汹涌。”

看了这么多赞词，我心生感慨，这或许也是独属于GIADA的品牌力量吧——不同人对于它，都有着相似而又有所区隔的解读，也都能通过简单的服饰表象、明星露出，窥见背后所蕴藏的品牌内核。这得益于GIADA深入人心的品牌内核与丰富的呈现层次。当然了，这其中也少不了我们公关的力量，一次次的公关露出、品牌形象打造，不断堆叠出如此羽翼丰盈的品牌形象，我心中也有着小小自豪。

在这些文字中，在对GIADA品牌形象与精神内核的层层剖析中，我获得了工作的成就感，更是在不断提升和优化自己的审美体系。而这种日渐高级的审美，又进一步作用于我更多的工作与生活之中。它为我带来笃定与自信、包容的视角、明辨的能力，以及不随波逐流、追求“永恒之美”的坚定勇气。

寻光而生，艺术永恒

程吟斐



在期待中，21FW的秀系列缓缓掀起面纱。由摄影界的拉斐尔之称的Paolo Roversi掌镜，21FW系列以别具一格的摄影展览的形式呈现在我们的眼前。艺术与艺术的碰撞，带来了一场美学盛宴。

初见系列，斑驳的梦幻感，恰到好处的复古基调，映衬着每一款灵动精巧的时装；意韵深邃的人物特写，如同古典油画，张力十足，叫人一眼便难忘。时装被注入情绪与能量，诠释了GIADA对于女性时尚的理解：一种态度。

观赏这一季的秀款设计，除了一如既往高品质的面料和精巧工艺之外，更加打动人心的是其立意与传递的力量。Gabriele以“树的肖像”为创意灵感，传递人与自然的连结，探索自然无限的生命与疗愈力。创意总监在新冠疫情期间持续思考人与自然社会关联，进一步将这种思考转化为笔下的设计，展现在时装之上——沉稳的大地色系色盘，打造出雅致的气韵；随处可见的木质装饰，和木质高跟、金属配饰都强调整体的自然之意，让整体的意境更连贯沉浸；将树干纹路延展为有机艺术纹理，化为灵动的印花图案，将光影糅合进了面料和染料中，为系列注入了木之灵魂。浏览系列仿如一场静谧的林中漫步，颇有自然意境。

而比立意更值得寻味的是这个系列中所传递的强有力的女性能量。GIADA Lady，领略过少女的青春和活力，也拥有过生活的磨练和浸润，集聚光芒力量，她们的身上同时拥有着锋芒与纯粹，内心足够富足，足够强大。正如这个系列中的成衣所体现出来的一样——柔软有质感的面料构起衣着的廓形，剪裁流畅的线条筑起舒适不失精致的衣着空间；经典的Andi Coat进行了肩部的强化，优雅之余更有锋芒与态度；在修身干练的风衣和柔美的裙装上加入更多柔韧的设计，百褶、欧根纱等元素使整体廓形与线条更具律动；在清爽的视觉观感之余，添加不少特别的匠心细节，干练利落也极致精巧。最后的成衣精致知性并充满生命力，如同精英女性也有无可替代的灵动。



时装是一种无与伦比的艺术，它与生活形式和社会形式息息相关，脉脉相连。好的时装不仅仅只是在制衣，更是在表达设计者的态度，表达设计师对于社会现状、对于艺术的思考，而庆幸GIADA就是这样一个品牌。

用风格的简约，缔造不容叨扰的气场；关注细节的精致，表达态度和个性。GIADA女性，往往有着无与伦比的魅力，而GIADA的每一个系列也刚柔并济的展现着属于女性的Soft Power。

非常喜欢培根曾经说过的这段话“Fashion is only the attempt to realize art in living forms and social intercourse.” 时装是种无与伦比的艺术，它与生活形式和社会形式息息相关、脉脉相连。好的时装不仅仅只是在制衣，更是在表达设计者的态度，表达设计师对于社会现状、对于艺术的思考，而庆幸GIADA就是这样一个品牌。

GIADA, 寻光而生, 艺术永恒。

我的同事刘伊林

吴梓敬



对伊林的第一印象，大概是从她的名字开始的，从小听着蔡依林的歌长大，对于这个发音有种莫名的亲切。但和我想不同的是，“伊”不是我想的那个“依”，“林”也不是我想的那个“琳”。

老一辈夸人都会说“人如其名”，这话用在伊林身上一点也不差。“伊”比起“依”多了许多独立的意味，所谓伊人，在水一方，不用去依靠别人，亭亭玉立，直面任何挑战。而“林”呢，又有几分坚毅阳刚，没有“琳”的珠光宝气，能干同时也肯干。这两个字组成了一个柔中带刚、值得信赖的当代女性形象。和这样的人一并工作，感觉应该不会太差，当时的我这般想。

而后来的接触，果然也没有失望。我先后负责了一段时间华北区和华中区的商品管理，期间与伊林共事，让人印象深刻。她不仅把华北区份内的活动筹备和客户管理都完成的井井有条，还将华中区本不属于她应该做的活动主持和扶持新人的业务、亦或者是升任区经后对于店铺及团队的管理融入都做得很出色。我看到了她的业务能力，以及更重要的责任心和意志力。我并不是一个轻言佩服的人，但是对于她，我看到的是她小小的身躯中蕴含着的巨大能量，我真的觉得她是个很厉害的人。

而这次部门会议中，我听到部门总监主持济南贵和撤店与开店的故事时，更让我眼前一亮。我终于领会到什么叫一人成军，什么叫没有条件便创造条件，什么叫当机立断，什么叫以结果为导向。在几天时间内，她可以策划统筹好如此庞大的开闭店项目，运筹帷幄、决胜千里，我对她的佩服不禁又多了几分。

其实入职以来，我对自己的成长还比较满意，但人会不由自主多关注自己，却忽视了身旁其他人。原来，每个人都有如此大的变化，尤其是营销部团队的每一个人，都可以让人眼前一亮。比起整个团队的巨大飞跃，我的小小成就又有什么值得一提的呢？古人说，近朱者赤，近墨者黑，确实是如此。在与优秀的人

所谓伊人，在水一方，不用去依靠别人，亭亭玉立，直面任何挑战。



一起工作时，我潜移默化也会向优秀看齐，把自己变得更好的同时，也自然而然地看到自己与更优秀的人之间的差距，因此并不会满足于自身微不足道的成长。

我坚信，GIADA是注定会成为HERMES一样的奢侈品皇冠上的明珠的，而达成这一步，需要的不仅是我自己的努力，更是整个品牌团队的拼搏。除了同事伊林，身边还有许多优秀的小伙伴，一起齐头并进，创造辉煌。我再一次感受到“一群美丽的人一起做一件美丽的事”的真正含义，也愈发欣喜这一切的发生。为伊林感到骄傲，为营销部感到骄傲，为我们的梦想感到骄傲。

得生如此，夫复何求？

岩石上的花

刘伊林



昨天举行了济南贵和换位后的开业酒会，也很有幸邀请了物业的梁总前来。梁总在致辞中说的一番话我感触很深，“很有幸济南贵和可以伴随GIADA这些年，见证GIADA从一个孩童逐渐成长为一位曼妙的少女。”当听到“曼妙的少女”时，我知道，物业对我们的期待远不止于此。

少女意味着GIADA可以继续成长，逐渐长成一位成熟知性优雅的GIADA LADY。顿时觉得，我们要走的路还很远。品牌用了20年的时间，从初生婴儿成长为妙龄少女，现在接力棒交到我们这代人手中，我们准备跑多快、用多长的时间帮助品牌成长为真正的GIADA LADY呢？我们能接受一切都是慢慢来，慢慢成长吗？我们不能，必须奋起直追，用有限的青春加速前进，让这一天早日到来。

GIADA新店的摄影集叫做“Flower on the Rock”（岩石上的花），最初我并不知道这朵花意味着什么，后来我才知道这朵花就是GIADA。这点在济南贵和新店的设计上，体现地淋漓尽致。店铺周身的凡尔卡莫妮卡斑岩和气势磅礴的多洛米蒂岩石屏风，这些都不是传统意义上女性化的元素，但当它们遇上GIADA，一时间，女性与力量，刚柔并济，交相呼应。GIADA这朵花本就是在岩石的缝隙中生长出来的，没有肥沃的土壤，没有庞杂的根系，只有最初勇气、坚定和无所畏惧。经过一代代红玉人的悉心呵护和浇灌，才将将吐露花蕊，含苞待放，如一位曼妙的少女般袅袅婷婷。此时，这朵岩石上的花，面临着外界疾风骤雨的挑战，想要怒放，不仅需要更多的养分，还需要把根基扎的更深，把茎干成长的更加粗壮，把花头聚的更紧，只有上下一体，自我成长，才能抵御外界的压力。身为红玉人，我们愿为花扎根基、添养分、挡疾风，只为岩石上的花绽放。

当花朵绽放的那一瞬，我相信必将为世人瞩目。就像梁总在逛完我们新店时说的一句话：“其实为了GIADA的位置我们商场也做了很多的调整和改造，看到你们在这么短的时间呈现出这么好的效果，我觉得之前那些调整都是值得的。”你看，这朵花已经被注视着了，不是吗？



我在，阵地就在

刘伊林

前线销售快讯

华北区G825济南贵和完成三月飞跃红包!!

达成一季度飞跃!!

全国第二十七、区域第二!!

店长宋颖手术前护航团队完成基础任务，个人稳坐区域一季度销冠；

店助仲召华临危受命带领团队夺下飞跃，代店不负所托；

宋颖手术醒来说：“昨天是哭着，被麻醉师麻倒的，做完手术，一个半小时没有意识，之所以还算快醒过来，是因为梦里面顾客特别多，有人喊我，然后我就醒了。一晚上各种杂七杂八的难受，太难受了，第一次那么久没看手机。多么想和大家冲在前线，最后八个半小时，不畏前路漫漫，只争当下。”

上甘岭发源地华北人从来不忘“又红又专”的宏玉精神。

“我在，阵地就在”——只要我们团队中间还有一个人，就不可以让GIADA销售的旗帜倒下!

写完这则捷报时，我内心十分动容。其实月初店长宋颖在安排手术时间时，第一时间给我打电话时就说“我要先确定丽人节活动的时间，把活动做好，保证我们这个月能够顺利拿下飞跃。”我当即就建议她尽快安排手术，她嘴上答应了我，但一直跟我说医院安排不到床位，最后实在被我逼的没办法了，才说想等到拿下飞跃再去做手术。我跟她说“宋宋，你要相信你的团队，相信你的团队每一个人都有自己的能量，她们就像一颗颗小星星一样，聚在一起是会发光的，你最多是护航到大家完成基础目标，剩下的让大家自己去做。”

宋颖是在完成基础目标第二天入院的，冲刺飞跃的担子交到了店助仲召华身上，其实他压力挺大的，毕竟没有做过店长，这次却要代店半个多月的时间。代店第一天，我问他目标是什么？他说“底线是拿下飞跃”。月底的最后一天，

“我在，阵地就在”——只要我们中还有一个人在，就不可以让GIADA销售的旗帜倒下！



G825距离飞跃还差三个点，不是周末也没有上新，但大家的状态都很在线，每一个人都在尽力抓住进店的每一个散客，不浪费任何一次销售机会。晚上九点半的时候还差三万多，商场的客流已经很少了，连我都不禁在想难道今天要留下遗憾了吗，这时电话响了，华哥打给我说“刚开散一个新客，卖了一件羊绒大衣，拿下飞跃了！”

那一刻觉得做销售人真的很刺激，我们会完成看似不可能的任务，支撑自己把不可能变成可能的原因就是宏珏人对目标的捍卫，对阵地的坚守。对于店助和G825的其他小伙伴们来说，店长病假中，公司把G825托付给了自己就不容有失，只要还有一个人在，就可以一人成军，就可以守住阵地。

一人，可成军！

陆倩倩



我们常说，宏珏人都是一人可成军。之前，只觉得这是一种非常英雄的企业精神，是公司赋予我们的强大精神力量。这一次，我在我们营销人身上真真切切地感受到了这份精神的力量感，真正看到了一人成军是什么模样！

一人成军，其实更多的是我们自己赋予自己的力量，是同一份信仰，同一份梦想赋予我们的内在驱动力。这次济南贵和的撤店换位工作，因为各部门的沟通问题等多方原因，导致在撤店交场前一天，新场地没有搭建好，原店撤店工作也未组织安排好。如此大型的一项工程，一切都毫无头绪。区经刘伊林面对这样的乱糟糟的情况，用一人成军的精神挑起了撤店工程中其他职能部门应挑的所有担子。她头脑清晰、快速严谨地写出了一系列工作的行动方案建议，获批后开始一边着手新场地的甄选、谈判、搭建等工作，一边井然有序地组织撤店的工作。最后，漂漂亮亮地完成了这次惊险的撤店换位工作。

我猜想，在当时那样毫无头绪的情况下，很多人会迷茫、慌乱、不知所措，但我们宏珏营销人不会！因为那一刻，宏珏营销人牢记的是无论如何，销售不能垮，我们的顾客要被安顿好，更重要的是我们要为品牌把济南市场以及我们的阵地守住。所以伊林在那一刻，作为华北区的区经，作为GIADA品牌守护者和开拓者，才在第一时间扛起了所有。虽然在绷不住之时，也曾嚎啕大哭，但是她，扛下来了，而且扛得很好！这不正是，“我在，阵地就在”的华北精神真实的写照吗？

其实，我们每一个宏珏营销人都是这样，只要需要，我就可以！公司的国际电商因为人员异动而没有部门可以接手时，我们营销部毅然决然接了下来；当在外奋战的区经们分身乏术之时，我们的商品经理果断帮助分担商品部分的工作。所有的这些，都让我感受到真正的一人成军的样子有了不起！我为和这样一群人并肩奋战而感到幸运和骄傲！

我有足够的理由相信，宏珏的梦想，未来可期！因为，她的背后，有我们这样一群不讲条件，靠信念的宏珏儿女们！



宏珏人就是这样，不靠条件，靠的是信念。这让我想到了前两天赵总和我们分享的关于疫情之下中国人为什么能赢的视频。即使氩弧焊专家全国只有2000个，我们依然可以在几小时内集结到200多个；在看似不可能完成的争分夺秒的生命工程面前，有专家可以做到保质保量地超高效完成氩弧焊工作。疫情面前，每一个中国人都可以一人成军。

中国为什么能赢，就是在背后有这样一群可以一人成军的平凡英雄们！

所以，我有足够的理由相信，宏珏的梦想，未来可期！因为，她的背后，有我们这样一群不讲条件、靠信念的宏珏儿女们！

荣耀

齐婧雯



二零二一年五月十五日, GIADA 21FW “溯生自然” 秋冬大秀在尚余一丝春寒的沈阳翩然而至。这是今年GIADA品牌公关规格最高的一场活动, 是因疫情而取消一年一度意大利米兰时装周后21FW RUNWAY的初次亮相, 是我接任区域经理一年多时间以来面临的最大型活动, 没有之一。

我非常紧张, 临近沈阳大秀开始前一周左右的时间, 因为对当天活动效果、活动业绩呈现、顾客到店及反馈的情况都极度关注, 我几乎每天都在专卖店和所有相关部门人员确认到凌晨。回到酒店后依旧放心不下, 甚至越靠近活动开始越难以入睡。一方面是因为自己确实从来没有经历过这么大型的品牌公关活动, 深感自己身上的责任感和使命感, 这么重要的品牌形象窗口, 容不得一丝闪失, 每一个细节都必须亲自确认到位才能够保障活动的效果, 才能让GIADA被越来越多的人熟知; 另一方面是因为任何一次可以称得上成功的事情, 都不可能毫不费力地完成, 就像上坡路永远不好走, 想要强健体魄就必须流汗。所以这场大秀的前期筹备工作非常考验各方面的能力: 从分层邀约顾客时间表的梳理, 到大秀当天销售执行流程的确认, 包括每位参与人员的激励, 都需要事无巨细地确保到位方可顺利执行。

那么, 这样的紧张和焦虑到什么时候得到了极大的缓解呢? 我想或许不止是一个瞬间, 大约是在全国所有区域经理放下繁忙的区域内部工作, 为代表品牌出战, 为让这一次GIADA的公关活动再次树立品牌的历史丰碑, 从全国各地奔赴到沈阳这座城市, 通力合作完成这场活动的时候; 大约是全公司每个部门的不分昼夜、齐心协力; 客户关系部把控所有顾客邀约, 确保GIADA LADY们在这场活动中拥有最佳的体验; 视觉传播部关注每个“美的细节”

完成一份荣耀的的背后，焦虑不安的压力和事无巨细的筹备都必然会伴随存在，但是真正实现荣耀的制胜法宝，绝对是心态的建设和格局的打开。



完成这场视听盛宴的完美呈现；公关部统筹所有重要内容，紧盯活动流程绝不出纰漏；营销部上下同心，执行层面绝不含糊，销售现场最前线创造奇迹的时候；大约活动当天现场老板问我：“怎么样？”我回答：“有点紧张。”老板笑着告诉我：“你知道你为什么紧张吗？”我说：“因为我想做好。”老板说：“不，是因为你太功利了，这么漂亮的店铺，这么优雅的衣服，这么美的秀，你的顾客今天只要开心就好，我们所有人只需要享受就好，享受GIADA的优雅和美，这就够了。”的时候。这一刻我突然意识到这场大秀的创办，不是为了一天做多少的销售业绩，而是为了把GIADA式的优雅、意式生活方式和穿着理念传递给越来越多的人，让越来越多的人认识GIADA、爱上GIADA。于是我的紧张和焦虑得到了最大程度的舒缓，数字不应该成为负担，传播品牌的使者应该是快乐的。

当我带着被支持、被帮助、被释放的轻松去让每一位参与这场活动的人——不管是传递品牌的我们、还是被邀参与的顾客去享受今天的一切的时候，好消息也必然会随之而来。沈阳大秀当日创造了公关活动单日历史最高业绩，重新刷新了历史记录，我们书写了属于GIADA品牌的荣耀。

完成一份荣耀的的背后，焦虑不安的压力和事无巨细的筹备都必然会伴随存在，但是真正实现荣耀的制胜法宝，绝对是心态的建设和格局的打开。我很开心能够参与创造这次品牌大事件的胜利，而我也很期待未来继续完成一个又一个打上GIADA logo的荣耀丰碑。

欲与天公试比高

王译旋

GIADA
北京SKP店

单月销售额再次突破千万

10600366

荣获“千万战队”称号



我们与别人最大的不同在于有幸见到大自然无可抵挡的力量所带来的结果，其重要性不在于经历巨变之后，我们变得更坚强，更睿智，而是发掘了内心深处不为人知的角落——这是人人皆有，却只有少数的幸运儿能触及的所在。

当我发现最近自己哼着“唱支山歌给党听，我把党来比母亲”来迎接一个个清晨的时候，我意识到党的一百周年生日马上就要到了。果然，这天清晨就迎来了党的“七一”勋章的颁奖礼，我听到了点亮乡村女孩人生梦想的优秀人民教师张桂梅的故事。

“我生来就是高山而非溪流，我欲于群峰之巅服饰平庸的沟壑。我生来就是人杰而非草芥，我站在伟人之肩藐视卑微的懦夫。”这一段话深深地震撼着我。对于大山里的女孩，脱离贫困本就是一种奢侈，却要在什么都没有的时候，去相信自己足够伟大，伟大到可以改变自己和家庭贫困的命运。即便家庭毫无后顾之忧的人们，尚且不会认为自己多么了不起，张桂梅校长却偏要这些女孩们相信自己一定可以。是呀，除了这个，她们还有什么呢？她们唯一能做的，就是用这样的信念支撑自己踏出。在今年的高考中，华坪女高有159人参加高考，600分以上考生17人，一本线线上考生70人，本科线上考生150人，对于这些女孩子来讲，考上大学就是改变命运的开始，张校长太了不起了！

一个优秀的领导者，要能赋予员工梦想，也能相信员工所不能相信的东西，越是有格局有信仰，就越是坚定和热烈，也越容易接近成功。我在带领直辖区的过程里，感受到了销售一线的不容易，也在思考在管理中能够赋予一线的东西是什么。从人性的角度说，放弃实在太容易了，只要环境有让人不容易适应的变化，人就容易选择放弃。上个月开始，深圳就开始有一些疫情的出现，确实商场客流有减少，连非常有经验的深圳万象城的店长，也陷入了焦虑当中。是呀，客流太小，销售没法做；业绩目标放着，更加让人绝望。我意识到了她的变化，两年前的我也许会去了解她的困难并同情她的困难，但现在于我，不是单纯去安慰情绪，而是帮助她养成更好的心态，更稳健地走好更长的职业路。现在是防疫的关键期，顾客不进店很正常，我们不仅不该强迫顾客到店消

一百个人里，如果九十九个认为太难了，正常，但是了不起的是那剩下一个，相信即便踩在生活给的泥潭里依旧可以站得更高跳得更远的人



费，更应该去关怀嘱咐好顾客照顾好自己。这时候我反“将了她一军”，为什么现在就一定做不好呢？散客也会有，顾客到店频率低也会到店，现在店里的每一个顾客你是否都聊如指掌？每一个员工是否都比你更优秀？也许你利用这一次，好好梳理顾客和货品，也许可以达到你从未有过的销售质量。她愣住，我告诉她，你未来大概率不会永远是店长，也许你会是经理，会是老板，也许你会培养出更多比你更出色的人，也许会想到更多平凡时期无法想到的解决办法，这份勇气和信念就是最宝贵的财富。

我培养着别人，也感受着公司这样对我的培养。我们今天，尚且生活在一个非常好的时代和环境，工作给我们挑战是再正常不过的。一百个人里，如果九十九个认为太难了，正常，但是了不起的是那剩下一个。相信即便踩在生活给的泥潭里依旧可以站得更高跳得更远的人，即便真的不容易，那又怎么样。欲与天公试比高，不在乎困难，也不在乎别人的眼光和评价，享受其中，其乐无穷。

不平凡的人

魏晶



人固有一死，或重于泰山，或轻于鸿毛。这是读书时，每个人都琅琅上口的一句话，但是直到人的境界处于金字塔顶端：精英使命的时候，才会更加真切地感受到这句话的意义和重量。

七一勋章的授勋仪式上，张桂梅校长那么瘦弱，颤颤巍巍，但当她开口讲话时，她浑身都闪耀着圣洁的光辉。一个受过教育的人，为筹措办学的启动资金，可以不惜“颜面”去街上乞讨；一生付出，却每天只花三元钱在自己身上，甚至都提出预支丧葬费，只为可以再多拯救几个孩子；明明可以享受重点大学对贫困生的照顾，但是她却毅然放弃，鼓励孩子们靠自己，自强自信；活着也只为给孩子们做榜样，让她们有念想，有精神力量。

张校长，只是“区区”的一名校长，但却是和平时代“英雄”的典范和缩影。她有着宏大的愿景：通过改变女性受教育的问题，来改变无数家庭的命运。她从没觉得自己做了一件多么了不起的事，而事实上，她在用自己的生命谱写出一篇史诗，在民族伟大复兴的进程里，留下浓墨重彩的一笔。对于十几亿的中国人来讲，她就是伟大的民族精神的榜样。

在我们的生活里，也有很多不平凡的人。六月一天晚饭后，西安店内走进一名年龄和我们相仿、背着双肩包、学生气质很浓的女孩子。她表示想挑一件衣服，因为很喜欢GIADA，但是觉得有些贵，所以她的预算就是一件衣服。我们的品牌顾问们仍非常耐心地给她呈现了一套又一套TOTAL LOOK，发自内心希望她在那个重要的场合可以因GIADA而更自信。在试衣的最后，我在忙完其他工作后加入到服务她的过程中，从和她的交流中得知，她是华为公司的一名销售主管，年龄比我小几岁。她得知我是店铺的管理者之后，我们聊了非常多关于“华为”和“宏珏”的共同点，以及我们高度一致的家国情怀和民族自豪感。不知不觉，我们就聊到了深夜十一点，直到商场保安来清场，我们才意犹未尽地离开。

这种心灵相通，绝不是因为我们本身所依托的“买卖”关系，而是一种对于自己国家和民族的深情，同时也是彼此公司价值观和文化的滋养最终烙刻在我们思想里的印记。

但是在交谈的过程里，我忘不了她眼神坚定地和我讲：“华为就是到了生死攸关的时刻。”我也得知她是被公司派去甘肃三年，完成了一个很有挑战的项目。那一刻，我真的觉得她是有光环的，本身是一个家境优越的富家女孩，海外留学后进入华为，因为心中有家国，所以年纪轻轻，却无比勇敢坚韧，不怕苦不怕难，积极面对。

而她也给了宏珏高度的赞扬，她发自内心地感受到我们的团队和奢侈品行业内的其他销售团队有极大不同，对我们宏珏的坚持和格局感到由衷地佩服，最终她很自然地打消了一开始的顾虑，购买了三套，总计将近五万元的衣服。

当我们分别时，更像是互相祝福，彼此鼓励的战友和知己，希望我们都能在自己的岗位上守卫疆土，为民族的伟大复兴贡献一份自己的力量。如此心灵相通，绝不是因为原本所依托的“买卖”关系，而是出于对家国情怀的共鸣，同时是彼此公司价值观和文化的滋养最终烙刻在我们思想里的印记。

人固有一死，每个人都无法脱离自然的规律获得永生，但是这短暂的一生，把自己融入社会，融入国家，做的每一件事对单位，对社会，对国家有益，那就是不平凡的人生，我们都可以做一个不平凡的平凡人！

与美同在

张猛



在GIADA工作四年的时间里，与其说GIADA是美，不如更精准地说她是富有着气质和情怀。现在品牌依旧保有着极简、现代、优雅的低调风格，但是却再难掩低调。荧幕上董卿女士身着GIADA把“气质”二字诠释的淋漓尽致，“腹有诗书气自华”的中国古韵与意大利式简约之美的融合让职场女性愈加得心应手，同时也让更多生活中独立自主自信的女性因GIADA的陪伴而愈发迷人。

十月份我非常荣幸地与金融街GIADA团队共同接待了孟晚舟女士，其实九月末在看到九月末孟女士回国的直播视频时，我就不禁感叹她娇小的身躯蕴藏着大大的能量。虽然她手脚依然有着手铐脚铐的拷血印记，但是笑容满面，气质挺拔，矫健轻盈，充满能量。当时我在想，有一天她一定会来到GIADA，这个可以让它充分展现Softpower的女性品牌。心想事成的是，在她回国结束隔离后我有幸接待到了这位民族英雄。她非常有气质且低调，与她相识的那刻，仿若故人重逢，让人热泪盈眶。我们代表公司和品牌向她表达了敬意和爱。在店内聊天得知，之前她也有逛过GIADA在米兰拿破仑大道的旗舰店，对于品牌很喜欢，在GIADA挑选到的衣服能让她在很多场合更得心应手地彰显自我，最后她心满意足地选到了几套非常喜欢的完美穿搭。

在她离店之际我们代表公司和品牌送了孟女士和家人两本《红玉人》，这本员工成长的纪念册中有很多员工写到了家国情怀，提到了孟女士作为民族英雄给我们带来的力量和榜样。最后公司为孟女士送上一份特殊的礼物，这个细节让她更为感动。或许像她们所言“没有哪个品牌会这样”，这也让我们作为品牌员工更为触动。我们感叹老板的确不是商人，如果论赚钱我们大可不必这样做，但却有一份情怀初心，能够提前想到对于民族英雄的支持。这次接待过程中，我真正感受到了家国情怀的同在，品牌挚友不仅审美共通，

看我们与美同在，感我们与彼此同在，幸我们与家国同在，
宏珏事业参与其中，让我们变得自信且伟大！



更是精神一致的情感共鸣，我们也对于工作使命和意义再次理解！

工作中除了收获从一次次经验中取得成绩和胜利的品格之外，更有很多机会让我们一次次抬起头仰望星空，看我们与美同在，感受我们与彼此同在，幸我们与国家同在，宏珏事业参与其中，让我们变得自信且伟大！



绝境逢生

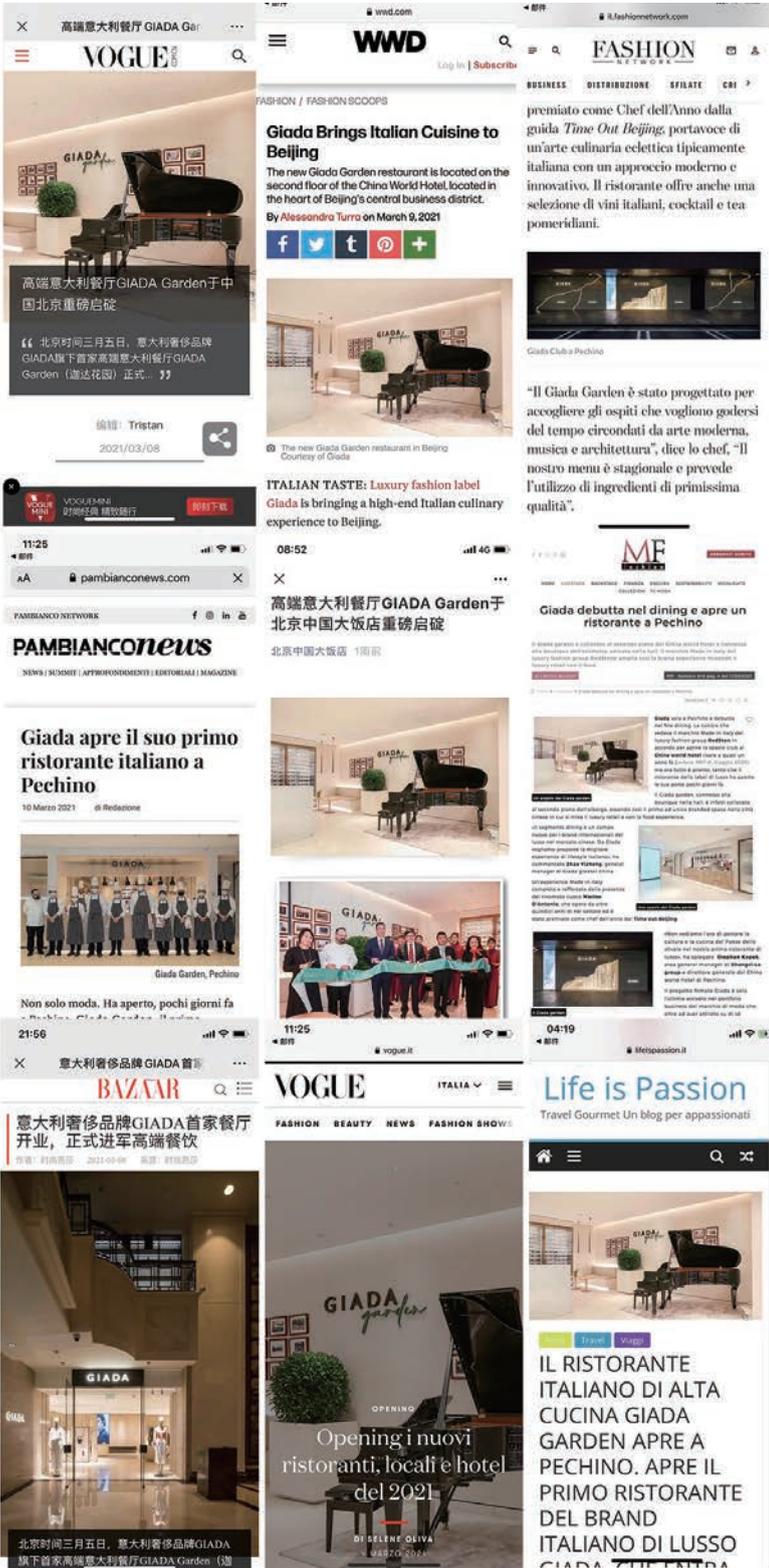
张恒子

记得一月份在公司开会中被问到一个问题，让我印象深刻并引发思考——你人生中最难忘的一件事是什么？其实快乐或幸福固然美好，但在岁月的长河里，让我们刻骨铭心的一定是最难的事情或经历。刚刚过去的二月，就是我非常难忘的宝贵时光。

二月，从开局的不顺到过年期间的滑铁卢，华南区竟然成为了全国进度倒数第一的区域，我难以相信和面对，巨大的压力和焦虑像洪水猛兽一样席卷而来，将我整个人吞噬，时时刻刻笼罩在挫败感中。不行，我对自己说，一定要想办法走出困境。

及时向上沟通，寻求新思路和解决办法，跳出自己被困住的小圈子。果然，旋总连续几天的电话沟通给了我极大的信心和方法，我现在依旧记得她不断重复的那句话，“越是压力大的时候，越是要把我们手上的工作做到极致！”，我不仅反复将这句话告诉我的店长们，更是反复讲给自己。是的，回归初心，和大家一起一步一个脚印把路走稳。对我自己，与其过年在家干着急，不如直接去店里，宏珏人从不缺行动力，所有焦虑和压力都在当下做出的具体的事情中消除，转而替代的是踏实的自信和勇气，一单一总结分析出我们的优势和突破口，店长会把大家再聚到一起分享与探讨，给所有人鼓励和方法，而最后我们真的做到了!!!

其实，一路做销售走来，什么大风大浪没见过，很多道理我们都懂，但是当真的身陷囹圄时，我们绝对不能故步自封，我们需要一双更有力量的大手给我们力量和方向。向上及时沟通和反馈给了我这样一双大手，那对于我的店长们，我要做的也是成为她们更有力量的大手。己所不欲勿施于人，当我遇到现实的低谷时，我的心态都会崩，都需要去调整和应对，何况店长和员工呢，时刻警醒自己，不要一味的要求，而是和大家一起面对和解决，给予肯定与鼓励。二月冲刺结束



人一定要有信仰，一定要去相信一些事情一些道理，相信之后就要去行动，不要总是动摇和怀疑，老一辈打下的江山，我们要守住，也一定要打的更漂亮！！

后的店长会上，我和大家说，如果给我重新来一次的机会，我还会选择所经历的一切，一切都是最好的安排，从倒数第一爬起，不断地调整，不断地挑战超越，因为我们团结在一起越挫越勇的样子真的很可爱！

今年我在宏珏将要开启第七个年头，真的很庆幸看到李总办公室的照片墙，让我感到发自内心的震撼、骄傲与惭愧。震撼的是，GIADA和我七年前相识的她发生了翻天覆地的变化，但这种变化是“润物细无声”，是坚实的，一步一个脚印的由我们宏珏人做出来的，有条件要上，没条件更要上！骄傲的是，这个过程我也参与了其中一个小的部分。七年完全不觉得漫长，反而是这种奋斗的日子越来越有干劲，也真的为GIADA骄傲和自豪，真心地去向顾客向所有人传递GIADA优雅自信的生活理念，我自己更感受其中。比起宏珏前辈们在艰苦奋斗的十年里经历的各种磨难，比起中国人想要在世界奢侈品之林里拥有一席之地所付出的巨大努力和挑战，二月的这点困难算什么？如果我们的梦想是星辰大海，何惧眼前的礁石。

人一定要有信仰，一定要去相信一些事情一些道理，相信之后就要去行动，不要总是动摇和怀疑，老一辈打下的江山，我们要守住，也一定要打的更漂亮！在这个过程中，迎接我们的必将是磨难、痛苦、欢笑与成就，就像那岩石上的花，顽强而美丽绽放。

GIADA is Indeed Flower on the Rock

罗新风



这个四月，有幸参与媒体人对GIADA的调研报告分享会，感触最深的是他们对GIADA调研后的评价：“GIADA is indeed flower on the rock”，这是他们对世界极简建筑大师Claudio Silvestrin先生评价“GIADA is the flower on the rock”之后的由衷肯定和认可！

特别喜欢这句对GIADA的诠释，GIADA是岩石上的花，因为它非常能代表和体现GIADA的真实魅力！

代表女性的花，如同GIADA一样，有柔美的外表；长在岩石上的花，就如同GIADA一样，有女性的力量。这种力量是细腻的，隐忍的，坚强而又不失优雅的。

GIADA is indeed flower on the rock，走进GIADA专卖店，能给人呈现最直观的感受，是直接对这句话的联想：店里意大利大理石砌成的外墙和内墙装饰，搭配上意大利Dolomite岩石组成的屏风，GIADA就是长在这些“岩石”上的花，而且把每个系列里搭配大自然不同的“花”，融入其中，好似一幅画。有的专卖店里从泉眼流淌出来的汨汨清水沿壁而走，有的专卖店里娟娟细水在原石材质的许愿池里泛起阵阵涟漪，这些“水”给予“花”生命，滋养着她逐渐成长。她时而娇艳如火，时而洁白如玉，时而静谧如诗，时而神秘如渊，蕴含她对自然的热爱和对生命的思考。

GIADA is indeed flower on the rock，更像是述说着GIADA的故事，GIADA的历程。有着极强使命感的她，不是在温室里长大，而是用尽每一丝力量与恶劣的环境相抗衡，努力伸长身躯，挺直腰杆，在每一处都留下奋斗的痕迹，虽然曾经有过放弃的念头，但更多的，是一一次次站起的勇气，为的是能在岩石上绽放自己。

GIADA is indeed flower on the rock，体现了品牌与客户的关系，这一点是媒体人对GIADA品牌调研后的感想，也让我对GIADA的理解有了更深一层。

GIADA is indeed flower on the rock, GIADA就是代表独立坚强的你, 是初入社会时俏皮的你, 是经历锻炼后优雅的你, 是成为母亲后刚强的你, 是一直滋养自己成长的你!



南京金陵饭店周蕾总经理携张萍副总经理为GIADA店新装开业仪式剪彩

初识GIADA, 她就站在那里, 不会对客人搔首弄姿; 但如果你接触到她, 就会被她吸引, 愿意花时间去端详她, 像一个宝藏盒一样, 让你发现她的美。

GIADA is indeed flower on the rock, GIADA就是代表独立坚强的你, 是初入社会时俏皮的你, 是经历锻炼后优雅的你, 是成为母亲后刚强的你, 是一直滋养自己成长的你!



世界知名的时尚评论人、Vogue 资深主编 Suzy Menkes 在米兰拿破仑大道 GIADA House 欣赏 GIADA 22 春夏秀款系列

永不设限

路艳君

“21FW第一组要求到货的成衣大货全部按时交付……”当发出这封简洁的货期汇总邮件，真心为成衣大货链条的每个人都感到骄傲；在这个过程中，每个人挑战了自我，又突破了自我……

今年的Andi Coat 销售异常火爆，深深感觉到前期公关部的宣传及各个渠道的推广都呈现出了直观的效力。原计划五月中旬到的Andi Coat，整个供应链聚焦目标，最终提前一个月到货，在和意大利加工商的推进上，我们又刷新了新的交货速度。当然，保证品质是恒定不变的前提。

对于成衣大货团队而言，这个结果的呈现，无疑是对意大利加工商的控制力、团队内部的自我驱动力、供应链上下游的协同力最直接的体现。可以说，与21SS相比我们又有了很大的进步，团队的控制力、谈判力、解决问题的能力都在逐步提升，在意大利的各加工商圈层树立的品牌形象越来越职业、越来越严谨，也越来越被重视。

一家一直和其它顶奢品牌合作的厂家，看我们的Andi Coat不断地在追量，特意发邮件表明他们的合作态度，也祝贺我们的品牌销售火爆，对方从质量、到货期、再到价格都给予了极大的配合；CURIEL因为在礼服系列的大货实现上碰到了一些问题，我找到一个GIADA的成衣加工商来评估报价，这个厂家给众多一线品牌生产大货，且年产能在二十万件，因为和GIADA有着很好的合作，厂家老板亲自带队去了CURIEL Studio并在最短的时间内给出了很友好的价格和结果；之前因为各种原因没再延续合作的加工商，这时也都又再联系我们，希望和我们继续合作。

在和意大利成衣加工商对接时，公司给我们的方向一直是品质第一，其次是货期，再次是价格。在这几季不断调整意产加工商储备的过程中，我越觉得，公司给到的大方向是无比正确的，在双方合作共赢的基础上，我们不仅质量得到了提升、货期得到控制，慢慢的我们把价格成本也压下来了，现在某些品类反而

不给自己设限，他们不断挑战自己，不突破自己，为着更好的结果努力奋进的模样，很是动人……



拿到了比之前更有优势的价格，一切都是在朝着良性的循环发展着……

这都是依附于公司集团战略发展的大平台，GIADA有了更强的品牌感召力，公司内部控制有了更严谨、清晰的流程体制，我们对外的谈判也更加有理有据。现在我们团队对于进度、技术问题的沟通、结果的把控力越来越强，大家也越发自信，从开始我给予目标时的为难，到现在慢慢的接受，不给自己设限，他们不断挑战自己，突破自己，为着更好的结果努力奋进的模样，很是动人……

21FW刚刚开始，我们依旧要一鼓作气，交出整季完美的答卷，加油！

我们不一样

孙美灵



这次新人培训让我想起一个周末去过的意大利餐厅，餐厅位于水围村一角，占地面积不大，要找到也并不容易，但一旦站在这家餐厅的面前你就会被它极其浓烈的意式风情所吸引并走进去。老板是一个来自意大利南部的普利亚人，知道我会说意大利语之后他很高兴地邀我品酒聊天，他谈到自己做这个餐厅的初衷以及想让更多中国人品尝到纯正意大利美食和了解意大利文化的美好愿景：这餐厅像他的孩子一样被他经营着，想方设法地让这个餐厅保持自己的纯粹特色，尽可能百分百保留亚平宁半岛的原汁原味，而不像市面上其他意式餐厅一样过于商业化，过于迎合中国消费者，过于随波逐流。

这家意大利餐厅给我的感觉和公司给我的感觉十分相似：独特中带着一丝倔强。我也越来越觉得我们公司和其他公司不一样，越来越能感受到他的独特和令人惊喜之处。这次新人培训会上，我更是了解到作为国内奢侈品行业的翘楚，宏珏一直秉持着保持每个子品牌独有的DNA的初衷，GIADA知性优雅、气质极简，CURIEL的米兰式摩登展现出的La Dolce Vita, GABRIELE COLANGELO中性出挑以及利落剪裁，这些深入品牌骨骼的标签被宏珏一一保留并淋漓尽致地体现在消费者的眼前；每一个品牌在被交到宏珏手中的时候都像是一个婴儿，宏珏小心翼翼将其托在掌心中心孕育并期待着他们的成长，像极了公司进门处的那个“大大愿”玉像。象征着公司一直以来的愿景：成就一个有生命力的人文企业。

虽然正如很多同事说的，中国不能只有宏珏一家真正做奢侈品的公司，只有当这样的公司越来越多才说明中国在世界奢侈品舞台上已占得一席之地。

但不得不说有些公司归根结底只是冰冷的资本运营，手上的品牌更像是他们的筹码；而宏珏是在做一件有温度的事情，品牌在这里不是筹码，而是活生生的有未来、有成长路线的孩子。

我们和他们不一样。



“爬山”之乐

王译旋

第一次听到用“爬山”这个概念去描述我们所做的事业时，心中充满惊喜和由衷的认可，感叹了一句“对呀！就是这个感觉”。今天再去理解爬坡的时候，又找到了很多对“爬山”的新感受。

我是一个很爱爬山的人，如果不是疫情，我的“爬遍五岳三山”计划应该都完结了。有的山，让人看到四季不同的景，如黄山；有的山，则让人看到不同状态的人，如华山。爬华山时我选择夜晚启程，原以为人少，结果到了山脚才发现想要挑战夜爬的大学生们也不少。大概九点左右，大家开始陆续开启夜爬之路。刚开始，不管认不认识，大家打着招呼唱着歌儿，兴致盎然。走着走着，队伍开始逐渐稀疏，有人在前，有人在后，虽然大家速度不一样，但好像所有人都默契地开始相互鼓励，每一个路过的人都彼此打个招呼，说声“加油”。这过程持续了好几个小时，山上海拔越高越冷，但没有人退缩，一方面是山陡无法回头，另一方面是来自同行人的力量，内心更坚定。大概凌晨四点，我终于爬到了顶峰，这时距离日出还有一个小时，身上军大衣也很难抵挡住山顶的寒意。原来，即便到顶，等待也是考验。那些启程时还不熟悉的陌生人，早已走成了彼此鼓励的战友，这时候我们用集体歌声驱逐身体的寒冷。终于一个多小时后，日出东方，一切辛苦化为云烟。

好像做事业也是这样的。从一开始能够进入宏珏的人，都抱着更大的信念而来，我们想做奢侈品行业唯一的控股运营公司，想要把GIADA打造成为能和爱马仕、香奈儿比肩的世界品牌。如果不是这样的信念感，是很难走在一起的。这一路可真是不好走，可能会有悬崖，峭壁，甚至还有天梯，那又如何，白日一照，浮云自开。而那些同行者，开始由四面八方而来，到今天相互鼓励彼此打气，成为了前行道路上最好的伙伴。如果不是山高路远，如果不是挑战极限，人们的善意不会如此闪耀，回忆也不会像今日这样历历在目。

爬山强身健体，同时磨砺意志，更重要的是，优秀的对手让人不敢怠慢，也力量倍增。今天的我，感受“爬山”之乐，征战顶峰的挑战成为一种常态，甚至是必须。而同行伙伴，也让我更努力，同样是你，让我有了“互为堡垒”的坚强。

成长

徐妙



前天我在北京的Claudio Silvestrin的影片首映礼上收获了多重感动。除活动本身带来的震撼与触动之外，我还见到了两位睽违已久的北大老师，这对我而言是份不小的惊喜。两位老师分别是北大燕京学堂的学工办主任及就业指导中心负责人，因为在校期间我曾担任过一年多的学生辅导员及招生助理，因此与两位老师都有着非常深厚的感情。这次她们受公司人力资源部之邀来参加首映礼，也是我与老师们在毕业后的首次重逢。

首映结束，我带着两位老师来到GIADA精品店，好好叙了会儿旧，向她们逐一介绍为本次活动策划的Claudio建筑作品集、GIADA品牌发展以及我在公司一年来的收获与成长，并品尝了GIADA Garden以这些建筑作品为灵感所设计的甜点。

“我听Amy跟我说，很多类似今天这样的活动都是你一个人挑大梁负责的吗？”在我带她们逛完一圈店铺后，其中一位老师有些不敢相信地这样问道。

“是呀，而且这已经是我负责的第N个项目啦，在入职还不到半年的时候，我就已开始接手这些大型的公关活动了。”我满是骄傲地回答道。

其实我很能理解老师们的惊讶。因为从通常情况来看，的确很少会有职场新人在这么短的时间内就被公司委以重任，被推到“前台”去接受真正的磨砺与训练。大多数情况下，新人都需要经历一个较漫长的蛰伏期，在偏“后台”的岗位上做上较长一段时间的零碎工作。而她们听我说到在目前的工作中，我可以直接对接意大利顶尖的活动公司，参与策划每年两度的米兰时装周，在国内一线商业地产举办公关活动，与诸如陈冲、俞飞鸿、姚晨等明星对接宣传的工作，完整地经历一个项目从无到有的过程时，都流露出一种既惊讶，又欣慰的神情。

作为学工办主任的党老师则直接跟我说：“徐妙，下次再来北京出差，提前告诉我，有机会我真的希望能邀请Amy和你来燕京学堂办一次讲座。奢侈品行业

作为国内唯一的一家真正以涵育奢侈品牌为初心的企业，我们的任务是很重的，因为有太多开拓性的工作需要做。如何承担起一代人的美育工作，传递自信优雅的生活理念，让全社会认可我们的品牌包括我们的行业，这些都在我们肩上。



这个赛道之前没怎么关注，去工作的同学也少，但是看到你现在的工作状态，听到你说的这些收获，我觉得很值得邀请你和你的学弟学妹们分享在GIADA的工作经历。”

回去以后，我好几次回想起党老师的话。她其实从学生择业的角度给了我们一个更直观的观察和了解时代的窗口，即目前在国内精英学生群体中，奢侈品或时尚行业依然是就业的小众、冷门赛道，顶尖学府培养的学生还是挤破了脑袋想要往诸如金融、互联网等热门行业钻。这其实不光是公司在人才招聘时所可能面临的挑战，以小见大，它所折射出的更是以我们公司为代表的整个行业想要在全社会获得更大话语权、更多社会资源、更深远影响力所不得不面临的挑战。也是在这个瞬间，我又更深地理解了公司经常鼓励我们的那句话“把自己想得伟大一点”、“做一个有情怀、有理想、有使命的人”的含义——作为国内唯一的一家真正以涵育奢侈品品牌为初心的企业，我们的任务是很艰巨且具有挑战，因为有太多开拓性的工作需要做。如何承担起一代人的美育工作，传递自信优雅的生活理念，让全社会认可我们的品牌包括我们的行业，这些精英责任都在我们肩上。

不畏困难

袁樱茜



为筹备CURIEL十二月在上海百乐门的品牌活动，九月底我与CURIEL的营销团队一起出差上海拜访行业内几所知名活动公司与公关公司。满满的行程下来，与多方行业精英进行灵感上的碰撞，CURIEL团队对这次十二月百乐门活动信心满满。“你们活动的主题很新颖，我去过很多其他国际大牌的活动，CURIEL通过舞蹈来结合品牌的想法很好。这是你们品牌第一次在上海举办品牌级别的活动就一定要办好、办出圈。”这是小红书博主大睿睿在与我们公关团队吃饭时说的一句话，听到这句话我心中既激动，但随之伴随的也是莫大的压力还有动力。

国庆回到家中，脱离了在深圳繁忙的工作生活节奏，我也好好静下心来想了想CURIEL十二月百乐门活动的筹备计划。从前期的活动主题、场地设计比稿，再到活动接待，再到活动后的传播计划。这一座座大山立在我的面前，让我斗志满满也让我有些忧心忡忡。为踏入自己首次负责的活动策划项目摩拳擦掌，出差会议中碰撞出来的每一个灵感，从想法到落地所要走过的路程，是让我些许担忧。我深知，这是CURIEL在品牌活动上走出的重要的第一步，也是品牌在圈内华丽亮相的第一步，0到1的过程注定艰难，但我们一定要让大家刮目相看！在电影《钱学森》中，许多人看到的可能是钱学森对祖国热爱与为祖国奉献的精神，但我感触最多的是他身上那股不畏困难永不服输的精神。别人说中国做不到，告诉钱学森选择回归祖国是错误的。因为中国无法支持你的科研事业发展，但钱学森的回答却是“为了祖国，我可以做任何事情，如果我想，我可以种苹果。”这是何等的不畏困难的精神啊！回看CURIEL的发展，每一个里程碑都是我们不畏困难所摘取到的胜利的果实。这一个月工作中也出现了不少棘手的突发状况：造型师把样衣丢失、小红书博主对拍摄脚本的不配合、再到一些业内人士对CURIEL十二月百乐门活动的质疑，这些小小的“挫败”让我些许的感到业内人士对于品牌尊重的缺失感。思绪烦乱的同时也更加坚定了我要做的更好的那份决心。别人说我们做不

别人说我们做不到，我们就一定要做好给他们看！别人对我们有质疑，我们就更要拼尽全力向他们证明，我们品牌是不可以被轻视的！



到，我们就一定要做好给他们看！别人对我们有质疑，我们就更要拼尽全力向他们证明，我们品牌是不可以被轻视的！

出身在和平年代，看到电影《钱学森》与《长津湖》里的建国英雄们对祖国的贡献与个人理想的追求，我深知自己还可以做更多。那不畏困难的精神时刻鞭策着我，有困难我们就一起解决它！有质疑，我们就用成绩击碎它！在战争年代，英雄们说“洋人看不起我们，尊严只能在战场上取得。” 和平年代，秉承着建国先烈带给我们不畏困难的精神，我坚信CURIEL十二月这一仗肯定打得漂漂亮亮，让品牌的第一步走的踏踏实实，摘得胜利与肯定！

逆行的梦想家

李雨轩



对我而言，在工作中通过自己的努力创造我自己认可的成绩，可以给我带来无与伦比的成就感，也是我证明自我价值的方式。在宏珏，每天的工作都在挑战自我，让我突破自己，去迸发更灿烂的创意灵感。“梦想、探索、创新”，这不仅是我提炼出的COLOMBO品牌精神，也是我在职业生涯中想要恪守的创业精神。

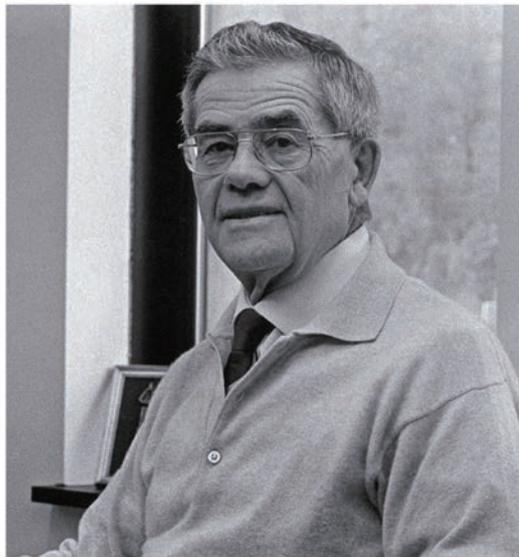
梦想 - 不忘初心

时尚一直是我由来已久的爱好，而我也很幸运，可以把自己的爱好发展成一份可爱的事业。时尚是一个在不断更迭、不断前行的行业，这样的行业也推动着我不断进步、不断成长。在GIADA时，我每天都在学习着最新的时尚动态，也在思考怎么去更好地预测未来的潮流趋势。在GIADA打下的坚实基础，让我在COLOMBO可以更高效地寻找品牌定位，从而找到专属于COLOMBO的品牌DNA。我很荣幸在2020年遇到宏珏，宏珏给我提供了宝贵的平台，去探索、去创造！希望在未来的日子里，我可以不忘初心，怀揣着对于时尚的热忱，用自己的努力创造一份自己认可的事业！

探索 - 不辞求索

创业的过程是一个让我不断探索自己可能性的旅程，我曾以为，只要明确了整体的战略方向，品牌的构建将会顺其自然。然而，实际工作中不断出现的一个个小挑战、小问题，都在让我不断地发现自己的不足，同时也给我提供了成长的机遇。不像职业经理人按部就班地完成公司布置的任务，作为一个创业者，每天我都在发掘自己的潜能，并为自己创造新的方向、布置新的任务。加入COLOMBO团队是我2020年做的最大胆也是最正确的决定，在COLOMBO的每一天，我都像是一块海绵，不断地汲取新的知识，并一步一步成长为一个更合格的创业者。希望在2021年，我可以保持着对这个世界的好奇，以一个创业者的身份，不断探索前行，也带着COLOMBO一起，慢慢成长，不断成熟。

只要一群有梦想的人一起努力，哪怕我们在时代的潮流下逆行，我们终会推翻这个不那么完美的世界，然后把这个世界变成我们喜欢的样子。



创新 - 打破框架

随着社会经济的不断发展，我们的生活也在逐渐地变得更优质，在社会各方面趋于成熟的当下，各个行业也越来越依靠经验论行事。但凡有一定规模的公司，都会有一本“项目白皮书”，教导着新人们如何用公司找到的所谓“最佳方法”去处理工作。当我逐渐长大才发现，这个世界的舞台上，让你肆意挥洒自己创造力的平台越来越少，而很多满怀憧憬的梦想家，都渐渐地被这个世界同化，弄丢了自己曾经引以为傲的创新精神。

时尚圈在过去一个世纪不断地发展，诞生了无数的先驱者与领军人物。现今的时尚潮流，好像渐渐变成了大型集团的游戏 - 开云、LVMH、历峰等大型集团可以依靠旗下庞大的品牌资源，轻易地操纵大众审美，并控制潮流趋势。而鲜有出现的几个富有创造力的新兴品牌，不是马上被大型集团所收购，便是被淹没在大集团垄断的浪潮中。

我不喜欢这样变得越来越从众的时尚，所以我特别感谢宏珏，给我提供了一片净土，让我可以在这个嘈杂的时尚世界里，发出自己的声音。我印象很深刻的是，我刚加入COLOMBO时，赵总对我说“你尽管去玩，去尝试，有公司支持你！”。那时我才意识到，原来还有这样一群和我一样，还未被所谓的主流审美同化，愿意去探索、去创新的人们在。我一直相信，只要一群有梦想的人一起努力，哪怕我们在潮流中逆行，我们终会推翻这个不那么完美的世界，然后把这个世界变成我们喜欢的样子。

GIADA花了十数年，重新定义意大利女装市场，将极简、现代、优雅的GIADA Lady形象深入人心。我相信，COLOMBO在我们的努力下，可以重新定义大衣市场，以“梦想、探索、创新”为基，将COLOMBO大衣打造成2021秋冬的必备单品。

加油，COLOMBO！加油，宏珏人！

不卑不亢，筑基自信

李雨轩



九月对于我，对于COLOMBO，都是充满意义和挑战的一个月。经过近一年的筹备和努力，COLOMBO大中华区线下精品店终于盛大揭幕，我们热爱的这个品牌也终于开始经受市场的洗礼和考验。然而新品牌的发展并不如我们想象中那么一帆风顺，顾客对于未曾见过的品牌大多还是持保守、谨慎的态度。

九月一整个月我基本都在上海久光店铺，和久光的COLOMBO团队一起在一线奋战，期待通过这一个月的时间去更好地理解顾客的需求，理解销售的流程，从而更好地筹备后续的品牌运营及推广工作。而这段时间也让我发现，销售是一件极具魅力且有趣的事情。我们所有的公关、视觉、工程、甚至商策工作其实都是在后台为了一线销售做支撑，品牌终端对客户的传达还是落在了销售团队身上。这一个月，我随着久光COLOMBO团队一起经历了未开单的焦虑、开首单的激动和兴奋、持续开单的快乐和复盘，还有太多太多在店铺内的一件件感动的小事，使我深深感受到一个销售团队的团魂，和彼此支撑扶持的深厚情谊。这个团队经历了首条丝巾、首条裤子、首件针织、再到首件大衣的成单，一个月的成长让我们不断突破，不断创造一个又一个里程碑，一个又一个属于我们的成就与奇迹。

而在店铺中，不断的自我反思和寻找问题是我的重点工作，及时收集分析一线数据，从而后续及时地调整改进，这是品牌发展至关重要的一点。我们经过一个月的时间克服了销售工作中的不自信、解决了陈列的一些瑕疵、处理了工程的遗留问题，然而仍有更多的问题不断浮现。其中被消费者及业内人士提及最多的几个问题是：1. 店内SKU数量过少，陈列不够饱满；2. 部分版型不适合亚洲人的身材；3. 部分款式与宣传照片不符 4. 部分产品质量有些许问题。收集到这些问题后，我马上和团队进行了反馈，才发现上述大多数问题都来源于意大利方的失误和沟通的不及时。无论是到货周期的延迟、未经允许修改颜色和版型、还是质检产生严重质量问题，都是我们反复强调后，仍然发生的生产失误。



在回国前，由于一直受西方教育，我对西方生产力的印象一向是全球最优。而西方教育也在不断教导我们西方劳动效率远胜东方。然而回国后加入宏珏我才发现，这个聚集了全球最优秀中国人的舞台有着太多优秀的品质，我们日常的工作效率及处理问题的能力远胜于我那些所谓精英的西方同学们。在工作中和西方人对接后，我亲身经历了他们的拖延、找借口、居高临下的工作态度，方才意识到原来在象牙塔里收到的对西方人能力的夸饰和对东方人的刻意贬低，在实际工作中如气泡般一戳即破。

在八月初反馈COLOMBO产品遇到问题后，意大利方刻意不回复工作邮件，并拖到了劳动节假期后，才堪堪回复说假期后处理。而到九月便推说我们的版型和设计有问题，而他们的意大利工匠是出色的艺术家，所以对我们的产品进行了“改良”，而他们肆意修改我们订单颜色的原因竟是他们认为的“差不多”。这些借口让我们不知如何答复，我才意识到西方人的散漫和所谓的“自由意志”已经成为他们深入骨髓的信仰，而那份自认为高人一等的居高临下也早已成了习惯。

经过数个世纪的传播，西方人已将他们打造成了“自由国度”的代名词，而中国被他们刻意地宣扬成了没有民主自由的地方。然而正如《被颠覆的文明》一书中提到：“西方所谓的民主和自由，可能只是一个被中央政府操控的假象。”，我相信疫情下美国的应对无措和英国政府提倡的群体免疫已经让世界看到了这一点，西方所崇尚的个人自由在灾难面前，让一个个国家面临着令人窒息的无力感。反观中国，武汉第一时间的封城不但让西方人，甚至让大部分中国人很震惊。而事实证明，当时的当机立断给了中国一个快速恢复，甚至实现经济爆发式增长的宝贵机会。可即使时光倒回，西方政府知道第一时间封城会给疫情带来可贵的转机，他们的中央政府也未必有魄力去做这样的决定，西方所描绘的个人民主和自由在这种情况下成为了守护国家最大的障碍。

而每当有人挑战西方人高人一等的优越感时，我们总能看到他们撤去了所谓自由的面具，张牙舞爪地做着一件件与他们所倡导的信仰相悖的荒谬事件。钱学森在中国政府的努力下花费了五年时间归国，归国后美国仍然拒绝归还钱学森的15000份手稿。《钱学森》这部电影像是一篇传记，用娓娓到来的方式轻轻阐述着中国人在1950年遭受到的西方世界的打压时，语气不卑不亢但充满着不屈服

不是每个人都拥有可以改变世界的能力，但是，每个我们都应该拥有一份敢于挑战世界的勇气，这才是我们该有的自信。



的精神。电影中让我格外愤怒的是监禁钱学森的人说“监视一个天才总比监视一个笨蛋好。”他们知道他们的行为是监视，知道他们在违法，知道他们在违背自己所倡导的人身自由。但是当不公平发生在了黄皮肤的钱学森身上，一切都归为合理，而做出监禁行为的这些人竟在洋洋自得自己正在监禁一位中国天才。在国家博弈中，西方人不惜侵犯其他人的自由；而疫情当下数百万生命受到威胁时，他们却不愿意侵犯民主自由，双重标准是何其严重，何其荒诞！

发生在钱学森先生的事情曾被西方历史解释成当时社会的一个巨大不幸。孟晚舟的情况再度重现了历史，击碎了他们脆弱的掩饰和诡辩。在西方企业越来越重视中国市场的当下，西方政府却用尽一切办法阻止中国的崛起和发展，只为守住他们自己赋予自己的优越感，在他们所谓自由的面具下，实际行为让所有人太过失望。

刚开始工作时，和意大利人对接我还会有些害怕和不自信，他们那种仿佛浑然天成的优越感确实有很强的压迫力。然而在团队的指导和帮助下，我学会了如何平等地，不卑不亢地和他们沟通，不推脱自己的问题，也不接受荒谬的敷衍。西方人的那种无知的优越感是需要被打压的，只有用更专业的工作水准才能让他们收起他们的天生的傲慢，平等面对我们，客观地面对工作并承认自己在工作中的失误。经过近一年的沟通，我们和COLOMBO意大利总部的关系渐渐从被压制，到平等，再到现在他们主动地征求我们的意见和想法。今天早上还收到了意大利的邮件虚心求教我们对于新一季大片的拍摄意见，希望用专业的意见主导未来的拍摄项目。

其实认清了西方人一贯的套路后，当我们客观地评估彼此的专业度和劳动效率，我们会发现其实中国人脚踏实地的工作态度往往会带来更优质的产出，我们都需要的便是更自信一点。宏珏在打破被西方人主导的时尚行业制定的规则，让中国运营的奢侈品品牌在这个市场上有了越来越多的竞争力和话语权，那么作为宏珏人的每个我们，都应该拥有这样的自信，和敢于挑战西方人规则的勇气。

在这个快速发展的社会里，不是每个人都拥有可以改变世界的能力，但是，每个我们都应该拥有一份敢于挑战世界的勇气，这才是我们该有的自信，这才能创造属于我们的未来。

慢

季舒立



上个月遇到一个应聘者，她问我：“抛开职业身份，从个人角度而言，你觉得宏珏是一家怎样的公司？”这个问题非常有意思。入职第一年，我会单纯用公司本身的业务性质去回答；入职第二年，我会用“培养中国奢侈品行业未来精英”来回答；入职第三年，我会用“情怀成就一份独属于中国人荣光的美丽事业”来回答；入职第四年的今天，我的回答是：“宏珏是从发展纵深处时刻守望初心、勇往直前的‘慢’企业。”

如果用一个词来概括我们中国市场目前经济形式的发展变化，毫无疑问是“快&利”。自本世纪初加入WTO，国民经济直接进入快车道；于此同期，互联网在中国落地生根发芽，延伸到社交、娱乐、零售等等多个领域，渗透到人们生活的方方面面，由此迎来了全面的移动互联网时代。在所有公司几乎都选择“快&利”至上之时，宏珏选择了“慢”。这个“慢”不是指裹足不前、与时代脱轨，而是指稳步前行、踏实经营、专心做好自己的事业，并且保持初心不变：代表中国智慧在奢侈品舞台上争取更多国际话语权。

的确在最初的阶段我是无法理解的。从传统商业模式来看，如果可以短期获得巨大的盈利，选择的路径是什么又何妨？而后深耕于行业，伴随公司成长后才发现，短期利益收获的仅是“昙花一现”的快感和报表数字上的短暂虚荣心，事实上只有基于“慢”才能有“稳”，“稳”则是“长远”的必要前提，而“长远”为企业带来的是永久的核心竞争力，为员工带来的是更为稳健优良的人才培养机制；为社会带来的是具有可持续性的发展资源。

至今，在应聘环节中的同学们都会和我感慨，感觉GIADA品牌非常的低调，以至于在笔试环节做调研时无法获得非常多的信息。他们不知道的是，其实“快”很容易，选择走“慢”才最艰难。GIADA品牌能得到走到今日，跻身一线奢侈品牌，入驻米兰、波士顿和中国各大奢侈品商圈，获得业界一致认可好评，甚至

“慢”不是指裹足不前、与时代脱轨，而是稳步前行、踏实经营、专心做好自己的事业，并且保持初心不变

到现在诞生了餐饮与服装结合为一体的新零售形式，都来自于数十年“慢”之下的潜心经营。杜绝铺天盖地的盲目营销，拒绝一些“捷径”能带来的短期巨大利润，兢兢业业只做好品质且坚持初心不动摇，真正的把“极简、现代、优雅”赋进产品，把GIADA LADY塑造成型。也正是因为GIADA的成功，“慢”之下积累的扎实基础与丰厚资源，也成就了宏珏集团的国际化多品牌商业模式，CURIEL、GABRIELE COLANGELO、COLOMBO·····越来越多的国际优质品牌主动选择宏珏。

除了商业模式，人才战略和用人理念亦是如此。当下企业外包人事服务、外包宣讲、外包招聘盛行的年代，宏珏数十年如一日地坚持每年亲自走进顶尖院校的校园，深入院系和老师沟通交流，倾力宣讲帮助同学打破传统思维的求职通道，以及面对面沟通进行深度职业探讨，为的是能够真正的带领企业深耕于校园、让更多人有机会了解到行业、探索自己未曾发觉的潜力；每年招聘对象的主力军均为毫无经验、不限专业背景的应届生而非有相关经验的社招人士，从一张白纸起亲授资源倾力培养，哪怕时间“漫长”，成本浩大，但也愿意倾注资本。因为长远用人，才能真正实现“培养奢侈品行业中国精英”的使命初心。

当然，“慢”不是宏珏能收获成功的唯一原因。“慢”的底气来自于敢为人先的勇气和魄力，敢于去开路、甚至为后人铺路。就像我们是中国第一家运营管理国际品牌的中国公司，如同我们是第一批走进世界级顶尖院校的中国企业·····这份“先”开拓了高度与维度，这份“慢”决定了深度与长度。

重新出发

关豪田



昨天我在科教频道上偶然看到一部自然纪录片，才知道原来信天翁的孵卵期长达八十二天，是孵化一只小鸡的时间的四倍。信天翁是世界上最大的鸟类，它能够连续飞行整整六天，绕地球飞行一周仅需不到两个月时间，是名副其实的天空勇者。漂泊的信天翁幼鸟一旦获得了飞行的能力，就会一直飞行下去直到在成年后准备产卵繁殖，这个过程往往需要十年之久。孤傲的信天翁一次仅产一枚卵，每次产卵相隔至少两年。我粗略地计算了一下，若是以同样的时间与普通的家鸡相比，每一只小信天翁的诞生就会有超过两万七千两百三十二只小鸡诞生。

这不禁引起我深刻的思索，信天翁愿意花费两年七百三十个日夜去孕育一只雏鸟，而鸡却日以继夜地繁殖后代，数量的巨大差异最终导致二者天差地别的命运，一个是在天空自由翱翔的佼佼者，另一个却是低头啄食的芸芸众生，个中差异给予了我巨大的启发。就如同优秀的人都是经过了长时间的蛰伏和历练，愿苦其心志劳其体肤，静静等待对的时机来临方得一鸣惊人。

做人做事，亦是如此。

入职的一年半时间里，我一直都在低头做好自己的工作，在细微处一点一滴地负责GIADA品牌的视觉素材产出。从品牌画册到广告大片再到艺术纪录片无一不是以自我审美的最高标准要求自己。提升审美之余我也在不断积蓄能量，洞察公关其他工作的内容，包括活动策划、媒体营销等等，终于在二零二一年党一百周年华诞的时候迎来了属于我的东风。新的整合营销部建立、视传部与公关部的工作的重新划分给了我更大的机遇与挑战，我也正式从视觉素材执行的格局里跳脱出来，站上了品牌形象的高度去重新审视自己的工作。入职以来，感觉自己就像一颗被抚育的小信天翁，在公司的培养下终于破壳而出。

宏珏集团这份对员工的培养和投入是无比奢侈的，不论是时间还是金钱上，换作任何一个急功近利的公司都不会有这份远见和气度，在每个孩子身上倾

宏珏集团这份对员工的培养和投入是无比奢侈的，不论是时间还是金钱，换作任何一个急功近利的公司都不可能拥有这份远见和气度，在每个孩子身上倾注心血只为了未来能够飞得更高更远。



注心血只为了未来能够飞得更高更远。

这份奉献精神就像共产党默默为百姓谋福祉而不求回报一样，不论是疫情期间为全世界国人免费注射疫苗的春苗计划，还是拔地而起的雷火神山医院，不可能有第二个国家能够做到，国内也不会有第二家奢侈品公司能达到这份气度。破壳的小信天翁还需学习飞翔的要领，我也会在新的高度上继续努力学习，将一件事做好做透，学习像张桂梅一样一辈子将一件平凡的事做好，那最终也会变成一个不平凡的、伟大的人。

宏珏，我们平凡生活里的梦想

薛芳



还记得年前，《红珏人》邮寄出后不久，一进店门，就有小伙伴兴奋地跟我说，“芳芳，我们看到了你的文章！好赞啊～”。满心喜悦的我走上前去看到活力橙色的红珏人安静的躺在桌面上，这个颜色选的好让人惊喜，仿佛预示着红珏人在二零二一年必将红红火火，蓄能爆发。

年前疫情又有严重的趋势，公司果断通知大家减少出差，注意防护，工作以远程指导为主。想起去年经历了可怕的疫情，共同目睹了连续几个月消费行业的沉寂，几乎每个公司都面临着众多的问题，但在这么艰难的时候，公司不惜一切先保全员工利益。此类关怀从未间断过，当大环境出状况的时候，公司首先考虑的是人。而我们在这样的人文关怀下，更应该承担起更多的责任，把自己的工作做到苛求完美的状态。

在宏珏的每个阶段，会感受到不一样的情感。

来自公司的包容。二月，部门内部开会通知了上半年的活动安排，各种大大小小的活动非常集中和丰富，其他小伙伴的行程也都很紧密，通宵熬夜赶活动场次，能想象到是非常辛苦的。但是我得到的传达是，公司考虑我怀孕身体安全的因素，让我照顾好自己区域即可，没有再给我安排额外的外区域支援工作。另外，包括近期新品培训，需要回公司学习，其实我没有想太多，接到通知后就做了出差申请，结果没多久就被雨韵驳回，留言道“最近身体特殊期间，不建议长时间飞行出差，保重身体要紧。”回家跟家人说起这个事情，家人很是感动。对于妈妈而言，公司对女儿这种人文关怀，让妈妈觉得我像是找到了好婆家；对于老公而言，其实一直担心我孕早期出差不安全，甚至想陪我出差的念头也打消了；而对于我来说，除了感动，更多的是如何感恩，那就是思考如何在大本营守好自己的岗位，创造更多的价值，才能不辜负一片心意。

来自同事的呵护。这阵子，收获了来自身边的各种小温馨。有的店长得知后，给我发微信说“芳芳，恭喜呀！我们最近一定严防死守把控形象，不让你操心，好好养身体哈！”。在店内调整的时候，小伙伴也是各种冲在前边协助搬运，避免

在宏珏，有大爱，懂珍惜，能奋斗。心存梦想，爱而无畏！

免我负担重物，大家都成了眼疾手快的冲锋小卫士，让人暖暖地忍俊不禁。有生育经验的小伙伴们，也是积极提供经验。部门里大家也是尽量地只让我做一些汇总或统计工作。被这些爱意暖暖的包围着，一颗真心连着一颗真心，也让我更深的体会到，宏珏，一个充满爱的地方。

来自赵总的小惊喜。春节大年初一，亲属走动结束，开始手机拜年，开心的给赵总也发去祝福，一会功夫收到了赵总的温馨小祝福：“恭喜你当妈妈啦！”还附赠了一个大红包。超级惊喜和温馨有没有？赵总作为集团董事长，身兼数职，大到国内外公司战略，小到员工关怀，他总是能事无巨细地给到关注，永远那么淡定从容。他既在前方勇闯天涯，又在后方给我们坚实的力量，更多时候他还像一个大家长一样，关怀着爱着每个人，让我们感受到价值感、存在感、归属感。

闲暇时光，慢慢读着上一年《红珏人》里一篇篇的感悟，刚好看到Zephyr写的一段文字“宏珏，于你，于我，于每一位红珏人，不是朝九晚五，不是早晚温暖，而是星辰大海，日月同辉，是我们平凡生活里的英雄梦想。”当时就感觉有一股暖流涌上心头，真的是这样子。

我很喜欢我的工作，不仅是内容本身，更是并肩前行的小伙伴、有爱的领导，越来越强大的公司，是他们让我看到了平凡生活中的梦想。

在宏珏，有大爱，懂珍惜，能奋斗。心存梦想，爱而无畏！



新的挑战

李全

本月公司在职能架构上进行了整合与新设，将营销部与客户关系部合并为“整合营销部”，为的是凝聚营销传播的力量，更好地服务于顾客，更大程度地提升销售业绩。同时设立了一个新部门-集团共享中心，将日常付款、薪资发放、档案管理、社会保险等归聚在一起，设立的初衷是为更高效地服务于各个品牌，让职能部门的同事更加专注于业务工作，更快地成长并发挥出更大的价值。新的组织架构变动让我们看到了公司在不断地优化管理模式，感受到了领导层因人而异的用人标准，更对公司未来发展充满了坚定的信心与期待！

而我，面对突然多出来的两个部门负责人的职责，除感到肩上的压力与责任更大一些之外，更多的则是要撸起袖子带领她们加油干，且一定要干好的决心！共享中心目前是由五位又红又专的老员工组成，平均司龄十年从上，平均年龄四十以上。我认为她们是一群素质好、专业能力及责任心强、心态沉稳、负有责任的一支高战斗力的队伍！前期的工作是带领她们将整合后的工作尽快拟顺，然后再优化工作流程及内容，提高工作效率。为各子品牌提供更高效，标准化的专业性服务。让她们在共享中心能够快乐地工作并且有成就感，则我后续需要做好的工作！

对于行政部的工作，我没有接触过，和大家开会时提到是抱着学习的心态与大家一起去努力，将行政部的工作开展得更好，让大家看到一个不一样的行政部。除了总体上的监管之外，还需要着重去关注铭哲，让她在半年的时间内得到快速地成长能够胜任行政部的管理工作。同时关注行政部所有员工的工作内容，帮助她们去优化与改进，让她们能够感受到这个部门不仅仅只是一个服务部门，更是一个被人需要的部门，是一个能够让所有同事一想到就会感到温暖的部门。行政部的工作虽然琐碎繁杂，但确实是一个非常有意义的部门，是一个后勤保障

我们来这个世界一趟，不是来游历山水地，而是过来领略这世界的酸甜苦辣，感受生命中的每一个过程地，唯有用汗水，泪水，甚至鲜血浇灌过的青春才是最珍贵的，唯有历经艰难险阻的人生才是最光彩夺目的，在你年暮时回想起来才会觉得自己真的没有白走这人世间一趟！

部门。我们自己首先要认同它，它才能得到别人的认同。工作的开心、有成就感、薪水不错、有上升空间，这些基本上就是一个普通员工的最简单地诉求。工作中应多从员工的角度考虑问题，注意工作开展的方式方法，尽快地融入到员工中间去，才能够更好地带领团队。

回顾我来公司的这十六年，真的是一眼万年，刚进公司就被撞掉门牙的那个女孩子又浮现在眼前，这一撞竟然撞出了这十六年来的缘份。感恩公司一直以来对于我的信任与培养，赐予了我无惧任何挑战的勇气。每想起都觉得热泪盈眶，我觉得唯有将自己的本职工作做得更好才是对公司最大的感恩。在这下半年的新起点上，在这中国共产党成立的百年华诞之际，我将带领大家不断提升自己的专业能力。把不断地更新迭代自己当作为是送给自己最好的礼物，时刻准备迎接公司赋予我们的任何挑战，始终以奋斗者的姿态不断地勇往直前！

今天，在这里我可以骄傲说上一声，我将我最宝贵的青春都奉献给了宏珏。当我们退休时，我们可以无悔地说上一句，我将我一生的时光都献给宏珏，献给了这天底下最美丽的事业！

我们来这个世界一趟，不是来游历山水，而是来领略这世界上的酸甜苦辣，感受生命中的每一段旅程。唯有用汗水，泪水，甚至鲜血浇灌过的青春才是最珍贵的，唯有历经艰难险阻的人生才是最光彩夺目的。在你年暮时回想起来，才会觉得自己真的没有白走这人世间一趟！

一张手写卡片的意义

李全



依稀记得小时候收到同学们或者是朋友们寄来的明信片，看着熟悉的字体，散发着淡淡墨水味的祝福，会开心地觉得这一天的空气中都散发着快乐和幸福的味道。

你是不是很久没有收到别人给你寄的明信片了？是不是很久没手写祝福卡给朋友们了？在这电子卡片满天飞的年代，大家都习惯于用社交媒体发送祝福，手写卡片就显得格外的珍贵了，也很怀念那段“手写祝福”的美好时光。在临近中秋节之际，行政部又要开始准备给所有的同事们及业务合作伙伴们预订月饼了。铭哲很用心，找了各种不同的商家与品牌进行参考对比，最后确认了给同事们预订香港半岛出品的迷你蛋黄月饼。

给大家送福利，是挺简单的事情，采购到货后直接发下去就完成了。但是，怎样才能把这份福利更好地送到员工们手中呢？怎样才能让员工们深切地感受到公司对于她们的用心与关注呢？我想象着每一位宏珏同事在收到月饼那一刻的感受是：“哇！这是公司专门为我定制的月饼！”让大家感受到公司浓浓关怀与祝福！就像GIADA的VIP顾客一样，有专属的体验感！

那当然是——手写祝福卡！当我第一次把想法告诉铭哲的时候，她一听眼睛就亮起来了，笑眯眯地一口就答应了，其他几位同事也很赞同。全行政部共同为职能部门同事手写卡片，这还是很轻松就能够完成的。

后面我与铭哲分享，各部门出差的同事，特别是销售部门的同事们真的都很辛苦，很努力。而我们更应该去尽最大地努力与用心去做好每一项配合的工作，我们将所有同事的行程安排好了，酒店订得满意，培训室安排得合适，那么销售做得好也是有我们的一份力量与肯定在里面，也能收获到成就感。铭哲睁着大大的眼睛使劲点点头，她说她之前在给同事订北京出差订酒店时，就很细致地分析与检索过各个酒店的具体情况，并且还询问北京当地的同事，让她给意见，最后同事们非常满意还发微信感谢她。



Redstone-王铭哲 Vivien

作为玫瑰小天使给 redstoner 送温暖啦



七夕快乐❤️

LOVE REDSTONE❤️

LOVE GIADA❤️



行政部是一个后勤保障部门，虽然事情都比较琐碎比较繁杂，但要想做好做到完美却是不容易的，所有的工作都是有意义的，关键在于你自己怎么去看待手上的这份工作。如果你认为你做的仅仅只是一个专门负责订酒店差旅的工作，或者仅仅只是一个采购买东西的工作，时间长了你就会觉得无趣了。如果你认为你是在做一个能让别人感受到温暖的工作，因为你的用心，出差的同事能够深切地感受到你全心全意地为她考虑，她会工作得更开心更努力，她会感受到公司对于她的关怀，因为你在做服务的同时更是代表了公司在员工心目中的印象。

“不积跬步，无以至千里，不积小流，无以成江海”。从进入公司开始，我一直是以这样的心态去开展工作，做好每一件小事，当所有的小事都被认真对待，都被做得非常好时，最后会汇成一股巨大的能量反馈给你，让你在做任何事情上都能够做好甚至做到优秀！

当我在开始手写卡片时，发现还有专卖店的同事呢！专卖店的同事们，除了区经与店长来过深圳公司总部外，其它的员工基本上都没有来过公司。远在外地的她们其实更需要收到来自公司的关怀与温暖，所以我提议希望能够把专卖店的同事们一起算上，但是GIADA、CURIEL、GABRIELE COLANGELO、COLOMBO这四个品牌的销售系列员工再加上职能部门同事的数量相当大，而我们部门的人数却是有限的，且仅有一周时间算是挺紧张了，任务是比较重的。我又与铭哲沟通了此事，铭哲想了一下也一口答应了。当时我很开心，她想一下就是很清楚地知道这任务有多重，但是却愿意去尝试去努力完成。后来有人提出用打印卡签名就可以了，可是打印出来的文字再漂亮也是冷的没有情感的，最后行政部决定还是手写祝福卡。每天早上上班前，中午休息和晚上下班后就开始了一张又一张的书写。每一张都是非常认真非常用心地去对待，有的同事还尽自己所能在卡片上画上了或可爱或精美的插画，有的同事觉得自己的字不够漂亮还回家请自己的太太帮忙写祝福卡。那些天的中午和晚上，那些默默趴在工位上手写卡片的背影深深地印在了我的心上，很感动行政部这一群可爱的女孩子们那么用心地去做每一件事情。我们希望这一张小小的手写祝福卡能够将公司的心意飞入到寻常普通员工的手中。

送出卡片的当天晚上，铭哲和我都收到了许许多多来自公司同事、来自

无论何时，当你那么地用心地投入去做一件事情时，是
定会被人感受到的!

专卖店同事、来自退休老员工，来自人力资本部转发的大家的反馈。大家都非常开心非常意外地收到公司的中秋月饼和手写祝福卡!

晚上十点我收到了铭哲给我发的微信：“全姐，给全国员工写贺卡这件事可太有意义了!”

“幸亏我们一开始的纠结，被一视同仁打败了!”

“做事情真的不能怕麻烦!”

透过手机屏幕我都能感受到铭哲发这条微信的开心与兴奋，我回复她：“我记得当时我问你时，你想了一下，就一口答应了，我很开心!”

其实我们送出祝福卡，心里也是有预期的，希望每一个人都能够感受到公司对于她的关注，但是真的没有想到能够收到如此多的反馈与感谢。这让我们非常意外，同时也更坚定了我们以后的工作方向，为可爱又美丽的宏玉人提供更优质更贴心的服务!

一张小小的手写祝福卡，到底有多大的意义，我不知道。但是从一开始我们去选择手写祝福卡这一路走来的过程中，就已经赋予了这一张张简单的小卡片不一样的意义，那就是对于所有员工们深深的祝福和关怀。

无论何时，当你用心地投入去做一件事情时，你的用心是一定会被人们感受到的!

你温暖了她的心，她便闪耀着光芒照亮你前行的路!

从0到1

程一夏



意大利驻华大使 Luca Ferrari、意大利美食学院驻华院长 Sergiro 先生给 GIADA Garden 颁发了中国唯一的一枚银盘奖状

二零二零年，是一个是非之年，也是一个变化莫测的年份。在这一年里，场景一直在改变，从未停过。

一月的我，还在上海办公室，在上海区门店和上海税局之间来回奔跑，开始一步步接触上海税务的事情。二月疫情已经蔓延开了，大家都只能在家里工作了。那时，每天在家视频开会，总能通过视频看到身穿睡衣蓬头垢面还在坚持工作的小伙伴。而我，抱着打印机在家坚持工作，一个人的小房子里，总是传出悦耳的“滴滴滴滴”打印机的运作声响。后来一个偶然的契机，也就让我从上海分公司转到了深圳总部，来负责更专业化的财务工作。疫情期间的一次尝鲜，我们开启了线上邮购这条道路。不可否认，邮购引流快，销售额逐渐回升，品顾们的信心也越来越强大了起来。小红书和线上直播的宣传，我们也从不落下，力争走在时尚的前沿。

第二季度，天气逐渐回暖，线下商城也陆续恢复营业，商拓部同事们也都在努力为公司争取疫情间租金物管费用的减免优惠，同时也是合同续约或者换位调整的考量节点。在这个期间，我有幸大批量接触各种租赁合同的审核，潜移默化中也对租赁条件有了一定的认知和辨别，这也对后期审批合同奠定了基础。

紧接着，严酷的暑假，凉爽的金秋，谱写了系统进化论和财务部分序言。收款方式从无限制地增减到现在逐渐统一化，各种系统逻辑被能力者逐渐掌握并加而促进完善，全部门集体翻单核查一个多月，无数杯集体奶茶见证了大家的辛劳，也看出了各种能力。

能者上位，不足者也在不断进步。九月的翻单，也让我们更加了解了门店的运作。为了前线后勤互相配合，公司将业财融合的理念强化到了实践上，将财务事宜区域化，也正是这一强大理念的最好体现。不管是前期解决门店事宜，还是后期进行财务分析以及针对性地进行区域发展分析，对于门店参与的促销活动，

愿跨进2021年的你我，都能不断进步，终究成为强者。



也能更好地提供更合理的建议，这是一个全方位多角度地做到业财融合的良好方案。与此同时，收银系统的完善，核销系统的改进，都是门店和公司各项事宜的福音，及时核销，不再需要苦苦回忆过去，也为前线减轻了负担。

如果说二零二零是一个0，那二零二一就是一个进步的1。于我，从初涉税务到现在成为财务区域负责人，审批合同，参与活动建议，从0走到了1。于部门，从岗位制到区域化，对于每一个负责的同事来说，又何尝不是一种从0到1的挑战呢？于公司，系统进化论、核销及时性、收银无阻碍，这不也是从0到1的进步么？愿跨进二零二一年的你我，都能不断进步，终究成为强者。



做奢侈品行业的“革命者”

陈文蕾

在过去的八月份，经历了不少新故事，有了不少新体会，亦有了一些新成长，总概有三，在此与各位同仁分享心得。

其一，“要把自己想的伟大一点”。

最近看了电影《革命者》，我颇为感动。中国共产主义运动的先驱、杰出的无产阶级革命家李大钊先生，用“我以我血荐轩辕”的方式，积极探索如何改变中国、拯救民族，哪怕上绞刑台前还与剃头师傅开玩笑，神色从容、慷慨就义。他书写了一段叫醒国人的壮丽史诗，正是在他的感召之下，有无数仁人志士、热血青年前仆后继投身到革命队伍中去，开创了这盛世。

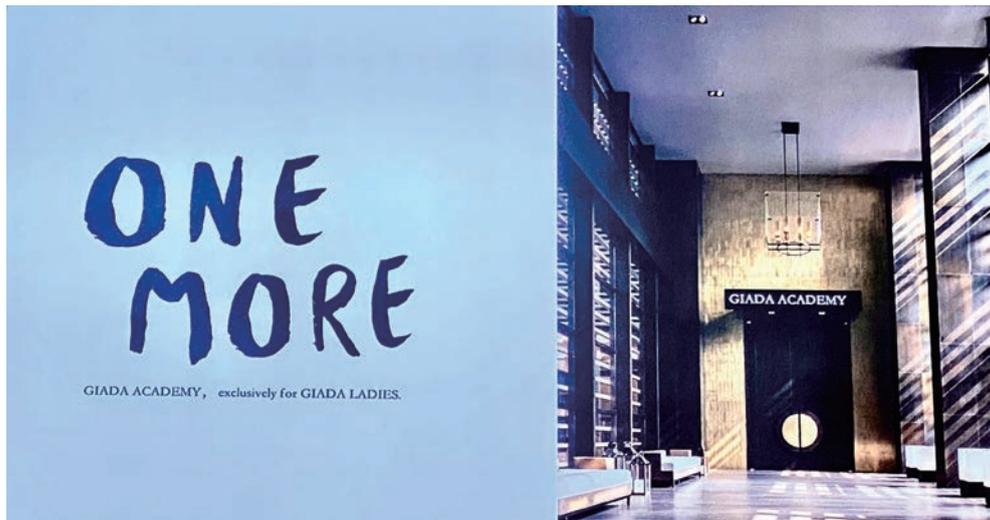
这样从容不迫、披荆斩棘的精神，让我觉得既敬佩又熟悉，因为我们所在的宏珏，亦正是以自己的血肉之躯，在世界奢侈品行伍中杀出一条名字叫“中国”的血路。作为奢侈品行业的“革命者”，引导着中国时尚奢侈品行业精英人才一同启航，披浪前行，开辟出一条前所未有的道路。

赵总常对我们说，“要把自己想的伟大一点”。的确如此，尼采说：“人需要一个目标，宁可追求虚无，也不能无所追求。”而此刻，每一个宏珏人亦不应只是止步于“有”的阶段，而是要想的更远、更高一些，只有心中的格局、理想的矩阵变得更加开阔起来，所成之事才会拥有更加无限之可能。所谓“夫英雄者，胸怀大志，腹有良谋，有包藏宇宙之机，吞吐天地之志也”，我们虽未生在煮酒论英雄的时代，需要曹操这般的乱世中胸怀的伟志，其实在任何时代里，每个人都可以拥有属于自己的“伟大”。

其二，不能只停滞于“想”的阶段，要去“做”。

这个月，赵总在百忙中特地抽出来两个整天的时间，带着GABRIELE COLANGELO职能团队全体人员，把近几季所有的样衣都过一遍，带我们一款一款地分析利弊、讨论可改进之处，并遴选出了其中最为经典的款式。这很好的帮助我们全盘梳理货品思路，亦帮助每个人更加明晰品牌将来要走的风格和路线，也

当你穿过了暴风雨，你就不再是原来那个人。



让大家对GABRIELE COLANGELO的品牌自信、货品自信更加的根深蒂固。

让我收获的，不仅仅是最后产出的选款结果，还有对于商品中心在短时间内紧锣密鼓、高效地完成了所有工作考验后的成就感，更重要的是，在这其中让我深刻体会到了宏玉人优秀的工作方法和思想高度——坚定的目标感、“想到就做”的高效执行力、果断而准确的判断力、开拓格局的大局观、以及跨越当下的前瞻性。

如李大钊先生所言：“凡事都要脚踏实地去做，不驰于空想，不骛于虚声，而惟以求真的态度作踏实的工夫，以此态度求学，则真理可明，以此态度做事，则功业可就”。只有真的“做”了，经历才会变为我们的真知识、真阅历，真知识、真阅历也会成为我们的眼光与眼界、知识结构与逻辑体系，而这些，一定程度上也将会决定我们能成为怎样的人。

其三，行而有恒，方能致远。

苏轼的《晁错论》有言：“古之立大事者，不惟有超世之才，亦必有坚忍不拔之志。”人生之事业是一场实战，亦是一场持久战，这段路的艰难对大多数人来说是注定的，但我们能改变的，是面对它的心境，和坚持下去的恒心。

在我的人生观中，人生的苦乐都是值得品味的，所以每每遇到坎坷，我常用曾国藩的一段话自勉：“盘根错节，可以验我之才；波流风靡，可以验我之操；艰难险阻，可以验我之思；震撼折衡，可以验我之力；含垢忍辱，可以验我之节。”在人生的征程中，如果我们能不因一时的幸运而固步自封，也不因一时的困境而一蹶不振，不视探索为畏途，不因负重而沮丧，那么不可不算是正在勘探自我成长中一段曼妙的故事了。

当你穿过了暴风雨，你就不再是原来那个人。

青年底色

张瑞国



七月一日上午我在广州白云机场，一边实时观看庆祝建党百年大会的直播，一边站在机场“穿越百年”的画报前，从一九二一年七月二十三日中共一大的召开开始，细读历史，心潮澎湃。真的难以想象，中国共产党从南湖上的一叶小舟起航，一百年的艰苦历程，改变了中华民族的命运，令世界叹服。一边看着直播，一边收到了爸妈发来的家里一起观看大会直播的视频。爷爷和父亲都是老党员，坚定而又骄傲的神情写满了激动，仿佛一边在回顾党的历史，一边又在回视自己那些奋斗的青春。从弱小到强大，从困苦到幸福，自己的奋斗岁月都融入了整个国家的发展洪流当中。

对我来说，自小对党就有一种特殊的情结。因为从记事起，周围环境就充满了各式各样的标记物，爷爷的那本老党员证，父亲的警帽，他们单位里日常的批评与自我批评会。严肃而又苛刻的氛围从上小学就开始不断影响着我。直到高中时，目睹了军人们在汶川地震时的救灾，才真正理解父亲所说的一句话：爱国是一种最深沉的情感。坦白讲，很难想象爷爷那一辈在建国后所经历和经受的艰难困苦，但是在父亲这一辈的影响下，逐渐成长开始接触外界，置身在世界的大潮中，才逐渐懂得了国家是什么样，你就是什么样和你是什么样，国家就是什么样的道理；才逐渐明白对当代青年来说，爱国主义不应该成为我们青年的青春底色吗？五四运动、战争年代、改革开放，见证了一批批奋斗青年留下的永恒印记；那我们身处新时代，有更宽广的奋斗舞台，同时也面临更多样的责任，更需要将点滴青春汇入到社会的奋斗洪流中。

又想起前段时间清华大学校庆，由平均年龄七十四岁的校友组成的合唱团演唱《少年》。满头银发的古稀老人，用他们的自信、乐观和激情感染了所有的观众，也告诉了我们真正的“少年”其实不是年龄，而是一种生活的态度。正是对祖国的热爱，对事业的执著，才让这群老人始终保持着革命的乐观主义精神，才始终保持着一种奋发向上的少年心态。

将自己的个人梦想书写在国家和民族的事业中，以爱国主义作为青年奋斗的底色，追逐生命里光临身边的每道光，让世界因为我们的存在而变的闪亮。



梁启超在《少年中国说》中说：“故今日之责任，不在他人，而全在我少年。少年智则国智，少年富则国富；少年强则国强，少年独立则国独立。”清华老人们用这一曲《少年》向自己的青春和未来致敬，也是在向国家的历史和未来致敬。年龄可以随岁月老去，但心态可以永远年轻。“我还是从前那个少年”引发了全网共鸣，最重要的是因为我们每个人都需要这样一种积极向上的人生态度，需要将自己的个人梦想书写在国家和民族的事业中，以爱国主义作为青年奋斗的底色，追逐生命里光临身边的每道光，让世界因为我们的存在而变的闪亮。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结合，就要抽离形态和元素，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。

热爱是一种信仰

郑冰



刚来宏珏的时候，赵总就教我们要去“爱”。那个时候觉得有点肉麻，现在发现，爱也是需要经营的，刚来的时候很喜欢宏珏，觉得说爱有点肉麻了。十年一回首，发现“爱”已经深刻入骨，变成一种信仰，让我们坚信不疑了。

其实在宏珏的时间越长，我就越能理解赵总说的“爱宏珏”的含义。爱之于工作，是一种源动力。如果你热爱它，你一定会穷极一切将它做到最好。热情是一种能量，如果你找到自己热爱的事情，那你会明显的感觉到自己身体状态发生的一些变化。首先是精力充沛，其次特别容易沉浸在做的事情里面。就算身体上特别累，但心里还是特别愉悦的。而且，在你喜欢的事情上，你可能比你想象的更有天分。

这个月我做了一些精美的册子，比以前完成得更有效更有创意。这是爱给我力量，对李总的爱，对公司的爱，让热情转换成一种能量，给工作注入源动力。我才体会到，“爱”，在宏珏的企业文化里的重要性，有一句非常经典的话：野心不能成就你的事业，但热爱可以。在这一点上，热爱的重要性毋庸置疑。

赵总最近给每个部门讲课，我们部门也有幸听了赵总和李总的创业故事，我们听的津津有味，这个故事的核心，就是赵总李总为了一份热爱的事业，不惜代价，跨过重重障碍和困难，在追求艺术追求梦想的路上始终坚持初心，始终有一个坚强的信念，为中国奢侈品行业崛起而不懈奋斗，才使GIADA有了今天这种光彩夺目的成就。

一个优秀的创业者，必须有热情和创造力，有绝不放弃的劲头，可以长期的持之以恒。而支撑这一切的力量，就是热爱。

我很感谢公司用宝贵的两个多小时来给我们分享创业历程，这里面有很多美好的故事，值得我们回味学习，使热爱成为一种信仰。在工作和生活中激发出自己的天赋和才华，经过时间的积累，沉淀，成就一个美好的人生。

宏珏青年

何知非



“当代中国的新青年，我认为应该有六个标准：一、自主的，而非奴隶的；二、进步的，而非保守的；三、进取的，而非隐退的；四、世界的，而非锁国的；五、实利的，而非虚文的；第六、科学的，而非想象的……”

这是一九一五年陈独秀在《青年杂志》的发刊词《敬告青年》中列举出的“新青年的六大标准”，这在影视剧《觉醒年代》中被生动演绎出来的时候，内心的激扬澎湃竟难以自抑。我和母亲分隔深圳上海两地追剧，每每看到朗声大笑或热泪盈眶处互相给对方发微信，感慨百年前这群在黑暗中看到光亮、唤醒蒙昧民众、创造理想中华的革命先驱。遍地哀鸿满城血，无非一念救苍生。陈独秀、李大钊、蔡元培、毛泽东、鲁迅……这些教科书上的名字，一一变成有血有肉的人；政治课上那些囫圇吞枣的“考察点”，曾经真的被这一群人当作毕生的理想信念去奋斗和牺牲。

陈独秀的《敬告青年》，李大钊的《青春》以及鲁迅的《热风》，无不寄希望与责任于当代青年们。仲甫先生百余年前于国家存亡之际振聋发聩的呐喊，对今天的青年仍然有着丝毫不过时的警醒作用，而对处于革新攀登之际的宏珏青年们，更是恰逢其时的良言。

“自主的，而非奴隶的。”不被传统的奢侈品品牌运营模式奴役，不被行业内的固有成见所束缚，更不被外界论资排辈的老克勒们(old class)牵着鼻子走，宏珏青年俱是创业者、主人翁，便要有主见、有自信、有闯劲，为自己和宏珏赢来话语权，这是宏珏青年需要也必须具备的。

“进步的，而非保守的。”正如中国走的是一条在前人成功经验上自主创新的道路，宏珏要走的也是一条奢侈品行业内绝无仅有的新路。恪守旧路或模仿他人，都无法突出重围。宏珏青年务必大胆创新，小心求是。

时值建党一百周年之际，恰逢宏珏新路出征，宏珏青年新一轮的觉醒年代也来临了。愿宏珏青年有家国情怀，也有国际格局；有星辰大海，也有跬步千里；有各取所长之才干，也有齐心一致之信念。在新征程的起点，望自勉与共勉。



“进取的，而非隐退的。”宏珏青年应该进一步加强内部团队协作，敢于发表自己的真实看法，在团队讨论中碰撞出激烈又新鲜的火花。不要怕意见相左，不要怕针锋相对，真理总是越辩越明的。

“世界的，而非锁国的。”宏珏一早已确定了多品牌、国际化的战略，宏珏青年们在做任何决策与行动时，不能只顾着眼前利益或只看到国内的同行们，务必开拓眼界与胸襟，着眼未来与长期价值。

“实利的，而非虚文的。”发展才是硬道理，数字才能见真章。宏珏青年应将数字作为追求卓越道路上的重要衡量指标，客观量化地看待结果，而非停留在“好”、“不错”等夸夸其谈的虚词。

“科学的，而非想象的。”切忌拍脑袋或听风就是雨，宏珏青年要深入思考，有钻研精神，一切决策都应基于事实或数字依据。若资历浅，欠缺经验，则虚心向前辈们请教。而前人的经验也不可直接复制，务必再咀嚼消化，结合当下实际，切身实践后方能出真知。

宏珏青年无一不是百里挑一的人才，既是中国青年中的佼佼者，更应对自己更高的要求与期待。时值建党一百周年之际，恰逢宏珏新路出征，宏珏青年新一轮的觉醒年代也来临了。愿宏珏青年们有家国情怀，也有国际格局；有星辰和大海，也有跬步千里；有各取所长之才干，也有齐心一致之信念。

在新征程的起点，望自勉与共勉。