

红珏人

谨以此书献给宏珏人

序

“没有任何力量能够撼动我们伟大祖国的地位. 也没有任何力量能够阻挡中国人民和中华民族的前进步伐。”

建国七十周年阅兵礼上，习主席铿锵激昂的话语让人充满信心和力量。

2019年真可谓是惊涛骇浪，又着实令人乐在其中。为了遏制中国的高速发展，美国举全国之力，用尽了流氓手段打压华为和其他中国高科技企业；不惜制造香港暴乱，在中国南海和周边给中国制造麻烦；西方媒体赤裸裸地颠倒黑白，用娴熟却无道德底线的宣传手段传播是非！多行不义必自毙，凶猛的反华浪潮顷刻间便唤醒了80后、90后、00后的爱国主义精神，聚起来的中国人民给中华民族伟大复兴注入了一股强大的正能量，令人欣慰！

五洲震荡的日子让人不自觉地回忆起青春岁月。毕业后的我被分配到了省外事工作单位。那时候，我的领导们都是跟解放新中国的先烈们有血缘关系的老同志，不少人是在平反后重新回到工作岗位上的。尽管有说不尽的冤假错案和伤痕，他们从来没有过任何一句抱怨。前辈们经常叮嘱我说道：

“外事无小事，要为国争光！祖国发展的四个现代化建设需要外汇，我们要用粮食去换外汇，但我们还有很多同志吃不饱饭。我们要加快发展旅游业，开发旅游资源去换取外汇。” 尽管那时候的我还不懂事，因为饱览历史的缘故，我们这一辈多少还是有点家国情怀的！当时，为拍出高质量可以用作展览的照片，我自己去买了一台照相机，用了一年的工资，那一年没吃肉；为了能拍到美丽的照片，风餐露宿，几天时间只有一盒八分钱的饼干，喝的是天然的矿泉水，在凌晨守候几个小时等太阳公公出来，晚间日落西山后在深山老林走回来，装着胶卷的包包总是睡觉的时候紧紧地系在腰间。没有苦和累的感觉，照片出来的瞬间只有满心欢喜，现在想想全都是幸福的回忆。九寨沟黄龙卧龙自然保护区、乐山、峨眉山、四姑娘山等都陆续地被开发了出来，成了游客必的去景点。能留下足迹和身影，我由衷感到满心的骄傲！

有意思的是，我离开外事部门后，领导又要我去做皮尔卡丹的项目，以及之后Valentino、YSL、Salvatore Ferragamo等项目，到现在的GIADA和CURIEL，明年还有Gabriele Colangelo和Colombo项目的问世，我们一直在跟西方人打交道，成为中西文化交流的一个桥梁。

我所接触过的西方人，不论是美国人民还是意大利人民，绝大多数都还是友好而善良的。但是代表极少数人的利益集团却对中国曾经饱受过的苦难所不齿，对新中国所取得的成绩而不甘。然而他们不了解的是，伟大的中华民族历史进程中的凤凰涅槃，是个必然。

“中国共产党之所以能取得如此巨大的成功和胜利，从抗日战争、解放战争、抗美援朝的站起来，到让十四亿人民过上幸福美好的生活的富起来，再到华为高科技产业、国防科技等领先世界水平的强起来的结果，正是因为她体现着全中国人民的意志，代表着人民的利益！”这给了我很大的启示，我们的企业要取得成功也必须要体现全体员工的意志。为了员工的利益，要将他们所具备的积极性、创造力和正能量极限地发挥出来。如果要取得更大的成就，我们就必须把胸怀再放大到国家和人类的利益上去！

2018年开始，为了未来更好、更快、更健康地发展，公司做出了一些战略方面的调整。但由于出现的情息和一些决策上的失误，销售和利润让人很不满意。这给我们敲响了警钟，但是也让全体宏珏人觉醒了起来，产生了很强的危机意识和集体责任感！为此我们相信，集体的觉醒定会为公司带来意想不到的发展！

经过大家的努力和讨论，我们做好了五年的发展计划，我有信心，我们会比这个计划做的更好！

赵一铮

二〇一九年十二月

目 录

激励	1
骄傲	3
哈佛讲台上的宏珏人	7
培养奢侈品行业的中国精英	9
“又红又专”	12
令人羡慕的宏珏人	14
航海家的手记	16
追梦人	18
宏珏有梦，青春无悔	20
梦想的少数派	22
从耶鲁，到宏珏	24
情怀的投影	26
论 “气”	28
跨越六千公里的奢侈心	30
让世界看见你的名字	32
开秀重庆	33
“疯狂”三月	35
破与立	37
独一无二的历练	39
美丽的意大利之旅	41
真正的奢侈	45
专注	47
细节	49
年轻人眼中的GIADA	50
细节决定成败	51
敬畏心	53
中华有为	55
当我们谈华为时在谈什么？	57
生于忧患	59

目 录

精英责任	61
自信就是最美	63
珏起	65
贵族精神	66
成就	68
目标、勇气、责任	69
超越目标	71
全区一心，众志成城	73
成就与被成就	75
收获	77
喜见自己的成长	78
工作是一场修行	80
留一辈子	82
企业文化之感悟	84
大象	85
把自己想得伟大一点	86
创业者心态	88
艺术与生活	90
光与盐	92
Let the Thoughts Speak	94
骑单车的文化	96
棋	97
看得最远的地方	99
中国精神，中国红	101
肩上是责任，背后是祖国	103
祖国七十华诞盛典有感	105

**BLACKSTAGE** di Giampaolo Bardo

LA Confidential

[illegible]

Manomette i rischi, che per i party di lusso delle due sponde del fiume, **Conrad Gallery** ha deciso anche lei la 70.000 dollari l'opera americana. «Ci piace da Judd, Leo, Argentine e sempre più con i Central banks **Frank Gehry**», spiega il capo del ramo europeo che vuole **Laurence**. «Abbiamo il vertice delle banche e una grande **Fall**», continua il capo della **Art**, **John** dell'azienda della **U.S. Council of Italian designers of America**. Secondo la versione di questa di **Yves** **Frank**, che tradisce un piano al top per trasformare la sua in un più facile alternativa a New York, che offre molte ragioni un'occasione speciale per ogni di **delusione**. «Forse in altre città, magari a Milano, noi non hanno intenzione

di. Completando l'analisi, si registra la forte del settore manifatturiero italiano, risultato di numerose Cifre d'Affari (ma è giusto sottolineare che Hoffmann è tedesco), in particolare nell'ambito della serie degli Oscar. E anche Le Monde non si è dato da fare: la fiducia in lui, che è un'azienda proprio tedesca (il suo giornale ha sede a Francoforte sul Meno), è alta. Oltre a una serie di piccoli eventi, collegati fra di loro, studiati per promuovere l'industria italiana. Ma il vero punto di incontro sta nelle scelte di sindacato e nell'industria presente a fare le spese. Un suo capitale molto legato al grande cliente. Già a partire da gennaio scorso. (Per informazioni: info@italia.it)

激励

常晓妍

重庆挑战上海：在摩天大楼下，意大利品牌GIADA在露天舞台上演时装秀。
在中国大都市巡回上演的时装秀将意大利的创造力带给世界。

——意大利晚邮报报道

意大利时装在中国越来越受欢迎，在中国国家主席习近平为发展丝绸之路于罗马签署“合作谅解备忘录”期间，宏珏集团正在投资意大利品牌。宏珏集团奢侈品发展策略象征着两国之间在创造力和商业交流方面日益紧密的联系。

——MF Fashion报道

当天晚上,当模特穿着GIADA在秀道上走着台步时,罗马和北京签署了28亿美元的交易,使意大利成为第一个签署中国一带一路倡议的G7国家。

——WWD女装日报报道

2006年，意大利奢侈品牌GIADA赢得了一家中国企业——宏珏集团的青睐，自此开启了意大利奢侈品牌与中国企业的全面合作。

——意大利共和报报道

收购一个大众品牌与奢侈品牌大不相同，后者会涉及到文化遗产和家族历史等。成功的因素似乎也更多依赖于文化亲和力而非管理严谨性。一个非常好的例子：宏珏集团是唯一经营管理奢侈品牌的中国公司，旗下有意大利品牌GIADA, CURIEL和Gabriele Colangelo, 还有中国当代品牌YI, 宏珏对于意大利文化的尊重和兴趣使得全集团旗下的品牌如此成功。

——Pambianco News报道

2019年3月23日，重庆市中心解放碑广场的街头被四块巨屏直播环绕：西南第一高楼WFC环球金融中心前，数万名群众拥簇围观。而正当我们都沉浸于这场

Alleanze

La nuova Via della Seta vedrà l'Italia come tappa privilegiata

A seguito della firma del Memorandum d'intesa tra il premier, Giuseppe Conte, e il presidente della Repubblica cinese, Xi Jinping, sono state poste le basi per 29 accordi tra i due Paesi. Moda e lusso guardano con fiducia alle potenzialità future, forti di un interscambio da oltre 50 miliardi. **Chiara Bottesi**

La nuova Via della Seta avrà nell'Italia una delle sue tappe principali. La visita a Roma e a Palazzo del presidente della Repubblica popolare cinese Xi Jinping ha dato i suoi frutti, portando alla firma a Villa Malaparte, alla presenza del premier Giuseppe Conte e del vice premier Luigi Di Maio, del memorandum d'intesa che ha dato lustro all'adesione dell'Italia, prima tra i Paesi del G7, alla lista, annunciata per l'aprile, nel 2017, delle nazioni che appoggiano la nuova Via della Seta. Si tratta, nello specifico, del grande progetto infrastrutturale e commerciale di connessione tra Cina ed Europa, lanciato nel 2013 proprio da Xi e che si sviluppa attraverso un tragitto terrestre in sei corridoi e uno marittimo, che coinvolge circa 65 Paesi e il 70% della popolazione mondiale. Il Memorandum firma la cooperazione globale a 29 accordi (diciannove tra aziende private e 10 istituzionali). Tra cui quelli su energia, infrastrutture e commercio tra aziende italiane e cinesi per almeno 7 miliardi di euro. Il governo rappresenta un punto di incontro per interventi che puntano al recupero dell'energia, degli impianti idroe-

gici di risalire fino ai cantieri navali e alla promozione del turismo. Impossibile non valutare come questa operazione possa avere un impatto diretto sul sistema moda. Nel 2018 l'interscambio commerciale bilaterale tra Italia e Cina superava quota 50 miliardi e il

Made in Italy necessita un'attenta sorveglianza tra i consumatori dell'ex Colonia impero. In particolare, il mondo dell'alta di gamma, già abbondantemente presente nel territorio, si prefigge di aprire nuove opportunità. Soprattutto considerando che nel giro

di pochi anni la Cina arriverà a contare 230 milioni di cittadini mediamente benestanti, diventando il primo mercato mondiale per i beni di consumo. Anche se la realtà, per quanto riguarda il mondo dei beni personali di lusso, è diversa come già accade del consumo. Basta guardare il più recente report di Altaroma realizzato in collaborazione con **Rita & Company**. Studio che rivela come nel 2018 il mercato dell'alta di gamma è stimato a circa 200 miliardi di euro, dei quali l'8% proviene in Cina; soprattutto, il 52% dei consumatori si è formato dallo shopping. Che in Italia, secondo i dati **Global Blue**, si traduce in un valore di consumo medio annuo nella via della moda milanese in 1.897 euro. Le previsioni al 2023 vedono infatti un aumento crescita del 320% del valore del mercato, il 52% saranno i consumi all'estero della Grande magaglia e il 46% dei consumi in giro per il mondo. Opportunità che si riverberano anche nel mercato virtuale, come fatto di recente dall'agenzia **Tribus**, che dopo **Alibaba** (vedere articolo a pag. 10), ha ottenuto anche la certificazione per operare su **WeChat** (riproduzione riservata).



La stretta di mano tra Xi Jinping e Giuseppe Conte

segue da pag. 1

Il stato l'occasione ideale per rilanciare l'immagine della prima boutique del marchio nella città, aperta da circa sei mesi. La scelta si è legata al network di 18 store di proprietà presenti in Cina. Come si evolverà lo sviluppo negli States? Nel 2021 apriranno a New York, sulla 10th Avenue di fronte alla Trump

Tower. Crediamo che gli Stati Uniti ci possano dare delle buone opportunità. E dopo New York? La prima tappa del tour, partendo da qui, è a Londra per poi raggiungere Parigi. Sul fronte prodotto, state studiando brand esteri? Da settembre 2019 inizieremo il business nei profumi Giada. La strategia iniziale sarà vendere i profumi solo nei punti vendita, quindi almeno per il primo

autunno non prevediamo licenze. Curlet avrà un'espansione? Dall'alta moda si stanno muovendo al retail e poi. Abbiamo progettato di fare store in Cina come uno-due anni. I vostri piani interesseranno anche il marchio di Gabriele Colangelo? Ci saranno degli importanti viaggi nel terzo periodo. Oltre a Giada e Curlet, il gruppo mira ad altri italiani? Intendiamo fare tre acquisizioni, ma prima sentiremo con brand italiani, quando sempre con la loro storia. Partiamo dopo settembre, con un focus su marchi parziali ma di alta qualità. Ma dove già chiediamo un business model per essere nel mercato cinese. Cosa vede nel futuro della Cina legato al fashion? Solo i top brand italiani di alta qualità possono crescere in Cina nei prossimi anni. (riproduzione riservata)

Alice Merli (Chongqing)



Gabriele Colangelo: «Ho voluto portare Milano a Chongqing»

Dopo Milano, Giada si volge in Cina, a Chongqing, per trasformare la collezione a 2019/20 in un'occasione di dialogo commerciale di alto livello, di fronte al monumento celebrativo della liberazione. «La nostra intenzione era riprodurre la sfilata di Milano a Chongqing. Uno step che arriva dopo la lezione dello scorso ottobre a Pechino e che coincide con la nostra strategia di far vivere il marchio nelle città più importanti della Cina», ha spiegato a **MF** Gabriele Colangelo, direttore creativo del brand dal 2013. Il sostenimento della collezione. Tracce di lusso, il diventare attività interattiva lungo le piazze degli skyline, come nell'arte dei sogni di Kandinsky. «Il rapporto è in assoluto il bene ultimo della nostra, ma negli ultimi quattro anni abbiamo avuto uno sviluppo degli accessori, ovvero scarpe, borse e in particolare modo del mondo del pro-

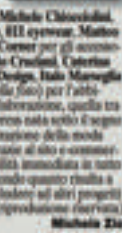
te. Faciamo giacche-solerte che sono il vero elemento decisivo nell'entrata nel mercato del marchio». I giacchi quindi continuano una brand extension. «Dall'ottimo risultato delle vendite, abbiamo in progetto un'evoluzione verso un livello ancora più alto di giaccheria, che affiancherà i prezzi in cui si materializza già l'impegno come marchi globalizzati, poter essere e volare di moda. In una visione sempre di moda e luxury, che vuole rimanere la firma dell'immagine (Giada, la collezione Colangelo) (riproduzione riservata)



Partnership

Altaroma dà il via a un'alleanza con Alibaba

Con un evento in programma questa sera alla Terme di Clodion, Altaroma rende ufficiale la collaborazione con **Alibabaxpress**, il portale e-commerce cinese nato nel 2010 dal gruppo **Alibaba**, quotato in Borsa a New York, oggi presente in 230 paesi dove vende diverse tipologie di prodotti, compreso l'abbigliamento e gli accessori. Da quest'anno la partnership di **Ark** ha progettato per lo store shopping online anche una sezione dedicata alla moda italiana. L'accordo con Altaroma prevede una prima selezione di giovani brand lanciati nella presidenza editoriale della rassegna capitolina, questo sera, in presenza, sono Michele Chioccioli, Adriano C. O'Ro, il capovero Matteo Materino e Laura Correr per gli accessori, Tiziana Angela Crociani, Caterina Mori, Leo Studio Design, Italia Maraglia e Martina Colla (nella foto) per l'abbigliamento. Una collaborazione, quella tra Altaroma e Alibabaxpress nata sotto l'eglio dell'internazionalizzazione della moda fatta in Italia che grazie al sito e-commerce cinese avrà visibilità immediata in tutto il mondo e che, secondo quanto risulta a **MF**, potrebbe preludere ad altri progetti ancora top secret. (riproduzione riservata)



Martina Colla

美轮美奂的GIADA 19FW中国首秀时，习主席正在访问意大利，跟意大利总理孔特签订“备忘录”。这次大秀的意义是非凡的，她不仅代表中国企业宏珏将意大利品牌GIADA带入中国后将意大利美学带入中国西南地区掀起的又一高潮，更代表了宏珏和GIADA在“一带一路”的重要历史坐标上，为中意文化交流树立的典范！

“意大利和中国曾位于古代丝绸之路的两端，这本身就是我们两国密切联系之纽带。意中都是拥有上千年文明的古国，两国人民有足够的智慧应对当今人类社会所面临的挑战。意大利相信中国的复兴将为世界和平与繁荣做出新的历史贡献。”意大利总统马塔雷拉如是说。

习主席同时表示：“我们秉持的是共商、共建、共享的理念，实现的是合作共赢的目标。”

看到习主席和意大利总统的讲话，我作为在职十二年的宏珏人，作为参与并见证了宏珏十几年发展的建设者，我深深感到骄傲和感动！GIADA也正是中国与意大利共商、共建、共享的产物，是集结了意大利文化与中国经营智慧的结晶！

还记得首次在北京大学宣讲，公司没有讲有多少资产实力，也没有讲有多少功勋伟绩，而是在讲宏珏作为经营奢侈品牌的中国公司为祖国伟大复兴贡献一份力量的宏大梦想。我们希望能够通过中国人的勤奋和智慧，让中国的奢侈品产业大放异彩，让中国成为站在世界时尚文化之林中的重要一员！而宏珏，也用实际行动一路践行着这一份荣耀征程，也因此吸引了无数的追随者共赴使命！

而今天，有习主席的意大利之行，有GIADA在中国这一片热土上绽放异彩，这无疑是对宏珏人不懈努力的一种鼓舞和激励！

让我们和祖国一起，在这个最伟大的时代成就一份伟大的事业吧！加油！

骄傲

张涵影

过去一个月既忙碌又充实到令人兴奋，从米兰到波士顿，再从纽约到北京，几乎没有怎么在深圳的大本营落脚的我却仍然被时时刻刻关注并从内心里欣赏GIADA的“外人们”围绕着，这真的是一种奇妙到难以言喻的幸福感。

米兰

在GIADA家居系列的首展上，意大利时尚和设计领域的媒体及业内人士络绎不绝，国际时尚影像权威网站NowFashion的主编Gianluca Cantaro就是其中的一位。他梳着一头脏辫，穿着一身皮衣，抱着酷炫的机车头盔风尘仆仆大步走进showroom。由于从未与他谋面，我只是礼貌性地上前打了个招呼寒暄，他却直接来了一句：“你现在有空吗？我们可以聊一下吗？”

原来NowFashion正在寻求改版以增加更多深度资讯，需要全球各国的业内专家供稿，欧美地区不是问题，鲜有人了解的中国市场却成为了最大的痛点——语言不通，没有资源，这让Gianluca很是头疼，而宏珏成为了他所能触及到的最重要的“稻草”。

“宏珏是中国最专业的时装公司，你们一定有很多业内的专家资源。”

“你觉得NowFashion开一个全英文的微信公众号怎么样？关注时尚行业的中国人一定都受过良好的教育可以说流利的英文，就像GIADA的中国员工一样。”

他滔滔不绝了二十分钟，我从最初“连NowFashion也需要帮助？”的错愕，到最后在他真挚而严肃的“求助”中恍然意识到：在时尚行业中，中国和其他所有国家之间仿佛都有一个结界，而宏珏就是这个“世界另一边”的人们眼中唯一连通的桥梁，我们在他们面前代表着全部的中国，也串起了所有的沟通和讯息。这不仅仅关乎商业，更是一份沉甸甸的、弥足珍贵的信任。



左起：

Back Bay协会主席Meg Mainzer-Cohen女士，
Druker Company董事长、The Heritage on the Garden业主Ronald Druker先生，
意大利驻波士顿副领事Emilia Luciani女士，波士顿著名活动家、慈善家Ashley Bernon女士



左三: Wharton Properties创始人、纽约知名地产开发商Jeff Sutton先生

波士顿

4月11日波士顿店盛大开业,而出席嘉宾的邀请从三月初就已经开始进行。

NowFashion驻意大利的记者Sofia Celete在每季时装秀都会为GIADA撰写细致入微的深度报道,出于礼貌我们对她进行了活动邀请。考虑到米兰设计周到4月14日才能结束,我们并未抱太大希望。万万没想到,第二天Sofia就给了我们热情洋溢的回信,原来她就出生在波士顿!“GIADA选择在波士顿开设北美首家旗舰店,真是太令人激动了!”然后她开始毫无保留地向我们推荐所有她从小在波士顿上流社会所结识的人脉:艺术家、医生、金融高管……读到她在字里行间满溢出的热情,有一瞬间我感到她就是GIADA团队的一份子。

另一个故事来自意大利领事馆。在开业活动一周前,意大利驻广州总领事 Lucia Pasqualini来深圳拜访宏珏,这是她上任以来第一次与宏珏团队会面。在短短半小时的相见之后,我在微信上告知了Lucia波士顿店铺活动的消息, Lucia立即非常兴奋地发来了意大利驻波士顿总领事的姓名以及联系方式,她还说道:“能帮助到你们我太开心了!”在之前从未打过交道的意大利驻波士顿领事馆更是在我发出了第一封邮件的两天之内,毫不犹豫地给出了确定答复:总领事 Federica Sereni将于11日当晚在Springfield一个会议结束后赶来GIADA店铺,副领事 Emilia Luciani代为出席剪彩仪式。

作为一家中国企业,能够在跨越重洋的意大利和美国获得一个个“陌生人”迅速回应且真挚的倾力相助,这真的令我感到由内而发的感动和骄傲。

北京

在GIADA秋冬秀款的中国区媒体预览上,俞飞鸿和袁泉的造型师雨晴在现场

WWD

Fashion • Business • Beauty • Media • Strategy • Accessories • Style



ADVERTISEMENT

What Brands Should Look for in a Chinese Partner

The number of deals between western brands and Chinese firms is surging, but there have been far more nonstarters than success stories.

By Thomas Hwang and Tiffany Ap on July 1, 2016



Operating in China, even for Chinese companies, is complicated. For some past financial winners, the prospect of failure, which is based on a complex of many interconnected factors, is a good reason to stay away from the market and the high risk to grow.

"The challenge is that the design control and the aesthetic — the quality of the work, the quality of the connection — is somewhat difficult to make when you're a foreigner, even the people and the culture, the business deal, the attitude that is what about the success of brands," said Michael Wolf, a Hong Kong-based managing director at McKinsey.

It's really a case of someone who had longer time and was prepared to take a more conservative approach. It's very hard for me to make it out, and sometimes that's a good thing if you can come and make a product quality and value, that can be a different speed," he added.

Many credit to Chinese firms have only needed levels of experience in brand management, although there are efforts to cultivate that expertise. In February, PwC revealed the *results of its Indian management division*, reporting international brands expanding in China.

International brands need to know why the Chinese business is not there," advised an American leader, who suggested successfully since the leader's efforts include Chinese publicly listed business companies seeking international acquisition.

There are other reasons, some of the most successful ones are global retailers. As the same time, they don't want the trouble of making over the whole store, because they have 100 stores that don't. There's also one in Shanghai that has the management of the store," he said.

In the fashion world, the idea of Chinese business company to make the art of wearing a luxury fashion experience is *China's Fashion Week*, which was held in Shanghai, China, in 2014, and it's a Chinese company that led.

"There have been a lot of people who are not successful," the leader said. "They have a lot of people who have been in the field. It was through their efforts that they have been able to compete. Brands would still want to work with them, because they have been so successful."

But as the leader said, *and a lot of people are not successful*, the American, as a part of a successful firm, and someone in Indian culture, if he had wanted to make money, he would not have chosen to work with these Indian firms, he added.



Authors for China, part of McKinsey & Co. Company

逛了一圈又一圈，然后坐在了沙发上开始认真地一张张翻阅新一季的lookbook。

闲聊的时候还不等我们主动宣传，雨晴自己开始对GIADA的品牌新闻如数家珍：

“我有一个朋友在波士顿受邀参加了GIADA的开业活动，说你们店现在在波士顿可火了！”她摘下进门来一直就戴着的口罩，笑起来眼睛弯成了月牙。那一刻的我愣住了有几秒钟，如同丁扬告诉我香港哥大校友会会长在群里收到宏珏的招聘微信后问她“你们是不是上个月在重庆办了秀？到处都是报道”的那个瞬间。

“在中国，唯一掌握奢侈品牌运营管理能力时装公司就是宏珏集团。”

——WWD女装日报报道

美国女装日报WWD的记者Tiffany Ap发来一个链接，是她为WWD撰写的最新一篇深度报道。在梳理了近二十年间中国公司收购国际时装品牌的失败案例后，报道中写到：“在中国，唯一掌握奢侈品牌运营能力的时装公司就是宏珏集团。”

这可能是首次有一家在国际上如此有声望的时尚媒体这样毫不掩饰地盛赞一家中国时装公司。后来，Tiffany用并不熟练的中文夹杂英文说：“这并不是我在说你们的好话，而是我们采访的一位专职时尚行业并购的投行人士对你们的客观评价，You really have very good reputation in the industry!”

数天后，意大利权威新闻媒体Pambianco News在官网首页不吝用大篇幅同样刊登了一篇相同话题的评论，在进行了比WWD更深入和广泛的分析之后，Pambianco News说道：“收购一个奢侈品牌与大众品牌大不相同，它涉及到文化遗产和家族历史，更依赖于对文化的尊重，一个非常好的例子是宏珏集团。”

从美国到意大利，从现场到线上，那个瞬间我似乎看到了一片无边的攒动着

在时尚行业中，中国和其他所有国家之间仿佛都有一个结界，而宏珏就是这个“世界的另一边”的人们眼中唯一连通的桥梁，我们在他们面前代表着全部的中国，串起了所有的沟通和讯息，这不仅仅关乎商业，而更是一份沉甸甸的、弥足珍贵的信任。



嘈杂的人群，突然一束聚光灯从头顶打下来，我才陡然发现，我们站在了人群的中心。这个中心位置并不是一蹴而就的，是所有宏珏人在漫长征程中不断学习、奋力、进步获得的。

同样，我也感受到了品牌公关实实在在的工作价值和成就感——我切实地看到了我们所付出的一切努力被一个个素未谋面的陌生人接收到，每一场品牌活动不仅仅感染了现场所有人，更是冲破了我们精心准备的每个传递渠道，跨越经纬，超越语言隔阂，最终在人们的口耳相传中编织成了一张奇妙的网，成为了一个完满的闭环。

也许我们现在还年轻，这张初具模样的网还有不少缺漏，但我相信在我们持续不懈的努力下，终有一天，这张网可以不漏过每一双眼睛。

哈佛讲台上的宏珏人

张政



宏珏集团受邀参加了哈佛中国论坛，这也是我第二次来到哈佛。曾几何时，哈佛于我而言只是一个遥不可及的梦想。但是现在，我们这个可能是参会成员中最年轻的演讲团队，正代表宏珏站在哈佛的讲台上。

我从来没想过自己有一天可以像一个大学教授一样，站在哈佛的讲台上给大家“上课”。其实教师一直是我喜欢和敬仰的职业，因为在整个学习过程中，我发现我的成长进步很大程度地受到了教师的影响。同样在工作过程中，也有更多老师在孜孜不倦地帮助我提升。教师这样的职业很符合我的价值观，因为一个老师会直接在上千个孩子的一生中留下深刻的烙印，甚至左右他们的人生。所以教师一职，需要素质更高、品德更高尚、更无私的人来从事。而宏珏也正秉承着相玉、赏玉、凿玉、惜玉的育人之道。我们的美国招聘之旅，与其说是招聘，不如说是与美国的同学们的深入交流与探讨，让真正有潜力与公司共同发展和成长的同学加入我们。对那些意愿还不明确的同学们，我们也会去分享我们的见解，与他们探讨可能更加适合他们的职业发展方向。秉承着这样的精神，宏珏集团也在各个美国高校积累了许多人脉，结交了很多好友，吸纳了更多志同道合的人才。

加入宏珏之前我对奢侈品行业一无所知，透过宏珏，我打开了一个更为广阔又更为丰富多彩的世界。来公司之前，我还规划着为了去投行来做几年的投资。赵总也很坦诚地告诉我，在宏珏了解了奢侈品行业之后，即使未来不在公司，我也可以胜任任何行业相关的投资工作。后来，我发现我被“骗”了。因为在这样的一个行业中扎根，在宏珏这样一家企业中成长之后，我完全不羡慕也不想要再到任何的金融机构工作了。奢侈品行业本身孕育着巨大的商业潜力，9万亿的规模、每年5%的稳步发展、中国市场的巨大潜力。对宏珏本身来说，作为一家凤毛麟角



成功控股和运营奢侈品品牌的中国公司，扎根奢侈品行业数十载，正迎来发展的历史机遇。更重要的是，这是我们为之奋斗的事业，是我们茁壮成长的土壤。

哈佛的确是人才辈出的地方，我在沟通和交流中受到了很多冲击和启发。然而，我们依旧自信和笃定，坚守作为目前唯一一家控股并主导运营奢侈品牌的中国公司的那份责任感和自豪感。在中国，比我们有资本实力的企业有很多，而这一次之所以是宏珏能站上哈佛的演讲台，也正是因为我们处在特殊的行业 and 前列的地位。最初的时候我也半信半疑，中国有这么多企业，宏珏真的是第一家去海外收购奢侈品牌的中国公司吗？经过这次的精心准备和调查研究，我们回顾了当初的历史环境。2005年正是欧洲奢侈品在中国快速发展的时间点，而当时的中国生活水平和消费观念依旧落后。在这个时间点上，去收购一个意大利奢侈品牌是不可思议甚至不敢想象的。如何获得打造一个奢侈品牌所需要的巨大资本支持，资源支持，人才支持，时至今日，依然是很多公司会遇到巨大的挑战。GIADA的横空出世，也是因为迎来了中国奢侈品行业的蓬勃发展。这片土壤未来孕育着更大宝藏，更加值得我们去深耕和扎根。宏珏通过寒窗苦读、韬光养晦，终于迎来了下一个历史机遇。

每一次来到美国，使我进步最大的不是美国多么先进的技术，也不是美国多么丰富的文化知识，而是重新认识自己，审视自己，梳理思考自己的经历可以给同学们带来什么样的帮助和启示。而一次又一次来到美国，宏珏集团也在不断坚定自己未来的发展方向，并持之以恒地为之奋斗！

培养奢侈品行业的中国精英

应雨韵



“宏珏的宣讲会是我听过的宣讲会中最棒的一场”、“宏珏是我面试过的公司中最高大上的”、“宏珏的面试团队让我更想加入宏珏，想成为像他们一样优秀的管理者”、“应聘宏珏的过程中我有一种被尊重的莫大感激，真想和大家一起成就一番事业”...宏珏招聘团队在2020届秋季校园招聘一路上，几乎每天都可以收到来自应聘同学们的这些反馈，让我们倍感鼓舞又深知任重道远。牵引着宏珏集团的用人理念，让我们始终如一又不断进行人才战略优化升级的，便是“培养奢侈品行业的中国精英”的伟大使命，背负着这样的使命，我们也为宏珏砥砺奋进的第三个发展十年不断地注入新的活力。

奋斗：十年磨一剑的坚持

2019年是宏珏正式在北大校园举行宣讲会的第十个年头。作为中国最早的一批直接进入北大、清华、复旦等顶尖名校进行校园宣讲和招聘的企业，宏珏对高素质强能力人才的追求和培育从未改变。今年的招聘大军里，首次出现了多个顶尖奢侈品集团和品牌的身影，这也预示着整个中国奢侈品的市场比以往任何时候对于人才的需求量都更大更高，几乎所有的品牌都渴望通过储备优质人才来创造梯队活力。而这样的战略眼光宏珏十年前就已经有的战略格局，不得不为公司领路团队的前瞻性和洞察力而感动赞叹。然而，即便是在这奢侈品校招机会兴起的时刻，绝大多数同行业的公司仍然选择了有服装类优势专业的高校。而宏珏，至今仍然是唯一一家选择在Top 3名校宣讲的奢侈品集团，因为我们更看中的是候选人的综合素质和培养潜力。而宏珏为应届毕业生提供一系列职能运营管理岗位和零售管培精英项目，并着力于培养年轻人的人才战略，也让身为宏珏面试官的我们倍感骄傲。



宏珏多品牌全球化的版图和雄心是基业长青的奋斗之路，需要有创业精神和奋斗精神的有志人士共创大业。世界奢侈品行业逐渐形成以中国、欧洲和美国三足鼎立的格局。中国奢侈品行业的崛起、中国奢侈品消费者对于高品质的追求和体验，都给渴望进入奢侈品行业从业的人提供更广阔的机会。可以说，奢侈品行业职业发展的春天已经来了！

宏珏的品牌运营管理之路是一篇奋斗史，而宏珏的精英人才培养之路亦是靠奋斗坚守了理念，突破了框架，挑战了难度，收获了成果，让宏珏人成为全行业高度认可的精英榜样！

慈善：以真心换真心的尊重

求职季对于多数应聘者而言是一个忐忑且挣扎的过程，而面试官总给人以居高临下咄咄逼人的“刻板印象”。每一场宣讲和面试结束后，在微博、朋友圈、短信上我们总能收到很多来自应聘者的夸赞，“宏珏的面试官们是最nice、最为应聘者考虑的，她们的气质和涵养是我努力的方向”，这对连日筹备校招的面试团队而言，是莫大的鼓励和肯定。两个多月的项目筹备期，面试官所有工作流程都得到了反复的训练，不仅是为了业务能力的提升，更是让面试官的对外表现都是宏珏水准，包括着装也是GIADA Total Look。因为对于应聘者而言，最初对于企业实力和员工素养的认知便是来自HR，招聘团队的形象气质、言谈举止、思维格局都代表了宏珏的雇主形象。

面对校招季千余份简历，宏珏HR的做法是认真筛选每一份简历，精心进行电话沟通了解意向，并且进行微信素材分享，这样便可让他们在参加宣讲会之前就对公司有全面深入的认识，帮助应聘者更加充分地认知职业发展的机会平台。宣讲会的内容涉及行业、公司、战略、平台和答疑环节，整个团队都为了让求职者



爱她的人千千万，她爱的人万万千。
我看到，她给她爱的人一个个平台来施展她们的才华、锻炼她们的能力，让她们在快乐中成长，每一天都是美丽的约会，时刻散发着蓬勃的朝气与生命力。更可贵的是，她爱的人，又都是爱她的人。她们为她无私无畏，乐于奉献，为她日夜兼程，不知疲倦。
我听到，她说，一群美丽的人，做美丽的事，这是使命，也是宿命。
我听到，爱她的人说，我愿意，比我能说出的还要愿意❤️

收起



5小时前

有完美的应聘体验而努力。每一轮面试并不单纯以考察为目的，而是让面试者在过程中能更准确地预判工作内容和职业兴趣的吻合度，从而明确公司所提供的职业发展平台能否真正实现个人职业规划。这也充分体现了宏珏集团注重的是长远用人、培养育人，看中的是潜力和未来。我们真心地希望求职者们在和宏珏招聘团队接触过程中或多或少能对未来择业选择有所收获，这也是从HR的角度能为应聘者们所做的慈善。

快乐：成就他人，成就自己的胸怀

“我很爱我的工作”，“校招出差虽然强度很大，但是真的很开心”，“我们一定要争气，这样才对得起公司和应聘同学”，几乎每天我都在人力资源部交流群中看到团队相互打气。经常受到鼓舞，做人资的一定要有更大更高的格局，把自己想得伟大一些。当我们把合适的工作机会匹配给潜力候选人的时候，成就他人的职业生涯反过来也造就了我们工作的意义。这种胸怀和远见是宏珏企业文化的内核所赋予我们的境界。

我对“大大愿”的理解是公司造就了品牌的发展，培育了精英的人才。这次和同学交流的过程中又有了一个层面新的理解，那就是宏珏自主培养的人才未来终会反哺集团和反哺社会，成就他人最终成就自己，这就是“善的循环”。

宏珏公司的发展是巨大的，是快速的，我们始终坚持着两条主线：一是运用集团特殊的品牌运营管理能力将低调且优秀的意大利品牌运营推广到全世界；二则是明辨识玉、胆大赌玉、真心养玉，鼓励、尊重、激发宏珏人的激情、勇气和创造性，打造宏珏自主培养的中国奢侈品行业的领军人物。而对于这两点的坚持不仅创造了GIADA在奢侈品牌史上的奇迹，更是为了宏珏走向全球化和多品牌的愿景奠定了坚实的基础。

“又红又专”

应雨韵



“又红又专”一词是我在深化宏珏企业文化的时候无数次听赵总提到的，不论是我们的招聘条件、培养方向还是干部标准，都应该做到匹配宏珏发展的又红又专。细细想来，用“红”和“专”两个字来简明扼要地概括我们的人力资本战略管理体系的精神内核是再贴切不过了。

这个词最早是毛主席于1957年10月9日在中共八届三中全会提出并收录在《毛泽东文集》第七卷《关于农业问题》中：“政治和业务是对立统一的，政治是主要和第一位的，一定要反对不问政治的倾向；但是专搞政治，不懂技术、不懂业务，也不行。我们的同志，无论搞工业的、搞农业的、搞商业的还是搞文教的，都要学一点技术和业务。我看也要搞一个十年规划。我们各行各业的干部都要努力精通技术和业务，使自己成为内行，又红又专。”

诚然，在当今的时代背景下，对“红”的定义已经截然不同，不再具备政治色彩，而是更广泛地指文化和价值观上的一致性：大到为全人类的福祉和发展贡献自己的力量，助推人类文明史的前进，亦或者为国家利益服务。正如习主席所号召的“为中国人民谋幸福，为中华民族谋复兴”，新一代接受了精英教育的年轻人们若贯彻国家至上，投身到建设祖国的热潮中，那么国家在全球化的局势竞争中势必会更加强大。纵观世界各大顶尖名校，所有校训几乎都是要去培养出又红又专的人才，而且“红”是排位在“专”之前的。举几个例子，普林斯顿校训：“为国家服务，为全世界服务”；西点军校校训：“责任、荣誉、国家”；清华大学校训：“自强不息、厚德载物”；北京大学校训：“爱国 民主 科学 进步”；中国科技大学校训：“红专并进，理实交融”。区别于只培养技术专业人才，名校更会有使命和情怀，所以做学问先学做人，只有价值观红了、正了，才能培养出真正

“红”指的是宏珏红，文化正，价值观和公司完全一致，认同公司发展愿景和使命，公心至上；“专”是指专心、专注、专业，扎根奢侈品行业发展，干一行爱一行。

有利于人类和国家的顶尖人才。

人类、国家、名校的人才培育尚如此，企业的人才培育也是一个道理。宏珏也赋予了“又红又专”全新的定义。“红”指的是宏珏红，文化正，价值观和公司完全一致，认同公司的发展愿景和使命，公心至上；“专”是指专心、专注、专业：专心扎根在奢侈品行业发展，干一行爱一行；专注于自己的业务本身全心投入，干好一件事干成一件事；过硬的业务技能和岗位胜任能力，才能够在这一领域长久地发展。

宏珏的发展到了今天，靠的是集团特殊品牌运营管理能力和智慧，靠的也是一代又一代“又红又专”的宏珏人坚守“成就一个有生命力的人文企业”的远大愿景和脚踏实地做好业务的专注与投入。而这些也造就了宏珏人独特的气场和能力，引领着宏珏未来更广阔的发展。

令人羡慕的宏珏人

王译旋



刚刚结束的2019校园招聘，给我的十月带来了最多的收获和感悟。我并不是这一次校招活动的组织者，也不是宣讲会的传递者，却成为经历过最多面试者的面试官之一。从成都到重庆，从北京到青岛，从上海到南京，每一站我都亲自与那些进入到区经面试的候选人对话。对一个群体的了解，成了我最幸福的体验。

关于动心

“是什么打动了你，让你想要成为一个宏珏的品牌顾问？”我以类似这样的问题，开启了和每一个面试者的交流。百分之九十的人，给出几乎统一的答案——“文化”。在上海，一个女孩告诉我，“其他公司的宣讲只是把职位往ppt上一列，告诉大家薪资是多少就结束了。只有宏珏，会把文化当做一个骄傲的东西，传递给每一个不曾与她相识的人。”在青岛，一个男孩子真诚地告诉我说：“我出生在宏珏寒窗苦读的第一个十年之初，现在我想参与宏珏砥砺奋进的十年。”在那一瞬间，我突然意识到，文化对于一个人是多么重要。有趣的灵魂万里挑一，但深厚文化知音难觅。这是一种精神财富，是很多人在商业社会里看到人性光辉的心动时刻。而我们，恰巧身处其中。

关于困难

“你觉得那些已经有百年历史的奢侈品牌和GIADA相比，谁的销售做起来更不容易？”“GIADA，因为GIADA没有那么大的知名度，在做销售之前还必须要让顾客了解到这是什么品牌。而那些已有知名度的品牌却不需要如此，所以做起来会更容易。”“是的，因为如果在那样的品牌能做好，不一定是自己能力的体现。而在GIADA，人的力量可以展现出来，从而证明自己的价值。”

这样的对话发生了几十遍，无一例外，回答几乎和上文类似。而这就是我们



每一个人来到这个企业最初的样子。那时的我们并不是没有更多选择，也并不是没有考虑过更加容易的工作模式。但我们毅然决然地选择加入宏珏。在那一刻就决定了我们选择了少有人走的路，选择了自己去披荆斩棘。而今天，我们哪会有借口能说因为难就退缩，因为难就放弃？这是我们最初的选择，选择了不安分，选择了不容易，选择了拼搏和奋斗。

关于美丽

在北大，我问一个女孩“你既然听过一群美丽的人做一份美丽的事业，什么是美丽的事？”结果被她反问，想听我分享。我说：“我的理解可能片面，但我的感触却是很真的。首先时尚行业就是关于美和艺术的行业，GIADA传递自信优雅的生活理念其实就是在传递GIADA式审美；其次，所有在宏珏工作过几年的同事气质都会有变化，越来越美，低调而有气质，这可能是其他零售行业或品牌提供不了的；最重要的是，宏珏要做成的事情，想要在世界奢侈品的塔尖占有自己的一席之地梦想，宏珏人的家国情怀慈善文化，都是非常美好的。让我们对自己有更多的欣赏，这就是我认为这件事很美的三个原因。”说完的那一刻，我看到姑娘的大眼睛闪着光，我也突然意识到，这不就是我的骄傲和幸福？

和这些面试者们在一起，能够看到当初自己的样子。不管走多远，我们都在这个过程里回忆着自己的当初。一不小心，我们就成为了他们羡慕的“宏珏人”。或许这次面试就是在提醒我们每个宏珏人“不忘初心，牢记使命。”



航海家的手记

丁扬

“当我们翻看航海家、登山家和探险英雄的手记，我们会发现每天都好像是普通的一天，晴朗或者下雨天，吃了些普通的食物，他们在那天之中，也只完成了地图上一点点微小的距离。”

上面这句话来自于王潇，她是一位畅销书作者，同时也是一位女性企业家。这句话让我联想到了中国古文《荀子·劝学》里的段落“不积跬步，无以至千里。不积小流，无以成江海。骐骥一跃，不能十步，驽马十驾，功在不舍。锲而舍之，朽木不折；锲而不舍，金石可镂。”这篇儿时背诵的文言文我依旧烂熟于心，彼时只觉着朗朗上口、韵律极佳，多年后才回过头去细品其中对“坚持”形容。

记得是在哪里看到过一段话，大意是，一个人真正热爱的东西，是他愿意花时间在那些他原本不会去做的事情上，然后去完成的事情。假设他只热爱雪糕，不吃辣椒。但是别人告诉他，你要吃很多很多的辣椒，才能吃到雪糕。然后他说没关系，并且真的愿意去吃了很多的辣椒。那么雪糕就是他热爱的东西。

我想“热爱”和“喜欢”的区别在于这份不屈不挠的“坚持”。强者谈坚持，弱者谈喜欢。因为轻轻一句不喜欢，便可以甩掉所有的不努力、不作为、不坚持。宏珏人属于前者。二十年来披荆斩棘，不知道吃了多少“辣椒”，但是因为骨子里对这份事业的热爱与执着，一直坚持着、坚信着这条奢侈品运营管理之路。可能有时候觉得很难，但是一回头，却也发现在地图上已经走过了很远的路，冲破了一道又一道的难关。

而最难得的是，宏珏人在这个过程中还是快乐、充满信念的。

就在上周末，与几位许久未见的旧友相聚，更加意识到这份快乐与信念是多么宝贵。友人K在美国长大，去年MBA毕业后一直在微软工作，但她说这一年来

“热爱”和“喜欢”的区别就在这不屈不挠的“坚持”。
强者谈坚持，弱者谈喜欢。



右二：中国大饭店总经理Stephan Kapek

“事情不多、比较清闲，这种不充实的感觉让她觉得有些浪费时间。”而友人S在加拿大长大，学了四年艺术史却发现不是她喜欢的行业，便在毕业后的两年中，一边工作一边申请法学院，想要转行做律师。她现在正负责跟进一个迪拜的会展项目，但她“不喜欢这份工作，也觉得跟其他同事有文化隔阂。”而友人M在著名会计事务所，身心交瘁的同时觉得公司“不够国际化”，想要转去新加坡的分部，奈何家人不支持。

她们都十分优秀，出身于精英家庭，毕业于达特茅斯、康奈尔、纽约大学。我也并不想去置喙什么，只是一边听着一边默默心想“咦？我倒不一样哎”。与此同时微微错愕——并不是所有人都热爱自己正在做的事情，也许这种无奈与妥协才是大部分人的常态。回望自身，我在宏珏所收获视野、信任、经验、自信以及充实...是罗列不完的，而每一个词如果展开，都可以说很久。

但行好事，莫问前程。不忘初心，方得始终。

翻开每日工作效率手册，点开2020年工作计划表格，我仿佛看见了宏珏人的巨轮在航海地图上的轨迹，正在以微小而坚定的方式，驶向更远的远方。

追梦人

罗新凤



宏珏，是一个很特别的地方，她会一直促使你奔跑前进，让你去实现自己的梦想和追求的地方，更是一个实现自我价值最好的地方。公司奋斗、慈善、快乐的企业文化，让我们在工作中变得更加出色，更加有魅力！

作为国贸部的一员，时时刻刻都是与国外打交道，我们展示的不仅仅是品牌形象，企业形象，更加是国人形象！今年九月赵总给我们展示了一本大大的宏珏介绍册，拿到手的那一刻，我自己也被震撼了，这个大大的宏珏介绍册在视觉上就已经把你俘虏，然后在内容让你臣服，这让我们真的受益匪浅。

拿着介绍册对外展示的时候，我的腰杆子不自觉地挺得直直的，脸上的表情不自觉地更加自信。当中一个新的合作伙伴很好奇的问我：“我很好奇，你究竟来公司几年了？看你的谈吐和对企业的讲解一定会是工作了很多年的员工，但是你看起来很年轻，让我很是疑惑。”我不禁自豪地回答道：“哈哈，我其实已经是两个孩子的母亲了，的确来宏珏很多年了，非常荣幸能与公司一起快速成长，宏珏集团的企业文化还有公司的年轻活力让我保持年轻的自己，我们当然很年轻！”

从几年前我们和国外合作伙伴介绍GIADA的未来规划，到现在这些规划都一桩桩实现，宏珏公司和GIADA让他们的态度从怀疑变成了佩服和崇拜。

宏珏的感染力，不仅仅是对外国际，同时也会对政府部门有很大的影响。

2017年开始申请AEO企业时，宏珏集团被海关AEO审核人员高度评价为规范优质企业；2018年海关对公司正常审核对外贸易流程，并对公司整个环节和现场都进行调查了解，最后可以看到他们对宏珏企业发自内心的认可和赞赏。

11月份的时候，我有幸因工作跟国家外汇管理局打过一次交道，当时的情况还历历在目。当我们到达现场的时候，外管局的人一边翻阅着手上的资料，一边

瞄了我们一眼，带着疏远和怀疑的语气问道：“有几个问题需要你们解释一下。”我当时微笑道：“好。”便把宏珏介绍册展开，从公司立场、企业文化、品牌发展，到宏珏人的奋斗精神，再到公司领航人的视野格局、国家情怀，这个过程中夹杂讲述了我们如何在对外业务中战胜困难的小故事。故事讲完之后，外管局的工作人员眼中的崇敬让我们感到自豪，她们说恨不得要跟我们一起奋战，而原本有的疑问已有答案。整个过程不到20分钟，本以为需要解释的事情也就此解决。

记得赵总曾经说过类似的话：“我们企业做得慢一点，不是坏事。我们做得慢一点，做得好一点，做得舒服一点，做得开心一点。这样我们才能走得远。”每个企业都在讲做强做大，但做强做大有个基本要素和必要条件，就是把企业做好。做好，是做强和做大之前必须要跨过的。

宏珏人时刻都在学习，我到底从过去的六个月内学到了什么？我是否改变了什么？我的团队完善了吗？在这过程中不断反思自己，只是反思还不够，还要调整自己，真正去做、真正去改变。

让自己一直在雨中奔跑，这是我在宏珏最大的感触。宏珏集团就像一艘朝着目标坚定前行的巨轮，赵总李总就是这艘巨轮上的领航人，为巨轮到达目的地有计划地从广度、深度、角度去制定航线，并在巨轮航运过程中遇到各种突发状况时做到沉着冷静地指挥作战。每一个部门就像巨轮分工协作的分队，在领航人的感召下快乐热情地向着我们的目标奋进！

宏珏有梦，青春无悔

程丽



十二年前大学毕业时，我就被公司招聘简章中“一群美丽的人做一份美丽的事业”所吸引。当时的自己青涩懵懂，不明白这份工作具体做什么，也不知道自己能做成什么。但有一点很清晰，那就是自己想成为美丽而优秀的人，想成就一番事业，这里就是自己梦想的孵化基地。到面试最后一关，赵总亲自给我们讲课，我清楚地记得当赵总讲到公司宏伟蓝图的时候，他说意大利、米兰、美国将会在几年后开店，我们的品牌会驻扎在全球各地...听到这里的我激动不已，在场的小伙伴也和我一样，觉得公司太了不起了！当时我特别想加入宏珏公司，成为这一份事业的建设者和参与者，成为优秀的精英。

进入公司后，带着这样的仰慕和目标，前期不管遇到什么样的困难，无论是心态上或是专业技能上，自己都会一一克服。我也快速成长为骨干，经历过各个阶段的螺旋式成长，做过店长和高品。这个过程有十年，在这十年里，有没有过困难？肯定有。有没有过疑惑？肯定有。有没有想过放弃？也会有。但是每当自己遇到困难并需要提升的时候，公司都会给我以指导和帮助，这是公司真正的善。公司一直以来秉持初心，全力培养每一位上进的宏珏人。所以我特别感恩，在我职业生涯每一个拐点，公司都没有放弃过我，我更没有放弃自己，不断从自身找原因，让自己沉淀升级，离梦想越来越近！

不知不觉，入职已有十二年，这十二年的收获真的是沉甸甸的。若要说成长最多的地方是什么？就是在专卖店扎根这十年，自己收获的这份专业和自信，这是任何人都带不走的，是一步一个脚印走出来的，特别夯实。这份自信让我和团队清晰：有宏珏人的地方就没有不可能，有宏珏人的地方就一定有奇迹！这是销售带给我们的，这是淬炼的过程，这是由外到内塑造的过程。当然，塑造过程

若要说成长最多的地方是什么？那就是在专卖店扎根这十年，自己收获的这份专业和自信。这也是任何人都带不走的，是一步一个脚印走出来的，特别夯实。

中一定会有阵痛。解痛良方是去除学生气，去除情绪化，提升心态意志力、管理能力、思维格局等。就是这样，能承受多少淬炼的人就会承担起多少的成功。走过之后就会发现，这是成长的必经之路。感谢曾经的经历，感谢曾经遇到的那一个个“困难”。

我们的工作奢侈品销售，销售就要对结果负责，这是职业化的基本。业绩结果是一个度量衡，它能反映出当下你的能力和水平。如果我们完成率在80%，那说明我们工作水平就是80%，就必须得把剩下的20%补起来，这是销售人的信仰。

其实业绩对于每一个部门都很重要，只是分工的不同，但是它对一线销售更加重要。因为一线销售是品牌和顾客之间的桥梁，更是公司对外的窗口。销售结果一方面反映出品牌的市场影响力和实力，另一方面影响到物业对于品牌的态度，更会影响到公司接下来的战略布局和拓展。销售业绩就是支撑公司可持续发展的命脉。公司是大家的，公司是我们的。作为全国八个区域之一，我们华北区更应该身先士卒，把使命扛在肩上，发挥真正的奋斗精神，带领区域走向胜利！能让品牌真正的发声，给自己、给团队、给物业、给公司无比的信心！

品牌需要我们共同守护！

这是我们共同的品牌！

这是我们宏珏人的公司！

梦想的少数派

何知非



“你的梦想是什么？”

孩提时代最容易被问到的问题，长大了之后反而越来越少人关心。“梦想”变成了一个虚妄的徒有形式的表达，不被认真思考，又或者是在实现面前都羞于启齿。同龄人暗自较劲也不过是谁的成绩更高、学历更优、工作更好——而好的标准，不过是大公司与高薪水罢了。就连身怀多个专业文凭的清华博士上了综艺节目，开口问高晓松的第一句话也不过是“我适合找什么工作”，遭到了高晓松的严厉呵斥；清华毕业的高材生不想着如何为社会做贡献，却只关心自己的工作。

然而这个社会有多少个高晓松呢？对梦想避而不谈成为了常态，我们开始只衡量成功与物质，忽略梦想的价值，甚至视抱有梦想的人为天真单纯。二十岁之后我的生活中也很少再有“梦想”二字，但我曾被两句话触动过。一句是复旦的非官方校训——做一个自由而无用的灵魂。何谓自由，即有选择的权利，也能承担选择的后果；何谓无用，即不为了哪天能派上用场的目的而学习，全凭兴趣与爱好。于是在复旦毕业后我与即将入职的公司解除了合同，去了美国继续读书。并不奢望要在美国的校园学到多少真知灼见，但唯有看了外面的世界，才能度量自己的深浅。也正是因为这个选择，让我深陷世俗对于工作的评判时，得以遇见了宏珏，也是在那一场西北的宣讲会上，我听到了另一句让我触动的話：“中国人也能做奢侈品。宏珏就是要培养奢侈品管理的中国精英。”

当时同住的四个女孩都去了宣讲会，在此之前我们都没有听说过宏珏，也不了解GIADA。这句话对于喝了些许洋墨水的我们来说，更像是无知者无畏的天方夜谭，回公寓后大家讨论着宣讲会的内容，两个女生直接放弃了投递简历，但我却沉默了。后来只有我和另一个女生去了面试，而在忙碌的期末季，只有我一个人

“做一个自由而无用的灵魂。”自由：既有选择的权利，也能承担选择的后果；无用：不为了哪天能派上用场的目的而学习，全凭兴趣与爱好。

认真完成了笔试。

那个夜晚沉默的背后，是我不认同对于梦想的嘲笑，却在现实的环境中沒有勇气发声。没有梦想的人嘲笑有梦想的人可笑，滑天下之大稽，但，这的确就是现实中的大多数。当时的我是隐匿在大多数之中的少数派，而现在的我已不畏惧自己成为少数。这份自信与底气，是宏珏赋予我的。

宏珏两年，我的成长自是不必多说。但我更感恩的，是宏珏对于梦想的坚持与持续唤醒。如果没有宏珏，我可能正在美国做着一份不赖的工作，挣着不赖的薪水，过着不赖的生活。但“不赖”并不意味着“好”，没有梦想的人生，总是会缺少一些色彩的。宏珏唤醒了我的梦想，并让我愿意将宏珏的梦想也作为自己的梦想去奋斗。因为梦想，工作的局限性与疆界被打破；因为梦想，团队的潜力与决心得以被激发；因为梦想，成就了今天这个坚定而自信的我，这个我，已不再是两年前那个为自己成为少数派而沉默的女孩。

梦想，固然不容易实现，但只要你足够想，总有一天会成真。宏珏的二十年，我不过才经历了其中十分之一，但我希望我能成为宏珏梦想成真的见证者之一。





从耶鲁，到宏珏

郭梦

白驹过隙。蓦然发现，离开耶鲁，已二月有余；加入宏珏，亦满一个月。

是的，满满收获的一个月。

从新员工培训，到夏日酒会；从战略的拟定，到米兰沟通。

一切，好像马不停蹄；一切，又似按部就班。

奋斗着，也快乐着，因为指引我的是，要做好品牌的目标感。

偶尔回想起耶鲁的一年，也是收获满满的一年。这段经历却没有助长丝毫优越感。相反，她教会我如何学习，从课堂上，从老师那，从同学处，教会我空杯心态，满眼都是别人的闪光点；她也教会我保持荣誉，因为每一个毕业生，都会带着学校的标签。所以，只要能全力以赴，我绝不尽力而为。

耶鲁的经历还教会了我很多，而在宏珏最有感触的，就是Self-motivation（自我激励），Empathy（共情）和 Passion（热爱），还有那每天都萦绕脑海的社会责任感。

自我激励：如果你见过半夜两点钟的管理学院图书馆，你就一定不敢说自己很努力，因为身边多的是比你优秀还要努力的人——这是我的真实体会。耶鲁的课程是没有绩点的，因为她觉得，每一个进入耶鲁的学生都是足够优秀的，希望我们不要为了成绩而放弃选自己不擅长的课程，从而错失自己的潜能。但是作为学生，并不需要学校分数的激励，因为努力、拼搏、优秀本身就是一种习惯。

共情：特别认同孟非先生的一句话：所有优越感都是源于缺少见识和怜悯。是的，如果你在这个世界走过很久，见过很多，就会渐渐明白，每一份表象都只是一瞬间的缩影。这一瞬间的背后，是无数个你所不知道的瞬间。明白这点，心会不由地柔软，希望因为有你的存在，让别人的生活，更加美好。

努力、拼搏、优秀本身就是一种习惯。只要能全力以赴，绝不尽力而为。

热爱：在耶鲁，会经常听到“去做你热爱的事情！”曾经甚至有老师花费了整整一节课来讲，幸福感对于人生的重要性。“去做你热爱的，因为你不喜欢的往往也并不擅长。”——这是我在选择第一份工作时的指向标。当你真的从事了一件你喜欢的事情，连辛苦都洋溢着笑容，睡醒都没有起床气。

这，就是耶鲁教会我的三件小事。三件，让我改变一生的小事。

但是当我来了宏珏，却惊喜地发现，这不就是这家企业持之以恒的价值观：奋斗、慈善、快乐？用奋斗取得成功获得成就感，用慈善的心去帮助别人，最后在集体奋进的氛围中感受快乐。这是宏珏人的写照，居然与我心中的价值观不谋而合。不知道用多少美好的形容词才能描述的宝藏男孩女孩们，也是在宏珏才能挖掘的宝藏。

宏珏的宝藏，还不仅仅是宏珏人，更是宏珏人的匠心和坚守。站在GIADA的精品店面前，不觉心生向往：她优雅地伫立在那里，她就是那姹紫千红中的一抹阳春白雪，那样纯净美好无法亵玩。我心中的自豪感油然而生！我们的品牌，是如此一股清流。想想曾经多少“国货”都是欧洲人的奢侈品，但是现在我们都在朝圣着西方的奢侈品。我想我渐渐懂了赵总心中的家国梦。

民族复兴，当我写出这四个字，手一颤。是的，这个词多么的宏大，离我们似乎又不再那么遥远。我们这一代人是幸福的一代，正在见证着中国的砥砺前行和宏珏的砥砺前行。有实力，才有发言权。倘若能做出中国的奢侈品牌，也不枉我们生存在这个年代。



情怀的投影

袁瑜童

2019年悄然无声地就开始了，己亥年的序幕也随之展开，转眼就到了春天。深圳的春天就像这个城市的性格，青春任性，热烈而朝气蓬勃。阴雨绵绵与骄阳炎炎交替的二月，我却反复回忆起一个半月前的年会培训。

北京的街头萧索凛冽，但培训教室却被北方特有的暖气烘得温暖干燥。也就是那个下午，我感受到了宏珏家国情怀的投影。两部经典老电影的片段开启了公司年度培训的课程，而我的思绪也随着分享逐渐延伸。同时，我也想起来之前在微博上看到的深受触动的一段话：

“我以一个后人的视角回看历史时，原来已经不知不觉间忘记了，当时的人并不知道中国是否真的能够取得最终的胜利，能再度成为一个完全独立自主的国家。在那样的时代背景下，最终胜利，才更像是不可及。”

原来我们今天所习以为常的一切，并不是历史进程的必然结果。那一天我才突然明白，‘抗争胜利’并不是必然结果，‘建立独立自强的中国’也并不是必然结果...原来那些人说着‘我们一定会获得最终胜利’时，并不真正的知道，他们真的能成功；原来他们前赴后继地牺牲的时候，也并不真正的确定，他们的牺牲是不是能换来他们想要的结果。”

我们明白革命前辈的伟大，也低估了他们的伟大。对于后世的我们，战争的胜利是必然结果。所以从我们的视角看前辈抛头颅洒热血的牺牲，都是值得的。但对于战争里的他们，在被困于结果未知的境地之时，是荣誉是信念的支撑，让他们甘于奉献。每一个战士的坚守，星星点点的信念和情怀，凝聚成了最终我们认知里的胜利。原来“坚定的信仰”，是这个意思。

类比宏珏的发展史，我们站在宏珏前进的巨轮上，享受着集团成功带来的

我们站在宏珏前进的巨轮上，现在享受着集团的成功带来的健全体系和框架，一步步开拓疆土。千百宏珏人的努力一起，变成推动巨轮的燃料。用坚定的信仰和情怀的投影，去书写宏珏的未来。



健全体系和框架，一步步开拓疆土，仿佛成功轻松如探囊取物。然而在寒窗苦读那个年头中，集团创始人也并不能预知如今所获得的巨大成功。当赵总李总拿着构思去找Vogue主编的时候，也一定是坚定的信念和家国情怀支撑着他们奋斗，怀揣着“为中国人能在资本主义统治的奢侈品行业拥有话语权”而奋斗。原来，“坚定的信仰”和“家国情怀”，在宏珏的大背景里，是这个意思。

现在的我有幸参与了巨轮的进程。在其位谋其职。我有作为HR的使命，好好地完成我自己的本职工作。就像燎起的点点星光，和千百宏珏人一起奋斗，成为推动巨轮的燃料。用坚定的信仰和情怀的投影，去书写宏珏的未来。

论“气”

李鹏远



用一句接地气的话来形容奢侈品，叫高端大气上档次。以前只是把这句话当作一个流行语，但是来到宏珏后的方方面面都让我只想感叹一句“真大气”！

“气”是一个很玄妙的东西，看不见摸不到，但是它却时时刻刻围绕在身旁。初入宏珏的我总是很纳闷，同样是写字楼，同样是年会，同样是培训，乍一看似乎是每一个公司都会有的安排，为何宏珏总能带给我新鲜的体验、情感的悸动与澎湃的热情？直到夏日酒会，各位同事的分享才让我找到了答案：宏珏人都带着一种与众不同的“气”。这股气，是气质，是气度，也是我们的精气神。

品牌的气质

带着向往与好奇，我来到年中培训的讲堂，商品策划部对GIADA的诠释让我对产品又有了更深刻的认识。商品策划部对于每一季灵感来源与设计理念精准又优雅的描述，让我不知不觉沉浸在这美的海洋中。若用一句简练的中文来形容GIADA服装带给我的感受，“腹有诗书气自华”这句话跳入我的脑海，这不就是在说GIADA Art to Art的艺术内核吗？GIADA就像是这一位优雅的女性，她的设计灵感源于诗书、源于历史、源于艺术，不需要言语过多解释，不需要广告过分包装，也不需明星过度代言。单从最纯粹的设计与质感中就可以感受到与众不同的奢华气质。GIADA做的并不只是衣服，而是艺术的代言人，是传递美的桥梁。

紧接着，我看着一个个模特走出来，身着秋冬最新款与限量版大衣，像T台走秀一样为我们展示。看着model的脸我觉得有一丝熟悉，但是来不及细想的我就被一件件优雅奢华的服饰震撼，想要说点什么却只觉词穷。突然我听到旁边有同事说：“这一群模特们不是客户关系部的同事吗？”我恍然大悟。客户关系部的同事们和聘请的超模交替出场，却丝毫不逊色，不怯场。与美丽打交道久了，自身

所有宏珏人一起齐声朗诵品牌三句话的时候，我感受到宏珏人强大的力量，坚定的信念和永远澎湃的初心。每一个宏珏人永不放弃的精神在月底淋漓尽致地体现，不论剩下的时间还有多久，永远朝着目标奋力前行。



左一: Biblioteca di Brera图书馆馆长James Bradburne先生

右一: Vogue杂志主编张宇

气质也会越来越自信、美丽、优雅。不是奢侈品成为人的加持，而是自身气质与奢侈品相得益彰。

管理者的气度

未见赵总之前，我一直在想开创了中国奢侈品管理运营先河的企业家究竟是什么样，我想象了无数种商人的形象，但是我都错了。见到真人，听过分享，我发觉我一开始的前提就不准确，赵总不像是一个商人，更像是一个艺术家、一个爱国者、一个教育家。他用品质做产品，用真诚招人才，用格调塑品牌。做奢侈品不是一朝一夕，宏珏从不追求短期的利益，而是将目光放得长远。做奢侈品也不只是为了赚钱，宏珏将家国情怀放在首位，力争为中国在奢侈品的领域占下一席之地。做奢侈品也无需倚老卖老，宏珏给年轻人机会，给年轻品牌机会，也提供平台让有为之人大展拳脚。这份“以大气成就大器”的气度令人折服。

宏珏人的精气神

夏日酒会与年中培训让我第一次见到了宏珏的店长们，也让我对宏珏人的精气神有了更直观的感受。如果形容工作在办公室中的职能部门是沉稳内敛的，那么奋战在前线的销售部门就是热情奔放的，一静一动共同铸就宏珏人。培训现场，所有宏珏人一起齐声朗诵品牌三句话的时候，我感受到宏珏人自身强大的力量、坚定的信念和永远澎湃的初心。每一个宏珏人永不放弃的精神在月底淋漓尽致地体现，不论剩下的时间还有多久，永远朝着目标奋力前行。七月捷报终于传来，当我看到我曾经加入过的团队的店长拿到百万员工荣誉时，我发自内心为宏珏人感到骄傲。

大气宏珏，宏珏人必成大器。



跨越六千公里的奢侈心

赵昕熠

转眼间，GIADA北美第一家旗舰店，已经在波士顿开业三个多月。回想当初飞机从香港起飞时的那一刻起，我觉得这次远行的心情与以往的每次飞行截然不同：身上肩负着完成开业任务的责任，心里怀揣着对未知困境的忐忑，脑海里思考着如何在北美大陆上传递一个全新的品牌。

赵总说，在十年之前，他已经和李总决定要在波士顿开一家GIADA，原因有很多。其中一个很重要的原因就是，这个城市中的女性知性优雅，接受世界顶级学府的熏陶，有着与GIADA LADY契合的审美和品味。正因为如此，店里的每一个元素，青铜台、小牛皮所包裹的试衣间和陈列架，还有多诺米蒂石柱的背后，都是意大利手工匠人们追求极致奢侈的作品。

几个月前，当围挡形象大片图贴上窗户时，整个后湾区都在翘首以盼，期待这个全新的品牌为波士顿古老的城市带来新鲜的血液。而我们也没有辜负他们长时间的等待。为呈现极简优雅的意式美学，我们的团队将几十根来自阿尔卑斯山脉的多洛米蒂石柱原封不动运进店内；不惜花费远超本身价格的运费将一幅巨面墙镜完整地意大利空运而来。而我们对美学的执着和精益求精的精神，也使得邻居们好奇，究竟是什么品牌有如此浩大工程。开业后，很多人怀着好奇心来一探究竟，无论是奢侈品品牌的同行、艺术家，还是来自各个国家的客人，都惊叹这喧嚣城市中的世外桃源。正是这份跨越六千公里的奢侈之心，使我更坚定心中的目标，让GIADA在国际市场上顺利开启里程碑的第一步。

从1月26日开始，到达波士顿后的每一天，来自意大利和中国的同事们组成了波士顿的“创业团队”，带着这份创业精神，每位同事各司其职，怀揣着梦想一起向着同一个目标努力。

每一条在生命中走过的路、接触的人都或多或少地让我从中学到些什么。感谢来到GIADA后的这一年，让我遇到了最优秀的人，让自己飞速的成长。感谢这宝贵的机会，让自己心想事成。



走进波士顿GIADA旗舰店的客人都在夸赞我们的材质、剪裁，还有穿上身的优雅。在介绍品牌时，店内正中间巨幅屏幕播放的米兰大秀视频、店内的每一块砖石、每一片青铜甚至每一盏灯光，都是无声的品牌力量；面对这细节的极致，客人们盛赞：“There is no one like this in Boston.”——没有其他品牌像GIADA一样。我们做到了，一个由中国团队控股运营管理的意大利奢侈品牌得到了北美市场的认可。

我一直怀着对奢侈品行业的憧憬，为自己的梦想努力。每次与熟悉的人聊起工作时我总说，我是幸运的，做着自己热爱的工作，为自己的梦想而努力着。

“相信一切都是最好的选择，好好享受每一个生命的馈赠。”是的，每一条在生命中走过的路、接触过的人都会或多或少地让我从中学到些什么。感谢来到GIADA后的这一年，让我遇到了最优秀的人，让自己飞速成长。更感谢这些宝贵的机会，让自己心想事成。

让世界看见你的名字

丁扬



三月，初春，我们迎来了筹备已久的重庆大秀。

在重庆市中心承载着历史的解放碑，GIADA米兰时装周原班人马空降，带来一场精彩绝伦的四大时装周顶级规格大秀，成就西南地区一大时尚盛事。时装秀当晚，解放碑中心的四面LED大屏循环播放GIADA视频，环球金融中心建筑上的LED灯也亮起“GIADA爱重庆”、“TRACES OF DANCE”的字样。T台上的灯光亮起，音乐声响起，模特迎着微风向前迈步，吸引过来数万名市民驻足观看，无数只手举起相机想记录下这美好的画面。那一刻，我的心里好骄傲！

重庆国际传播中心的记者不禁赞叹：“你们的大秀活动办得太好了！是令人喜出望外得好”。重庆广电集团主持人高菁在微博上写道：“今天我有幸在重庆观赏了大秀，看到优质的品牌形象！从邀请函的寄送到现场的布置、全媒体呈现、高效执行力...GIADA的每一个细节都好赞！”甚至连非时尚界人士以及非媒体界人士也赞叹不已。哥伦比亚大学校友会会长问我“前几天在重庆解放碑的时装秀是你们品牌办的吗？报道到处都有，非常成功的活动！”

我深感自豪，作为GIADA团队的一员，作为宏珏的一员，我们对细节的执着，在每个环节上的反复沟通与确认，最终所呈现出来的GIADA五个字母和它所承载的品牌精神，正在被越来越多、越来越广阔的人群所看到、所了解、所赞赏。

大秀后，在大家的朋友圈里看到一句话——让世界看到你（GIADA）的名字。我觉得特别好。发在自己的微博上时，又在后面加了一句：因为你是如此值得。

我始终相信，所有的坚持与信念都会在有一天开花结果。时间和心是看得到的。我会永远记得有这样一个夜晚，出现了魔法般的停雨时刻，炽白色灯光下的银色秀道绽放出耀眼无比的光芒。而我们，在台下，永远热泪盈眶。

开秀重庆

魏晶



《天桥风云》是我读初中时特别喜欢的一部韩剧，那时候的我对时尚行业一无所知。但是看到模特们身着漂亮的服装，自信地走在T台上，那种由内而外的魅力和对美的诠释和演绎，我被深深的迷住了。那样的世界，足以让一个小女孩充满了对美丽的憧憬。

找工作时，我来到北京最大型的招聘会现场。场地大到让人迷路，而企业多到你甚至都不知道该去投递哪个。我又不是一个可以将就去找一个自己并不爱的工作的人，简历握在手里过了好久，我也没有投递出一份。当我看到宏珏集团的标题：“一群美丽的人做一份美丽的事业”时，当即被深深吸引了。那种对于美的事业的向往，让我没有丝毫犹豫地走到今天。庆幸当时的选择，也深感年少时的一些镜头，竟可以对人的影响那么深。

再现活动当晚，结束了开幕仪式后我们步行到秀场时，周围已经被围得水泄不通，感觉自己是被几万人目送着走入了内场。人群中，我看到有几个孩子坐在爸爸的肩头，眼神里充满了期盼。那一刻我回想起了第一次从电视上看到T台秀，那种对梦想的叩击无比有力，甚至影响了我整个人生。而这些孩子们又是多么得幸运，因为亲临现场的震撼和触动是更加强烈百倍的！相信很多孩子一定会因为这短短的12分钟在心中埋下一颗美好的种子，在他们长大后生根发芽。

“培养奢侈品行业的精英”不只是一句话，而是每一次的身体力行。这样的经历可能对于在场的几万人来说，都是人生的第一次，这样一种近距离感受美、艺术、时尚、奢侈精神的机会，或许会对他们未来的人生产生巨大影响。一个人之所以美好和热爱，必然是因为亲身感受过美好和热爱。那我们这样一次大秀，珍贵就珍贵在向在场几万人展示最美、最真、最触动人心的力量，这又何尝不是

宏珏的伟大在于，你不会觉得在这样一份伟大面前看轻自己，认为自己很渺小，而是她的信任、赋能、博爱，让你坚信你就是身处其中重要的缔造者和推动者。

宏珏一直坚持的慈善？

从四年前的马会秀场到今天解放碑的震撼，我感受到了品牌光速的发展。再一次回溯，我感受到公司在无数次大小选择面前，始终坚持做最顶级奢侈品的决心，众志成城，全速飞奔。

各大媒体争相报道，品牌地位越来越高，版面越来越大。顾客也从以前需要邀约到现在主动争取，希望能给自己一次参与的机会并隆重出席，连典礼和秀场都要不同的Total look。物业更是从之前的参与者变成了传播者，在朋友圈里为我们打call。而我们自己的宏珏人，也逐渐从之前的“好震撼呀”、“好美呀”、变得更加能感同身受：在这样一场超高规格的大秀背后有着公司的坚持和那份炽热的家国情怀。

不再赘述大秀场面有多么宏大，因为这份宏大早已刻入记忆。宏珏的伟大是在于你不会觉得自己在这样一份伟大面前，有多渺小。因为公司的信任、赋能、博爱能让你坚信你就是身处其中非常重要的缔造者和推动者。人生短暂，你真正在从事一份伟大的事业之时，生命才会变得厚重，而为中华文明的发展贡献自己的力量，又何其令人激动澎湃。

当我们知道了自己为何而战，我们势必会无往不胜！



“疯狂”三月

陈雅函

这个三月太“疯狂”了。

重庆地标解放碑前史无前例的露天秀场；围绕着秀道的四块广告大屏现场直播；米兰秀场录播与重庆大秀同步呼应；GIADA Team自行直调欧洲模特。这些听起来疯狂吗？疯狂，但是在这个三月，我们全都做到了。最令人不可思议的是，接连两天阴雨的重庆，竟然在秀前一小时放晴。有人说是天公作美，我却认为，当你拼尽全力去做好一场秀时，天气都会帮你，所谓“得天助”。

19:30大秀开始，灯光亮起，四块广告屏照亮重庆夜幕缓升的天空。同时被点亮的还有在座三百多位嘉宾、GIADA LADY、宏珏人及几万名重庆市民的内心。大秀结束后，我们可以看到外媒对于GIADA大秀的大力赞扬；受邀VIP在朋友圈分享美妙一夜；公司同事激动地讨论着大秀；重庆市民在各种社交网站上发布GIADA重庆大秀的视频。在这个夜晚，我们分享着共同的兴奋与疯狂。

这份喜悦同样在后台溢动着：模特们随着闭幕音乐一一回到幕后，此时掌声与喝彩声此起彼伏，拥抱与亲吻相互交织着，感染着每一位后台人员，同样包括我。在此情此景下回想起过去的努力与期待，心中满是骄傲与感恩之情。

此次重庆大秀casting耗时一个月，从二月米兰秋冬时装周结束后便开始了着手准备。三十多个夜晚，一千多封的邮件往来，也是我们与欧洲模特经纪公司沟通磨合的见证。最终，我们收获了二十八名模特在T台上曼妙的表现与来自各个经纪公司的尊重。还记得在casting最初阶段，在收到一个老牌经纪公司的疑问“Who is the casting director of this show?”时，我还很虚地去向知非求助，思考应该如何委婉地表示我们这次并不会聘请欧洲casting director，怕这样回复会导致重庆大秀得不到来自合作方应有的重视。而秀后，我与经纪

Snergie

L'avventura di Giada sulla Via della seta

REPORTAGE DI CHI

Un marchio tutto italiano che, nel 2006, ha convinto un imprenditore cinese. L'alleanza di successo tra Rosanna Giada e Zhao Yuhang

A l'arrivo, prima ancora che nel negozio, nel mondo: si è passati da un brand della moda, considerato un'isola di un impero economico che non parlava italiano, a il leader locale di una di quelle industrie che sono nate negli ultimi anni. In più, Mr. Zhao Yuhang è un imprenditore cinese, presidente di diversi nei settori tessile e calzature, con un'azienda che produce scarpe da ginnastica. Questo è solo l'inizio della sua avventura.

Quando il brand è stato lanciato, è nel 2006, ha avuto un successo che ha fatto sì che il progetto fosse, a novembre, il più grande di tutto il mondo. La Giada è un marchio che ha fatto sì che il brand sia stato lanciato in un mercato che non parlava italiano, ma che ha fatto sì che il brand sia stato lanciato in un mercato che non parlava italiano.

Non basta però l'aspetto estetico e l'aspetto estetico del brand, che è un marchio che ha fatto sì che il brand sia stato lanciato in un mercato che non parlava italiano.

L'idea

Lamia Rosanna Giada ha fatto qualcosa di creativo, "from art to art", confidando nella presidenza di Giada, che è un marchio che ha fatto sì che il brand sia stato lanciato in un mercato che non parlava italiano.

Il marchio è un marchio che ha fatto sì che il brand sia stato lanciato in un mercato che non parlava italiano.

La creazione per un'azienda che è un marchio che ha fatto sì che il brand sia stato lanciato in un mercato che non parlava italiano. La creazione per un'azienda che è un marchio che ha fatto sì che il brand sia stato lanciato in un mercato che non parlava italiano. La creazione per un'azienda che è un marchio che ha fatto sì che il brand sia stato lanciato in un mercato che non parlava italiano.

Il marchio è un marchio che ha fatto sì che il brand sia stato lanciato in un mercato che non parlava italiano. Il marchio è un marchio che ha fatto sì che il brand sia stato lanciato in un mercato che non parlava italiano. Il marchio è un marchio che ha fatto sì che il brand sia stato lanciato in un mercato che non parlava italiano.



Zhao Yuhang
presidente di
Giada



L'immagine del marchio di Giada, registrata nel marchio di Zhao Yuhang

我们办了最成功的秀，也赢得了最大的尊重。这个三月，与那一晚的山城重庆，自是浓墨重彩的一笔，会带给我很长时间的震撼与鼓励。

公司分享了我们大秀现场图片时，他们两次发邮件表示：“It's nice to work with you. Let me know if you need any models proposal for your future jobs.” 这是GIADA彻底扳回的一局：我们举办了最成功的秀，也赢得了最大的尊重。

除了经纪公司，秀后我们也从模特们那里收到了很多温暖与感动。一天早上打开手机，发现Colangelo先生发给我很多张截图，全部是模特们在社交软件Instagram上对GIADA的感谢与祝福。还有一个模特专门给我们的米兰店送去了花与卡片表达感谢。这正是GIADA品牌温度最好的证明与体现。

这个三月于那一晚的山城重庆，自是浓墨重彩的一笔，带给我很长时间的震撼与鼓励。如果下次再收到关于casting director的质疑，我会非常自豪且果断地回复：“GIADA team will be the casting director of the show.”



破与立

何知非

奢侈品与时尚行业作为全球现存的最古老行业之一，在历史的演进中沉淀了太多的刻板印象。尤以自带优越阶级感的欧洲人最甚，他们对于奢侈品有着自以为是的掌控权与话语权，面对消费实力与日俱增的中国市场，多是带着表面上的亲切与尊重，骨子里却仍然有着天生的居高临下的姿态感。

在中国逐渐崛起的过程中，民族自尊与自爱意识开始竖起了坚实的壁垒，中国有了对外界的轻慢态度更敏锐的洞察，也有了对西方强权坚决说不的实力。以时尚、艺术、幽默为幌子的歧视与侮辱被毫不留情地撕破，因热爱人民币而假装热爱中国的虚情假意被言辞拒绝。作为全世界最成功的设计师奢侈品牌，D&G上海大秀被迫取消，遭遇了史上最大的寒冬。这次事件的导火索源于Stefano Gabbana对中国的刻板印象及种族歧视，但进一步来说这更是东西方两种意识形态间的压制与反抗，暴露出的是以这个意大利品牌为首的整个欧洲奢侈品界根深蒂固的傲慢与偏见。

这样的傲慢与偏见绝不可能在一朝一夕间消除，真正的尊重唯有旗鼓相当时方能发生。而所谓旗鼓相当，除了财力，还包括勇气、诚意与文化自信。

宏珏一直倡导的“家国情怀”绝不是什么空洞的泛泛之谈，能够走到今天，国家与社会责任感必不可缺。作为全球唯一一家由华人管理运营的奢侈品集团，宏珏建立了全新中意合作的商业模式，将中国与意大利紧密联结在了一起。

我不曾参与品牌建设的前二十年，但看到DG事件中DG本人的态度以及国外媒体对事件避重就轻的报道，我可以想象当GIADA出现在拿破仑大道上的那一刻掀起的是怎样的巨浪。这是一步险棋，但也是一步妙棋。所谓不破不立，若当年GIADA没有勇于站到舆论中心，以虔诚求学并胆大创新的诚意与自信去打破欧洲



GIADA是中国与意大利共同孕育的璞玉，意大利的艺术与文化，中国的通达与智慧，通过一个品牌融合在了一起。在品牌日益壮大的今天，品牌耗费巨资与人力来向祖国献上这一份大礼，亦是一种感恩的馈赠。

老贵族们的传统观念，GIADA不可能有今天。

GIADA是中国与意大利共同孕育的璞玉，意大利的艺术与文化、中国的通达与智慧，通过这一个品牌融合在了一起。在品牌日益壮大的今天，品牌耗费巨资与人力来向祖国献上这一份大礼，亦是一种感恩的馈赠。

因为GIADA和宏珏，我相信“傲慢与偏见”终有一天会被破除，东方与西方间不相融的价值观与意识形态终能找到一个平衡，而我们也终将能够平起平坐地去探讨关于美、关于艺术、关于精神的至高追求。

独一无二的历练

陈宇

这次九月米兰行，除了接待来自国内外的物业与商业地产合作伙伴，更有幸拜访参观了GIADA的面料合作伙伴的品牌历史博物馆，以及面料工厂。

在这里我可谓是大开眼界。学习分辨羊绒面料的种类，认识制作过程当中的每个织造环节；专业人员凭借高精尖的仪器检验珍稀羊绒纤维的纯度；高科技自动化的纺车与织机勾勒出成形的布料；质检人员严格督查织造结果，悉心弥补每一处瑕疵；污水的处理彰显出了对于可持续发展与环境保护的珍视；在还没有Excel的年代，创始人用一纸一笔记录下每笔订单；祖祖辈辈家族传代的织匠们纤手相传，将传统工艺延续至今日。

在此之前对我来说仅仅只浮于纸面的陌生概念如“Craftsmanship”、“Baby Cashmere”、“纤维”、“支数”等等，在眼前得到了生动的诠释。我亲身感受到了“意大利制造”背后的匠心与专业精神，见证了珍贵精细的纤维一步步演绎为精美服饰的一部分。我不由得由衷感叹，每一件成衣落地的背后，竟然都刻写着如此的敬业、精益、专注、创新。更令我感到骄傲的是，GIADA在其发展的第二个十年，就已经在与全世界最顶尖的面料供应商们进行合作，恪守着GIADA对奢侈品执着的坚持与追求，将这份匠心精神传递与我们的顾客。

同时，这样特殊难得的游历也启发我解决了本身工作中存在的困惑。起先，对于邹教授提出的“GIADA绒”的概念，即GIADA是能呈现的最好的羊绒大衣设计的奢侈品牌，我一直有着疑惑和顾虑：这个概念应该怎样去表达，如何来推广，又如何被落地？但当面料负责人在向我们解释其面料供应的渠道时，即三分之一提供给品牌本身，三分之一供应给世界范围内的裁缝，三分之一供应到各大奢侈品牌，我豁然开朗。Dior Homme在Hedi Slimane担任创意总监的时期呈现出了





窄版经典剪裁西装，乃至于让老佛爷为了穿上Dior Homme，在13个月内减肥瘦了三十八公斤。是Dior Homme作为“做鲍鱼的大厨”，运用其创意设计，在顶尖男装面料（“新鲜优质的鲍鱼”）的基础之上，呈现出仅此一家独一无二的窄版剪裁，“炒出了一手好菜”而由此风靡时尚圈。异曲同工，GIADA绒也是同一个道理。

赵总曾经说过：“优秀的人，到哪里都能发光。”感谢公司不断地给我们遍布全球的各种机会去历练，去磨砺，帮助我们成长为“更优秀的人”。商拓部的工作如同游戏中的打怪升级；各样的阅历与体验就像是金钟罩，沉淀出了我们的自信与底气，不断变化的市场环境更促使我们必须不懈地提升内功。从奢侈品、时尚、商业地产、投资回报、谈判交涉、人际沟通，到贸易环境、政治形势、国家政策，方方面面各行各业都需要去了解学习。通过一次次地谈判交流，在摸索的过程中逐渐地形成精准的判断，为品牌全球的布局“升级”发光助力。

望着Zegna历史博物馆和Louis Vuitton Time Capsule展览中各自占据着一整面墙的品牌历史溯源和传承，我忽有所感，此时此刻，我们不就正亲笔书写属于GIADA独一无二的故事吗？我们不就是数十年后GIADA Heritage的记录者与见证者吗？

Ain't we building something great?

YES!

美丽的意大利之旅

罗新风



这是一次非常有意义的行程，也是我多次在意大利行程里逗留最长的一次。整整五个星期，我在意大利拜访GIADA大部分重要的供应商，同时这次行程也是我人生中非常意义和收获最多的一次旅程。

意大利人和中国人一样热情好客，他们更是有着全世界都著名的高品质“Made in Italy”。GIADA所有的供应商都是来自于意大利——这个富有创意、高品质、艺术氛围的天堂，使GIADA品牌一直保持着高品质标准，始终屹立在世界顶级奢侈品牌之中。

GIADA最近几年的快速发展和所取得的至高成就让我们的供应商非常惊讶。作为一个一如既往地以高品质要求的奢侈品牌，用从意大利合作伙伴处最常听到的一句话来表达就是：“简直无法置信！”这次拜访的目的除了日常合作沟通外，最重要的就是希望他们更多了解我们品牌和集团的发展。在日常的工作对接中，供应商们都觉得宏珏是一家非常高效且有追求的公司，他们也同样为GIADA今天所取得的成功而感到非常骄傲，因为他们也是GIADA合作的一员！每次展示完，我们的供应商都会说：“今天不仅仅是你对宏珏集团、对GIADA品牌的展示，更是对宏珏人的展示。因为从你的讲述和你不由自主的所表达出来的自豪感特别有感染力，我们很荣幸听到这么多非常积极的故事。”

这次的旅程，处处都让人感动，常常让我在整个拜访过程中处于各种兴奋和雀跃的状态中。情不自禁列几个小故事跟大家分享：

故事一

S是一个坐落在美丽COMO湖畔的丝质供应商，我跟S公司的老板Mr. Clerici日常都是使用英语邮件沟通，他经常及时回复邮件而且积极配合我们的要求。而



当我当面感谢他的积极合作时，我才发现他是一位七十多岁不懂英文的老爷爷，我惊讶地问他的助理：“为什么Mr.Clerici每次都会及时地用英语回复？”他的助理告诉我：“老板非常重视GIADA，他自己直接跟进所有GIADA的订单。而他的邮件呀，”助理抿着嘴笑着：“每次都是用谷歌翻译的！”

虽然我和Mr.Clerici的面对面沟通需要助理翻译，但他的精气神特别好，他一直拉着我的手说话，感觉像拉着他孙女的手一样亲切和热情。他说：“从GIADA身上，我感觉到非常有活力，和你们的合作让我自己也非常年轻。同时非常恭喜你们在这几年里所取得的发展，远远超出我们的想象。我非常爱你们。”结束了这一天的拜访后，我收到了Mr.Clerici的感谢信：他感谢我们的拜访，让他能够了解到更多外面的世界；感谢能够与GIADA合作，也感谢GIADA选择了他们，他们以能够和GIADA合作为荣。看到这封邮件时，我脑海中一下就浮现了和蔼可亲的Mr.Clerici爷爷用意大利语写完邮件，用谷歌翻译成英语后再发给我的情形。

在GIADA，你收获的不仅仅是价值感，还有满满的人与人之间的友好情感。

故事二

D是坐落在Biella美丽山顶上的供应商，这里有着优质的环境，有着优质的阿尔卑斯山脉的山水，使着这片土地盛产最优质的羊毛羊绒面料。D是非常讲求环保和最追求卓越的供应商，工厂屋顶全部使用太阳能，在工厂的每一处大屏幕上都能看到每一天的节能数是多少，为环境保护贡献的力量是多少，这个指示牌也是激励着员工时刻要记得环保的重要性。同时公司为员工的生产环境着想，为企业的未来筹划，全部配置最新科技的机器设备，连非常吵杂的梭织纺织机都要更换成最先进最高效的无声纺织机。对任何企业来说，这都是一笔非常大的



投入，但是D用高品质的面料征服了客户，同时致力于推广绿色环保的理念。

D公司的CEO Mr.Giorgio一直以来非常欣赏GIADA，赞美GIADA是他们最优质的合作伙伴，他也非常希望能与GIADA有着更深一步的合作。每一年D公司都会与意大利各行业的高品质代表联合举办盛会，每一次他也都会邀请赵总参加，但是很遗憾赵总都没有参与。我笑着回答：“赵先生是非常热爱意大利的一个人，但同时他又是一个非常低调的人。”乘机机会，他提前再次邀请赵总参加他们今年七月份的盛典，希望赵总能大驾光临一次。

Mr.Giorgio看着品牌的展示，听着我讲着宏珏的故事，突然兴奋地望着我，问道：“不知我是否有幸能参与宏珏的夏日酒会？我特别喜欢你们，也想跟这样一群美丽的人一起参加美丽的盛会！”

Mr.Giorgio在欢送我们出门的时候，指着大门上插着的中国国旗说：“Rosa你有留意吗，我们插上了中国国旗，因为我们有非常重要远道而来的客人，非常欢迎和感谢你们宏珏集团的拜访！”顺着他的手指方向，我看到D公司大门上方插着中国国旗、D公司的司旗和意大利国旗，这么重要的一个细节我之前竟没有留意到，我心里默默的感到一丝惭愧。愧疚之余，更多的是感动，很多时候他们也在默默地为我们做很多细节的努力。

之后在拜访每一个供应商时，我都会留意他们是否有插旗帜的地方。果然，我发现有插旗帜地方的供应商们都会在我们到访的那一天插上中国国旗，然而这一切，他们不一定会大张旗鼓地告诉你。

故事三

和T公司的合作很有趣，他们超级热情，是我们四年前开始合作的供应商。



经理Mr.Fabio兴奋地告诉了我一些我所不知道的事情，他说每一次去米兰，他都一定会去GIADA在拿破仑大道的专卖店，慢慢欣赏每一件GIADA高品质的衣服，因为实在是太棒了。“我们非常珍惜和GIADA的合作，因为这个过程是个很长的故事，但是我要告诉你我所做的努力。很多年前，我在中国出差的时候无意中看到GIADA专卖店，当时我就被里面高品质羊绒大衣和面料所深深吸引，这些羊绒绝对是最高品质的，既然GIADA选择了最高品质的羊绒，我深信绝对是一个非常优质的客户。那一刻，我多么希望可以跟你们合作，我找到了在中国的合作伙伴，动用了能动用的一切关系，后来我的合作伙伴告知我这绝不可能：‘你不可能跟GIADA合作，因为他们只选择最优秀的供应商，而且真的非常苛刻’。那一刻我是多么的失望，但是我没有放弃，我要与GIADA合作为目标，努力去改进公司，去做高品质产品。当我们发展到已经跟绝大部分意大利奢侈品牌合作之后，我有勇气再次去寻找GIADA。那天我看到了拿破仑大道的GIADA店，你一定无法理解我当时的心情，就像遇到了一份珍贵的礼物。我终于有勇气去推销我自己，最后GIADA也选择了与我们的合作，虽然只是选择了一两款，但是我非常满意。GIADA对于我来说，有着非常特别的意义。看到你介绍GIADA的发展，又一次刷新了我的认知，我要努力奔跑，与GIADA一起快速成长，始终都要成为GIADA的合作供应商。”

那一刻，如果说我不动容那是假的，那一种感觉就像GIADA是他捧在手里的珍宝，虽然他已经强大，但是他始终对GIADA的那份执着没有改变，因为这样的执着让他收获了更多的成长。

这样的小故事还有很多，每一个合作伙伴都有让我感动让我兴奋的故事，我相信，宏玉人在哪儿，满满让人感动的爱的故事就在哪儿！

真正的奢侈

程吟斐



米兰之行的最后一天，我们去拜访了GIADA的金属配饰制作商，也是意大利最大金属配饰生产商。参观完了车间之后，主管Alessia开始与我们沟通GIADA的产品，感叹说：“每次为GIADA进行样品研发都是一次新的挑战，在已经实现全面流水线工业化生产的时候，我们的设计多数仍需要进行人工打磨。比如这一次的秀款手镯，是人工来进行每一串珠钉的排列，然后成型再进行后面打磨的步骤。也许你们只管它们叫做‘Costume Jewelry’（时装配饰），但GIADA的设计绝大部分都已经达到了珠宝级的制作水准。能看到你们是真真正想要创造一些美好的艺术，也很高兴看到逐年递增的订单趋势，这说明艺术在高度商业化的市场中仍具有打动人心的力量。”

做设计容易，但是每一件产品都审慎而精雕细琢，才真的是匠心。

同一天，我们还拜访了一个新的皮具供应商，他们刚开始为GIADA进行样品制作。供应商在皮革工艺区为我们介绍皮质时说：“现在的顾客们越来越挑剔，容不下一点皮质瑕疵，但越是天然的皮质越是娇贵，越容易有天然纹路。”他们指着正在做最后品控的某品牌的包说：“你看他们，很‘聪明’，就会顺着消费者这种心理，所以选用了没那么天然的皮质，再加以压纹，刷上容易遮瑕的颜色，一切看上去都很完美。但这皮质的实际价值可能就和塑料差不多，实在不能称为奢侈。”然后又回头对我们说：“所以当我们刚与GIADA品牌接触时，听到GIADA对于皮质的选择标准与要求，我们是吃惊的。最天然的头层皮质确实能够给予一个皮具无与伦比的质感，但对于加工与工艺也提出了很高的要求才能做到最后呈现出一个完美无瑕的产品。我们很敬佩你们懂得什么是真正的奢侈，我们内部也不断地进行沟通与讨论，思考怎么样能够给予你们在制作中最大的技术支持，

同样，GIADA今日受到的每一份赞誉和认可，都是过去这二十多年的时间里聚沙成塔的精心耕作，将血液牢牢地扎根于奢侈品的土地里，并年复一年地不断坚持。

希望克服天然面料纹路的问题。我们非常希望和你们这个客户进行长期的合作，因为我们相信你们的未来。”

做产品容易，但即使是在能被掩盖的细节之处也能较真，才真的是奢侈。

这一次在米兰拜访了不少的顶级面料供应商，每一个都是在意大利最悠久最具盛名的，或者是规模最大最有经验的，亦或者是最具有特色且工艺最优的。这一次实地拜访亲眼见证的每一道精细的生产工序以及人工环节，都令我十分动容。面料、纱线，这些能够直接触碰和感知到的自然不必说，在看不见的细节如加工工艺、皮料选择、金属镀层处加倍用心，才是最后能够呈现出“精品”的真正奥义。GIADA的标准不只为自己而设，对于供应链的上游环节进行层层严格筛选，与每一个合作厂家选择的深思熟虑，都是经过了不断的试验、博弈与考察最终确立的，其中的难度也可见一斑。而所有一切的出发点都只有一个：以最优品质与细节加以呈现。我们对每一个细节点都很较真：品质、颜色、工艺、货期。和我们合作不是一个简单的任务，每一个合作商都笑说GIADA是最挑剔的客户，每一位合作商都仍旧愿意尽全力来支持我们。

这次参观的厂家中不乏历经了百年或是几代传承的行业佼佼者，从他们身上我看到的不仅是专注与专业，更是在每一个历史阶段对于基业长青目标的格局与视野、先人一步的创新意识以及持续不断的探索能力。同样，GIADA今日受到的每一份赞誉和认可，都是过去这二十多年的时间里聚沙成塔的精心耕作，将血液牢牢地扎根于奢侈品的土地里，并年复一年地不断坚持。这种精神不仅是品牌的巨大财富，也鼓励着我们将之传承，并继续努力探索，不断前进。



专注

程吟斐

An idea repeated becomes another idea.

同一件事千锤百炼之后，会迸发出全新的火花。

八月巡店时再次遇到了这句话，这次也有了全新的理解。刚开始了解商品的时候，我常常会把畅销款说成是经典款，两个概念混淆在一起，简单的以为市场欢迎度高的产品就能算是经典。然而一两季下来看到有些曾经的“爆款”重新推出后再也不及之前的光芒，昙花一现；而有些却始终能默默发力在市场中占有一席之地——经典比之畅销，需要时间的沉淀，一季的时间太短，还不足以创造经典。只有不断地重复验证，经得起时间的打磨才能冠以“经典”之名。目光范围过于宽广就无法筛选出真正的经典款，只有聚焦，精择并不断重复地锻造，才有可能成就经典。

所以当年GIADA要打造经典系列的时候，只精选了少量历经了千锤百炼的款式，赋予他们全新的色彩与材质，将它们单独作为一个新的概念重组升华，并计划在每一年都不断重复塑造，使其最终能成为品牌的商品标识之一。从畅销到经典，再到成为标识，奢侈品牌的塑造及商品的沉淀中，时间不可或缺，专注也很重要。当日积月累到了一定阶段，经典会蜕变，也会激发全新的创意灵感。这是看到开篇第一句话时我最大的一个体会。

在高街化与潮牌化的奢侈品成衣趋势下，是随波逐流去改变还是坚持初心做自己成了很多品牌的艰难选择题。在面临抉择的时候，唯有把精力集中到对于自己真正有价值的东西上，才能让专注的力量发挥到最大。专注，就代表着品牌目标的专注。而GIADA最打动我的，正是我们有一群优秀的、目标一致的伙伴们。我们从未动摇过对奢侈与优雅坚持与初心，坚守着我们所代表的品位阵地。

“一切艺术与伟业的奥妙就在于专注，那是一种精力的高度集中，把易于弥散的意志贯注于一件事情本领。”
纷乱的世界经常让视线顾此失彼，而专注却能让所有的能量聚焦在一点，从而获得更大的力量。



然而不盲从不代表不作为，GIADA以自己的语言解读着社会趋势和思潮，再反馈于我们的商品中。审美和风潮是一个圈，会有轮回。而好的品位如同风格一样，永远存续。也是在这样的趋势下，我们有着前所未有的机遇，让GIADA更加与众不同，也更上一层楼。

“一切艺术与伟业的奥妙就在于专注。那是一种精力的高度集中，是把易于弥散的意志贯注于一件事情的本领。”纷乱的世界经常让视线顾此失彼，而专注却能让所有的能量聚焦在一点，从而获得更大的力量。

细节

吴彦超



俗话说“泰山不拒细壤，故能成其高；江海不择细流，故能就其深。”细节决定成败，那些看似简单普通的小细节，往往会对重要的事情发挥着重大作用。一个小细节或一个不起眼的细枝末节，可以使你走向憧憬的目的地，也可能使你饱受失败的痛苦。

本月初进口原材料时遇到海关查车查货，可能现场查验的海关官员是新任调来的没有经验，对口岸经常进口纺织品的查验要素和归类明细不太清楚。除了查验进口标签内容是否齐全（款号、材质成分、数量、原产地、品牌等），在现场临时增加了很多新的查验项目：比如不合乎常规地提出要逐一查看每卷的米数；核实最后上百卷的总米数和报关单总数量是否一致；并现场测量面料的幅宽和申报的幅宽是否一致等。其次针对海关提出幅宽的问题，我们提供了厂家的技术报告、并给出我们为何申报此有效幅宽的依据。最后功夫不负有心人，平时两个和报关岗位无关的小细节和文件却解决了查货大问题，得以最终顺利放行。

查验放行后，口岸海关官员和我打趣道：“你如此坚定你家的货品查验没有问题，这份自信真的很少见！”我相信这是她们肺腑之言，因为通过四个小时的沟通，正是源于对自家品牌发自内心的认同和自信，让她们可以真切感受到我们企业的高品质和高标准，当时我何尝不是在给她们传递着公司自信优雅的生活理念？几个小时她们并没有表现出不耐烦，并在海关下班前帮我们解决了问题；同时我也相信整个查验沟通的过程也让她们积累了很多经验，下次她们再遇到纺织品查货时，将会更加的得心应手。

年轻人眼中的GIADA

王艺桦



九月是和年轻人很有缘的一个月。月初举办了一场以秋冬色系为主题的插花活动，结识了一些当地的年轻人群体。令人意外的是，这些二十来岁的女孩子们对于GIADA精髓的理解并不逊色于知性精英女性们。

一个98年正在波士顿研读法律和会计双学位的深圳女孩在活动中首次认识GIADA。跟她聊天的时候她跟我说，“你们的面料太好了太舒服了。”我听后很是惊喜。中秋节那天她来店里给我拿了点月饼，还向朋友激动地介绍品牌。月中的时候来了一对母女，妈妈是南京的客人，带着95年的女儿来店里转。本以为是给妈妈买衣服，后来发现是女儿要买。她跟我说：“无意间穿了妈妈的GIADA，觉得实在太好看了，就觉得一定要来买一件大衣。”从中我看到的是品牌的传承，像是女儿准备从妈妈手中接过GIADA的接力棒。精致好看的不仅仅是物质上的衣服，更是GIADA这种随着时间延续而传递的风格和态度。月末的时候来了一个害羞的00年小男生，我站在门口看着他直冲着GIADA而来，想给女朋友挑一条皮带作为礼物。一番精挑细选，结账时我问他年纪这么小怎么知道品牌呀？他说觉得我们品牌的東西审美好，有气质，所以他想送给在英国读书的女朋友。

之前我在客户关系部工作时，会接触分析各种客人。如今在店里，我深刻地感受到原本不是目标客群的年轻群体与GIADA之间的联系。我觉得开发年轻群体并不是白费功夫，而是一种养成。并非像别的奢侈品牌将营销和产品大肆年轻化地去吸引市场，而是用GIADA独有的风格和气息去熏陶她们。她们在青涩的年华喜欢上GIADA，十几年二十几年后喜欢GIADA的心只会更加坚定，只因为GIADA是在所有岁月和人生阶段里陪伴你最安心的归处。

我坚信，往后年轻人与GIADA的缘分只会更深。

细节决定成败

高鹏

一日，区域经理霁莹在北京群中分享出这样一则新闻：意大利新闻网PambiancoNews在WWD报道的基础上又撰写了一篇文章发布在网站页上。内容大致表明了中国资方奢侈品牌投资并不都成功。于是文章的结尾结论提到：“到目前为止，中国集团似乎更适合收购非奢侈品的品牌。”

但在文末，这篇这样写道：“然而，收购一个大众品牌与收购一个奢侈品牌大不相同，因为后者涉及到文化遗产和家族历史等。成功的因素似乎更多依赖于文化亲和力而非管理严谨性。一个非常好的例子是宏珏集团，旗下有意大利品牌GIADA, CURIEL和Gabriele Colangelo, 还有中国当代品牌YI。总经理赵一铮对意大利文化的尊重和兴趣使得集团旗下的品牌如此成功。”

作为品牌的运营者，如何在中国特色的运营环境与管理框架中把外来文化以及审美发挥到极致。这个过程中除了对国外主创团队的尊重，更多的则是需要整个团队对于所承载的文化的深刻理解以及认同感。

最近的案例就是北京Westin酒店GIADA旗舰店的重装启幕，也是对于第三代装修的极致升级。全店近300平米的空间内，凝聚的不仅是Claudio Silvestrin先生视觉形象中灵活多变的设计，还有中方工程执行者们优秀的质感还原能力和工艺。这一切只为在将品牌视觉理念完美执行的同时，将对奢侈心的自我要求以及对极致奢侈体验提上另外一个高度。当威斯汀酒店总经理David Ness先生了解到我们的试衣间使用100%的牛皮甚至地面也是牛皮制作的时候，发出了连声惊叹，惊叹我们对美的品质要求极高，惊叹GIADA的审美与Westin如此契合，惊叹一个来自中国的团队把意式极简美学像顾客传递的如此精妙绝伦。

作为北京区域的形象负责人，从这个店铺装修以来就倾注了极大的心血，从



右二：北京金茂威斯汀酒店总经理David Ness

Anche i Draghi sbagliano. Quando le M&A dalla Cina non funzionano

© 2005 Blackwell Publishing Ltd *Journal of Internal Medicine* 258: 111–118

[illegible]

Fig. 4. Parent cells give rise to daughter cells, which divide to form a population of daughter cells. Daughter cells are produced by mitosis and cytokinesis.

Tra i casi più recenti, il caso di George Floyd, ucraino del 2002 ucraino il controllo della famiglia cinese Peng, il figlio di un ucraino di Parigi, che valuta le offerte di un gruppo, dopo l'ingresso in un'organizzazione controllata da George Floyd. Il caso di George Floyd, il figlio di un ucraino di Parigi, che valuta le offerte di un gruppo, dopo l'ingresso in un'organizzazione controllata da George Floyd. Il caso di George Floyd, il figlio di un ucraino di Parigi, che valuta le offerte di un gruppo, dopo l'ingresso in un'organizzazione controllata da George Floyd.

[illegible]

Da qui si evince che il mercato di Torino si allarga, per lo meno nei consumi domestici. In proposito, dello shopping all'ombra della Grande Moraglia è stato registrato un 20% negli ultimi due anni e l'ultimo internazionale prevede un **albergo all inclusive** da **100 mila** (dati, i brand hanno successo) il **mercato** a **vedere** la **libra** presenta nel **giugno** scorso. Un **person** locale rappresenta, in quanto tale, un **valore** alto per la **creatività** e gestione del **network** di **negoz**.

[illegible][illegible]

La tradizione di un massiccio lavoro di restauro di edifici e di opere d'arte (che coinvolgono anche il restauro di opere d'arte e di stoffe) è stata fondamentale per il successo del movimento. In questo senso, il movimento ha avuto un ruolo importante nel salvare molte opere d'arte e di stoffe che altrimenti sarebbero andate distrutte. Il movimento ha anche contribuito a creare una nuova coscienza della cultura e della storia del paese.

抽匣内部的丝绒包盖的设计与沟通，到开业启碇仪式的鲜花设计打样，再到开业前的陈列设计以及实操，每一个环节、每一个部分都经过了反复推敲以及精准的决策。就以开业鲜花的定制来说，何种花材能在成本控制下更好地体现品牌的经济实力又不破坏整体极简的美感，又与当季设计理念做很好的贴合？单一花材很无趣，加入什么样的配草不会破坏整体的观感又丰富了每一个组合？如何推动花艺师做好前期品质控制，以及对鲜花到位时间精准的把控和计划？这一切的一切都是为了在开业仪式中增加大家的信心，展现品牌实力和审美趣味。以及在开业仪式中让大家有一个恰当且热烈的气氛。

诸如此类的细节还有很多，宏珏人每日每夜的细节化追求以及每日每夜的无微不至的细节关注，才会使得奢侈之心得以传递至全世界的顾客，才得以实现意大利新闻网Pambianco News这样对于我们团队的认可！

细节决定成败，虽然老生常谈，但却是我在职场工作中的标尺，足以支撑在工作中良好的反馈以及效果。今后，我要坚定不移地将这样的精神体现到极致。路阻且长，但相信细节的力量！



敬畏心

张瑞国

记得我大一国庆假期去游衡山，一夜爬山看完日出，下山途中左转右拐不知怎么走进了小路旁的一座寺，院里有几位青灰布衣的法师在忙碌佛事，寂静氛围一下就平复了自己刚刚欣赏大好河山时那种内心的澎湃，也不敢逗留太久就默默退出门去不再打扰。或许是从这次开始，仿佛成为了一个习惯，自己每次游览一些景点时总要查查附近有没有古刹，比如苏州寒山寺、峨眉山清音阁、大屿山宝莲禅寺等等，都一定会进去看一看，体验那种神圣的感受。当虔诚的香客面对威严的佛像时，信仰或是执念，是对天、对佛的自然恭敬。久而久之，随着自己阅历的积累，才逐渐意识到这种对于外界的恭敬也应该内化成为行事的准则。

时间一晃而过，转眼间自己成为宏珏人已近半年。年初，出于对行业和公司的好奇和兴趣我进入这个大家庭，开始接触并直接跟进工程项目。由于我最初对品牌项目的特征、工艺标准和协调管理了解并不透彻，我有过不少困惑和难题。但是在公司提供的这个不设限的大平台上，在周围同事和前辈们树立的标杆中，我真正静下了心来，学会了正视问题、尊重问题、解决问题。什么时候应该前行，什么时候又需要止步，什么时候应该总结获取经验，什么时候又需要果断舍弃，这种敬畏心的修炼让自己懂得了在理性和规则面前有所思虑，不再逞一时之快。几个在建工程跟进下来，从最初的项目总结报告，到全程管理所有文件的完善，再到品牌相关工程标准的初步建立，我的每一个前进的脚步都踩得异常踏实。我清楚地记得，在月底筹备北京威斯汀GIADA店开业时，所有人都在为奢华大气的店铺效果和顺利开业喜悦不已。与此同时，我的脑海里也在一页页翻过过往四十多天的内部交流和对外记录，在返回深圳候机时，我还在回看过往一封封的邮件，查看有哪些还可以继续提升的环节，回顾有哪些较好的经验可以沿用。

保持敬畏之心不是裹足不前、遇到难题绕道走，而是让我们理性思考、遵守规则，形成督促自己的动力源。诸善奉行，敬畏不可知，我们一定能走向更精彩的远方。



除在建工程外，全国店铺维保工作的接手更是对自己的一个磨砺。由于GIADA店铺遍布全国，无论是职能部门巡检还是店内自查，无论是特殊问题还是常规项目，总会有一些问题提出，所以现在每次登陆OA，都会弹出不少报修流程待办，自己都会觉得处理起来很麻烦。但是转念一想，问题的报备不也是大家对工作的敬畏吗？正是由于大家对于品牌完美形象的坚定维护，担心一旦形象不佳势必对店铺或者公司产生负面影响，所以即便是最常规的问题也要提出。因此我在这个过程中也逐渐沉淀下来，这样的过程不仅仅是具体问题具体解决，我看到问题也会更条件反射式地在想有没有好的改进方法可用于新的在建工程，以后同类问题就可以完全避免。

佛语讲“万法由心生”。河流正是有了两岸约束，才能奔向大海；不失敬畏，我们才能在前行的路途中不迷茫、不懈怠。保持敬畏心不是裹足不前、遇到难题绕道走，而是让我们理性地思考，遵守规则，形成督促自己的动力源。诸善奉行，敬畏不可知，我们一定能走向更精彩的远方。

中华有为

应雨韵



任正非在接受央视采访时义正言辞地强调：“华为根本就不会死。”2018年以来，美国与中国经过数轮高级经贸磋商，取得重要进展，而此后美国三次出尔反尔，通过对中国输美商品加征关税、制裁华为等手段对中国国际贸易进行围追堵截。在这一彰显国家综合国力以及民族气节的危急时刻，华为的实力、格局、勇气和信念给我们所有中国企业以及所有中国人都上了极具榜样的一课。一个企业竟让世界一号超级大国如此这般，就足以佐证该企业的非凡，从某种意义上说这是华为的荣耀、中国的骄傲！其实一个国家的强大就体现在有国际竞争力、民族情怀、责任担当、能坚守主业并顽强不屈的企业，世界上先后出现的强国都无一例外。任正非认为相比之前企业在蓬勃发展时期出现的员工懈怠现象，现在众志成城、共渡难关的局面反而是华为最好的时候。

五月米兰设计师招聘之行，让我再一次深刻地从中国企业和管理层面由衷赞叹宏珏在国际竞争中由始至终所坚持的企业社会责任和民族情怀。在面试中，我遇到了一位应聘者，他是之前任职于某顶级奢侈品牌的产品研发经理，后因为公司调整产品线就离开了。当他在今年二月份第一次应聘GIADA时，就表示了对于品牌的高度认可，当时因为团队整合的某些内在方面的原因，我拒绝了他的求职申请。时隔三个月，团队架构进行了调整，我们又重新开放了这个职位。简单邮件沟通后，我们又在米兰安排了一次会面，他再次诚挚地表达了GIADA追求极致的欣赏，认为这才是自己职业发展规划下一步的平台。从这样一位已在行业内有了高平台工作经历的求职者身上，我看到的是意大利人对于宏珏集团把GIADA做成“阳春白雪”的意大利奢侈品女装的欣赏、尊重、向往和认可。

另一位让我印象深刻的应聘者是一位在各大顶尖奢侈品牌任职二十余年的

宏珏的成就不仅在于作为第一家控股运营管理公司收购并将GIADA带向成功，而更在于向被欧洲垄断的奢侈品行业代表中国企业彰显了中国管理者的智慧，“撼动了奢侈品行业的体系”。



鞋履设计师，也是在某奢侈品牌鞋履部长达十年唯一的品牌内部全职的设计师，可以说是见证了欧洲奢侈品牌近二十年产品的发展。而当他带着厚厚的作品集来和我谈是否有机会进入GIADA工作时，他用了两个词概括他对GIADA的理解：一是 “Visible”，他认为GIADA在中国公司宏珏的运营管理下的每一步发展和成功都是可见的；二是 “Incredible”，GIADA代表了意式的纯正高级品味，不迎合市场需求，坚持自我和本心。

下定决心做奢侈品和始终坚持奢侈品牌这条路的艰难和挑战非常人所能想象，宏珏的成就不仅在于作为第一家控股运营管理公司收购并将GIADA带向成功，而更在于向被欧洲垄断的奢侈品行业代表中国企业彰显了中国管理者的管理智慧，“撼动了奢侈品行业的体系”。我们走得每一步，做得每一件事，背后代表的都是“中国力量”。

想要赢得世界的尊重，我们必须要有实力；想要获得世界的认可，我们需要更强的实力。

当我们谈华为时在谈什么？

王译旋

近期，华为成了很多公司学习的榜样，也成了社会茶余饭后的谈资，几乎是一片好评。是什么原因让华为从一个民营企业，变身成为有家有国有实力的象征？五月，赵总也给我们上了生动的一课。他再次讲起了一个企业的精气神，以及其在工作中落实的样子。

格局先行

“中华有为”，当华为创始人起这样一个充满了爱国情怀的名称，真是惊叹于任总的格局，从一开始，如果不是将“技术振兴中国”这样一种情怀放在心中，相信华为是很难走到今天的高度的。同样的，我也惊叹于任总这样一位七十多岁的老人，面对自己的女儿在海外遇到那么大的困难，他依旧选择了“相信国家”，淡定面对。面对此时此刻国际形势复杂局面，任总却说这是“最好的时刻”，因为此时此刻的华为比任何时候都团结，都渴望战胜困难。我相信，这样一位优秀的企业家的智慧，势必会给到这个企业和员工充足的养分。

极致标准

恰在这时，我见到了几个在华为芯片部门的好朋友，他们是平日里最难见到也是最有默契的一群人。对他们来说，工作从来不分是周末还是平时，只分做到还是没做到，做好还是没做好。一个朋友调侃自己道：“已经连续工作快三十天，早就想出来吃点好吃的。”但与此同时，他脸上的笑容分明写着自信和成就感。在和他们交流中我发现，在华为，把事情做好做彻底是一个底线，好像呼吸一样自然，没有其他选项。而正是这样极致的标准，才造就了拥有顶尖技术的企业。

实力超群

还记得赵总和我们讲到华为“爬雪山”的例子，国外企业从雪山的一面爬，



右一：华为意大利分公司首席执行官缪晓阳

青年人，要的就是志在远方和行动脚下那满满的斗志。
青年强，则国强，可是青年要强，就得心强。志存高远，
奋斗不息。



华为从另一面上，登山途中可能会有小雪崩，也可能会有小打小闹，但是都不影响华为登顶的信心和在顶峰拥抱全人类的目标。这除了使命和愿景，最重要的是确实实力超群。在每一个台阶上，华为人都尽可能让自己成为行业优秀的标杆，相信自己但凡能想到的高峰，都是具备攀登上去的实力，且一步一步看到前进和变化的。

为什么要谈华为，我想，赵总真的是用心良苦地教我们如何具有新时代中国青年的精气神。毛主席写过“恰同学少年，风华正茂；书生意气，挥斥方遒。指点江山，激扬文字，粪土当年万户侯。”青年人，要的就是志在远方和行动脚下那满满的斗志。青年强，则国强，可是青年要强，就得心强。志存高远，奋斗不息。



生于忧患

陆倩倩

“以奋斗者为本，以客户为中心。”华为，这家500强里唯一没有上市的中国公司，在最近一段时间站在了中美贸易战的风口浪尖上。

正是这家民族企业，强大到让美国不惜举全国之力来封杀他。然而华为却如弹簧一般，越打压越强大。在这场没有硝烟的战争里，华为之所以越挫越勇，很大一部分得益于他们所秉持的“生于忧患、死于安乐”的企业精神。

当美国断供华为所有硬件设备后，华为备胎多年的海思芯片一夜“转正”，让华为可以铿锵有力地继续前进。当美国再次断供华为两大软件系统：安卓和Windows系统，我们再次见证史上第二大“备胎”华为鸿蒙系统的诞生。其实这十年以来，华为发展迅猛，已然逐步成为国际上遥遥领先的科技公司。但是华为在安逸时从不敢松懈，深谋远虑，忍辱负重，终于拥有了强大的战斗力，可以与一整个国家抗衡。

在这次的学习会议上，领导指出最近一段时间销售不佳的主要原因是企业内部有了倦怠与惰意。的确，我们的忧患意识还不够，在业绩蒸蒸日上之时，我们开始停留于数据的表象，那种时刻警惕着准备着的精神状态越来越少。我们是在持续关注顾客对品牌的认知与忠诚度，还是主要关注销售单上那一笔笔漂亮的数字？我们是在持续关注市场动态、竞争对手发展状况，还是依然沉浸在自己的成功与优秀里？

在美国对华为等国际领先的中国高科技企业进行打压时，我们这些中国的企业是不是也该被打醒。今天美国针对的是中国的科技公司，那么明天为什么不可能是时装公司、甚至是中国奢侈品消费市场呢？我们是否应该想一想，如果有哪一天我们站在风口浪尖，我们是否像华为一样具备与之抗衡的能力呢？

60 | China March 20, 2020

LIFE

时尚生活 | FASHION & LIFESTYLE | 时尚生活 | FASHION & LIFESTYLE

Fashion forward

The Chinese-owned Italian luxury brand Giada presents the fall/winter collection of the year in Chongqing. **Tan Yingsi reports.**



The Chinese-owned Italian luxury brand Giada presents the fall/winter collection of the year in Chongqing. Tan Yingsi reports.



The Chinese-owned Italian luxury brand Giada presents the fall/winter collection of the year in Chongqing. Tan Yingsi reports.



The Chinese-owned Italian luxury brand Giada presents the fall/winter collection of the year in Chongqing. Tan Yingsi reports.



The Chinese-owned Italian luxury brand Giada presents the fall/winter collection of the year in Chongqing. Tan Yingsi reports.

On the runway at Giada's 2020 fall/winter fashion show in Chongqing, the brand's designers presented a collection of light and airy, minimalist designs. The collection is a blend of traditional Chinese and modern Western fashion.

The collection is a blend of traditional Chinese and modern Western fashion. It features light and airy, minimalist designs that reflect the brand's commitment to quality and craftsmanship.

The collection is a blend of traditional Chinese and modern Western fashion. It features light and airy, minimalist designs that reflect the brand's commitment to quality and craftsmanship.

The collection is a blend of traditional Chinese and modern Western fashion. It features light and airy, minimalist designs that reflect the brand's commitment to quality and craftsmanship.



The Giada 2020 fall/winter fashion show in Chongqing, China, on the runway, the brand's designers presented a collection of light and airy, minimalist designs.

作为中国企业，我们要像华为一样拥有忧患意识，持续积蓄力量，不忘初心。中华民族崛起这一伟大使命，需要所有的中国企业一起扛！

华为的这种忧患意识让他在风雨中屹立不倒，也向世界展现了中华民族的血性与韧性，同时也让我们看到了什么是得道者多助。在这中美贸易战的白热化阶段，依然有很多企业站出来力挺华为：360官宣支持华为芯片，竞争对手雷军更发话：“华为危难时刻，不许从华为挖人”，台积电官宣“不理美国禁令，持续对华为供货”，还有赵总送给孟晚舟那代表鼓励与祝福的书籍。以前留学的时候，看到中国学生总是挤在一起抱团活动，我总是不喜欢一起附和。而如今，在美国面前，中国人这份抱团取暖的决心和毅力却让我忍不住热泪盈眶。杀不死你的，终将让你强大。

同作为中国企业，我们要像华为一样拥有忧患意识，积蓄力量，不忘初心。中华民族崛起这一伟大使命，需要所有的中国企业一起扛！

精英责任

邬晶



职能部门的同事们有幸能够与赵总一同就华为挑战和华为精神展开了一场深入的交流会。这次交流会后，我也陷入了思考，华为人和宏珏人的相同与不同是什么？会上，多位同事提及公司文化中感触最深的点，恰好与我也不谋而合，用优秀的人培养更优秀的人。

曾在店内听到一位金融界高管顾客这样说道：真想知道宏珏是怎么把你们这群精英招回来的！这里面一定大有学问。其实很简单，保有奢侈心，不惜成本、不辞辛劳、远赴海外；怀有育人的初心，坚持着“培养更优秀的人”的核心理念；坚持本心，用最纯粹的公司环境去爱才惜才育才，成就有趣灵魂间的肯定。

大企业不纠结于眼下的蝇头小利，而更多着眼于长远未来的发展前景。而这其中对人才的把控显得尤为重要。会选人、敢用人、用好人，这也正是华为公司与宏珏集团的共同点。在华为事件不断发酵的时候，我们不光能听到来自CCTV的刘欣不卑不亢、自信从容的中国声音，甚至还有华为美国安全官应对美方媒体的利落的“反击”。这位曾是联邦检察官、布什智囊团、一手组建国安网络安全部的首席安全官在充满“陷阱”的记者提问中，冷静而漂亮地化解，道出他所看到的真相。可能在近期的华为事件以前，人们不会想到这个中国企业到底有多少实力爆表的国际精英人才，但此刻，中国人震惊于华为团队的超顶尖人才配置之时，美方也同样存疑。记者再三问道他选择华为是否做过大量调查及深远考虑时，他平静地笑答：“任先生带着华为人们只做一件事，将眼光放长远，以客户为中心的创新革命，为科技改变生活努力。”不去担心季度报告中的数字，不强调赚取每份合同中的每一分钱，以消费者为中心，以创新为利刃，这是华为人恪守的生存之道，细细品味，与宏珏文化也有着许多相似之处，这其中最为重要的共同点

人们看到的是GIADA作为唯一一家中国企业运营在全球奢侈品行业拥有姓名的非百年品牌，看不到的是数百名宏珏人多年以奢侈品管理者、品牌奠基人的身份严格要求自身付出青春与汗水。



便是“精英责任”。世界上近80%的财富由1%的精英所拥有，精英所承担的不仅仅是生存追求，而是肩负创造更加美好生活的“精英责任”，我们宏珏人作为中国第一批奢侈品管理精英，更应该将这种“精英责任”放于一位，推动中国奢侈品市场良性发展，为让世界看到“中国创造”而奋斗。

人的格局决定了未来的路走多远，征服的山峰有多高。因为至高境界才能够造就大的胸怀，大格局才能有大作为。人们能看到的是华为作为一个中国企业，在世界舞台上逐渐站稳脚跟，甚至展露出行业领军者的风采；看不到的，则是华为“寒窗苦读”，以多年在研究与开发上投入资金一心钻研技术的坚定。同样的，人们看到的是GIADA作为唯一一家由中国企业运营在全球奢侈品行业拥有名号的非百年品牌，看不到的是数百名宏珏人多年以奢侈品管理者、品牌奠基人的身份严格要求自身付出青春与汗水，更看不到GIADA不计投入培养奢侈品精英、开拓国际市场、开垦奢侈品份额的这十年“韬光养晦”。

自信就是最美

王柯瀚



从入职开始，我的耳畔就萦绕着两句话“一群美丽的人做一份美丽的事业”和“宏珏给你的最大财富就是自信”，我其实最早对这两句话是不够理解的。

随着在营销部不断地磨砺和成长，我逐渐明白了自信的重要性，也明白宏珏的事业到底是多么美丽、多么重要。可我还是感到疑惑，为什么连我们自己也是美丽的？为什么说宏珏人是最美丽的一群人呢？直到最近在实例中才明白，因为自信的我们是最好的，因为努力的我们是最好的！

四月，我通过出差走遍了华北区和津北区的所有店铺，见识了最有宏珏文化根基的一片沃土是如何在逆境中成长，又如何在顺境中提升的。

我在沈阳万象城团队亲身参与了她们上半年最大的活动，一起工作、销售，见证了东北首位百万员工的崛起和诞生。每天晚上商场关门的时候，大家每个人都累得微喘粗气、发鬓散乱，但是每个人眼睛里闪耀的是那种“今天我做到了”的自信光芒和永不停息的奋斗之光。我不由得盯着她们的眼睛看痴了，并不是说他们的外表有多吸引人，而是他们眼神里迸发的不服输、那种从心底里渴望团队完成任务、超越他人的那种火焰，它足以燃烧我们一切的精力和激情，化作澎湃的动力去探索、去征服！

我在烟台振华GIADA团队也看到了这种光。一群人为了简单而纯粹的目标，势必完成烟台市场的进一步开拓，誓要做区域的领头羊！团队每个人的那种“我们就是最棒的，我们就是要做最好”的冲劲，是我在其他地方都看不到的，那种从工作中得到的满足感与自信心，让每个人焕发出由内而外的魅力。

我们的区经团队身上那种岁月沉淀的丰富经验、千帆过尽的淡定从容、足以点燃整个区域的旺盛精力、发自内心的关怀和真正的职业化，都让我由衷地敬佩

美丽不是华美的外衣加身，美丽不是艳美的争奇斗艳。
美丽是自己内心自然流露的那份舍我其谁的内敛自信，
美丽是那一份发自肺腑的感恩之心、那一份慈善之心，
美丽是逐梦路上那一道道义无反顾的潇洒身影。



每个人，每位区经也是那么让人心动神摇！走过这么多GIADA的店铺，看过那么多优秀的宏珏人，在这时我才真正意识到什么是美丽。

美丽不是华美的外衣加身，美丽不是艳美的争奇斗艳。美丽是自己内心自然流露的舍我其谁的内敛自信，美丽是发自肺腑的感恩之心和慈善之心，美丽也是逐梦路上那一道道义无反顾的潇洒身影。

大家时常可能会有和课本上邹忌一样的想法“我与城北徐公孰美？”不止是外表美，这样的问题其实更多代表的是自己潜意识里的那一份不自信。真正的自信是举手投足间的那份无可替代的专注和韧劲。自信会伴随我们的一生，也会成为我们最宝贵的财富。

如果现在再问我为什么宏珏是一群美丽的人做一份美丽的事业？我会毫不犹豫地回答：因为自信的样子最美，因为我们就有这份底气和信念去征服一座座高山和大河。我们的事业难道不美？我们的样子难道不美？

自信就是最美！



珏起

赵轩仪

1999年5月8号。美国轰炸了我国驻南斯拉夫大使馆。那年我四岁，尚在什么都不懂的年纪。若干年后，我搜了5月8号这个日子。看到1999年的“五八事件”，我的愤怒、悲痛从心底泛起。当时的中国太过于脆弱，只能忍气吞声，负重前行。

华为事件成了国内焦点。我不由得想起二十年前的事件。二十年后的今天，中国做到了，华为做到了。我们不再人人可欺，我们也有了抗衡对立势力的资本。我们在多个战线上都可以震慑到对方。中美贸易战，中国不愿打，但是也不怕打，我们奉陪到底！

2001年GIADA进入中国到今天，从无人知晓到如今在奢侈品行业大放异彩，我们历经外界多少质疑，一代代宏珏人仍然用自己的热血和青春，共筑这条梦想之路，向世界证明，我们GIADA是可以的！

现在的GIADA处于一个上升期，我们一定要上下同心，必须有坚守往上爬的信念！我在阵地就在！中国这一片神奇的土壤不仅孕育了锦唐绣宋强汉文周，还造就了上甘岭的艰苦卓绝，且中华儿女总是能在关键时刻爆发出惊人的意志力和绝地战斗力。

我是一名销售出身的陈列，老员工有时在店里分享几年前的经典案例，我都感触颇多，我明白前辈们当初打下江山时是多么的不容易，多少人的心血在里面，所以我们这代人一定要守护住它。我相信每个部门、每位同事都会坚守在自己的岗位上，星星之火可以燎原，点点滴滴汇聚大海，我们一定可以逆风翻盘！



右一: La Repubblica记者Bettina Bush

贵族精神

魏晶

贵族之所以为贵族，首先是因为精神的高贵！这是我看《冰海沉船》之后最深刻的感受。而这次赵总在培训时讲的每一句话，都让我对贵族精神有了更深的理解。

赵总在培训课上问了大家：“你为什么而工作？”很多人都用了马斯洛需求五层次理论做出了自己的回答。从赵总做外交官的经历来说，他在刚工作时一年不吃肉的“自虐”，只为心爱的相机。还有我头一次得知赵总看诗词构思摄影的画面，光是想像这样一种场景就已经让人心满意足。赵总的杂念很少，这样一份热爱支撑着他克服一切困难，精神的充实也更让他觉得快乐。

再到创业之后的经历，带着为什么中国人不能做自己的奢侈品的一股劲儿，宏珏真正代表中国人开启了拿破仑大道上的征程，实现了所有中国人不曾想过也未曾有信心做到的事情。究其原因，赵总总说：“初生牛犊不怕虎！”但是我相信，于赵总而言，于宏珏而言，无论是什么时候，都会做出这样的选择。因为这种选择就是一种对于荣誉的极度珍视。而这种荣誉不为个人，而是把自己作为中国人，为中国人争光的荣誉，一种对于民族文明的自信！

还有两件事情，给我的冲击也是很大的。

一次，和赵总一起乘坐从北京飞往深圳的飞机，因为大面积延误，抵达深圳已经是凌晨6点了。下了飞机我感觉很疲乏，但赵总却精神抖擞，一个人快步走在前面。我小声对同行的商拓部同事说：“你和赵总经常出差，还要倒时差，你们俩精力还是这么充沛，真厉害。”他告诉我：“赵总才真的是厉害。”去市区的路上，赵总也直接指示，把我送回酒店休息，他直接去了公司。

农历新年马上要到了，但是赵总还在美国和大家一起为北美旗舰店的揭幕



而努力。中国的企业家估计也很少有在农历新年的时候，还沉浸在工作里。如果不是真的热爱，如果不是真的肩负着民族荣耀，心怀着企业近千名员工的未来，坚守着所有宏珏人共同的初心和梦想，是不会如此甘之如饴的。

赵总的经历，让我透彻地明白了一些道理：

人和人之间本质的差距，是在于你把自己放在什么位置，你怎么看待自己。当你把自己和国家兴衰联系在一起时，你就真正具备了家国的格局。这种信念和荣誉感，会给你带来不竭的动力去把每一件事情都做得伟大。成就伟大这件事，并不局限于你的阅历或从事的领域，也不会因为你的社会地位不同而受限。

如同我们现在所做的这份关于美与爱的事业，我们是在提升中国女性品味的过程里最了不起的推动者！我们是在为GIADA这个了不起的品牌和为宏珏这个了不起的公司贡献自己的力量！我们是企业的一份子，我们做好自己的工作就是重塑中国人的国际形象！同样的，把GIADA打造成世界上最好的奢侈品牌是所有宏珏人的梦想。当它实现之后，世人一定会对中国人人生敬畏。

身处这样一个极具“贵族气质”的公司是我最大的幸运，而让自己也拥有“贵族气质”则是我一生要去学习的最重要的学问。当你明白究竟为何而战时，斗志自然不言而喻！而当我们真正为了荣誉和信念而战时，我们必然无坚不摧！



成就

刁晓沉

弹指间，加入宏珏大家庭已经一年多了。这段期间，我切身感觉到了自己在各方面的成长。宏珏一直秉持着“成就他人，就是成就自己”的理念，她让每一位员工在短时间内，充分掌握自己岗位所需要的知识，磨炼自己的专业技能。我从最开始的一个职场小白，到现在可以独立负责所有的采购工作，在宏珏收获到的不仅是工作能力上的提升，更多的是心态方面的蜕变。

在我的心中，GIADA是优雅，完美的象征。如果做出的附属产品不完美，是会有损品牌形象的，即使很小的瑕疵，也会有有心人发现。但无疑，我们迦达对于产品品质的把控在业界都有耳闻，之前跟几个供应商确认产品细节，无意中听到他们说：“GIADA的产品现在我都不敢随便接单，你们对品质的要求实在太高了！我们给其他品牌做产品都没有这么高的要求，更没有担心怀疑过自己的工艺。”每当自己听到这些话的时候，内心都有一种品牌的自豪感。看到自己工作的品牌是这么得让别人敬畏，说明品牌代表着高端、优雅、完美。

只有强者才不会畏惧强者，因为弱者是会害怕面对强者的。在与供应商不断谈判接触中，我也会发现一些“弱者”，他们不自信，所提供的产品品质也一般。所以在接手采购工作后，我逐渐筛选掉那些不能达到我们要求的供应商，不断地寻找“强者”。

我知道，我当初的选择是正确的。加入宏珏我们都有一个信念：一群美丽的人做一份美丽的事业。希望自己可以变得更加的专业，把采购工作做的更好，把定制品做的更加精美，把成本控制到最优。

长风破浪会有时，直挂云帆济沧海！



目标、勇气、责任

应雨韵

2018年12月末，朋友圈几乎被一则标题为《告别2018，困难的一年》的文章刷屏，大家都在纷纷感慨过去一年的不易、跌宕甚至艰辛。中美贸易战的拉锯、经济形势的下滑、90后新生代的迷茫、国家政策的变化，这一切都让2018年显得困难重重，也考验着每一家企业的运筹实力和应变能力。但是不论外界局势如何变化，宏珏征战四方的雄心从未停下脚步：多品牌集团化的架构日趋成熟，海外市场国际化坚实有力，品牌店铺形象全面升级。这一年中我们听到了来自米兰、波士顿、北京、上海、重庆、天津各个地方的好消息。宏珏就像是一股清流，不论周遭大环境如何变化，宏珏都坚持初心，朝着心中的目标往前走。2018年，对于我来讲，最有成就感的是宏珏一步步建立起来了国际化的人才梯队。航程记录APP上清晰地展示着59次264个小时的飞行记录，这20.5万公里见证着这一路上在中国、美国、意大利的人才遴选和培养的历程。

目标

一周四站的行程常常都是在白天完成一个学校的面试后直奔机场，在晚上飞到另一个城市第二天继续宣讲和面试。记得有一次转乘，我们遭遇了美国中部的暴风雪，从底特律到威斯康星一路上都是大雪纷飞，航班被迫取消。最后几经交涉，我们终于在最后一刻新买到了两张飞芝加哥的机票，再从芝加哥驱车前往威斯康星。路途中不论遇到了什么波折，我们一行都从来没有动摇过想要为集团招募储备更多优质人才的目标，也正是内心中坚定的目标感支持着我们把宏珏的文化带给更多对奢侈品行业美丽事业有追求的同学们。回过头想想，这不正是宏珏由GIADA一枝独秀向集团多品牌战略转型的初衷吗？从扶植有潜力的品牌到培育有能力的员工，都体现了企业经营理念和人才战略上的一致性。



勇气

2018年第一次走进意大利时尚院校对话艺术生，宏珏让身处意大利时尚界很难找到就业机会的同学眼前一亮。当我展示了GIADA在华润地产年会上获得的十佳战略合作伙伴奖项时，现场所有的意大利设计师都连连发出了赞叹的声音。当他们看到GIADA在物业心目中比肩了最顶尖的奢侈品牌，一切都不言而喻。在波士顿，最早接触哈佛和MIT商学院MBA的时候，宏珏和同学们在一次又一次反复沟通和交流中，明确了双方的需求，进行了高质量的交流。Maple也作为第一位在宏珏顺利完成实习的哈佛商学院MBA，正式打开了宏珏和顶尖商学院的合作。而如今，宏珏已经直接构建起了和北美最顶尖商学院主席团沟通的桥梁。

责任

在北大宣讲会上，我们部门新员工的妈妈来到了现场，全程听完了宣讲会。在后来现场面试环节，她远远地站在角落观察着身为面试官的女儿的一举一动，兴奋地拍着照。圣诞节期间，视觉传播部外籍员工的父母也专程从米兰赶到了中国探望刚在中国开始新生活的儿子。对于我而言，背后父母亲切的期望和热切的盼望都是一份沉甸甸的责任。当我们把一份offer交到一个人手上的时候，带给对方的不仅是一次工作机会，也是一段即将开启的人生，会影响一个家庭的发展命脉。公司的谆谆教导一直潜移默化地影响着我：招聘中对公司负责，也对应聘者负责。我想，也正是这样的初心和胸怀才让宏珏走到了这一步。

工作的这几年让我愈发觉得，内在真正驱动职业长久发展的并非只靠一时激情（Passion），而是责任（Responsibility），是对自己、团队、家庭的责任和使命，锻炼自己的终身就业能力对自己负责。

超越目标

黄祎

这个月在上海久光GIADA精品店，我经历了历史——单店销售记录的诞生、百万超大单的成交，而我个人的销售任务也在店铺创造历史的过程中悄然完成。目标的落地、实现与超越使我体会颇深。在久光，我深切地体会到即使对于体量巨大的门店，目标都不是遥不可及的海市蜃楼，而是有迹可寻，可以系统性地去达到和去超越的。这种超越目标的思路，无论在什么工作中，都是可以借鉴的。

目标感与分解落地

从踏入大门的那一刻起，店长就与我们定了目标——突破去年创下的最高历史。目标清晰而有意义，我立刻感受到了心中对于目标的渴望。但是对于刚刚到店的我来说，全店如何完成目标，自己又如何完成目标，还是有些迷茫的。在那一瞬间，目标的分解与落地变得尤为重要。

幸运的是，久光团队对于目标落地极为重视。每周店长都会根据活动、业绩等情况，制定周目标，每个人再去认领自己的部分。每一天，大家也会制定自己的业绩目标与主推货品目标。此外，目标的分解，不仅仅是最终业绩数字的拆解，还包括了中间变量的拆分。在活动期间，店长关注的也不仅仅是每一个人业绩的完成程度，还为每一个人的邀约和客户维护的成果进行了系统化的分解。

在制定了合理的目标之后，通过分解与落地，目标不再是半空中的数字，而成为了每个人可以实际化为行动的准则。

过程：初心与心态

目标不是一蹴而就的，也不是靠浮躁的心态就可以完成的。我在活动期间深有体会。刚开始，我的业绩做的不算理想，一时心态也没有调整过来，整个人比较低落。后来复盘的时候，发现是自己时刻太过于重视数字目标，当有一两天



制定出的目标是有极限的，但唯独超越本身是无限的。
当我们超越了所有目标之后，永远有个目标在前面等着
我们，那就是自我本身。



没有开出大单之后，我的心态就开始浮躁，跟客心理就有了压力，忘却了自己的初心，一时进入了恶性循环。仔细想一想，自己都不开心放松，顾客怎么会开心地试衣买单呢？

与此相反，百万大单是一个特别好的正面案例。这一单的主跟，在这之前也做得不理想，但是她并没有怨天尤人，而是继续踏实地巩固自己的搭配能力。在大致摸清顾客的实力之后，她全程以放松的心态让顾客在开心的同时，享受搭配过程并仰望品牌的高度。在心无旁骛的初心状态下，一个超大单奇迹般诞生了。

因此，无论在什么岗位。保持一颗初心，而不是急躁地忽视过程，享受工作中每一个提升自己的机会，最后目标也会自然而然地达到并超越。

超越不是结束

在我们完成尊享期间任务之后，目标就不仅仅是完成任务，而是拿到红包；当奇迹般地开出百万大单之后，目标又成了突破全国销售记录；当我们突破全国销售记录之后，在顶峰的我们，选择去继续突破自己，在清零之前尽可能地创造新的高峰。制定出的目标都是有极限的，但唯独超越本身是无限的。当我们超越了所有目标之后，永远有一个目标在前面等着我们，那就是自我本身。



全区一心，众志成城

刘霁莹

这个月，我重新找回了宏珏人的忘我拼搏、不顾一切、全区一心，众志成城，共同为了完成一个目标而努力的热血劲儿！

我经常说，我非常的幸运，有来自赵总的指点，为我破格局，为我亲自点拨店长；有来自译旋每次在关键时刻的方向梳理：“遇到问题单纯解决问题，只能搞定一个问题；但当我们学会一种思维方式，我们可以解决一类问题；而当我们赋予大家一种格局，可以提前规避掉更多未发生的问题！”同时，我还有这一群非常棒的店长，我们彼此心贴着心。他们也是一群非常优秀、要强、专注朝着目标心无旁骛，斩断后路顽强拼搏的人，也是很快乐奋斗的年轻人。

这个月无论是整个北京区还是区域内很多团队，都是时隔一年多拿下了月度任务。在经历了低潮后，越来越多的团队拿出了自己的绝对渴望。当我们北京区共同的目标是拿下这属于大北京每一个人的荣誉，做一点惊天动地的事时，所有人都是一刻不停地想办法，专注再专注地朝着目标走过去，容不得受半点局限，容不得半点心小，容不得任何负面的能量，决不能怂！极致，是北京区这个六月的关键词！

在这个月的打磨和淬炼中，大家心中都有对目标的敬畏！我们作为销售人，尊严靠自己守护，数字就是销售人不能放弃的底线和尊严，然而数字不仅代表了数字，更代表了背后对于使命必达要付出的汗水，要锻造坚毅的内心，要拥有的胸怀天下的大气，要有每天都重新开始的空杯心态。胜不骄，败不馁！北京区要做到持续的优秀，需要一次又一次的向内求索，从自身出发去寻求更大的突破，不满足于小的胜利，而将品牌更大的责任放在肩上，与品牌共进！喜报里写到的内容，充满鼓励的同时更是一份鞭策，指引着我们继续砥砺前行：

在这个热血之都，汇集了众多有着豪情壮志的年轻人！
每一个人都用顽强的意志自我挑战着，都用助人的心态彼此鼓励着，这不是个人的胜利，不是一个数字的胜利，是“北京力量”的胜利！

zz@redstone.com.cn 13:13 2
捷报！单月突破800万！北京SKP... 详细资料
收件人： wuj@redston...及其他 89 位

捷报

单月突破**800万！**北京SKP张猛团队改写GIADA单

月销售记录，品牌进入8.0时代！

2019.11.22 突破GIADA品牌单月销售记录！

2019.11.23 突破800万任务，GIADA品牌正式进入8.0时代！

高品**贾晗雨**，闪电折桂，14天拿下百万！打响了上甘岭的第一枪！

店助**郭翠**，16天拿下百万员工荣誉！太阳女神拿下人数中第一次百万！

店长**张猛**，以身作则，身先士卒，稳稳拿下百万！

品顾**高童**，锋芒毕露，一往无前，刚刚拿下百万！

品顾**高东东**，破釜沉舟，继续攀登，紧接拿下百万！

区经**刘莹莹**的一句话，**八百万做不了，**

那就做一千万！大将风范，振奋人心！

8人向着**200万员工**的目标进发，敢想敢干，这就是正在
进行中的宏珏精神！**上甘岭精神！**

在这个热血之都，汇集了众多有着豪情壮志的年轻人！每一个人，都用顽强的意志自我挑战着，都用助人的心态彼此鼓励着。这不是一个人的胜利，不是一个数字的胜利，是“北京力量”的胜利！

“北京力量”能打破常规的认知！

“北京力量”能逆转行业的风向！

“北京力量”能冲上历史的高地！

“北京力量”从胜利走向胜利，这只是一个开始！

下半年，看我们的！！



成就与被成就

张恒子

七月份对我来说，确实是个有着特殊意义而又难忘的月份。犹记得2015年的七月是自己清华硕士毕业的时候，毕业典礼第二天我就迫不及待回到成都工作，希望自己能够在事业上有所成就，满心欢喜，又满心期待；2016年的七月我工作满一年，做出了一些小成绩，也面临着一些机会，但更多的是在不断地调整自己；2017年的七月，工作满两年的我带着深圳万象城GIADA团队顺利度过了那时我们认为最艰难的一个月；2018年的七月，我带着深万把这个月份推上了一个更高的高度；而2019年的七月比任何时候的七月都过得更漫长，是因为有了新的挑战，也承担了更大的责任。

这个七月我们相聚在深圳大梅沙，举行了一年一度的夏日酒会。虽然我参加了很多次夏日酒会，但是这次的培训给我的印象最为深刻。在此之前，我对公司各个部门的认识都止于自己所接触的范围，这次的培训给了我认识公司各个部门的机会。我发现原来公司的每一个人都是那么的优秀，而且都在全力以赴地为了销售工作而努力。公司真的为了我们的发展，为了我们能够做得更好而付出了很多很多。我们能做的就是销售人该做的——在一线达成销售目标，而这就是我们每个人自我成长与成就的过程。

“成就他人，成就自己”，这一个月的区域管理经历让我得到了太多。其中最大的收获就是能够尽自己的所能帮助到他人，而真的能够帮助到他人是获得信任与成长最重要的源泉。还记得七月倒数第三天，深万的店长给我发来微信：“恒子，我百万了!!!我真的做到了!”看到他冲破了百万，我忍不住哭了出来，看到他对我的信任和感谢，我无比骄傲!向上成长永远不会很轻松，就像达成百万员工一样，它真的很难，对于很多人来说冲破的可能就是很小。正因为这样，

唯有亲身历一翻刻骨铭心的挑战、冲刺、努力、战斗，才能体会成功的喜悦与来之不易。

才值得我们全力以赴，甚至破釜沉舟去闯。唯有经历了刻骨铭心的挑战、冲刺、努力、战斗，才能体会成功的喜悦与来之不易。南宁万象城这个月的经历亦给了我满满的能量与动力。我能够感同身受大家的渴望，我也深知让每个人自己走出舒适圈的不易。我坚信最后我们突破了自己，突破了所谓的不可能，收获的必定是内心最为丰盈的自信。作为销售人，不仅要靠理性分析，更是要激发个人潜能去迎难而上，这就是销售最有魅力的所在。

八月我们携手并进，向前迈进了一小步，最开心的事情是区域内第三个百万员工的诞生，深圳益田团队和南宁万象城团队也突破了自我、完成了任务、实现了承诺。好的结果是对员工们的肯定，但我觉得过程中的蜕变和挑战，和大家一起去经历的感同身受，才是我们最宝贵的财富。宏珏有梦青春无悔，人生没有再来一次的机会，我们把青春给了我们热爱的事业，每个人都全力以赴，这便是一次无与伦比的体验。

宏珏的销售人，不管在店铺管理还是到区域管理层面，都应该时刻提醒自己作为销售人的身份和使命，业务能力永远不能落下。毛主席说过：“从群众中来，到群众中去。”这是我一直深信的道理。同理心去做销售管理，以实打实的销售经验去带着大家分析解决问题，并从实际经历中去突破，看得比大家更远，做得比大家更落地，我觉得这才是销售区域负责人的职责。

最后我想说，做好当下，且一定要脚踏实地。当你真的很想很想去做好一件事情的时候，全世界都会来帮你。一切都是最好的安排，一切都是我们可以自己去努力争取的，这就是我最大的收获。



收获

郭卫星

每当他人的目光转向我时，我都会局促不安。

从小到大，在集体生活中的我既不是好学生也不是坏学生。老师会在对我的期末评语写道：“性格内向，不爱与他人交流。”一直以来，我欣然接受了这种对自己的判定，也认为不被别人注意是自己最好的状态。摄影成为乐趣所在，是从2012年开始。摄影让人感到舒适，但在摄影过程中，我成为了焦点。经常要拍摄活动和活动中的同事们使我慢慢学会了与同事们无拘无束地交流。这样摄影的机会与展示水平的舞台，都是公司给予我的。

夏日酒会的课堂，人生第一次我敢拿着话筒面对上百名优秀的同事，这真的需要勇气和他人给予的信心。在和赵总问答式的交流中，紧张的我慢慢感到轻松了许多，性格内向的我终于敢直面大场面了。个人的成长，正是在公司给予的每次锻炼的舞台中收获的！

面朝大海，我把公司比作大海；春暖花开，我捕捉美景就有能力独行。

波士顿之行前，我不敢相信自己能横跨美国的东西部。整个二月我都在美国度过，这期间经历了波士顿GIADA的装修从无到完美的过程。这一个月来，工作与游学让我在异国他乡突破了自己对艺术和美的瓶颈。曾经，到美国去看看一直是我少年的梦想，因为以前学艺术时所接受的图形、符号、媒介、信息都是美国艺术家的作品，这次能够梦想成真，我心怀感恩。

赵总让我走出去，所以我眼前豁然开朗。心宽了，胆也大了。我把这段生活与工作的经历看成我人生的一种财富，改变自己的人生态度，挑战自我的平庸。从现在奋起，把自己的心交给希望。感谢公司让我有机会看到自己的长处，我还有潜力，我将一如既往！



喜见自己的成长

Anita Chang

工作这么多年，我一直很幸运，每一年都能感受到自己的成长。就像登山者，经过一个爬坡，转眼就看见不一样的风景。更令人喜悦的是，往往与我同行的人也能有相同的感受。

来到CURIEL八个月的时间，我月月都像是在爬坡，一会儿一个风景，新视野让我觉得在飞快成长，我惊奇的看见自己在年过半百的此时还有出乎意料的学习动力和实践精神。就像是打通了我的任督六脉，我的学习触角不仅仅在工作上，在家庭、运动、健身和做人处事上也有触类旁通的联动学习。常常觉得佛家说的西方极乐其实就在心灵的最深处，每一个历练和每一次挫折其实都像拂尘一样，一遍一遍地拂去那经年累月堆积的尘埃。直到有一天才明白那句“本来无一物，何处惹尘埃”的真谛，便能证得菩提，得见西方净土。

在Vogue二十三年，我看尽许多奢侈品的种种美好。我身在殿堂中，也享受过天堂般的待遇，但终究那些所有外在的美好都会随着时间转移而淡去，随之而来的往往是心灵的空虚。庸庸碌碌，事过境迁，才发现唯有心灵的充实与满足才是人生最有价值的资产，是不生不灭的。一直以来，我总是有佛缘，但少了些佛性。念了多年的佛经，却总是在心中留不住半个字，幸好佛菩萨还是没放弃我，总是借他人之手来渡我，感化我，让我不离佛海。

这个月好几个不顺心，却让我幸运地看见了新问题：一些商品在版型、面料、尺码、上市时间的不顺畅，打乱了商品的节奏；我们最强劲拥有最多店铺的北京团队因交通管制和暂停营业，狠狠地打乱了他们天天向上的节奏，整体的销售也自然不如预期；店铺的橱窗创意设计几经理想和现实的拉扯，几乎要胎死腹中；想好在办公室要处理的十件事总是被没有预期的其他几十件事给挤出了今日的

想着那年轻有激情的团队便会唤醒我满满的能量，提醒我仍要勇敢地大步前行。只要挺着身子继续前行，我就有机会看到下一个风景，到达彼岸。



To-Do-List；行李箱总是还来不及被清空就又要出征了……这一切种种，都让我来不及停下来喘息、思考...就这样披星载月日夜兼程地奔向使命。我多年以来的工作生涯都是在开疆辟地、驰骋沙场的节奏中度过，现在亦是如此。但这次不同的是，我心仿佛有着胸怀世界的高度、海纳百川的广度、学无止境的谦卑、成就他人的胸怀，和一种随遇而安的自在。

常常在夜里，当我累了抬头仰望眼前星空，想象着未来中国时尚行业的百年大业，回顾着宏珏掌舵人过去十多年筚路蓝缕的足迹，一切辛苦皆咽下肚去。当破晓时分，想着那年轻而有激情的团队，我满满的能量便被唤醒，提醒着我仍要勇敢地大步前行。只要继续前行，我就有机会看到下一个风景，到达彼岸。

短短十八个月，学会回眸，拂去浮躁。学会瞭望，给自己一份坚定。辉煌中，把心放低；风雨中，把头抬起。

不去想是否能够成功，既然选择了远方，便只顾风雨兼程。

一切都为了成就意义非凡的梦想，在逐梦的过程，喜见自己的成长。

工作是一场修行

胡云雁



国庆的七天小憩仿佛并没有带给这团易燃易爆炸的十月之火一些缓冲。

忙到哭了，忙到又笑了。

长假后的第一天我便一头扎进了繁忙的工作中：北京POP-UP快闪店的设计方案、四家门店橱窗的搭建、新店室内设计的跟进、重庆WFC的小黑裙展、广州的展卖方案的露出、太原新店的筹备、新一季度灯箱的更换和各种平面陈列等零零碎碎的日常事务。

整个十月，每天从走进办公室的那一刻起，我便开始与不同的人一刻不停地在在线上或线下沟通，直到下班结束回家入睡前，仍然在与合作方讨论更好的解决方案。每天的工作对话框都显示与五十人以上进行交流。但忙到超负荷总是会有一些失控，所以当某些东西超出自己控制而无法拉回到正轨的时候，我这个坚强的职场小白意外地哭了出来。或许是因为这样一个还在成长的团队以及为了不够成熟的自己感到一些难受，这一哭让我想起出国前准备留学作品集的日子：每天从起床到睡觉，除吃饭十分钟解决外，我其余时间都是坐在电脑前折腾自己的方案，拒绝一切社交活动，恪守自己的初心，只为做出更好的设计和令人满意的结果。常常因为没办法想出更好的表达思路崩溃大哭，但又在哭后擦干了眼泪，第二天继续振作学习。如此持续了半年多。还有每个寒暑假奔赴各地，在出租屋学习的时光。这些经历都让我明白，一个真正热气腾腾的人生，不是胡思乱想，而是千锤百炼的锻造，脚踏实地的成长。

学习与工作的忙碌，总是有些许差异的。做作品集本身更专注于做一件事，即围绕我所要解决的核心社会问题，将所搜集到的知识通过逻辑的叙述方式和多元化的展示形式，用结合建筑的方法表达出来。而工作中的我，不仅需要考虑



方案本身，还需要考虑如何与外在合作方沟通，确保每一个方案的推进都是按照原有计划在进行，也需要考虑如何与内部其他部门之间有效传递消息，确保每个活动的最新进展都能准确及时地传达给活动相关者，以及如何高效率保质保量完成领导安排的任务。一个公司就像一台机器，我就像是其中的一个零件，我和其他一钉一铆都得通力合作，才能保证这台机器有序地运转。

静下心来想想，工作本身就是一场修行，给你很多温暖的同时，冷不丁地给你当头一击；让你看到一些希望的同时，又猛然给你一盆冷水；好不容易都快到了山顶，又突然因为脚滑险些掉入深渊。日本“经营之圣”稻盛和夫说道：“人哪里需要远离凡尘，工作场所就是修炼精神的最佳场所，工作本身其实就是种修行。只要每天确实努力工作，培养崇高的人格，美好人生也将唾手可得。”

在七年的建筑学习之路中，日本人对于建筑及其之外的“工匠精神”一直让我深深感动。对于有着工匠精神的人而言，工作坊就是道场，他们把劳动看作是人性自然流露和提升精神境界的需求，在工作中锻炼自己的能力，磨练心性，借助劳动来证悟自身的价值，并通过工作使自己的思想境界得到升华，“工匠”代表着一个人对工作执着、忠诚、精益求精的精神。

我理解的工匠精神，就是尊重手中的工作并把它做到极致。人们常说，生活不只有眼前的苟且，还有诗和远方。有时候我们缺少的不是远方，而是去远方的那张车票，这张车票上写着两个字：“坚持”。

诗人里尔克有一句诗：“哪有什么胜利可言，挺住就是一切。”

留一辈子

李全



清晨，当我穿着高跟鞋捧着一杯热咖啡迈着优雅的步伐经过会客大厅时，总会听到一曲悠扬纯净的钢琴声在巨型LED背景屏不断变幻的时尚大片中流淌。望着窗外空中小花园，在咖啡的浓香、花的清香和古典钢琴声交相辉映中，我这一天的工作就在这样的美好中开始了。

休息了近七个月，我终于回到了工作岗位。我感觉自己一定能够精神满满地投入到工作中。这么充足的产假，让我可以好好照顾及陪伴着女儿到半岁。看着她日渐有了小女孩子的模样，幻想着她日后也能从事与时尚相关的行业，我心里满是期待与幸福。

从进入公司至今快15年了，很幸运我能亲身经历她的起步和成长以及到达今天的辉煌，不知不觉中我已光荣地成为一名老员工了。在每一次的年会上，我都能看到很多宏珏新人在为公司更加美好的明天不断努力拼搏。听到他们激情澎湃的交流，看到他们自信坚定的面孔，我的热泪就会划过脸庞，只能转身偷偷擦掉。很高兴一直在与这样一群有理想、有激情且美丽的宏珏人并肩奋战着，我同时也在一直激励着自己要不断地成长与进步。

前几天在微信朋友圈上，我看到了一个已经离开宏珏快十年的员工所发的朋友圈写着：“我的第一份工作，太有感触了！”配图是一本《红珏人》始刊。自从离开宏珏后，她去过其他几家知名服装品牌，在深圳也搬过无数次家，但她说那几本《红珏人》她一直带在身边，从未舍得丢弃，她说她要留一辈子。看到这条朋友圈时已是深夜，但我仍然感动到不能入睡，回想自己曾经在专卖店与她一同奋战的样子，仍然记忆犹新。

“留一辈子”或许只是简单的一句话语，一件再普通不过的小事情，但是这



对于我来讲，却是那样一份弥足珍贵的情谊与感情。试想有几个公司的企业文化能够做到让一个离职员工将公司内刊当成宝贝一样地去珍藏一辈子？或许只有宏珏人自己心里才知道，只有那些真正经历了风雨兼程的磨难，真正地为了荣誉去打拼，真正地把这里当做是家一样去爱的宏珏人才能体会，这样的宏珏情结已经深深地烙在了每一位宏珏人的内心深处。公司给大家提供了一个偌大的舞台让我们可以自由起舞，在将我们培养成奢侈品行业精英的同时，更注重培养我们的社会责任感。“为中华民族的和平崛起而贡献一份力量”，是多么博大的胸襟与气度，有大爱和大梦，有奋斗的精神，还有一颗慈善的心。

美国波士顿的GIADA旗舰店终于开业了，这也是GIADA正式跨入北美市场的第一步，我远在美国的表哥在微信给我留言：“你们的店终于开到美国了，真是太了不起了！”他竖起了大拇指。两年前，我告诉表哥公司正在筹备美国旗舰店，而两年后的盛大开业对于我们来讲不仅是将计划变为现实，更是对我们付出后的努力与艰辛的馈赠！

在长沙的表妹发微信问我GIADA长沙精品店在哪里，觉得GIADA衣服很好看想要购买。我很骄傲，原来我的身边有这么多的亲人与朋友都在关注着我，关注着我们的品牌。请相信我们，明天的我们一定会做得更好、更出色，能够以更加优雅更加自信的姿态站在花丛中灿烂地微笑！

企业文化之感悟

赵澍波

宏珏带给员工最宝贵的财富就是自信。

有机会参与了职能新入职员工的培训，每位培训讲师虽然风格都不一样，但他们共同拥有的优秀特质就是自信。自信的人总是那么淡然，自信的人总是能以不变应万变，自信的人总是浑身上下散发着魅力。培训进行得很顺利，不知不觉就来到了最后一堂课。课上，赵总向新员工们讲述了独属于宏珏的企业文化——奋斗、慈善、快乐。一时间竟茅塞顿开，树立自信的关键就在这里。

奋斗教会员工的是能力，是一种生存的技能。宏珏集团作为奢侈品行业中的黄埔军校，面向的大部分都是刚刚走出校园的小白。他们对行业充满了未知，对工作也并不了解。对比于大部分喜欢拿来主义的企业，宏珏贯彻的从零开始才是令人敬佩。面对不同特质的员工，公司在规划职业生涯的过程中充分印证了以人为本。在把控奋斗精神和技能成长的大方向下，充分尊重员工的个人特质。

慈善教会员工的是责任，是一种精神的富足。宏珏自创立以来，一直是一个富有家国情怀的企业。所有在这里工作的员工，不仅仅是为了实现自我的价值，还在公司的培育下有了更广阔的愿景和责任。这样的愿景和责任可能是在人生到达了成熟阶段才会得出的感悟和认知，但从进入公司以后就开始训练这样的责任与意识，宏珏也践行了培养奢侈品行业从业精英的人才战略。

快乐是实现奋斗和慈善的最终归宿。很少有企业会将“快乐”作为企业文化的信条，这也反映了宏珏的魄力。奋斗和慈善的背后就印证了物质和精神的双重进步和满足，那个体必定会达到一个快乐的状态。高级的工作环境、单纯的工作氛围、明晰的职业发展、富有竞争力的薪酬水平，如此种种无一不是在帮助员工感受快乐，这也体现了公司将“快乐”作为企业文化的底气。





大象

王柯瀚

赵总这个月给我们全体职能和销售店长上了一堂振聋发聩的课，谈到了家国情怀、梦想、人生、执着和管理。其中有一句话我印象深刻：“我们不做绵羊，也不做豺狼，我们做大象。”

绵羊太过懦弱，从不反抗生活带来的困难，只是一味被动地接受。绵羊永远只会盯着眼前的那一块草地，拼命地吃着，从来不为自己长久的生存做考虑。而狼群却太过蛮横无理，践踏规则、无视道德、唯利是图。一看到有利可钻就一拥而上，争权夺利。没有人文关怀的狼群只会耗尽每一个成员的体力后慢慢衰败。赵总提出，我们做大象。开始我是不解，随后一下就明白了赵总的深意。

大象沉稳执着，永远不会因为眼前的小事像绵羊一样仓皇逃窜，而是用自己绝对的力量跨过去、走过去。丛林密不透风的树木？我们撞倒大树开出条路来；草原上半人高的野草？我们劈开荆棘走出条路来。

大象自信强大，从不畏惧猛兽的挑战，因为他们是世界上最大的陆地动物；因为他们有庞大的族群可以依靠；因为他们有强大的力量和象牙可以倚仗。这种无畏，来源于对自己的清晰认知，来源于对团队无限的信任，更是来源于对自己能力强大的自信。

现在社会上很多公司提倡所谓“狼性文化”，其实就是没有下限地处心积虑地做业绩做任务。但这些都是短期的效果。做一群稳步向前、稳如泰山的大象，才是宏珏想要的：一步一个脚印，披荆斩棘地为后人走出一条路来。

把自己想得伟大一点

魏晶



这个月底，听到了几个小故事，回首来时路和我月末的经历，让我更觉庆幸。同时也更加深刻地懂得了公司培养奢侈品行业精英的使命。

光速成长的宏珏人

这次米兰行里，两位同事独立去和一个非常有实力的品牌谈判战略合作。我开玩笑地说：“我是看着他们长大的。”这些年轻人固然优秀，但是这个成长和进步的速度，足以让所有人惊讶。而这样的速度，只有宏珏这个平台可以给予。

公司给予的是一个充分相信员工的平台。在这个平台上，公司从不以年龄和资历去评判一个人，而是需要你以能力、意愿和成绩来争取机会。只要足够优秀，公司不仅给你机会去展现自己，甚至会给你一个机会去推动公司的变革和发展。其实以我们本身个体的能力，很难有机会去做一件伟大而了不起的事情。但因为 we 身处一个这样的平台之上，每一个人都敢于做梦，更敢于圆梦。

公司提供的是一个真正塑造员工能力的机会。在每一个优秀的年轻人身上，我们都看得到了一种不容分说的自信。这种自信源自于公司一直不惜一切代价地去培养每一个员工的人才战略。这不仅是给员工自由发挥的空间，更是手把手地教会员工做事和做人的道理。成长最快的方法是实战，但既然是实战，就意味着会有代价，会有风险，会有损失。然而，宏珏公司一直以来都在不计成本地为员工提供这样的机会，给员工赋能，培养思路，教授方法，让大家在一次次充分参与中快速提升。在这个商业社会里通行的法则是去找有经验的人来做有挑战的事，因为这样在风险最小的同时，收益最大。而缺乏经验的新人就没有机会可以参与到核心的工作内容。而宏珏，却舍得失去、勇于担当，为员工提供了一个没有后顾之忧，只需踏实成长的“VIP通道”。



远嫁他乡的宏珏人

在宏珏将近十年的时间，我发现公司确实给奢侈品行业培养了非常多人才。无论走到哪个城市，哪个商场，都有超高概率遇到我们的前同事。她们往往会在和我聊天的过程中说到一句话：“这是宏珏给我留下的烙印。”每每这个时候，彼此虽没有过多言语，但都很感动。

这次出差，我又偶遇了前同事，她现在在某品牌工作。她和我分享了宏珏和行业内品牌最大的差别：除了宏珏，不会有任何一个品牌会在招聘销售顾问时，选择没有经验的新员工。而在宏珏，我们用各种制度和培训保证新员工会有公平的机会去接待顾客。这位前同事的原话是：“能够有魄力做出这样决定的领导，真是了不起。因为这个选择所对应的可能是培养员工时巨大的成本和代价。放弃本来万无一失的销售数字，宏珏愿意承担风险让新人成长。这特别令人钦佩。”

我想这是宏珏最了不起的部分之一。公司内外，目光所及，育人的使命贯穿在每一个决策，每一个制度，每一个方法，和每一个人的身体力行里。这是我们所有的核心和能量！反观自己的工作，是否真正能够从每一次言行里把公司这种对我们的大爱和信任，这种纯粹和善意，传递给我的团队。不去索取什么，而是去看自己是否足够优秀，是否能够成为大家的榜样，能够教会大家更多的东西，帮助大家成长。把育人作为第一己任，让大家体会到更多力量，进而自愿传承。

让自己更伟大一点，今天又有了新的理解，新的力量！



创业者心态

郭晶

还记得月初的时候，赵总开会时提到的“创业者心态”思想让我受益匪浅。创业者，在黑暗中看到光明，在微光中发现星河，不单纯做身居高位的管理者，而是成为大小团队旋风的中心。以身作则的形象本身，是心中拥有着各种大胆理想，眼里有广阔未来的“天才和傻子”。“创业者心态”和“主人翁意识”也成为了我个人的九月关键词。

金九银十，作为下半年高强度销售战役的第一炮，九月这个开幕来势汹汹。华东区在九月初始，便经历了多家店铺严重缺编的困境，招聘的工作迫在眉睫。然而在一场又一场的面试中，我因面试者对公司文化、品牌发展的一知半解感到失望。而正当我一面抱怨着应聘者的质量，一面坚持着“面试高标准”的时候，雨韵一席话使我豁然开朗起来：“求职者对于公司的不了解不能够成为被淘汰的理由，我们要做的是判断个人价值观与公司文化之间的契合度。”我作为宏珏的一份子，看着GIADA品牌逐渐壮大、疆土开拓到地球那一端，她已然成为了不可超越的存在。但反观我刚入职时，我对于品牌的了解也很片面，只知道衣服价格高；对于宏珏也了解甚少，只知道它不惜成本在美国高校轮番上演宣讲会。而在这个大家庭中度过的日日夜夜，我们从不曾将学习公司文化当作板上钉钉的规定或任务，而是在一个个挑战、一次次身边人鲜活的案例、一场场突破和开拓中去感受文化、吸收文化、升华文化、成为文化的。文化从来不是一门课，也无法成为一门课。那些通过快速百度短时记忆，在面试时对公司文化如数家珍而侃侃而谈的面试者，其中不乏急功近利、囫圇吞枣的“应试者”；而真正能够成为宏珏集团一份子的璞玉，可能也曾如初识宏珏时，有过迷茫、不确定、不透彻。如此想来，这样一份按部就班“标准至上”的面试工作，突然就变得有趣而富有责任感起来。



因为这不再是机械工作，而是与学生交流、规划、探讨、造梦、逐梦的过程，更是去选择、打造、引领最新战队的根基工作。即便GIADA已在中国版图上坐落六十家专卖店，即便十几年的美国梦也近在咫尺，宏珏仍不改它创业者的标志。创业者心态和主人翁意识仍然是我们前进的明灯。

主人翁心态，第一次我真切感受到这个词，是在常州泰富团队身上。作为2019年零瑕疵战队，它一直成为大家传唱的神话战队，再多溢美之词都无法匹敌这群女孩身上的荣耀。然而只有她们自己知道，哪儿有什么不败神话，有的只是在一场场鏖战中不放弃的坚定，那份坚定来源于泰富女孩每个人完全的付出，是六个人缺一不可的主人翁意识，创业者心态让这个南方小城在全国闻名。我永远记得月中活动后，大家带着疲惫的身躯夜聊到深夜，肯定团队的韧劲，感恩自己的坚持，笑了一天的大家一时眼眶湿润，不舍得离开。那一刻，没有人能够轻易地定义这份工作在这群女孩心中的地位。

我们是“宏珏”命运的共同体，我们是“美丽”事业的合伙人。每一个华东人都是不平凡的人，都是怀揣梦想的人。我们打造着最优雅有品质的理念生活梦；我们追逐着中国奢侈品领军人物的强大中国梦——以奋斗为马，以慈善为灯，以快乐为石的宏珏梦！

艺术与生活

姚首君

和米兰大概是有缘，读书和工作都与这个欧洲城市分不开关系。工作之后也常来，但是每次感受和收获却都不一样。

九月份米兰周期间公司安排了工厂参观。在参观出发前得知，稍后和同行的设计师Silvia一辆车。车程有两个多小时，我心中忐忑，不知道这位陪伴GIADA多年的金牌设计师能有什么话题。

赵总说：“没有关系的，Silvia非常健谈。”

上车后简单自我介绍，Silvia友好地回应，一路上便开始谈天说地。Silvia学生时代最初在佛罗伦萨学习珠宝设计，后来对服装感兴趣，于是来到米兰。还没毕业她就被服装设计大师Gianfranco Ferré发现，担当设计助理。后来在Gianfranco Ferré的鼓励下索性退学，又跟着他加入了Dior工作了十多年。她在米兰和巴黎工作生活，认识的人和事无数，话题也无数：从艺术到设计，从欧洲的文化历史到当下火热的可持续发展。从业多年于欧洲的花花设计圈和艺术圈，Silvia对于美这件事有着自己的见解，而我作为晚辈，也很乐于向她请教交流。Silvia和我说，人之所以需要审美，是因为世界上存在着许多的东西，需要我们去取舍，找到适合我们需要的那部分，即美的事物。

于是我问到Silvia是如何结识赵总和李总，又是怎么选择展开合作的。Silvia顿了顿略微严肃地说，从赵总和李总两个人身上，她能够看到一种品质，那种品质是她曾在八九十年代推动奢侈品行业真正发展的大师和企业家们身上看到的。而对于工作交集更多的李总，她更是将赞美之词溢于言表。她说：“李总知道GIADA需要什么样子的设计，总是能够很好地平衡设计、艺术、商业、实用，能够带领着设计师团队找到最佳契合点。”她还认为赵总和李总有一个vision，





这个vision是对奢侈品行业的热情与执着，是对GIADA这个品牌的梦想与坚持，更是对这份事业的自信与笃定。这也是她选择和GIADA合作非常重要的原因。

在了解了我曾经的学习经历和现在的工作内容之后，她认为这是一个非常有挑战性也十分值得去挑战的岗位。这是需要vision的工作——不仅需要知道品牌形象的工作如何去执行，更要知道如何去做出判断和抉择。这是一个需要对品牌有着充分的理解和认识，需要具备管理规划以及决策能力的岗位。她惊讶于公司让一个个年轻人担当重要的岗位和部门负责人，也鼓励我们应该勇于担起重任迎接挑战。

身处米兰，回望自己经历，再一次无比坚定当时从米兰回到深圳的决定，也非常庆幸加入了宏珏这个团队，有了一群优秀卓越又志同道合的伙伴。“作为中国人在欧洲读书，和作为中国人带项目来欧洲工作、谈判，是截然不同的两种体验。”这是当时入职前雨韵非常打动我的一句话，而每一次来米兰出差，都让我不断加深了对这个观点的认知。当我向曾经的大学教授提出合作建议，当我和曾经实习公司的老板开展谈判，当我和曾经的大师和前辈同桌共事，每一次都是挑战，每一次也都是学习。在欧洲人的传统行业和优势领域，我们作为中国人，每一次言行和每一份工作，代表的是品牌，更是国家。

饭间赵总笑着说：“我们在意大利还是很有口碑的，大家都说我是个好，我们公司是个好的公司。”得道多助，我们秉持着中国人的坚忍不拔和宏珏人的优良传统，征服欧洲和全世界的时尚和奢侈品行业可能会很难走，但是我们一定会坚定不移地走下去。



光与盐

邬晶

一个普通的周六晚上，与同事们加班后出去聚餐，饭后闲谈明天该给销售部大伙们分享点什么新资讯。听着化工男同事对Elle“评头论足”，我这个金融女也不甘示弱地挖出Dior的19高定大秀做文章，不知不觉我们便在饭桌上把当下时尚写手分析了个遍，“废寝忘食”的专业精神把自己都逗笑了。回望进入宏珏的这半年，从当时对奢侈品领域完全的未知，到现在渐渐走进奢侈品圈并为之共同奋斗，宏珏这个神秘优雅的“lady”让我改变，甚至说是蜕变了许多。

初识GIADA，是在大三。那时的我还是个正在实习的新人。一次偶然，听到了清华的同事谈起GIADA，言语中不吝对于它的赞许与向往。那时，GIADA便在我心中埋下一颗神秘又高远的种子。不找代言人，不打广告，每年赴美招聘，将一群没有奢侈品从业经验的璞玉们吸引回国，在红色家国情怀烘托下，我们被慢慢地打磨，宏珏就是这么一个特别的存在。尤记美国宣讲会，第一次被惜才善用的“赌玉”文化吸引，被公司肩负培养中国奢侈品管理精英的使命震撼，看着宏珏走过十年的“寒窗苦读”，十年的“韬光养晦”，不由期待着自己加入宏珏后的又一个新的十年，创造新的高度。

从部门建立之初的四人发展至如今十一人的大部队，营销部整体茁壮成长，使命也越发艰巨。“当年部门四个人做的不只是四个人的工作，如今我们十一人的目标也不仅是完成十一人的工作。我们营销部的精神就是敢于接受挑战，勇于挖掘潜力，乐于不断创新，善于用自己小小的力量去影响其他人。”是宏珏选择了青涩成长期的我们，不惜精力去细细“打磨”、“雕琢”。感动于这种互相选择，互相信任，共同进步的决心与恒心。

还记得刚到部门时，我对于自己的工作有一百种想法，每天脑袋里想的都是



“大刀阔斧”地优化，仿佛所有问题在我看起来都不该成为问题。我期待着调配工作能够自动化解放劳动力，盼着设立100%完美健全的规章制度来让每个门店学会自我约束，对着专卖店分单制度指点江山。想立刻给部门、甚至给品牌提出建议，争当团队里的“光”。而三个月的北京站店实习让我真正了解到了厚积薄发有多重要。一线销售岗的工作既要有高度又要能落地，既繁琐又纯粹，既有挑战又需稳扎稳打。领悟到其中复杂性的我，不得不将脑中对销售管理的乌托邦蓝图擦个一干二净。有一段时间，我迷茫了，觉得之前天真的想法毫无实操性，自己给团队带不去多大的贡献。这期间，公司对我们的耐心指导，部门同事的加油打气，一步一个脚印扎实的小成就感让我渐渐在工作中找到自信。我感悟到，没有人能一下子成为最亮眼，最能带给人方向的“光”，选择做“盐”一样看似平凡但却很重要且时时处在身边的角色将成为我下阶段工作的信条之一。品牌的战略发展部署，赵总满腹的家国情怀和培养中国奢侈品精英的使命都是我们宏珏人前行的“光”，而我们个人的使命便是在此时此刻的岗位之上尽善尽美地去夯实本职工作，营销部的我们也将争做全国销售团队的“盐”，伴于左右，一齐砥砺前行。

宏珏人在路上。GIADA的使命从不是创造一个意大利的爱马仕，而是去创造一段传奇，属于我们自己的传奇。一个民族之所以可以立于世界民族之林，必定有独特的气质内涵。美利坚的开拓创新、法兰西的优雅浪漫、德意志的认真严谨等等。这背后，是一个民族对于自己文化的高度认同和自豪，并将其延伸至生活各个层面，直至形成世界性的影响。宏珏，也将秉承中华儿女不畏难，不放弃的精神，走这条从无人踏上的征途。裕业有孚之，宏图大展时。



Let the Thoughts Speak

张涵影

我仍然记得我们到达西班牙Majorca小岛的第一天，站在Neuendorf House被丛林环绕的灰粉色高墙上，所有的人都惊叹着流连于这如同穿越时空而来的建筑物，啧啧称奇。而此时的Claudio Silvestrin只是满脸谦和地站在一旁，并笑着说：“作为一个建筑师来说，这个作品还能算得上是个不错的起点。”

见惯了不少夸夸其谈的商业属性的所谓“艺术家”，Claudio这如同凉白开一样寡淡的开场白倒真是令人感到出乎意料的清爽。然而这仅仅只是一个开始。在接下来的“旅程”里，他如同一个长辈一般丝毫不吝啬地和我们分享他的故事和人生感悟。

他说他曾是幼儿园里唯一一个不用午睡的孩子，老师们的管教非常严格，却独独拿他没办法。他曾偷偷在午休期间翻墙逃出幼儿园躲到冰激凌店里，靠着一句理直气壮的“我妈妈明天会来付钱的！”把不同口味的冰激凌美滋滋地尝了个遍，却吓坏了到处找不到人的幼儿园老师。从此他就获得了不用午睡的特权，每天中午都跑到厨房里乐此不疲地帮助清洁阿姨洗碗。“你看，我就是这样一个从小就不会妥协的人！”说完，Claudio靠在院子里的长椅上哈哈大笑。

也正是因为这样一股子从不妥协的劲，Claudio在初中毕业后也凭着一句“我要么就去学艺术要么就出去打工”的“威胁”如愿获得了父母的允许走上艺术道路。而成为建筑设计师之后的他，也仍然永远“执拗”地坚持着自己无比纯粹的设计思想，从不中庸。他甚至不喜欢“极简主义”这个词，因为他认为Claudio Silvestrin是自由的，那代表着他自己，没有人可以用任何一个框架来定义他。因而他坚信一个好的作品不是设计师一个人完成的，而是需要一个同样优秀的客户在审美高度上达成统一，并给予设计师充分的信任和自由。因此在

“我一边听着李总介绍GIADA品牌，一边脑海中就出现了一朵盛放在凛冽岩石上的花。在这几分钟里，我就完成了这个项目的设计构想。”



Claudio的眼中，世界上只有两种人——要么就是无法沟通的陌生人，但只要是被他接受的客户，就一定会成为挚友。

GIADA就是他的挚友之一。他总说设计GIADA的店铺全凭直觉，“我一边听着李总介绍GIADA品牌，一边脑海中就出现了一朵盛放在凛冽岩石上的花。在这几分钟里，我就完成了这个项目的设计构想。”

Claudio常常谦逊地将他的设计才能归功于他的天赋，然而这对复杂信息敏锐的感知能力、视觉阐述能力，又何尝不是源于日复一日的努力、学习和思考。为了求学，Claudio中学毕业后就只身前往伦敦，当时身上只有10欧元，仅凭着在咖啡厅跑腿的工作维持日常开支、学费和房租。在这样的条件下，Claudio仍每天一有空就泡在图书馆和博物馆。也正是这样的毅力和热忱，让他有一天在书店里读到了艺术家Paul Klee的一句话：“最伟大的艺术就是建筑”，这让他从此就找到了人生的方向，走上了专注于建筑设计的道路。

“有时候人们的欲望太多了，会多到令你一事无成。”Claudio在米兰Nobu餐厅里对我们所有年轻人告诫道。反观他的人生，那正是一个不断“做减法”的过程，从一个什么都爱吃从不挑食的小男孩，到坚定了艺术道路的青少年，再到后来专攻建筑设计，以及最终形成极其鲜明的极简风格，并只与几个特定客户保持着合作。这个过程也反映了他在不同阶段当中，思想的变化与成熟，而这样“思想进阶”的过程，正是Claudio所坚信的人生意义的所在：物质和肉身终会灰飞烟灭，而思想的光辉却是永恒的。也许所有真正的艺术家都必须是哲学家，如此这般他们的作品才能拥有真正震慑人心的力量。

正如Claudio的妻子Giuliana描述他的作品为“the power of silence”一般，在永恒的静默面前，let the thoughts speak。



骑单车的文化

何知非

9月伊始，赵总与厦门大学新闻传播学院的邹教授分别给我们上了一堂课，出发点和对象不同，但竟不约而同地选择了同样的主题：文化的传播。更巧合的是，两位提供的方法也如出一辙：传播需要用动词，文化需要靠行动。

我最喜欢的是邹教授所提到的“单车理论”。舆论需要激聚，并讲究压强。将所有力量凝聚在一个点上迸发，从而有了三千个伊拉克人与一个骑单车的人，有了众人皆醉我独醒的屈原，有了“我是个卖菜的”高雄市长韩国瑜，有了错过了所有榜单的《弱传播》，未来也将有其他奢侈品品牌和GIADA、其他的奢侈品管理公司和宏珏。

还有哪个品牌、哪个企业比GIADA和宏珏更适合“单车理论”？只不过此前我们没有意识到要这样塑造我们企业内部和公众形象；我们员工没有发现她们正在参与一项伟大的事业，去改变奢侈品行业的格局；我们的客户与潜在客户也并不知道她们所支持的品牌有着其他奢侈品品牌所没有的坚持与创业文化。

其他的奢侈品品牌都是普通玩家，标准配置：以家族运营起家，享受了历史红利，从欧洲到全球到中国，严格遵循奢侈品的发展规律；GIADA是高端玩家，自定义配置：因艺术文化传承而惺惺相惜，突破了历史桎梏，起源于欧洲，立足于中国，拓展至全球，自创了奢侈品的发展新路径。其他奢侈品管理公司都是氪金用户，不差钱买顶级装备，稳坐排行榜尖端；宏珏则是初生牛犊，自己组建战队，凭着一股大无畏的精神和家国情怀一路打怪升级。

GIADA的故事就是“骑单车的故事”，宏珏的文化就是“骑单车的文化”。



左一: La Repubblica记者Bettina Bush

棋

石凌霄

三月里,大概每一位同事都在期待着GIADA的重庆大秀了!能够有机会亲眼见证无数同事日日夜夜的心血,确实是“流光溢彩,翩跹而来”。台上十分钟坚定的步伐背后是品牌稳扎稳打的发展,是品牌建设者的共同努力。大秀的震撼就像热辣辣的重庆火锅让人沸腾,我难忘的还是赵总的围棋课,像吃完火锅后的一杯绿茶,值得静静品味。

我第一次听到这样的诠释:围棋没有象棋那样短兵相接,也没有军旗那样等级森明,更不像国际象棋兵戎相见,它规则简单却千变万化高深莫测。对于我来说黑白分明的棋子在赵总的诠释里却是东方博大精深的和谐文化。若不懂得棋理就不能谈棋艺,不懂得棋道则更不能谈棋理。围棋之道,强调的就是这种“天人合一、和谐共存”的哲学思想。就像我们做品牌也是同样的道理,赵总说:“我们做品牌就是这样的一种围棋精神,不陷于“争斗”之道,而追求一种平衡与和谐。”很多品牌竞相模仿我们的设计以及运营管理模式也让我们时刻提醒着自己去更快地发展!如果没有把握好棋局中存在的平衡关系,行棋过强,往往会功败垂成,行棋过缓,又很容易错失良机。围棋的每一次落子都是在追求平衡和打破平衡的矛盾中交错的,而平衡之难在于“贪者多亡怯少功”。

棋子有黑白之分,棋形也有薄厚的差异。我能有与赵总对弈的机会当然不能错失,虽然知道自己围棋忘了大半,但总觉得以自己的年纪可以胜在敏捷。落子只求迅速,处处试图争先,棋形也愈发露出薄弱之率,赵总虽让我先行,却步步为营,落子踏实,棋形厚重而有力。一看到连续几个子被赵总形成合围之势,我更沉不住气了,要救几颗棋子反而要损耗更多,小得的背后是大失。后知后觉的我惊呼,原来赵总舍弃掉明明可以去救的棋子,反而是在形成更大的趋势。围棋



得失其实不是靠棋艺，双方较量的是博弈者的气度和境界。气度即胸怀，境界即格局，把我们自己想象得再伟大一点不是恃物生骄，而是希望每个人都能着眼于未来而不单单局限在眼前的利益。黑白如虚实，只顾着眼前利益就会忽略远景，只看未来不重眼前又会好高骛远，虚实结合，既有做好当下的踏实也有追逐大梦之气魄才是围棋教给我们的平衡。

记得19春夏大秀的主题“镜生象外”，GIADA所展现的“游于艺，镜生境”，像极了围棋的有限与无限。棋子是有限的，可变化却是无限的，正如三百六十颗棋子所创造的变化从古至今没有重复过。品牌建设者的能量是有限的，可凭借着前人后人的经验智慧，可以让品牌无限地传承下去。行棋运子实，重视有限；行棋运子虚，重视无限；以有限为根基，以无限为枝叶，便能生出一整片天空来。而作为品牌的建设者，行事如下棋，下棋轻快落子如飞，或步步精心落子沉重。轻快忌急躁，沉重忌滞缓。急者易出差错，缓者易失良机。在职业发展的路上，乐观易急速前进，悲观的人易缓慢不前，唯独有自信的人才能悠然行走。想到这一层，我才慢慢品味出赵总说过的“给人智慧、给人自信、给人快乐”的深意。

短短不到一盏茶的时间，赵总却用下棋教给我们对人生大有裨益的道理。能有这样的机会是件特别幸福的事，下棋如渡人，一局一局，一程一程。似乎没有人能下出一局全盘无误的完局，贵在能否知错、能否改过。如此以往，我们都能变成更好的自己。



看得最远的地方

丁扬

此趟时装周让我我不禁感叹——公关，真是一份令人着迷的工作。看着反复沟通的细节通过各种各样的形式呈现在大家眼前，再看到各种各样的人被GIADA这五个字母所吸引，是件值得由衷开心的事情。在工作中最吸引我的是工作中所遇见的人，包括每一位宏珏人和每一位媒体与合作方。各种交谈的场景都好像梦一样。不约而同放声大笑的时刻，回想起来不甚记得因为什么内容笑出了声，只记得那样的时刻里闪烁着明亮的光。

无数个早起熬夜的日子过后，大家围坐在Baglioni酒店的餐厅里。听到Rosa讲很多年前与赵总拜访供应商的故事，脑海中我不断想象着那样的场景。再后来我们笑了，湿润了眼角，碰着手中的红酒杯。清脆的碰杯声砰砰响。这便是熠熠生光的时刻，是会让让我从心中感叹“活着真好”的时刻。

二零一八年九月我加入宏珏，到今年九月刚刚好满一年了。蓦然回首，意识到自己在这过去的一年里，成长为了一名真正的宏珏人。如果你问我，宏珏人是什么样的？倘若只能用一个词来形容的话，宏珏人就是自信的。除此之外，还有一个词——宏珏人是硬气的。而我们之所以自信和硬气，并不是因为我们是一个热衷于一掷千金的品牌方，而是因为我们深知，我们有最好的品牌和产品，也有最好的团队、最高的素养、最专业的能力与实力，和看得最远的梦想。这些都是我们自信和硬气的根源所在。

犹记得在和Vogue China副出版人交流的时候，她说了这样一句话，她说“我发现你们公司好多常春藤名校毕业的人，这是为什么呢？我原本以为从国外顶尖名校毕业回国的人容易选择在中国的外企。”她还笑说，宏珏可真是“藤校收割机”。我于是告诉她，三月份重庆大秀WWD的特邀记者也提出了同样的观察

因为我们是一群与众不同的、有想法的人，我们从世界各地天南海北相聚在宏珏，不仅仅因为她是中国唯一的
一家控股运营奢侈品的公司，更是因为这是一个有爱与
理想的地方。



和问题。我笑称这是宏珏的魅力的集中体现之一。因为我们是一群与众不同的、有想法的人，我们从世界各地，天南海北地相聚在宏珏，不仅仅因为这里是中国唯一一家控股运营奢侈品的公司，更是因为这是一个有爱与理想的地方。

最后我想借用前不久在网络上看到的一句话作为这篇工作日志的结尾。这句话是这样的：“You need to have a LOVE for what you are doing. It is not about thinking it is a cool thing. It is about really believing in it.”

这句话的中文大意是：“你需要爱你所在做的事情，这份爱不是说你觉得这是一件在别人看来很酷的事情，而是你真正相信它的意义。”

我想我是幸运的，因为我正在做一份深信不疑的事情。

中国精神，中国红

Anita Chang



右一：Ghermezian家族成员 Triple Five Group创始人之一

在这个十月，中国惊艳了全世界！

今日中国，如我们所愿，源于我们的前人。而明日中国，是否如下一代所愿，则取决于现在的每一个人。

国家给予的强大自信和希望使我感受到从来没有过的激动。我订了10月1号中午时分的班机飞回台北，就是希望能看完阅兵再走。我很高兴自己做了这样的安排。从电视机旁一起参与了那激动人心的阅兵式典礼，那些雄赳赳，气昂昂的热血青年，顶着国家代表的荣誉，没有苦、没有累，只有国家至上！就像是被郎平带领的中国女排，在赛场上唯一的使命就是唱国歌，升国旗！这就是中国精神！

中国精神也是宏珏文化的精髓，大部分的宏珏精英是被宏珏文化吸引来的。和这群30岁以下优秀的小伙伴们工作了几个月，我发自内心地感受到，中国今天的伟大，是前人筚路蓝缕的心血结晶。中国未来还要强盛，绝不仅只是因为地大物博或人口红利，而是因为有无数的顶着中国精神的热血青年！虽然中国精英出生于更先进更优渥的环境，也有更好的教育背景，但中国精神才是让他们屹立群雄脱颖而出的关键点！

都说90后是如何的自我和不安分，但我感到特别幸运，因为在我身边的90后面对第一份工作的敬业精神时常令我惊艳。我常想他们是何其幸运，在职场中的第一步就能够参与这么具有挑战性和意义的项目。身处在如学院般单纯而且充满正能量的环境中接受点滴灌溉，更重要的是还有一群有经验的长者用如父如母般地真心培育他们。假以时日，必然会见到长江后浪推前浪，青出于蓝而胜于蓝。从另一个角度看，我也觉得我非常幸运。恭逢其盛，有幸参与中国成长的时期，更在宏珏认识了中国人的骄傲，还能负责CURIEL这么有意义的项目。我读了一篇

中国的明日在我们手上，而明日的中国在他们的肩上，我们要一起把国家的大旗精神抖擞的敞开在世界地图上。



有关于郎平如何带领中国女排屡战屡胜的报道，深有领悟。郎平用女排的连胜在使命、价值观、用人和组织给我们上了深刻的一课。而最令我感动的则是这样的一段话：“有时候知道不会赢，也要竭尽全力。一路虽走的摇摇晃晃，但站起来抖抖身上的尘土，依旧眼神坚定，只要我还有口气，我就能战到底！”此时，我也发现职业生涯中的更高一层的意义。过去许多的数字定义了我所谓的成功，但那不过是昙花一现的灿烂。今后若能将这群小伙伴们带成一个精英队伍，将我们的梦想和使命推动下去，即便成功不一定在我，我也觉得意义非凡。

说到这，我恨不能将自己多年锻炼的有形无形的功夫都一股脑儿地传授给所有小伙伴们。中国的明日在我们手上，而明日的中国在他们的肩上！中国精神要代代相传，中国红将万世流芳！

愿我们都能因责任而步步推进，因梦想而无畏前进，因热情而快乐前行。为中国尽一份心力！

中国加油！宏珏人加油！CURIEL加油！

肩上是责任，背后是祖国

张政



宏珏集团代表与Zegna集团高层会谈

右一：Zegna集团首席战略官（前首席财务官）Franca Calcia

右二：Zegna集团首席执行官Ermenegildo Zegna

右三：Zegna集团董事（前Salvatore Ferragamo首席执行官）Michele Norsa

二月，宏珏精彩继续。GIADA米兰大秀盛大开幕，台前幕后，精益求精。GIADA北美首店落位波士顿中心，亭亭玉立，熠熠生辉。CURIEL品牌迎来时尚界资深领袖，重整旗鼓，再次扬帆。

“资本主义都是纸老虎”，这句话从小到大听过很多次。回忆自己七年前，来到美国，设身处地地想象着口口相传的美国的种种先进与美好。四年毕业后，我毅然决定回国。我相信与其在美国人面前把自己伪装成Banana，不如回到自己的土地上，用在美国领授到的先进知识和思想，为自己的民族和国家贡献力量。我深知，相比美国，我们的自信、科技、科学管理依然存在着诸多不足。但在美国呆了四年的我更坚信，我们中国人在很多地方比美国人努力，比美国人优秀。

我再次随着宏珏团队来到米兰，为宏珏的下一步战略布局攻城拔寨。这次的谈判很顺利，我们带着诸多设想来到米兰，经过这一轮的博弈，对手不再武装之前的锐气，而表现出真诚合作的意愿。而这一切我相信不是因为我们作为公司代表做出了什么了不起的努力，而是源自于公司的发展、国家的强大。

西方人从小听得见太多关于中国和中国人的种种谣传。近几年里，中国人大摇大摆地以富豪的姿态出现在世界的各个角落：中国企业飞赴海外收购球队，收购酒店，收购奢侈品品牌；在一带一路的沿线国家，中国人修铁路，盖学校，搞基建；在非洲的小国，中国扶持他们发展信息技术，中国企业在这里修信息站。而西方人从小耳濡目染的，是中国人的种种陋习和各种不可思议的行为。因为在那时候中国弱，中国人穷，到了西方也只能靠自己的吃苦耐劳从事着社会最底层的工作。而当西方人看到真正的中国人与他们意识中的中国人截然不同，他们猜疑，他们恐惧。



左一：Colombo集团董事长Roberto Colombo

在每一次谈判过程中，我们都亲身感受到对方的猜疑与恐惧。然而，在我们肩上背负着责任，我们相信宏珏人在意大利就代表了中国人的形象。宏珏人理解并热爱意大利的文化，帮助意大利的小众奢侈品品牌来到中国的广阔市场，实现全球化布局与发展。也正是由于这一点，越来越多的意大利合作伙伴选择我们，认可我们，信任我们，愿意与宏珏合作。

这次米兰之行，也发生了一点小插曲。在米兰大教堂附近的一家饭店，众目睽睽下，监控录像下，就有意大利的小偷偷走了我的包。当我来到米兰警察局，米兰警察局对我们这些受害者不屑一顾，对小偷的犯罪证据不闻不问。等了四个小时换来的只是一张简简单单的丢失证明。而与意大利警察局形成鲜明对比的中国驻米兰大使馆，全天候的热线，热心解决着中国人在米兰遇到的种种问题。就在第二天，还是星期六，中国驻米兰大使馆大使加班为我们加急办理旅行证，作为我们回国的通关证明。当天下午我拿到了这张证明，凭借它，我如期顺利地回到祖国。当我的脚重新踏在祖国大地上时，我由衷感叹祖国的富强、安全，和大国崛起的硬气。

我可能永远无法忘记，在海外向中国大使馆致电时说出的那句“您好！我是中华人民共和国公民！”也永远无法忘记，我身在异乡，而电话另一端传来温暖的中国话：“请您明天上午10:30到大使馆，我们将有同事加班为您办理证件。”更永远无法忘记，当我们敲开中国大使馆紧扣的大门，也是中国人的面孔将我们从瑟瑟寒风中迎入温暖的大使馆办公室。我为自己是一个中国人感到自豪！

宏珏人肩上背负着中国的责任，我们从不惧怕！

因为我们背后有祖国的强大！

祖国七十华诞盛典有感

郑冰



今年国庆节是新中国成立七十周年的重大历史时刻，我们有幸见证了这场让中国人热血沸腾、骄傲自豪的国庆庆典。

天安门城楼在这一天庄严雄伟，长安街气势更加磅礴，全世界都在屏息着等待这神圣的一刻。七十年前的今天，毛泽东同志也正是在这里向全世界庄严地宣告：“中华人民共和国，中央人民政府今天成立了！”而在今天，历史重现了它的辉煌。七十年后的同一时刻，中华民族在世界舞台上站得更高，也更为瞩目。习近平主席向世界宣告：“让我们不忘初心，牢记使命，为实现中华民族伟大复兴的中国梦而努力奋斗！”多么铿锵有力的誓言和决心，这是亿万华夏儿女所期盼的盛世中华！

此时此刻我相信全中国人民的心都是在一起的，我们的团结必将铸造一个坚不可摧的世界强国，必将满足人们对美好生活的向往，必将实现中华民族伟大复兴的中国梦！接踵而来的主席阅兵仪式向我们展示了59个方队，将近1.5万名受阅官兵，160余架受阅飞机，580台套装备，这体现了一个军事大国的强大力量和维护人民和平生活的坚定决心。

看完这两个多小时的庆典大会，我心久久不能平复。我为我生于这个伟大的时代感到庆幸。我愿成为中国造梦的一份子，贡献自己微薄的力量，不忘初心、砥砺前行，奉献出自己所有的光和热！

我不禁还想到我们宏珏的使命和愿景。前不久我因编织李总的论文副本收集了公司发展足迹的各种资料，看见赵总为论文副本写了序。序里写了二十年来宏珏一直践行着为中华民族伟大复兴的目标而努力奋斗的历程。宏珏作为一家秉承人文精神、有着极强社会责任感与家国情怀的企业，自创立伊始便选择了

宏珏作为一家秉承人文精神、有极强社会责任感与家国情怀的企业，自创立伊始，便选择了一条领时代之先的道路，以独有的商业模式将富于文化艺术魅力的意大利品牌在中国市场中深耕厚植，赋予其无限的发展空间和生命，并将之带到世界的各个角落。



一条领时代之先的道路，以独特的商业模式将富有文化艺术魅力的意大利品牌在中国市场中深耕厚植，赋予其无限的发展空间和生命活力，将之带到世界各个角落，将低调奢华的意式美学传播到更远的地方。

文中，知非根据赵总创立YI品牌的初衷，深化阐述了我们的使命。YI为传承而生，以中国最辉煌的历史文化作为品牌起步的切入点，以中国五千年的艺术瑰宝作为历史背书，渗透融入灵感创作中，凭借当代设计手法，赋予中国传统的美学生活方式以新生。

中国曾是奢侈品的发源地，而宏珏的人才战略便是培养中国奢侈品行业的精英，成就一个中国奢侈品牌，并以其为载体，向世界宣传中国五千年来的浩瀚文化艺术遗产。

对于宏珏人来说，这就是一个最美好的时代。

继续远航吧，载着中国梦，乘风破浪！