



红  
玉



紅  
玉

红石人特刊

2024



目  
录

01 /	以无厚，入有间	何知非
05 /	向美、向上、向善	郑冰
07 /	三年之期	杨迪
09 /	这一年，我们的一年	周思烨
11 /	红珏心语	任雅姝
13 /	美丽	沈怡兴
15 /	八月如花 宏珏如画	陈慧琪
17 /	玫瑰绮梦，GIADA之诗	王小玲
19 /	见字如晤	秦雨森
21 /	奋斗精神永流传	路艳君
24 /	Forever Young	黄欣然
27 /	看红珏人	马轩
30 /	热爱与追求	孙美灵
32 /	优雅的不同形态	邓施远
34 /	读红珏人在感	王瑾
36 /	不可能也会变成可能	张晗
39 /	书韵飘香，精神领航	张佳
41 /	红珏人，反思与再出发	张羽
43 /	终将抵达	张可童
45 /	细节，细节，还是细节	李悠扬

目  
录

48 /	持续热爱 持续坚持	尹嘉玉
50 /	没有那么多天赋异禀，优秀的人总在翻山越岭	刘心茹
53 /	长期主义	单邈
56 /	GIADA WOMAN	刘伊林
58 /	使命必达	张恒子
60 /	遇见同频	谭翹楚
62 /	《红玉人2023》读后感	黄语昭
64 /	万物归一	丁合怡
66 /	自信、底气与从容	薛羽迺
69 /	拼搏创造奇迹的宏玉人	黄璇
73 /	无用之用	李全
76 /	奢侈品中的文化使者 - GIADA	严莹
78 /	岁月流转，初心如磐	曹新建
80 /	静，但掷地有声	黄凡畅
82 /	自定义	刘洪涛
84 /	以心为灯	孙雨轩
86 /	重燃	季舒立
89 /	精耕细作	高童
91 /	慢与快	孙立晖
95 /	书写宏玉的人	应雨韵
98 /	Weathering the Storm, Fueled by Faith?	Andrea Felo

## 以无厚，入有间

何知非

七年前，在我投递第一份个人简历给宏珏时，笔试中所写的《红珏人》读后感，围绕的便是两个字——尊重。尊重人、尊重物、尊重知识、尊重时间，这是奢侈心的根本。

时隔七年，再写《红珏人》读后感，环境与心境俱大有不同，个人阅历与沉淀也非彼时所能比拟，但读后最深有感触的，仍然是“尊重”二字，但在经历了中国奢侈品行业的迅猛涨潮与急速退潮后，对这二字有了更深刻的理解，即除了上述尊重的对象之外，还需尊重自然与规律，尊重自我蓄能，方能实现基业长青。

2000多年前，庄子写下《庖丁解牛》的故事，初读以为这个故事旨意在于告诫世人熟能生巧。一般的厨师一个月就必须得换一把刀了，因为他们操之过急，只想着用蛮力砍断骨头，于是刀很快就崩坏了。而庖丁则能够凭借精湛的技艺，使得刀具在使用了十九年之后，仍然像新磨的一样锋利。今年看了迈克辛格的《臣服实验》后，再回想庖丁的故事，东西方的哲学在此刻交融，突然悟到了更深层次的智慧。其实庄子的故事里既没有牛，也没有刀。牛指的是外部世界，刀则是我们每个人的生存与处事之道。

我们从小到大所受的教育，都旨在培养我们“逆流而上”的拼搏精神，就好比一个月换一把刀的厨师，这种短期一鼓作气的宰牛方法固然也能完成任务，但却不可持续，不仅加剧了刀的磨损，也令

用刀者容易陷入疲惫的自我消耗与否定。而真正的长期主义该如何做？庖丁看见了牛的筋肉与骨节之间的间隙，而这个间隙对于刀刃的宽度而言绰绰有余，所以他所做的不过是把刀放在那个间隙里，这便是“以无厚，入有间”。

正如序言所说，“且停且忘且随风，且行且看且从容”。真正的长期主义，必然伴随着持续奋斗与自我驱动，但更重要的是，它也伴随着持续广阔与自我和解、持续尊重与顺势而为，以及最重要的，持续热爱。相比起努力与口号，此刻我们比任何时候都需要心态与方法，是成事的关键。状态不好的时候，停下来、跳出去看一看，我们用的是蛮力还是巧劲，如果做起来费力，也许不是我们自身的问题，而是方法错了。比如在GIADA众多品牌建设项目中，《岩中花述》播客之所以能跑出圈，便是用了巧劲，顺应高知女性聚集的媒介选择，果断地进入播客赛道；选对了一位具有大众知名度及个人实力，同时也愿意更新自身被曲解的标签的主持人，话题度打响后，嘉宾们也蜂拥而至，事半功倍。但同时期，我们借鉴其他头部奢侈品牌推出门店会所制的尝试，无论是睿印抑或是港汇，都做得极其费力又不出结果。想法虽好，品牌故事墙也美轮美奂，但却忽略了以客户为核心的理念，没有结合GIADA的客户群体现状。对于路易威登、香奈儿等品牌来说，会所是同场精品店的补充，是建立在客户基数足够庞大，需要筛选顶级客户的前提下才能成立，而现阶段的GIADA面临的更大的问题，是新客拓展不够、普通客户挖掘不深，我们甚至还在客户基数本身不够大的新入驻商场推出会所，自然只会事倍功半。

GIADA从进入中国市场到今日，依赖的从来便不是大手笔的营销，而是围绕客户需求与情感共鸣的四两拨千斤。客户便是我们的“有间”，是我们的突破点。所以当我们聚焦客户，针对不同的客群策划活动，并有针对性地维护，自然也会收获客户的真心回报。GIADA的大客户经理团队俨然日趋成熟，对于头部的大客户维护也愈发完善，而下一步便是将对客户的精细化维护推广至更大众的客户群体，职能与门店一心，梳理客户画像并优化维护话术。任何事物在时间的浪潮里，终会回归到价值本身，奢侈品行业的泡沫消散，也终会回归到真正的奢侈品消费者身上。它本就不是赚快钱的生意，我们也需要有耐心与恒心。庄子无为，并非真无为，而是顺势而为。唯有找准方向、找对方法、放平心态，方能持久。

横冲直撞的蛮力不可持久，世间的河流都是沿着最小阻力的路径去流淌的。河流不会试图去翻越高山，也不会蜿蜒之地非要直来直往，滔滔不绝的河流都汇集在顺势之处。我们只有把自我嵌合在更永恒、广袤的自然规律之中，避免磨损，方能游刃有余。以无厚，入有间。顺水推舟，一日千里。

## 向美、向上、向善

郑冰

今年的红珏人封面非常亮眼，是一个充满生机勃勃的春天的颜色，一年之计在于春，绿色寓意着希望，寓意着生根发芽蓬勃发展，我怀着愉悦的心情翻开了这本精心制作的红珏人文选，这里汇集了全体红珏人又一年的努力耕耘，收集了很多或感人，或逗趣，或激励人心的小故事，读来津津有味，又能学习到很多不同工作领域之间的知识，收获颇丰。

阅读往往有个人的习惯，职业使然，我的习惯是喜欢看配图，当我翻开“优雅何来”这篇文章的时候，首先映入眼帘的是一张韵味盎然的画面，这是赵总抓拍李总考察工作的瞬间。李总举手投足间的优雅，如古人云：皎若太阳升朝霞，灼若芙渠出鸿波。欧洲的浪漫和李总优雅的气质成就了这一美好的瞬间，我深深为之倾倒。

好不容易把目光移开，发现这篇文章是多年好友同事小亮所写，便更加好奇地去研读一番。这篇文章写的是他通过阅读晓雪的《优雅转身》，感悟中国社会上中年女性角色的缺失，而晓雪勇于在这一阶段对自己的心路历程进行一番深刻的剖析，而文章中对优雅的阐述也很到位：优雅是追求完美的心气，和接纳不完美的淡定；优雅是内外兼修，是女人的皮囊和灵魂；优雅是一种向美、向上和向善的力量。而小亮谈到他对优雅的认识，则全部来自一位成功女性：李总。他文章中的回忆片段仿佛让我真实回到了当年，他写道，



## 三年之期

杨迪

“初来宏珏，李总每天穿着GIADA，每天非常优雅得体，在我这个土包子眼里，李总仙气飘飘，公司很多女同事都悄悄模仿李总的穿衣风格。优雅有一个独特的魅力，是一种女性独立自主、时刻向上的女性力量。李总做事情非常认真，让我印象深刻的一次，是一本GIADA画册的封面logo，前前后后改动了几十次……”

李总优雅不凡的风格提升了所有宏珏人的穿衣品味，我记得供应商来我们公司的时候就经常赞叹我们的员工气质怎么这么优雅，而李总积极向上，独立自主的人生态度更是深入每个宏珏人的骨髓里，提醒我们做奢侈品牌就是要时刻学习进步，追求尽善尽美！正如小亮举的例子，一本画册上的一个看起来微不足道的logo，李总前前后后改了几十次，可能现在有一些年轻人不能理解，然而李总之所以取得普通人无法获得的成就，区别就在于她在细节上孜孜不倦的耕耘，因为在李总看来，细节不是“细枝末节”，而是用心，是一种认真的态度和科学的精神。

从古至今，东西文化的哲学都在细节这一真理探讨上趋于一致。《新语·慎微》里有云，垂大名于万世者，必先行之于纤微之事。而意大利文艺复兴时期艺术家米开朗基罗则说：在艺术的境界里，细节就是上帝。

看完了红珏人文集，我想，我们红珏人应该不忘初心，用认真的态度和科学的精神继续指导我们的工作，用优雅的生活方式继续传播我们的品牌理念，我们有理由相信，宏珏这艘大船，才能够乘风破浪，砥砺前行！

外出拍摄两天后回来，就看到一本崭新的《红珏人》摆放在工位上，拆开包装映入眼帘的“事业”二字。我也仿佛回到了三年前刚入职GC后不久，参与职能团队给销售团队的伙伴们做培训时，坐在一旁听赵总讲的最后一节课，印象最深的就是赵总问大家：“你们说说什么是事业？”有人回答事业是工作，有人回答事业是她现在正在做的销售顾问……赵总摇了摇头后说：“事业二字拆开来，事就是事情，业就是业绩。”要踏踏实实做事情，而你做的事要做出成绩来，才不枉费你所做出的努力。

月初雨轩和我说要申请合同续约，早在一个月前，北森系统每天都会给我发一封合同即将到期的邮件，三年之期即将到来。看到文蕾写的三周年有感中：“没有把这三年变成一件事情重复去做，而是把每一天当作是新的一天，赋予其意义，不枉每一次的日出、日落”。当Polly提醒我在签合同上时，我没有第一时间签字。这一个月以来我一直不停的问自己：来到GC快三年了，是否对品牌对这个团队有着重要的作用？看到“事业”二字时反观自己在来到GC品牌，是否有过成就感和满足感？我的回答是有的！我的成就感来自雨轩的信任；来自心怡的肯定；来自团队的依靠；来自Colangelo先生的赞许；来自赵总朋友圈转发的推文……工作近三年，每天都有全新的挑战，每天都会遇到仿佛翻不过去的大山，现在回头望去，背后的山峰层层叠叠，那些看似不起波澜的日子里，我完成了对品牌手册的更新设计、独立拍摄每一季度的产品图、接手品牌推广

文的设计工作、样衣管理，以及各种定制品的设计与落实……

回顾自己的工作，仿佛又缺少了点什么，视觉部门作为品牌的支持部门一直以来的埋头做事并不能给品牌带来新的突破，作为集团的一份子，我也时刻关注着其他品牌。这次读《红珏人》才知道GIADA闯进了珠宝行业，看到了CURIEL小黑裙之所以可以和舞蹈完美结合团队所付出的努力，以及COLOMBO太空概念的快闪店背后的故事。

“行是知之始，知是行之成”，王阳明所提出的知行合一的观念，在宏珏集团被发挥到极致。当心怡说我们要拓展渠道，打通买手的市场，我们从此开拓了北京、上海、深圳、成都、杭州等买手渠道；当雨轩说我们是国际化的品牌，不能止步于大中华区，于是我们先后点亮了意大利、韩国、日本、美国的地图。知是行动的开始，行则是知的完成，在雨轩和心怡的带领下，GC正在一步步地迈向更广阔的未来。

实践是检验真理与对错的唯一的标准，宏珏集团给予了我们足够的成长空间，以知促行，以行成知，培养自我意识，肯定自我价值，成为对品牌发展有用的人。

我相信下一个五年，我们GC团队会携手共进，行稳致远。

## 这一年，我们的一年

周思烨

在我高中三年期间，班主任要求全班坚持每月写一篇月记，这件在当时让我颇有负担的事，至今却成为青春期里唯一用文字记录的美好印记。所以当我拿着这本沉甸甸的、如此精致的《红珏人》，内心充盈着类似的情绪，这不只是一本书，这是一段关于我们的故事，每一字每一句都是一段段清晰的影像，在我脑海中闪现。

此“花”盛开

过去的一年，GIADA更加清晰了自己的品牌语言，我们以“岩石上的花”为主轴，将strong与gentle结合，在各个领域绽放出色彩。一方面GIADA找到了这朵定义品牌的“花”，更好地诠释了自身独一无二，就如施远在文章中写到的“GIADA创造了花，花也创造了GIADA，花一样的GIADA和GIADA一样的花，在无限的互动与反作用中，浪漫、激烈且优雅”。第二方面是有更多女性强烈认可并共鸣了GIADA与“花”不可分割的女性精神内核，就像何总的文章《你来看此花时》提到的“GIADA Woman或许来自不同的生活环境与专业领域，但不难发现，当她们穿着GIADA时却是那样的相同”。第三方面是我们开始在更多的土壤里，养育着这朵花，就如妙妙文中提到的“但凡一个人在打造品牌这件事上有一丝功利心，他都不会选择GIADA学苑这样一条漫长且孤独的马拉松”，我们这一年将学苑带到了意大利，让来自各国优秀优雅的女性以“GIADA的花语”相互滋养；我们也在播客《岩中花述》的声音

中，让更多大众走进GIADA，欣赏GIADA；在GIADA Woman的品牌体验上，我们也在不断丰富内容，提升规格，周总在文中回忆起的郡王府臻绒活动，让我不得不感叹：甚至是在大环境都在“求稳求利”时，在这一年时间我们依然保持着客户活动的推陈出新，不断提升客人的品牌服务，为此我很有成就感；而在关关的文中，我也感受到了珠宝作品像是GIADA的另一片花瓣，也在万众期待中初见雏形，等待闪耀世界。

#### 看清脚下的路

然而，这一年我们并不顺畅。由于疫情、全球经济等多重原因，大环境不尽人意。面对不可避免的大环境的影响，GIADA也面临着极大的考验。《红珏人》的“序”给我很大的感触，这一年我们开始重新审视这份美丽的“事业”。在追逐浪漫和理想的途中，我们确实容易迷失而忽略我们最核心的方向。就像序中提到的：“事，就要脚踏实地地做好自己喜欢的事情；业，是要有一个让你难忘、或者骄傲、或者有成就的业绩。”做事是一个过程，我们在探索中成长、突破，但是没有一个好的结果，再好的过程也是遗憾。所以越是在动荡的环境下，我们越要坚定我们想要的“结果”，我们可以突破创新，甚至公司给予了我们很多尝试的勇气，但一旦没有一个好的业绩和产出，那我们所有的努力只是在自我感动。我们的这一年不简单也不容易，似乎在攀一座高山，向往着登顶观日的那一刻，但也越来越清晰脚下的悬崖峭壁，暗藏风险。接下来的路并不平坦，但是宏珏人首先要坚定信念，也要落地目标，一步一个脚印一同去揭开更美的风景。

## 红珏心语

任雅姝

“你们要把自己当成老板，而不是职业经理人，要把这份工作当作自己的事业去拼搏”。很多人都经常容易混淆“事业”和“职业”的差别。“职业”是打工人追求的一份工作，是为了赚取一份收入来满足自己的日常需求；做的工作是为了公司的功能性而做，所有职业上的工作都不会是你的最终目标。“事业”是靠长时间所累积起来的计划、梦想、途径，是可以实现一个人的个人成就感，解决人类最高层次的需求、社会的认可、自我价值的真正实现。唯有你的事业才是属于你自己的，在你整个事业中你有很多事要做，并要求都能做好，但是在完成每件事的过程中，你要能在其中看到未来。就算你在做一件不起眼的事情，也要想到这件事情未来可能有的成就。你一定要一直思考，才能慢慢了解这工作能够让你得到什么样更好，更成功的结果。因为这不是在寻找一个更好的职业，是在拥有一个更好的事业。正如赵总说的，做事是一个过程，业绩是一个结果，只有在过程中多思考一些，全面地从大局观考虑一个问题，才会有一个好的结果，不留遗憾。

红珏人的文化是“一群美丽的人做一份美丽的事业”。在读完最新的《红珏人》之后，我深刻地感受到了一群目标一致的人在这个充满挑战的时代追寻着心中的梦想坚定前行。在读到每一份总结都可以让我身临其境回到那一个场景。何总的“你来看此花时”瞬间带我回到了去年7月的米兰，来自各行各业不同生活环境的GIADA Woman分享着自己不同的经历和故事，相同的事，她们都

有相同的品味和强大的内核，是一朵朵盛开在岩石上的花在此刻共同绽放。周总的“难忘的十一月”又带我回到了郡王府的活动现场，客关部的女孩子们带着属于每个人的热爱，在零下初雪的北京书写出属于我们的GIADA历史……每一个场景就像是一场盛大的考试，充满了无尽的挑战和考验，但这些也都是我们成长的催化剂。它们锻炼我们的意志，培养我们的坚韧，让我们变得更加坚强和有智慧，有更强大的内核来保持积极乐观的态度去解决问题。

一个个故事、一篇篇总结，红珏人都在字里行间里表达着自己对待宏珏的热忱和发自内心对这份事业的热爱。有困难、有磨练、有奋斗、有迷惘……但红珏人从来都没有放弃，而是用团结和凝聚力，脚踏实地地攻坚克难，用自身的硬实力在平凡的日子里做着属于我们的伟大事业。热爱，就是一切的驱动力，只有去做自己热爱的事业才会不负青春，生活的色彩也会变得更加绚烂，它让我们在平凡的日子里，也能找到不凡的意义。每年的《红珏人》都还在编撰成册，红珏人的故事也还在继续……

## 美丽

沈怡兴

当我在阅读《红珏人》，我脑海中浮现了一句话，大家都非常耳熟能详的一句话，“一群美丽的人做一份美丽的事业。”这句话我们常常挂在嘴边说，有时候说多了也就变得普通了，但此时此刻，这句话在这本书上，有了实感。透过这本书，我看到的是一群人对这份人生所选择的事业的崇高热爱与坚定；在面对外界对品牌的非议和拷打时君子坦荡荡，不足为惧的自信与松弛；不拘于小小淤泥而着眼于远方，并不断为之努力的目标感和热血……这本书给我力量。美丽的不仅是人，更是品牌本身。

GIADA品牌始终致力于女性力量与美丽。在我们的日常生活中，许多美丽和价值往往是因为我们的注意和欣赏而被发掘和彰显的，就像藏在深山中的花树，它的美丽需要我们去发现和感受。同样，GIADA品牌所代表的美丽和力量，只有当我们真正接触并了解它时，才能体会到其中的独特魅力。GIADA不仅仅是一个品牌，更是一种生活方式的象征。它所强调的女性智识、知性、自在和内敛，正是现代女性所追求的品质。在GIADA的世界里，每一位女性都可以找到属于自己的那份美丽和力量。这种力量是温和而坚定的，是一种勇敢而从容的态度。在一个被西方体系统治许久的行业里，GIADA一路走来不容易，经历风雨，我还记得刚入职的时候说现在品牌处于第三个十年，这三十年的沉淀，为的是在第四个十年扬帆起航。我也经常会在网上看到说今年全球奢侈品行业遇到寒冬，许多行业巨头遭受重创。面对这样一个劣势的经济环境，感到

担忧的同时放在我们身上的更是任重而道远的责任。没有一场仗是不打就能赢的，我们都在努力去拼搏奋斗，对得起品牌也对得起自己，无悔在这芳华岁月拼搏一场。这是一场无尽的冒险，狂风暴雨也要一起航向梦闪耀的彼岸。

人生漫漫，总要寻到心中所爱，一群美丽的人做一份美丽的事，共勉这一份热爱与执着。余生尔尔，在自己喜欢的时问里，按照自己喜欢的方式做喜欢的事，便是浪漫的象征。所行所做，决定了你的际遇，唯有不断前进，所思所想，生活不只是六便士。

## 八月如花 宏珏如画

陈慧琪

“藏在岩石中的花树，没看到她之前，你无法想象这番景致。当你走入深山注意到它时，你便忘不了这一抹别致的存在。”在外奔波数日后，回到办公室，翻开桌上黄色封皮的红珏人，看到了这一句无比玄妙、熟悉的解释。我发现，原来GIADA就是我的不期而遇。

回想当时入职的第一天，初来乍到拘谨的我总是更加喜欢倾听。想到入职后辅助第一场大型臻绒活动时，发现了自己善于沟通的长处，并逐渐学会善用；再想到在自己主办的答谢晚宴上，客人们由相遇到相知，相知到相识，这些也一定是她们的不期而遇吧。同声自相应，同心自相知，谁说不是呢？

记得赵总有一次与我的谈话中，他说“一生二、二生三、三生万物，而万物归一”，当时我听了后点了点头，未知其中全貌，直到在一路的宏珏生活中，逐步领悟，逐渐发掘。

我从小看书、看杂志，就有个习惯，喜欢先把“序”通读几遍，再从“目录”里面选择最吸睛的题目，翻到那一页开始抱着书“啃”。那就容我一一道来这本书的不期而遇。

“艺术是时装的灵感，时装将艺术具象化，穿着者为时装注入灵魂。”当我看到这一句话的时候，脑海里串联起了无数个瞬间，从无数位幕后工作中所孕育出的新品上新，到为新品注入灵魂并诠

释其意思的新品培训，再到我们将岩中花的故事传递给客人，客人吸收，后到店试穿，为她们的选择诠释新的含义。希望我们可以在花的无限互动与反作用中，保持浪漫、激烈且持续优雅。

“但凡一个人在打造品牌这件事上有一丝丝功利心，都不会选择走GIADA学苑这样一条漫长且孤独的马拉松”。是啊，站在客户的角度上，这一年经历的客诉不算少，甚至为了一桩客诉当日往返贵阳，往返昆明，就为了能见上客人一面，面对面的情绪感染一定是最直观的，沟通也一定是最高效的，而这些闹客诉的客人，我们现在都成为了朋友，见到面客人会拉紧我的手，向我道歉，希望我理解，我都会笑着点点头说“都过去了”。我想但凡有一丝功利心，我也不会用最赤诚的心去面对每一位客人。

我们都是岩石上的花，藏匿于深山中，直到这种美具象化，终究会被跑马拉松的人看见。

且听风吟，且盼丰收，八月如花，犹梦盛夏。

## 玫瑰绮梦，GIADA之诗

王小玲

在2023《红珏人》中，最打动我的一篇文章是来自视传部邓施远的《玫瑰般的GIADA》。

在邓邓的文字中，我仿佛漫步于一片由诗意编织的玫瑰园，与GIADA共舞于时光的织锦之中。在我心中这不仅仅是一篇工作总结，而是一场心灵与美的深度对话。

玫瑰，以万千姿态绽放于文字之间，每一瓣都承载着不同的故事与情感。它们或娇艳欲滴，如晨曦中的露珠；或淡雅脱俗，似月光下的轻纱。正如GIADA的时尚灵感与理念，每一季都如同一首新的诗篇，以独特的语言诉说着关于美的无尽想象。那些渐变的色彩、繁复的花型、独特的香气，都是GIADA对美的执着追求与深情诠释。

时光的低语，风格的永恒。岁月悠悠，时光荏苒，而玫瑰与GIADA如同穿越时空的旅者，始终保持着那份不变的美丽与韵味。它们不受时间的束缚，不畏岁月的侵蚀，以一种超然物外的姿态，静静地绽放于世界的每一个角落。这种对美的坚守与传承，正是GIADA品牌风格的永恒魅力所在。它让我们相信，真正的美是不朽的，是可以跨越时空界限的。

玫瑰般的女子，GIADA Woman的赞歌。邓邓文中提到的

章小蕙女士，这位被誉为“岩石上的玫瑰”的女子，以她的坚韧与美丽为个人最突出的成就，在我心中称得上GIADA Woman的典范。她如同一朵在风雨中傲然挺立的玫瑰，即便历经坎坷与磨难，也依然能够绽放出最绚烂的光彩。这种从容、优雅、温润、坚毅、勇敢的品质，正是GIADA Woman所共有的精神内核。以独特的魅力与风采，成为了这个世界上最亮丽的风景线，正如我们所有的姐妹们。

重复的旋律，GIADA的诗意回响。Gertrude Stein的那句“Rose is a rose is a rose is a rose”在耳边轻轻回响，它像一首悠扬的旋律，不断地在心灵深处激荡起层层涟漪。而GIADA品牌正是这首旋律的演奏者，它以独特的设计语言与精湛的工艺技术，将这份诗意与美感完美地融入到了每一件产品中。无论是Crystal的璀璨、Octavia的优雅还是省道两端的手工线迹、大理石材质的沉稳，都在不断地重复着GIADA的标志性风格。这种对自我风格的坚持与重复，让GIADA在时尚界中独树一帜，成为了无数人心中的诗与远方。

总之，这篇文章让我仿佛置身于一个充满诗意与美感的世界。在这里，玫瑰与GIADA相互交织、相互辉映，共同编织出了一幅关于美的绮丽画卷。而我，则愿化作这画卷中的一抹色彩，与它们一同绽放于这个多彩的世界之中。

## 见字如晤

秦雨森

距离上次翻看红珏人的刊物已经过去5个月。在这段时间里，身份与心境都发生了转变。从求学的学生成为初入职场的宏珏人，也从异乡的纽约客变成GIADA整合营销部的一员。这一次，和所有的宏珏人站在一起，从内部视角打开了这本书。

见字如晤，阅后舒颜。文字流淌在页间，或娓娓道来，或如数家珍，字里行间皆是宏珏人对内的思考与对外的求索。加入公司才一个月，许多伙伴的脸还不熟悉，但他们的文字却先一步走近了我。

在和伙伴们通过文章“打交道”时，“信念感”是最先闯入我大脑的词汇。面对挑战、遭受质疑、身处逆境，仿佛是很多伙伴去年的境遇，但他们无一不是充满着信念感去突出重围。理性地保持独立思考，又充满热血的开展工作，这也给进入全新工作状态的我打了一剂强心针。实话说，这一个月中我经历着无数次的自我怀疑与摇摆。被拒绝对我来说是一种糟糕的状态，然而在工作中每一天都在被拒绝，甚至连被拒绝的机会都没有。7月份利用店铺的手机尝试给沉寂许久的客人发送邀约，一个整天，向203位顾客发送了沙龙的邀请，11位回复，10位拒绝，1位应邀，等到沙龙当天，1/203爽约了。当天回家吃晚饭的时候，我告诉自己：一只脚已经踏入奢侈品零售的真实大门了。

突然回想起在出发上海前的会议上，何总语重心长的说“要战

胜对于销售的恐惧”原来当时还没有意识到这句话的分量。意识到工作开展的难度后，连夜也给自己制定了一系列的学习计划与完成目标。隔天，店里来了三位客人，想要寻找婚礼款式，我参与辅跟。最终成交8万元，其中包含两条我推荐的连衣裙。昨天的怀疑、难过仿佛一瞬间烟消云散。原来，只有真诚细致地去关注每一位客人，脚踏实地的了解每一件货品，才能用最专业和触达顾客内心的方式达成服务。这样“过山车”式的心情时常会在工作中出现，而大家的文字都在不断的给予我鼓励，每当有疑虑的时候，选择相信自己，再相信自己一点。

“学无止境”是第二个关键词。不难发现，每一个伙伴，不论身处什么位置，似乎没有停止过学习。比较打动我的是COLOMBO的成长与爆发，这也是书中不停被提起的案例。成长的过程离不开虚心请教与操刀实践，尤其是在犯错与失败中复盘、重振旗鼓。我很庆幸加入了一家对人培养采取“长期主义”的企业。第一次独立举办的活动成绩并不理想，复盘后找到了思烨，她的分享与鼓励给我增强了极大的信心。“最终结果只是一种过程的记录”重要的是去尝试、去犯错，在实践中积累经验，这也让我及时地调整了前期急于求成的心态与毫无起色的业绩所带来的焦虑。同时，要向周围优秀的同行虚心求教，在沟通分析中总是有意想不到的收获，往往老师就在我的身边。

进入一个全新的行业，要允许自己有一个积累吸收知识的过程，不断地尝试、修正，产出一套适合自己的工作方法。量变才能产生质变，脚踏实地地践行，我期待着质变那一天的到来。

## 奋斗精神永流传

路艳君

在接到今年《红珏人》的那一刻还是非常惊喜的，因为这么多年，这本象征宏珏历史发展的内刊，几乎一直是在用不同深浅的红色做封面；但是看到那一抹绿色的时候，我开玩笑跟雨韵说，这是采用了24FW的点缀色吗？这抹绿色充满了清新的气息和满满的生机，也带给我们无限的期许和对未来的展望。

每一年在收到《红珏人》的第一时间，都迫不及待的打开塑封膜，去翻看有哪些同事的作品，去阅读每一篇文章，去欣赏每一张插图。我们在慢慢的了解，站在亲历者的角度和读者的视角，去阅读在过去的一年，公司都发生了哪些大事件，或者是不同团队、不同部门的小伙伴在过去都遇到了哪些问题，又勇敢坚韧的克服了哪些困难，取得了哪些让自己骄傲的成就，这是撰写红珏人历史的回忆，是每个红珏人用自己的心血和热情撰写的真实记录。每每读来，自己都会心潮澎湃，充满了炽热升腾的力量，带给我无限的鼓舞和激励。正如这个燃烧的7月，刚刚结束的奥运会一般，一轮轮的比赛中，那些无数个感人落泪的瞬间、无数个屏住呼吸，心跳加速的高压时刻，一次次国歌奏响、全场大合唱的场景；更是让国人为之振奋，更有身为中国人的自豪和骄傲。

记得小时候对奥运会有概念开始，每届奥运爸爸都会追中国的各项比赛，尤其是我们的国球--乒乓球，这也让乒乓球对长大后的自己一直有着莫名的吸引力。作为国球，乒乓球几十年以来一直都以世界



第一的水准，领先其他国家。但是又有多少人知道每个杀出重围的国乒选手，他们到底是以什么样的勤奋、智慧和努力造就了自己的强大？每块金牌背后到底蕴藏了多少个拼搏的故事？即便如此，就像刘主席赛前的分享说的“我们不能理所当然的觉得这5块金牌都是中国队的，即使练的面面俱到，没有漏洞也是不可能的，在赛场上的时候，侥幸和犹豫，想赢怕输，这是失败的根本，宁可坚决的错也不犹豫的对，因为你坚定下来的，一定是你的认知，你能成为世界第一，你的认知不会差到哪里。如果你在犹豫的时候，其实你怀疑的是自己，把位置摆低去拼，而不要去守。”这段话，我听了无数遍，5块金牌，每一块都赢得惊心动魄，每一场比赛都经受了极大的挑战，所有的教练和运动员都拼尽了全力，在关键时刻顶住了压力。我觉得这番话，其实也是激励我们每个人在工作中的状态，可能我们不够完美，也可能我们现在的外部环境不是个人所能改变的，但是我们每个人都要找准自己的位置，去拼、去冲，即便过去我们有很多成就，也要重新归零，运动员在赛场上一分分的抠、一分分的咬；就像是我们的销售人可以一单单的去跟，一个个顾客的去精准落地、用心的维护，职能部门的每个人可以把一项项的事情都忠于自己最好的结果，所有跨部门链接都可以高效流转，每天都像打比赛一样去经营，我们还有什么不可能？

看到一个赛前视频，刘国梁主席请了历届大咖邓亚萍、张怡宁等前辈、大满贯来指导混双的“莎头组合”。即便是面对突然出现的黑马朝鲜队，61岁的倪夏莲赛前也来跟“莎头”磨合和适应打法，助力国乒的混双在决赛中有更好表现。中国乒乓球队一直面临着更新迭代，一直在内部传承者“传帮带”的方式方法，增强内部的凝聚力；

这也像我们的销售团队，新人很多、年轻人带来的新鲜和活力很丰富，我也亲自听过顾客说喜欢和GIADA的年轻人在一起；但另一方面，销售团队也需要中坚力量的过渡和支撑，需要有一定销售经验的“老人”来带新人，这样我们沉淀的除了流程、SOP、OA等现代管理方式之外情感层面的精神才会更延续和久远，才能将宏珏人的精神可以一代代流传。

每个奥运健儿在赛场上为国征战，为的是祖国的荣誉，每次国歌响起，我们无比的自豪和骄傲；每个红珏人在工作中为百年宏珏奋斗，为了铸就宏珏大梦，为了更高的精神目标而努力奋斗，每次在商场得到荣誉，我们也同样无比振奋和感动。

是的，奥运精神，与红珏人想要传递的精神如出一辙，都是让我们每个人不断地克服每一个阶段的不同困难，造就更强大的自己，铸就更伟大的集体。带着对未来的信心，前进！

## Forever Young

黄欣然

八月初，在我于青岛办完臻绒活动回到办公室的第一天，就看到《红珏人2023》静静地摆在我的办公桌上，提醒着我，我已经来到宏珏快要一年了。

2022年的11月份，我正身处美国，刚刚开始我的研究生学业两个月。彼时，我在波士顿游玩途中，在Newbury大街上的Hermes旁边看到了GIADA。当时的我还不认识这个品牌，却在机缘巧合下看到了宏珏的招聘信息，开启了我与宏珏的缘分。说来奇妙，在HR面试时，Polly告诉我说很少有应聘者会在没有要求的情况下阅读《红珏人》这本刊物，而我却是在看完一整本《红珏人2021》后才选择投递的宏珏。在阅读的过程中，我不止一次地想到自己。我不喜欢走所有人趋之若鹜的康庄大道，不喜欢过父母安排好的平稳生活，不喜欢认命和随遇而安。我自己决定高考志愿，决定学校专业，决定出国留学，决定在没有被Dream School录取时GAP一年，决定学成归国，决定选择何种行业和工作……而在这些决定和选择中，我选的从来不是最轻松的那一个。在美留学生中留美的大趋势下我希望学成归国，也正是希望能够“师夷长技以制夷”，用我所学为我的祖国贡献一份自己的力量。宏珏是那一朵岩石中开出的花，是钱学森栽下的那一颗苹果树，是人迹鲜至的道路上那一块圆形的红玉，在宏珏，我的倔强和坚持会有它们各自的归宿和意义。

我带着这样的信念，在归国的第一个月就来到了宏珏，开启了我

人生中的第一份正式工作。作为大客户经理，我要学习的有很多，如何与客人打交道、如何获得客人的信任、如何传达品牌、如何统筹一场大型活动、如何平衡工作与生活……我在日复一日的繁杂中，在某些瞬间好像丢失了当初加入宏珏时年轻的信仰，北方的秋天很美，我却无心去感受凉风和落叶了，只能在匆匆上班的清晨途中，和疲惫地合上电脑的午夜，任它们拂过我的脸庞，踩在我的脚下。而在八月办完青岛臻绒活动后，这种疲惫感达到了顶峰。所有人对于华北区主办的这一场臻绒活动都抱着极大的期待，而最终，93%的业绩达成率却不算一份完美的答卷。我有很多遗憾，有很多不甘，却不知道从何抒发，我总觉得可以做得更好，却不知道勇气从何而来。

在抱着这样的心情回到办公室时，我看到了《红珏人2023》。我细细阅读着里面的每一篇文章，突然感受到了很多我以前从未注意过的事情。作为直接接触销售的一线部门，我时常想的都是如何把业绩做得更好，却忽略了很多背后的细节。我看到了何总对于岩中花述的剖析与理解，看到了GIADA学苑、岩中花述播客等等将品牌重心逐渐往文化、艺术方向拓展的突破，看到了视觉传播部同事为了具象化GIADA的力量在每一个搭建细节、每一张邀请函设计和每一个视频制作背后付出的努力，看到了公关部同事在权衡品牌与明星、媒体的合作之间为GIADA的对外品牌形象的审慎与判断，看到了GIADA坚持高定位和高审美、不愿妥协于大众视角和自降身价换得的摄影、媒体、原料工厂等每一个领域权威与GIADA合作和对GIADA的认可。在这一瞬间，我为自己的垂头丧气感到羞愧——正如赵总在序言里写道，宏珏的故事是由红珏人书写的，人生的意义不仅仅在于生存，更在于我们的热爱与执着。

《杀死一只知更鸟》有一句话：“勇敢就是在你还没开始的时候就知道自己注定会输，但依然义无反顾的去做，不管发生什么，并且不管发生什么都坚持到底，一个人很少能赢，但总有赢的时候，其实努力的过程本来就是意义，得到自己想要的结果固然很好，但即使失败了，这段时光也会在我们的人生里熠熠生辉。”我希望自己能够永远保持这份勇气，保持这份坚持，如宏珏一般，永远年轻，永远在路上。

## 看红珏人

马轩

我常常在想，写工作总结的意义，看红珏人的意义。是仅仅为了完成某种固定的工作需求吗？还是说，它是我们向领导展示工作成果的窗口？直到今天认真地阅读红珏人后，突然感受到这一本精华的意义：了解别人、了解自己。

### 了解别人

积力之所举，则无不胜也；众智之所为，则无不成也，团队不是一个人的舞台，而是每个人共同演绎的交响乐。所以一家公司不能只靠一个人或一个部门成功，每一项工作都需要不同部门的配合与对接。但在宏珏，如果不是有业务对接，或许并不了解其它同事的工作。特别是一些“隐形部门”，比如国贸部。虽然臻宝部和国贸部同为一个办公室，但由于刚开始没有业务往来，我们是陌生的，不熟悉的。在看完国贸部同事的文章后，发现没有国贸部同事建立与意大利的桥梁，GIADA或许就失去了它的“灵魂”。如黄谨所说，“GIADA每一块面料都是他们从意大利精心挑选，经过严格质检筛查采购回来的。精心挑选最优质的面料，是一项使命，也是对品牌文化输出的重要贡献。”是呀，品质是GIADA的名片，面料则是品质的基础。又如孙美灵所说，“他们是面向意大利供货商的外交官，向供应商们讲述品牌故事，传递品牌价值，这不仅仅是分享，更是传递一种信号，让他们在参与GIADA的发展，更加重视我们的需求。”一件衣服交到顾客手上，不仅需要前端销售同事的努力，后端各个部门的工

作也是紧紧相扣的。若不是红珏人，我们无法知道这个“隐形部门”在背后的用心与付出，也正是因为他们把控着这重要的一环，才能使GIADA的成衣一次又一次捉住顾客的心。

除此之外，也是红珏人让我了解到不同岗位对公司发展的思考。如人力资源部，他们背负着培养奢侈品行业的中国精英的使命，不断踏上征程，为公司招贤纳士，注入新鲜血液；又如行政部，他们是连接着专卖店及各个部门工作的枢纽，负责、配合，打造更舒适的工作环境。每年300名新员工的入职，不仅对于人力资源部是巨大的挑战，更是对于后勤部门，行政、商策、产品、物流部的考验：为保持专卖店的形象，新员工入职的工服常常要提前2-3个月进行统计和生产。大批量的工服下单导致我们曾质疑大量员工入职的必要性，在这次看到红珏人人资小伙伴们的文章后，突然觉得自己目光的短浅。如孙雨轩所说，招聘，不仅是在招聘未来的企业领袖，更是在寻找那些有梦想、有热情、有勇气去改变世界的年轻人。也正是人力资源部的努力奔走，让更多年轻人向往GIADA，向往宏珏，向往中国奢侈品，做到真正意义上的培养奢侈品行业的中国精英。红珏人像是一扇窗，让我们得以窥见公司各个角落的辛勤与奉献，成为互相了解与理解的平台。

### 了解自己

工作总结，总结的不仅是工作，更是自己。工作总结提供了一个机会，回顾自己忙碌的一个月，像是块镜子，清晰地映照出的成长轨迹与心路历程。看到徐妙的跑马拉松的人，通过GIADA学苑、夏日酒会、三年答辩层层递进，构成她职业生涯初期一次重要的承上启下。

在这面镜子里，看到了她面对挑战时的坚韧不拔，迎难而上；也看到她在专业技能上的飞跃，无数的焦虑终成为动力结成果实。

看到她的文章后，即将面临三年答辩的我不禁在回顾过去，反省自我。我开始审视自己在学习新技能道路上的每一步脚印，是否足够坚实；思考在每一个项目中，我是否都全力以赴，尽善尽美；反省在团队合作中，我是否足够积极，是否充分发挥了自己的作用。她的文章如同一面明镜，不仅照亮了她自己的成就与努力，也映照出我内心的渴望与焦虑，渴望于成长，焦虑于不足，最后成为动力。

工作总结，这不仅是一次对他人工作世界的探索，更是一场深刻的自我认知之旅。通过红珏人，我学会了理解他人的付出与努力，更重要的是，我得以窥见自己的成长轨迹，反思自身的优点与不足。

## 热爱与追求

孙美灵

认真阅读完2023年度《红珏人》的每一篇文章后，我深受赵总、领导们和同事们感动和鼓舞，想把自己的一些所学所感记录下来。

公司里的每一个人都是带着一份热爱在生活和工作的，经常会看到赵总个人的视频号里那抹标志性的橘红色，看着那一抹抹大自然馈赠予人类的光辉，感受宏大与气魄的同时，也能感受到赵总创作时的满腔热忱，那是赵总对摄影创作的热爱。

从赵总到整个公司的同事对于艺术，特别是意大利艺术的热爱，更是不言而喻，从米兰大秀到岩中花述播客，从时尚大片到文化沙龙，无时无刻都可以接受到艺术的洗礼。

在GIADA工作的人是一群每天被艺术和文化滋养的人，从他们平时的穿衣打扮、谈吐，甚至从他们的文字里都能感受到，他们也在激励着我，身边热爱着艺术、时尚以及自己在做的事业，并有着深刻追求的同事们都是我的精神导师。

读了张总笔下COLOMBO团队的故事，我也深受触动。团队里每一个同事之间的协同合作，7个人的团队做出了让物业都惊讶的业绩，我深受震撼。他们不服输的韧劲、水滴石穿的精神以及把每一件小事都做好的态度，都值得我学习。

从这里联想到自己的工作，我们国贸部的工作只是供应链的一部分，可能在别人看来我的工作只是螺丝钉，但其实只有我们自己知道很多事情是可以做到极致的。

比如和供应商谈面料价格的时候，印象很深的一次是谈一个棉底立体印花面料的价格，这个印花面料的价格明显比一般的印花面料要贵，再加上底胚是相对来说便宜的棉，显得这个工艺就更加昂贵，我只知道这个印花是立体的浮雕印花，价格会相应贵一些，但是没有深究这个印花贵的原因，再询问供应商之后才知道制作这种印花机器最近才进入市场，先用颜料进行浮雕印花，再在上面印制颜色，这种制作方式非常非常缓慢，所以成本也很高，了解了原因后再去“啃价格”，把价格又啃下一点。

如果只是一个螺丝钉、并满足于螺丝钉的工作，可能不会以一个主人翁的态度去对待，那么相应的，工作也不可能有好的成绩。读了COLOMBO团队的故事更是激发了我的拼搏精神和主人翁精神，在任何一件小事上追求极致。

这只是两个对我触动最大的方面，一个是热爱，一个是创业者精神。而细读《红珏人》也让我从更多角度了解不同部门同事的工作、理解公司以及公司想做的事情，有参与感的同时备受鼓舞。我相信，在这样一个积极的氛围里，带着热爱、执着和乐观，公司和我们都会越来越好！

## 优雅的不同形态

邓施远

记得去年在赵总的推荐下，大家阅读晓雪老师的《优雅转身》并分享出各自对于优雅的认识和观点，在本期红珏人中，看到同事们不同的解读，结合近期参加品牌活动的所感所想，我也又对优雅这个词有了新的认识。

臻绒活动是GIADA每年最高规格的品牌活动，所以受邀的客人都是与GIADA建立了深厚友谊，以及与品牌内核产生共鸣的GIADA WOMEN。在成都和青岛两场活动中，我有时会默默观察一下到来的客人们，她们不同年龄，不同身份，不同性格，但她们的言行和气质在诠释着不同形态的优雅。活动中有两位客人让我感到印象深刻，第一位客人是穿着一套藏青色的蘑菇褶套装站在品牌故事墙前我留意到她的侧面，脖颈显然非常优雅，以及谈吐仪态从容淡定，她并没有穿着非常吸睛或者说充满设计的服装，但是整个人站在那里就是发光的；另外一位客人是在一个巧合下，我刚好发现她与陪同人在酒店迷路了找不到活动场地，所以我引领着她们一起前往签到处，客人说酒店太大她找了一圈没找到活动场地，但在预期中没有丝毫的烦躁和不悦。我会发现，从容这个特征，可以在我们所有的客人身上看到。

再谈到亮哥在《优雅何来》中对于李总的描述，从对于不急于求成对于细节精益求精，到情绪稳定有条不紊沉着应对，再到积极向上永远在学习进步的道路上。在来到GIADA这一年中，“优雅是一

种追求完美的心气，和接纳不完美的淡定；优雅是一种体态、心态和姿态。”这几句话变得立体生动，也让我有了不少的启发。“优雅”这个词也不仅仅属于女性，而是应该属于我们每个人的生活中，特别是在情绪稳定的从容和追求完美的心气这两点上，我会想要让自己努力提升。从前遇事会慌张反而导致无法好好思考解决办法，现在会先告诉自己问题不大，不是真的没问题，而是要镇定下来好好思考，才能有高效的解决方式。在追求完美的状态上，无论是对于自身技能的提升还是对于自身生活状态的提升，都不能松懈，首先是技能方面，在工作环境中相较于在学生时期更需要我们有自主学习进步的意识，否则很容易温水煮青蛙，慢慢就停滞进步呆在舒适圈；其次是在生活状态方面，现在的我会更想去探索所生活的城市，挤时间去做自己喜欢的事情，去实现更加健康的生活方式，这样的生活状态下，好像会越来越有精力，生活也会更有意义，也会让我们在工作上更加高效。

所以对我来说，优雅不仅仅是外在的形态，更是优雅的精神状态以及生活状态，也是我们应该努力去追求和努力的方向。

## 读红珏人在感

王瑾

我读到书中大家对GIADA Woman的定义。GIADA的女性在各自的专业领域绽放光彩，既独立自由，又坚韧温柔，她们在智识、知性、自在与内敛之间找到了完美的平衡。这些女性不仅拥有专业素养，还展现出一种内在的优雅和从容，她们对时尚有着独到的见解和敏锐的嗅觉，同时也对自己的事业充满热情与投入。这种形象不仅加深了我对GIADA品牌的理解，也让我对这些女性充满敬意与仰慕，她们的存在正是GIADA品牌精神的最佳体现。

在冰姐的文章中提到的GIADA创意总监Gabriele Colangelo的故事，“一件高品质的奢侈品你可以使用30年”。Gabriele Colangelo对时装的极大热情、坚持不懈的努力以及坚韧不拔的毅力，他的成功绝非偶然，而是多年积累与不断追求的结果。这与GIADA的品牌哲学如出一辙：静奢，并非依赖短暂的潮流，而是通过保持内在一致性和和谐性，创造出经得起时间考验的经典设计。GIADA品牌通过对每一个设计细节的精心考量，展现出高雅与内敛，保持了独特的品牌辨识度，并传递出一种永恒不变的时尚美学。

GIADA不仅在时尚领域有着卓越表现，还通过丰富的文化活动进一步展现了品牌对艺术与文化的追求。店铺内举办的文化沙龙和手工作坊活动，如点翠胸针制作、塔罗秘境探索、香薰烛牌手工作坊等。这些活动从最初的提议到最终的方案确定，都经过了缜密的策

划和细致的执行。作为视觉部门的一员，我们根据确定的方案，设计并制作所需的各类物料，包括背景墙、电子邀请函等等。在这个过程中，我们始终注重每一个细节，确保所有视觉元素都与GIADA的品牌调性完美契合，最终呈现出最佳的视觉效果，使活动与品牌形象紧密融合。

这些文化活动不仅为GIADA品牌增添了深厚的文化内涵，也为品牌与来自各行各业的成功女性提供了一个互动交流的平台。通过这些活动，GIADA不仅仅是一个静奢女装品牌，也成为一个提供文化和艺术的交流的场所，汇聚了各领域的优秀女性，彰显了品牌对艺术、文化和人文的重视与追求。

## 不可能也会变成可能

张晗

当拿到这本沉甸甸的红珏人时就忍不住打开拜读起各位同事们的文章，我们可能来自公司不同的品牌，不同的部门，甚至有些毫无接触但也听过大名，在他们的文字里我找到了更多品牌、公司的另一面，也跳出我在的GIADA，看到Colombo、Curiel、GC、YI的更多面。

我不禁想起最近如火如荼进行中的奥运，观赛奥运的同时也让我对于生活和工作有了更多的感悟，而我最想分享的2个点是：一、女性力量，二、没有不可能。

### 一、女性力量

“我生来便有分量，半是刀锋、半是丝柔。”

“郑钦文创造了中国网球奥运历史，崔宸曦滑板创纪录，女子橄榄球刷新最好成绩，邓雅雯首登奥运即金牌，全红蝉陈芋汐二度十米台夺金……”这届奥运的每一天都在感受女性的磅礴生命力创造出的一个又一个奇迹，这是真正的Herstory，我们每个人都身处其中。

在新时代前行的步履中，我们见证了太多女性的崛起，而不是曲解于“女子无才便是德”的字面含义中，我们一直努力的撕掉外

界给我们贴上的标签，而不是去妥协成为女孩该有的样子，我们只选择成为我们想成为的样子。

这个奥运我们都被年仅21岁的郑钦文斩获网球奥运冠军所惊喜，她强大、冷静、自信，在她身上我看到了坚韧的女性力量；看到一个长期主义的人安安静静、认认真真做好自己喜欢的事，不内耗、面对挑战也能保持的松弛感，正如我们的GIADA woman，她们拥有的坚定内核，一步步摆脱了世俗对于女性曾有的狭隘偏见，挣脱了年龄的枷锁，在各自领域发光发热，她们生活得淡定又强大，让你不得不相信蝴蝶与坦克可以并存于一个女人的身上，而这也是GIADA想要传递的刚柔并济，吸引更多美丽的“钢铁蝴蝶”，一同停留绘制一幅独一无二的画作……

### 二、没有不可能

这便要说道第一自然段，看奥运的同时让我不禁将奥运和公司联想至一起，宏珏就像中国，各个品牌就像不同的赛项，而我们就像运动健儿，运动健儿在自己的项目中拼尽全力为国争光，让世界看到中国实力；我们在所属品牌板块努力工作，旨在让国家乃至世界时尚圈一步步看到GIADA的魅力和实力。

中国游泳队的后浪激起的浪花让世界的质疑声越来越多，因为优秀和强大，也因为我们的进步之快；中国体操队打破了欧洲长久以来的垄断，夺得集体全能的金牌，同样也有不同的质疑声存在……偶尔上网也会浏览GIADA的相关文章，质疑声一直存在，也会有些



“针对性”明显的刻薄文字，而在我看来，我想更多的可能是与我们在同一起跑线却被我们远远甩在身后的“对手”？东野圭吾在《恶意》里曾写道：“有些人的恨是没有原因的，她们平庸、没有天分、碌碌无为，于是你的优秀、你的天赋、你的善良和幸福都是原罪。”

因为你的进步之快、因为你的优秀、也因为你的不断突破才会让他人质疑你完成了他们认为的“不可能”。GIADA这一路来并不是急于自证品牌实力，而是强调价值，将价值作为传播重心，我们不是为了讨厌的人喜欢上我们，而是让本就喜欢我们的人更加坚定的喜欢我们，也在不断找到更多喜欢我们的人。

就像奥运赛事中中国创造出的一个个不可能，宏珏也在时间的长河中不断带给了外界一些些的“震撼”，如果你相信自己有价值，那世界都会为你让路！

## 书韵飘香，精神领航

张佳

2023年的《红珏人》如期而至，捧在手中我如获至宝，它宛如一扇通往另一个世界的窗户，让我得以窥探红珏人的故事与精神，收获了诸多宝贵的启发。

《红珏人》的每一篇文章、每一个故事都仿佛是一颗璀璨的星星，共同构成了一片浩瀚的精神星空。在这片星空中，我看到了红珏人对工作的热爱与执着。他们不仅仅是在完成任务，更是在用心雕琢每一个细节，将工作视为实现自我价值的舞台。这种对工作的敬畏之心让我深刻反思自己对待工作的态度。我意识到，只有全身心地投入，将热情融入到每一项任务中，才能真正体会到工作的乐趣和成就感。

其中，让我印象尤为深刻的是《序》中的一句话：人生的意义，不仅仅在于生存，更在于我们的热爱与执着。这句话如同一盏明灯，照亮了我们前行的道路。人生若仅止于生存，那就变成了单调的重复，缺失了灵魂的光彩。热爱，让我们心中充满激情，找到生活中的美好与乐趣，赋予平淡的日子以色彩。执着，则是我们追求梦想的坚定力量，让我们在面对困难时不退缩，在遭遇挫折时不放弃。因为热爱与执着，我们的人生有了方向，有了深度，不再是浑浑噩噩地度过。让我们怀揣热爱，坚守执着，去探寻人生真正的意义，创造属于自己的精彩。

《红珏人》的一些故事还展现了GIADA人的团队协作精神。他

们深知个人的力量是有限的，而团队的力量是无穷的，充分发挥各自的优势，共同攻克了一个复杂的难题。这让我明白了在工作中，不能只关注个人的成就，而要学会与同事们相互支持、相互配合。只有大家心往一处想，劲往一处使，才能实现共同的目标，创造出更大的价值。

同时，GIADA品牌的创新精神也给我带来了极大的触动。在竞争激烈的市场环境中，我们敢于突破传统思维的束缚，不断探索新的发展路径。这种创新精神让我认识到，墨守成规只会让自己逐渐被淘汰，只有不断学习新知识，敢于尝试新事物，才能跟上时代的步伐，为自己和所在的团队带来新的机遇。

玫瑰般的GIADA，永远充满独特的风格力量。它不仅仅是关于高品质的产品，更是一种对美的追求、对品质的执着以及对客户体验的极致关注。这让我在今后的工作和生活中，更加注重品质和细节，努力将这种追求卓越的精神融入到自己的行为中。

《红珏人》犹如一位智慧的导师，用一个个真实而动人的故事，为我指明了前进的方向。它让我明白，成功并非偶然，而是源于对梦想的支持、对困难的无畏、对团队的信任以及对创新的追求。在未来的日子里，我会努力提升自己，在工作中不断追求卓越，与团队共同成长，为实现自己的价值和目标而不懈奋斗。

千帆过尽，百舸争流。红珏的故事由红珏人书写，我会秉持红珏人的精神，书写属于自己的精彩篇章。

## 红珏人，反思与再出发

张羽

红珏人采用的线装书是我最喜欢的一种书籍装订方式。私认为这种装订方式带着浓浓的中国特征，质朴、优雅、庄重、仿佛自带一种历史文化的沉淀。于是在本科、研究生求学阶段，在满是异国文化充斥的环境中，我总是选择这种古老而优雅的装订方式来提交我的实体作业。如那句话所说，民族的就是世界的，这种带有民族文化气息的线装书也总是会被外国教授所接受、认可、称赞。

今年的红珏人采用了一贯的装订方式，而封面更为清丽，似乎预示着里面收录的内容有了些许改变。展现着对GIADA精神的内省，展现着疫情之后对整体市场环境与企业文化大事件的回顾与反思，也展现着在这个充满变化的时代中红珏人对未来的那一份期待与热忱。每一次提及GIADA Woman，都是对GIADA品牌精神内核的挖掘与深化。知性、优雅、隽永、独立、艺术、强大的内在力量与自我意识。GIADA是如此的旗帜鲜明、如此的始终如一。它始终忠于这群充满女性力量的精英女性，期待为她们的每一次亮相、每一次退场提供外在的盔甲，提供内在的精神支持。而它的顾客们也从不辜负这一份坚持，欣赏、尊重、共同进步。她们认可GIADA十年如一日的对面料、对工艺有着更高品质的追求，认可GIADA对浮躁市场环境及间接性流行风潮的从不跟随，认可GIADA始终如一的长期主义。就算不再穿着，GIADA也始终在衣橱里占有艺术品般的一席之地。步调一致的人不会走散，GIADA与GIADA Woman，是笃定的双向选择。

波动的环境总是会让人迷茫未来的方向。不难看出在过去的一年里，同时经历着疫情后爆发性的消费增长和潜在的市场环境的浮躁与恶化。裁员、降薪、暴雷不时出现在各大新闻头条，曾经以为“铁饭碗”般的行业巨头一个个脱下光鲜的外衣。人无可避免的被外部大环境所影响，产生悲观、消极的情绪。但对人影响更大的，是每天与之相处的那些人，那些口口相传的故事。在宏珏，赵总、李总的创业故事、创业精神始终是一根定海神针，激励着红珏人在波涛中保持冷静，在困难中突破重围。

宏珏要培养的是奢侈品行业的中国精英，对于有着百年历史的奢侈品集团来说，宏珏还是一家初生的创业公司。而创业精神里，刻着砥砺前行和攻坚克难。没有持续性的成功，也没有永远的低谷。焉知在这片跌倒的地方，不是下一次的攀上高峰的起点。相信相信的力量，相信坚持的力量，相信榜样的力量。

在这个过程中，也需要静下来、慢下来，需要不断的回顾与思考。每个月撰写工作总结的过程是对过往经历的事件一次总体梳理和反思，并从中得到经验教训。罗翔老师说：“人生最重要的是不断地反思和成长，每个人都应该学会如何去发现自己的问题并着手解决。”对自己、对所经历的种种事件进行剖析，从中找寻微小的认知碎片。从而认清自己的内心，找出自己的问题，才能在不断的磨砺中找到未来的方向。

## 终将抵达

张可童

每一个对GIADA有最基础了解的人，都对GIADA有着同一个思维路径：诞生于意大利——被中国公司宏珏收购——变为由国人掌握运营的品牌。入职了三个月，我更加肯定这是无需辩驳的事实，但真正引人深思的，在于这一事实，伴随其引申出的日新月异的中国奢侈品运营能力，却催生出了国人两种截然不同的态度。

那些有着民族自信，或是家国情怀的人往往会由此对GIADA滋生出更多欣赏喜爱，并意识到中国在奢侈品行业内的竿头日上；而与此同时，我们也能看到市场上亦不乏抵触心强，崇洋媚外之辈会对此颇有微词。在《红珏人2023》中，读到GIADA在某个关注各大奢侈品动向的微信大群里被称作“假洋牌”甚至“车公庙厂牌”而被大肆取笑的内容，只觉贻笑大方。在此语境下，难道“洋”就是好，与中国相关，就成了笑话？而略加思索，真正成为笑话的到底是不断深耕，努力在世界舞台占据一席之地的我们；还是一直抬不起头，无处安放野心，而只能背地里妄加评论的他们？答案不言自明。

在入职之前，我也在各大社媒看到过不少对GIADA褒贬不一的评论，而其中一条让我记忆犹新，是来自公司已离职同事的感慨，大概意思是：“GIADA的创始人Rosanna是一位年纪较大的女士，她跟很多意大利品牌的创始人一样，潜心设计、专注产品而不懂营销，所以她很感谢宏珏能让GIADA这个品牌被更多人看见，被更多人熟知，从米兰走向世界。”这段话对我来说有着很大的意义，让我能摒

弃、无视许多的负面评价而选择成为宏珏的一员，GIADA的一员，因为它为我找到了做品牌公关的价值所在——我们平等而无私地构建起了世界的桥梁——凭着自身的本事，将被注入无数心血的珍宝，送予更广阔的天地，而不拘于一方。我也相信这句话同样感染了许多与我一样，对品牌知之未深的局外人，简短却真诚的语句，如同一股清流，有着比想象中更纯粹坚实的力量。

在入职培训时，我才真正了解到宏珏强大的奢侈品运营能力，亦了解到意大利源自文艺复兴的设计美学，而这两者的结合便造就了今日的GIADA。这不是简单的一句“中外缝合”就足以概括，而是相辅相成，各取所长。我始终认为，本着民族自信去拥抱全球化与多元性，比以无知的眼光，和不加思考的态度去批判、要求所谓“血统”的纯正，更能在这个时代收获真正的勋章。我也深刻地意识到，在时尚行业、奢侈品行业，想要中国获得世界，甚至只是国人的认可都仍任重道远。而这便是身为品牌公关的职责所在，打破这莫须有的偏见，正如那位离职同事的语句曾打破了我的疑虑一样。这无疑需要经年累月，持之以恒的品牌建设与宣传，但聚沙成塔的信念和脚踏实地的步伐终会让我们抵达无需再自证的那一天。

落实到脚上尤为重要的一步，便是我们要在社交媒体上牢牢掌握话语权。就我目前主要负责的小红书而言，便是要不断地用优雅衣着、智性的内涵，年轻的血液，多元的形式，以及真诚的态度向人们构建、描绘出真正的GIADA，而不再被动卷入人们口中的是非。长此以往，终有一天，人们会看见，并由衷欣赏那从一而终的，屹立不倒的，岩石上的花。

## 细节，细节，还是细节

李悠扬

时光荏苒，不觉间，我已在GIADA度过了一个半月的时光。这段时间，充实而有意义，心中充满感恩，虽伴随着些许压力，却让我更加坚定了前行的方向。这种压力不同于求职时的迷茫和焦虑，更多的是一种自我期待，让我有了清晰的目标感和自驱力。父母常叮嘱我，“每天醒来就有新的力气，力气不花掉留着到明天就浪费了。好好利用自己的可再生资源。”道理虽朴素，却不断给我以力量。

在这个月里，我迎来了在深圳万象城为期三周的站店培训，这段经历让我对销售的全流程、商品知识、顾客画像有了深刻的理解。站店的第一周，主要任务是夯实基本功，要做到款号、价格和库存了然于心。尽管我在Celine已有过零售经验，但相比之下，GIADA的品牌顾问在基本功和专业度上无疑更加严谨和完善。Celine作为一个国际知名品牌，常给人以稳坐钓鱼台的姿态，因此对一些看似琐碎的细节不甚在意。可我深知，这些看似简单的细节，却最能体现品牌的高度和专业度。见微知著，顾客走进店铺时，听到“我帮您查一下价格”这样的话，往往会对品牌的印象大打折扣。而这些细节的打磨，正是我在GIADA成长的关键所在。

作为商品策划部的一员，我深感自己有责任成为最了解商品的人。这种“压力”虽然让背诵过程显得枯燥，但也让我在店长的考核中顺利通过，并在轮号销售中受益匪浅。每当我自信地为顾客货货、准确地推荐搭配时，便深深体会到那些细节训练的巨大作用。

站店结束后，我有幸参与了在青岛举办的“臻于迦境”限量臻绒皮革活动，协助商品策划部对模特走秀的fitting和造型支持。这次出差对我而言是难得的学习机会，尽管对流程并不陌生，但Vicky对细节的关注程度依然令我震撼。模特的走姿、妆容，服装的衣带系法，配饰的位置，衣领的开口大小，每一个细节都被Vicky一一打磨。她亲力亲为，不仅在走秀结束后立即与销售对接，还实时调整造型，确保服装的最佳呈现效果。这些细节的堆砌，不仅提升了服装的展示效果，更有效带动了销售，助力品牌的发展。这也让我更加体会到商品策划部门的重要价值。

每每回首，作为一名校招应届生，能与宏珏结缘，我深感幸运。翻开新的一期《红珏人》，这份小小的窃喜逐渐升华为一种澎湃的事业心。我看到GIADA对于绒料的精益求精，每一件大衣从面料的筛选到最后的成衣，都渗透着对品质的执着。商策部门的一次次不厌其烦的fitting，不放过任何一个可能影响穿着体验的微小因素，是为了做出更加适合中国女性身材的服装。李总对工作细节的关注更是让我倍感钦佩，甚至是品牌画册的封面设计，她都亲自参与、严格把关，只为传递出最优雅的品牌内涵。让我感动的还有Curiel团队的同事们，他们在与Dellalo合作的胶囊系列设计中，分享了许多深刻的思考，甚至有同事真的去学习了芭蕾舞，只为能够深刻体会并与另一种艺术形式产生共鸣。这些对细节的关注不仅仅是他们个人的工作风格，更是整个品牌对卓越追求的写照。每一处宏珏人对于细节的坚守，都是长期主义精神的最好实践。

能够与这些志同道合的同行者一起成长、进步、互相学习，共同

追求美与卓越，我感到无比自豪。这份缘分，是我在艺术与职业生涯中的珍贵邂逅，而我将继续在这条道路上追寻自己的事与业，追寻那份来自内心的热爱与执着。

## 持续热爱 持续坚持

尹嘉玉

出差回来就看到2023年的新版红珏人立立整整得放在办公桌上，鲜艳的芥末黄一下子就吸引了我的眼球，和我们24春夏有一组的高光黄颜色有异曲同工之妙，非常吸睛，迫不及待地拆开想要翻阅，看到一篇篇优秀的文章，看到大家对于工作的热爱，也让我感慨万千。

平时的我们并不知道其他部门同事的工作内容和节奏，但是通过一篇篇红珏人，我们也跟随着她们的角度去到了她们的工作内容，去到了意大利，看到了GIADA HOUSE，见到了设计师团队，大家的一个共同点就是热爱，热爱品牌，热爱这份工作。看到同事们去参观GIADA大衣工厂制作，给嘉宾们介绍GIADA的大衣制作过程，请嘉宾们上身感受，看到嘉宾们穿上GIADA气场提拔的瞬间，不禁再一次感叹，GIADA大衣和商品的魔力所在，百闻不如一见，百看不如一穿，抬人真的是我们商品的竞争力所在，而我们拥有这些竞争力，也是因为我们无数次的fitting，无数次地调整，站在顾客的视角去审视衣服，做出更加适合中国女性身材的衣服。

那这份对于原材料和工艺以及设计的坚持，一次次也打动着红珏人。记得在北京和深圳新人培训的时候，讲到GIADA绒时，给大家播放了AHALOLO和鸟鸟参观大衣工厂的视频，其中他展示了我们的双面羊绒大衣，水波纹的纹理在视频里被非常清晰地展现，现场的新员工都发出哇的感叹的声音，我相信这种品质在其他品牌并

不可见，我们还坚持着传统的高费时费力的薊梳工艺来梳理羊绒，只为了能够让我们的羊绒展现出漂亮的水波纹纹理，让顾客看到我们的匠心；视频中还有这么一段对话，AHALOLO问工厂负责人哪个品牌的标准最高，工厂负责人说GIADA，GIADA从面料开始就是最高标准，如果你去触摸一件GIADA大衣和其他品牌的大衣做对比，你就可以看出不同。当工厂负责人说完这句话，现场的新员工也都不由自主的鼓起了掌。这些新员工可能还没有进到店铺，还没有亲身上身试过，但是已经种下了GIADA绒就是行业的最高标准，就是被供应商认可的种子，相信她们在未来的店铺生活中，也会一直怀揣着这个信念来热爱品牌，喜欢品牌。

而我们这么高的标准从品牌创立之初到现在都未曾改变，不会因为外界市场环境的变化而降低任何标准，坚持是我们被大家看到的并喜爱的原因，也将会是未来我们依然会秉持的信念，希望越来越多的人可以看到每一件大衣和商品的来之不易，了解到GIADA的高级感和品质感，喜欢品牌，信任品牌！

## 没有那么多天赋异禀，优秀的人总在翻山越岭

刘心茹

在沉浸于《红珏人》的篇章后，我被GIADA团队对产品从设计到生产的每一个环节所体现出的极致追求深深打动。每一篇文章都是对GIADA品牌精神的深刻体现，体会到了GIADA团队对产品每一个细节的无限热爱和执着追求，更是对各部门成员对各自工作的热爱和对品牌价值坚持的生动诠释。这些故事汇聚成一幅幅生动的画卷，展现了各部门在品牌发展中的独特贡献和协同合作的力量，用行动证明了“一群美丽的人做一份美丽的事业”。

国贸部：GIADA国贸部以“外交官”的姿态，深入意大利供应链，不仅处理订单，更传递品牌精神与价值观。他们通过面对面沟通，解决具体品质问题，建立深厚信任。同时，分享品牌故事与成就，让供应商理解品牌魅力，强化合作归属感。这种对细节的追求与品牌文化的传播，确保了GIADA产品的卓越品质。国贸部的工作不仅是采购，更是品牌精神的传递者，为GIADA赢得了国际市场的认可与尊重。

产品部：产品部是GIADA品质守护的坚实后盾。面对小数量订单交付的挑战，产品部深入供应链，与意大利工厂紧密合作，通过优化生产流程、加强沟通与协调，有效推动了订单的顺利完成。他们不仅注重订单的执行效率，更重视与合作伙伴关系的建立与维护，赢得了工厂的高度信任与全力支持。这一切努力，都为GIADA产品的卓越品质提供了坚实保障，彰显了产品部在品牌发展中的重要作用。尤为感人的是，即便在意大利订单需求激增的情况下，合作的工厂依然

将GIADA视为核心客户，宁愿拒绝其他知名品牌如VERSACE和CHANEL的合作邀请，也要确保GIADA的订单得到优先处理。这种信任和支持，不仅体现了供应商们对GIADA品牌的认可，也彰显了产品管理部在维护合作关系上的卓越能力。

视觉传播部：GIADA视觉传播部在追求品牌卓越品质中扮演了关键角色。作为品牌形象的塑造者，他们以创意为笔，以品质为墨，绘制出一幅幅令人瞩目的时尚画卷。他们通过不懈努力和高质量作品，打破了初期偏见，赢得了时尚界的认可。与摄影师、模特等合作伙伴建立的良好关系，展现了合作共赢的精神。视传部不仅注重专业性 with 创意，更重视企业文化的传承，激发了团队的共同热爱与追求。他们的努力为品牌树立了良好形象，推动了持续发展，是GIADA品牌成功的重要推手。

我的日常工作作为营销部的桥梁，与产品部、国贸部的密切沟通合作，让我深刻理解到，从产品设计的源头到最终的市场呈现，每一步都需要我们对品质的坚守和对细节的关注。这些故事激励我在工作中更加注重产品的质量与设计，不断追求卓越，以确保GIADA的每一件产品都能体现出品牌的核心价值。那么，在此环境影响下，我深感自信对于表达我们的产品至关重要。我们需要对自己的产品感到自豪，并在销售时勇敢地表述我们的优势和特点。这种自信源自于对GIADA产品质量和设计价值的坚定信念，以及对品牌精神的深刻理解。

这些篇章共同绘制了GIADA对产品精雕细琢的全景，彰显了团队在追求卓越中的坚定信念和勇于创新的精神。“一尘不染不是没有

尘埃，而是尘埃任他飞扬”——这不仅意味着GIADA接受并超越不完美，更代表着在追求完美的过程中展现出的自信和勇气。我们的团队正是在对完美的不懈追求中，展现出了GIADA的自信和骄傲。在未来的工作中，我期待与团队一起，继续以满腔的热爱和专业的态度，勇敢地展现我们的产品，自信地传达GIADA的品牌价值。

当然，共同参与打造GIADA的部门还有很多很多，他们的努力铸造了我们对品牌、产品的自信和底气。从来没有那么多天赋异禀，只因为优秀的人总在翻山越岭为其奔跑。

“萤火虽微,但为其芒,不啻微光,造炬成阳。”

愿你我共勉。

## 长期主义

单邈

与GIADA携手共进的九个月仿佛一场梦境，悄然绽放，匆匆流转。初来乍到，踏入这片陌生的领域时，心中怀揣着对未知的忐忑与憧憬。如今，那份不安已被时间抚平，取而代之的是与一群志同道合的伙伴并肩作战的温暖与力量，我们共同书写着关于成长与突破的篇章。

有幸阅读《红珏人2023》，我深受“长期主义”的触动——“长期主义是一种耐烦的态度，如日复一日的锻炼、积少成多的阅读、不厌其烦的学习。作为个人，是在快速发展的时代里寻找自己的节奏，学会坚持、学会积累、学会沉稳。”长期主义，这一看似简单的词汇，实则蕴含着对人生与事业的深远洞察与不懈追求。在快速发展的时代里，保持耐心、坚持积累、沉稳应对，是通往成功的必经之路。

入职前，我对于工作的理解可能仅局限于电脑前的宏观调配，认为通过对于货品调配的策略布局，便能有效促进销售，提升业绩。然而，现实的复杂性与多样性迅速打破了这一简单构想——真正的挑战在于如何将策略转化为实际操作，并确保其在每一家店铺、每一次销售中都能发挥效用。

我也逐渐意识到，商品运营这份工作，需要我们跨越数据与现实的桥梁，与门店同事们进行更多沟通与协作，在日常中积累更多的



了解与默契。我们日常的工作重心放在了与店铺的紧密沟通，从日常的查货调配到销售数据的跟进，从顾客偏好的捕捉到新品反馈的收集，每一个环节都至关重要，不容忽视。

随着时间的推移，当销售同事们频繁地向我咨询货品问题、询问全国畅销情况、请求查货调货时，我能够更加迅速而准确地给出答案，提供有力的支持。这种被需要的感觉，让我逐渐意识到，自己不仅是数据背后的分析师，更是他们销售战场上不可或缺的强劲后盾。这份认知，不仅增强了我的自信心，也激发了我对工作的热情。

在上新前，我会仔细研读新品资料，从设计灵感、面料选择、独特巧思到搭配建议，力求更全面的了解。当销售同事们询问关于新品的问题时，便能更迅速而准确地给出解答。面对一些超出我知识范围的问题，或需要专业意见的情况，我会充当起桥梁的角色，及时与产品部或商策部沟通，确保将销售同事们的疑问和反馈传达给相关部门，并尽快获取到专业的答复。

对于全国畅销情况，我们采取了宏观与微观相结合的分析方法。宏观来讲，我们定期汇总销售与库存数据，梳理出畅销榜单，帮助各店铺敲定主推款式。微观来讲，通过一次次的查货调货、销售分析以及不定期的电话采访等方式，我可以更深入了解各店铺的顾客偏好与销售情况。这些第一手的信息为我提供了宝贵的决策依据，帮助我在调配与分货时，做出更加精准的判断和决策。

对我来说，在这份工作中，我逐渐学会了如何在快节奏的工作

环境中保持耐心与定力。每一步都需要时间的沉淀与努力的积累。不急于求成，而是能够静下心来积累经验，给到更专业的答复，做出更精准的决策。我深知，只有经过时间的考验与历练，才能收获真正的成长与成功。

正如应总所言：“每个人生来都不明白自己的价值到底是什么，而是在热爱的事业中、在生活的磨砺里，在符合自己心性、兴趣与志向的发展道路中，不断地遇见自己，在逐渐探索以及丰盈自我的旅途中找到了真正的‘自我’。”这正是长期主义赋予我们的最宝贵的财富。在未来的日子里，我将继续秉持着热爱与精益求精的态度，为GIADA的辉煌未来贡献更多力量。

## GIADA WOMAN

刘伊林

翻开桌上这本尚带有墨香的《红玉人》，其中有许多关于GIADA WOMAN的意象，知非形容GIADA WOMAN是“来自不同生活环境和专业领域，但穿着GIADA时却有相同的智识、知性、自在、内敛、有强大的内在力量和自我意识”的女性，邓邓笔下的GIADA WOMAN“如玫瑰般，不会褪色，不会枯萎”；亮哥笔下的GIADA WOMAN是优雅的化身——“优雅是追求完美的心气和接纳不完美的淡定。”

真羡慕身边有这么多文字优美诗情画意的同事们，能把GIADA WOMAN的形象用这么优美动人跃然纸上的文字描绘出来。作为一线的销售管理者，每日与看似个性各异的GIADA WOMAN交往，确实能感受到背后她们真实的人格与对美丽的共同追求。

有人说，GIADA衣服也是挑人的，对于这个观点我从不否认，GIADA衣服确实是挑人的，不仅挑穿着者的身材，更挑穿着者的气度。能把GIADA驾驭好的女性必须是自信挺拔的，是有自我追求和自我约束的，是不甘于平庸的，因为穿上GIADA就必须昂首挺胸，就很难泯然于众人，因为无论是面料光泽，亦或是设计剪裁，一看就不是凡品。

所以GIADA与GIADA WOMAN之间的相遇真如浩瀚宇宙中两个相契灵魂的相遇，是彼此寻觅却仿佛一个转身遇见彼此的过程，是在

未遇见前各自独立生长而重逢后共鸣出优雅乐章的华彩。你很难碰见一个品牌像GIADA一样从不谄媚其客人，自有自己的规矩，因为GIADA与GIADA WOMAN之间不是攀援的菟丝花，而是并肩站立的岩中花。

彼此成就，互相陪伴，相互成长。正因为有了GIADA WOMAN的优雅、自主、知性，也给GIADA注入了不竭的发展动能；而GIADA作为GIADA WOMAN前行路上的温柔铠甲，陪伴她们穿梭不同场景去到更高更远的地方。

## 使命必达

张恒子

很认真的读了最新装订的红珏人，还看到了一些新面孔，但是读下来依旧是熟悉的热血澎湃，再一次让我感受到公司各个部门在自己的岗位上所做出的努力和坚守。但于我而言，产假复工已经整一个半月，目前区域的业绩呈现远远没有达到我的预期，说实话，我还是非常有挫败感，满心惭愧。

记得7月末从南宁回深的火车上，因为区域人员问题的沟通不畅，再加上可能一直连轴转很久没有见到女儿，内心压抑很久的委屈、不甘心爆发出来，自己在火车上眼泪止不住地流，把旁边的一位大哥震惊到了。他看到我边哭边拿着两个手机回信息，安慰我道，姑娘，一份工作而已，怎么动那么大的感情。大哥自顾自的说自己是做母婴市场的，在华南片区有很多家门店，也有线上店铺的经营，每天一睁眼什么都不干就是3万多的支出，一个月各项支出加起来要70多万，支出是确定的，而进账是不确定的，所以他调侃自己就是典型的在深圳开着保时捷但口袋里连500元现金都没有的人，甚至给汽车加油都要想一下是今天加还是明天。所以，他告诉我，真的很羡慕可以有固定收入的上班族，和他比起来，我的那点压力不算什么。听到他说完，我就已经快速消化了我的情绪，是啊，比起他，甚至比起赵总，我的压力和遇到的困难真的太微不足道，生活要继续，工作要继续，如果你的目标是远处的大海，又何必惧怕眼前的礁石。于是，调整好自己的状态，理清思绪，哪些单需要用什么方法一定要追下来，哪些店铺可以进行调整送人员出去支援，一个电话一个电话的打，逐一进行人员沟通，把问题解决。

今年6月，我的奶奶因病去世了，这是我人生第一次真切地感受到至亲的离开，也深深刻刻的理解生命无常。每个人都要对自己的人生负责，我们无法改变亲人的离去，所以活着的人就要把自己的每一天过好。身边有一些声音就像火车上的那位大哥对我说的一样，这只是一份工作，不必那么较真。但我非常不认同，不管它是工作还是事业，我选择去做了就一定要做好，为结果负责，我不想浪费我的生命，我真的很想达成目标。GIADA是我钟爱的品牌，我希望更多的人能够感受她的魅力，而且其它区域都能做好，那凭什么华南就不行？！

## 遇见同频

谭翹楚

月初收到最新版的《红珏人》，外貌协会的我看到精美的包装便忍不住捧起来读，也如我预料，细读篇篇文字，更难自拔。入职以来，我常常渴望能够从赵总和前辈们的口中以及文字中了解宏珏一路的历程，再关联到我日常的工作中，因为这会让我更加充满力量、动力和希望。

通读下来有几篇格外饶有回味的文章，细想起来可以归为同一个主题：“同频”。同样的品质，同样的意志，同样的精神，同样的事业，也恰好回到了赵总常提到的公司理念，“一群美丽的人，做一份美丽的事业”。23年《红珏人》开篇中，赵总写道“持续热爱和尊重，持续驱动和蓄能，持续清空和自我和解，持续广阔和成就他人”，如此，这便是宏珏人的特有精神；“世间所有最美好的事物，是属于全人类的，是全球化的，这样的胸怀才能去包容、去理解、去感悟不同的文化，去发现美，去创造奇迹。国际化的视野，才能铸就伟大的品牌。”在周总“难忘的十一月”中，这段文字使我深深动容。没错，懂得爱、懂得美，以包容有爱的心态面对世界，便也是GIADA秉承art to art理念的深意。

我对此甚有感触，可能恰好本月在成都skp店举办了一场线下共话沙龙，主题是围绕GIADA woman们所关心的亲子主题，由来自包括我在内的三位职能同事一同主办，分享我们从麻省理工、复旦大学、伦敦艺术大学毕业，不同教育、家庭背景下的亲子成长点滴。起初想要做这场活动也是来源于思考“同频”这个话题，我们的客群都

是在各行各业的精英女性，同样的优秀，不同的视角，希望能够创造一个机会，不仅让顾客和品牌之间更加“同频”，也是让同频的GIADA woman之间多一个朋友，多一个视角，多一个机会。

活动现场的氛围比预想还要棒，在场很多顾客都是我们的偶像，很多经历可以互相探讨。拿我个人讲解的与艺术、疗愈相关的这部分而言，我从小学画，到明确发展方向，一路走来对艺术的追求，父母的尊重、包容，自我的觉醒成长，都引起了在场客人的共鸣。再到幼儿艺术学习和艺术疗愈的方向，几个case的分享也令现场客人为之动容，一位客人特意认真拿出手机备忘录记下我提及分享的一句话语“相信艺术的一项宗旨是指导我们成为善于爱的人：懂得热爱河流、热爱天空、热爱马路，热爱别人，热爱世界。”活动后请求品顾推给了她的联系方式，当晚还在回味活动中的体会，对艺术新的看法，以及对宏珏青年身上所具备的力量和特质的赞美。除去在校知识、眼界的开拓，一直以来感触最深的是我从小坚持对艺术的学习和接触。它不仅提升创造力、开拓性思维，更能长期让我保持对世界一个包容、有爱的态度，以欣赏赞美友善的心态对待不同文化、价值观、信仰、事件，表面是宽容以待世界，更重要的是赋能自己更多的能量。

个人很有感触的两句话，一句来自画家吴冠中“现在文盲已经不多了，但是美盲却很多，现在很多人贫穷，穷的不是物质，也不是文化，而是审美。”另外一句来自美学家张世英：“人生有四种境界，欲求境界，求和境界，道德境界，审美境界。审美为最高境界”。

乐见未来，同频的宏珏人们，一同更加自信开放，越走越远。

## 《红珏人2023》读后感

黄语昭

青苹果绿色带来了氧气感和盎然生机，用心做艺术化时装的公司自始至终高挂人文关怀。这是我拿到2023年版《红珏人》的第一印象。从入职前一直萦绕在耳边的公司文化与员工心语的结晶，终于在此刻具象化，变成纸质读物被我捧在手心。我小心翼翼翻动着它。

文人如书，常读常新。

尽管入职将满三个月，经历了公司培训和数次与领导层的对话，看到熟悉的名字和其心态的文字表达，依然会有顿悟，有眼前一亮。近期，与同事交谈的时候自嘲是拼尽全力做过程，不求结果多么美煞旁人的类型。而读到赵总在序言中铿锵有力地写到，“在宏珏，没有一个好的结果，再好的过程也只能留作回忆和遗憾。”我深感自己并没有完全站在管理者的角度思考问题。他期待用结果和数据来经营企业，这在当下数据为王和经济下行的时代是恳切而有力量。同时，站在管培生的角度，“管理”二字首当其冲，因此我未来的心态和方法论也应该趋向于抓结果，过程适当放权和给予团队更多自由。

何总的文字，让人如沐春风。从面试中第一次直观地被这位GIADA LADY所感染，到初次见面充满笑意和温柔的问好，再到彼此更多的了解和交集，她和她的文字始终是GIADA的风向标，如同文中写的那样：“拥有着清晰的自我认知和判断，用诗意与浪漫去抵御生活中细小的琐碎与虚无。”同时，她也是女性自信力量的源泉。当下一次遇到顾客产

生身材焦虑、年龄渐长等不自信时，我会像何总一样告诉她们：美不只有一种形态，成熟也不是标签，是时光历练下的美丽姿态；梅耶马斯克说自己才75岁，没感受到年龄带给她的影响，我们又谈何焦虑呢？

“美跟美首先是互动的，然后又成为了彼此的反作用。”这是全书中非常打动我的一句话。它简洁地概括了我加入宏珏的初衷：喜欢和美的事物呆在一起。而我工作中产生的源源不断的热情也在验证这份初衷的正确性：我要把充满美感的创意融合进我策划的门店沙龙中，同时我创造的美又变成我的燃料，赋能我持续创造美。

宏珏人在我眼里不仅仅是美的，充满艺术的；与此同时，他们也充满了血性和目标感。思焱说到，真正的目标感是笃定那是自己设定的目标，并且百分百信任自己的内核与能量。立晖的《创业者精神》中写到赵总躬身入局每一场培训和营销部的任命与离职，拒绝躺平；COLOMBO品牌张总起号“挣出”公关费；应总带着团队顶着暴风雪完成招聘任务等等，无一不彰显着这份精神。而宏珏人与公司文化相辅相成：“恰恰是公司的长期主义，才淬炼出了那么多大爱而坚定的人才。”读罢，我心里出现了宏珏人一个个温柔和善的面孔，他们带着坚定的信心、灵感和努力，在各自的岗位上发光发热。

《红珏人》是一份充满态度的赤诚之作，而凝结成这一切都离不开热爱二字。如轩焱所说，“一切的成功都不是偶然”，又如心茹所说，“梦想的追求源于心中的热爱，热爱成就了心中的追求。”有幸在加入宏珏之初能够得到如此的精神洗礼，路漫漫其修远兮，惟愿所走之路是心之所向，继续书写这份美丽事业的未来。

## 万物归一

丁合怡

在GIADA不期而遇见花树，共鸣与联结使得大家有了共同的名字——GIADA Woman。翻开《红珏人2023》，花朵在每一页无声地绽放，如同在我们过去365日的工作默契中突然传来的低语。这种“看见”，不喧哗却深刻，施远带着我们探索美学，又跟着何总和妙妙追寻生活与事业的本质意义，替顶住流言蜚语的君子坦荡握拳，又为不争馒头争口气的目标感和伫立在蒙特拿破仑大道中央的骄傲而动容……一字一句，一撇一捺间正是“红珏人”的“人”。我们何尝不是在翻阅《红珏人》时遇见自己的花树呢？

2024年，在全球经济的起伏中，奢侈品市场遇冷。市场两极分化明显，受经济波动影响较小的富裕消费者仍在购买奢侈品，而中等收入群体的购买意愿则出现显著下跌。而在复杂多变的经济形势下注入的耐心与信心，这种无声的宣言在《跑马拉松的人》一遍又一遍呐喊着。当我翻阅完，思绪万千不知从何拾起时，序中“一生二，二生三，三生万物，万物归一”，让我一下子醍醐灌顶。

以前学过一个概念叫“基模”，意思是人为了节省自己的脑容量，提高信息处理速率，人为设定了一个先入为主的认知结构。例如看到发光的物体我们就想到了灯、看到长方形四个轮子我们就知道这是车。而创造力是一种把看似不相关的事物联系起来的能力，放弃对固有的建模，以全新的方式看待变化。面对瓶颈和未来，热血的人愿意相信自己的身体和心，愿意在场，愿意去体验，愿意去

经历，把人生和热爱的事业变得更加丰盈、专注和放松。最终，允许万事万物穿过自己。

而在事业的旅途里，我们不再只是旁观者，而是积极的参与者。在《红珏人》的文字编织里，在各种表格和数字间抬头，拾起那些宝贵的光辉与美好。红珏人的“人”，一撇只有找到互相扶持的一捺，才能站稳、立住，便是万物归一，同心同德。

最后想分享这个奥运夏天很喜欢的一句话，姑娘们金子般的心，配得上任何颜色的奖牌。

## 自信、底气与从容

薛羽迺

GIADA作为一个还在不断成长，一步步实现自己潜力的品牌，面对外界的质疑与偏见是一个必经的过程，保持自信与坚定尤为重要。读到关豪田的《君子坦荡荡》时，我感受到一股从容与坚定的力量，这种力量源自于对品牌的自信与对事业的执着。这篇文章让我重新审视了自己在面对外界质疑时的态度，也让我更深刻地理解了作为红珏人和GIADA大家庭一份子的责任与使命。

刚读到这篇文章时，我其实感到既惊讶又惊喜。惊讶的是，这篇文章敢于直面GIADA品牌所遭遇的非议和质疑，不避讳地直接将大众对GIADA品牌的负面/刻板印象摊在大家面前。正如他所提到的，“树大招风、枪打出头鸟”，这句俗语恰如其分地概括了GIADA在奢侈品行业中的特殊地位。作为一个年仅20余岁的年轻奢侈品牌，GIADA能够在欧洲奢侈品界单枪匹马地突围，杀入拿破仑大道核心位置，这本身就是一个前无古人的创举。然而，正因为这种成功，它也不可避免地成为了外界议论和批评的焦点。我不禁想到曾在小红书平台上看到过类似的言论，直称GIADA为“假洋牌”，并以此为依据来论证品牌“不是奢侈品”、“质量不好”甚至“不值得买”。这些言论似乎的确在平台上得到了部分人地拥护，但稍加分析便能发现其中的不合理之处。谁规定了“洋牌”就一定是“好牌子”？又是谁在暗示“洋牌”就天然高于其他品牌？这些“嚼舌根”的背后，不仅仅是对我们品牌的浅薄认知，更是一种赤裸裸的“崇洋媚外”情结在作祟。

文章也提到，“造谣一张嘴，心思极坏。”这些批评者无非是想通过这样的手段，将GIADA归类为一个“国产品牌”，从而降低它在奢侈品领域中的地位。其实，这样的攻击更多是源自于对品牌优秀的嫉妒和不满。这种心态实则恰恰反映了某些人的狭隘与不自信，也揭示了他们对品牌成功的妒忌。

然而，面对这些质疑和批评，我们应该以一种更加从容的心态去应对。首先，自信与底气的来源就是GIADA的品质和价值，这一点毋庸置疑。其次，文章也提醒我们作为品牌的代表，我们的每一个行为都在接受外界的品评和拷打。无论是销售业绩、品牌公关活动，还是商业落位，都有无数双眼睛在紧盯着我们，期待着我们出错、失败，然后再狠狠地踩上一脚。这种外界的关注和压力另一方面也敦促我们不断提升自己，力求在每一个细节上做到极致。在我看来，这不仅是对我们工作的挑战，更是对我们信念的考验。宏珏集团作为中国唯一一家具有独立运营管理国际奢侈品牌能力的公司，肩负着巨大的责任与压力。这种责任感不仅来自于品牌的成功，更来自于我们对中国奢侈品行业的引领和推动。因此，我们每一个宏珏人都应当意识到，自己的言行不仅代表着个人，更代表着整个品牌和公司的形象。

同时，面对这些外界的非议，我们需要做的不是辩解，而是用实际行动去证明自己的价值。正如文章所说，“重要的是永远要相信并热爱自己所做的事业，坚定地不受外界动摇地向目标迈进。”在面对质疑时，我们应当以一种君子坦荡荡的姿态，继续专注于自己的工作，努力将品牌的价值传递给更多的人。

在这场旷日持久的攻坚战中，我们不能因为外界的质疑和非议而乱了心智。我们需要坚定信念，继续前行，因为GIADA与宏珏的未来掌握在我们每一个红珏人的手中。文中的这句话我很喜欢：“一个人的光是微弱的，但集合在一起就会成为无法被黑暗吞噬的星火。”我们每一个人，都是这场战斗中的一员，只有团结一致，才能在奢侈品行业的寒冬中脱颖而出，为品牌和集团的发展注入新的活力。

## 拼搏创造奇迹的宏珏人

黄璇

终于收到了每年都期待的《红珏人》，迫不及待的打开这本记载着公司和个人成长的故事书，去欣赏和阅读过去的一年里，各品牌、各部门，各同事们都发生了哪些故事，克服了哪些困难和挑战，有怎样的收获和成长；这是大家用心的记录，翻开看的不只是一个故事，更像是一个个人生，大家奋斗的故事，也是我们自己的人生，《红珏人》是我们的精神粮食，每每看完都会充满力量和斗志，被大家的故事无限的感动、鼓舞和激励，更为宏珏人们做出的努力取得成就和进步感到骄傲和自豪！

宏珏人是拼搏的宏珏人，“奋斗慈善快乐”一直是宏珏人践行的文化，在孙立晖的《创业者精神》里，他和赵总一起出差，赵总的拼劲感染了他，赵总作为公司创始人躬身入局，亲历亲为连轴转到各地各城市出差培训，感染他的同时也给他一个大大的警钟，里面有句话让我特别动容，如果连最不需要奋斗的人还在奋斗，已经创业成功的人还在创业，那原地踏步的人迟早就是被职场淘汰的。宏珏的创业精神是带着口号，但更是宏珏人们前赴后继去证明。是啊，宏珏人正是因为有有强烈的事业心，高度的责任感，把职业当作事业，这种拼搏奋斗创业者的角色精神，才能使我们能够立足于世界奢侈品王国的重要支柱，这是我们的核心精神，拼搏是向着自己心中的高峰不断攀登的姿态，也是在遇到挫折时毫不退缩的坚持，我们时刻保持这种精神，拒绝躺平，燃起来！



宏珏人是创造奇迹的宏珏人，从2004创立公司到今年2024，宏珏走过的20年，打造了中国的第一也是最年轻的奢侈品集团公司，培养了5个国际品牌，2013年宏珏选择自创中国品牌YI，依托中国五千年的璀璨而深厚的文化底蕴，打造中国品牌走向国际化的道路，于2023年创建YI云栖茶生活空间，为中国第YI品牌的国际化之路又迈进了一大步。2016年，以独特的视野和敏锐的洞察力，选择将百年高定品牌CURIEL商业化，定位轻礼服小黑裙，一举在中国市场和意大利商界成为传奇，并于2024年1月开启一千平米的CASA以当代剧院作为表达概念的蕊蕊之家，成为业界翘楚。2018年与最有设计天赋的意大利设计师之GABRIELE COLANGELO开启了其同名品牌中国市场时尚之旅，一时间成为了世界时尚品牌的风向标，也成为中国时尚设计行业的领航人。2020年，与全球羊绒奢侈品牌COLOMBO合作，推向中国市场，短短的三年，创造了奢侈品品牌中国运营的神话。2021年，GIADA开创性进军餐饮业，由意大利享有盛誉的主厨MARINO带领的GIADA GARDEN，不紧紧是味蕾届的爱马仕，更是独一无二的各国政商等领域的友好交流平台，并在2023年一举获得米其林一星。宏珏人在赵总李总的带领下一一次次，缔造的奇迹，把无数的不可能变成了可能，一步一个脚印，不断的攀越！

总是有人在坚持做喜欢的事情，书写到最后我已热泪盈眶，感谢每一位拼搏奋斗坚持的宏珏人，感谢一起追梦创造历史的每一位宏珏人。

宏珏的愿望是成就一个有生命力的百年企业，今年的宏珏人是绿色的封面，一开始还没有习惯，现在越看反而越喜欢这个绿色，绿色

代表着勃勃的生机，代表着年轻，新生和向上的力量；是坚韧和最具生命力的，正如年轻的宏珏和宏珏人，“人生的意义，不仅仅在于生存，更在于我们的热爱与执着”。革命尚未成功，需要更多的努力，未来让我们带着坚持和热爱以及宏珏人的精神去燃起来，加油！

## 无用之用

李全

翻开2023年仿佛带着一股青草清香的浅草绿《红珏人》，赵总写的序言映入眼帘，开门见山写的就是他对“事业”的理解，事就是要踏实地去做好自己的工作，业就是最终要有结果，要有业绩的产出，不然就会给自己留下遗憾，在工作中要对结果负责。在翻开第二页时看到一张照片，一位书画大家气势磅礴地在画卷上挥洒着宝墨，而画作中是冬日里一树熟透了的红澄澄的柿子，思绪一下子就将我拉回到了去年冬天……

2023年11月初，我就开始着手准备我们亲爱的李总的生日礼物了，之前每年都是大家在红色卡片上签名，这个形式已经用了很多次了，今年想弄一个更新颖更特别的方式去呈现，且还要注意保密，不然赵总先知道后肯定又会用手指敲我的头说我：李全你又在偷摸着做什么坏事？我想到了让大家共同去创作完成一幅作品，比喻说每个人用自己的大拇指按压出一朵梅花的花瓣印，绘制一幅梅花的中国画，我临时组建了一个特别行动小分队，成员包括郑冰，白抗，严莹，杨清博，赵泽亮，郭卫星共6人，我将想法分享给了大家，大家听后都觉得特别好，但冰姐觉得梅字与霉字音相同不吉利，经过几轮沟通与讨论，最终我们选择了寓意非常好的柿子图，代表着柿柿如意，心想柿成。

接下来就开干了，严莹负责相关物资工具的准备与采购，清博开始打底稿构图，郭卫星给了后期视频创作的一些建议，后面我就

开始组织每一位同事画一个柿子，大家收到我的微信后都很开心，每一位同事在画的时候都小心谨慎地生怕自己画得不好，或是担心沾染上了墨水破坏了整幅画，有些同事甚至会先在一张白纸上试画一个柿子后才敢去下笔，大家都觉得很有趣，且很有意义，都觉得是在参与一件很重要作品的创作，我用手机镜头记录了每一位参加同事的画面，小亮以此为素材制作成了这个作品整个的创作过程。最后还差赵总没有画了，我们带着底稿去找赵总画柿子的时候，他也很紧张，琢磨了许久才下笔怕一不小心画错了毁坏了整张画，在赵总画了一个又大又红又饱满的圆柿子后我们的画作终于大功告成，经过装裱和制作了画框后，与最初我们临摹的样稿简直不差分毫，远远看上去可谓真的是有模有样，像是出自于一位名家之手。

没想到李总收到画作后很是惊喜，仔仔细细地看了又看，看一下这个柿子是谁画的，那个是谁画的，这个同事为什么选在这个角度画，哪一个柿子又是赵总画的，听到整幅稿是由一位来自米兰布雷拉美院的同事构图后夸赞说她是个才女，了解到画背后所代表的寓意后，非常地开心脸上一直洋溢着被爱的幸福。也许有些人会觉得一个礼物值得去花费这么多的人以及精力去做吗，它有什么用？但，我觉得有用，在那个寒冷的冬季，一群人聚在一起去做一件美好的事情，一百多名同事用心共同且非常成功地完成了一幅画作，这也会是每一个人心中最珍贵最美好的回忆，而我们敬爱的李总，公司始创人之一的她，每当她看到这幅画时，也会深刻地感受到所有红珏人对于她的美好祝福与爱意！

《庄子》有言：人皆知有用之用，却不知无用之用也。人生在

世，我们除了做有用之事，也要做一些无用之事，才会体验到内心的愉悦自在，减少内耗焦虑，感受到生命的意义与美好！“有用”，并不是人生的唯一答案，“无用之处，”有时却深藏大用。

在紧张繁忙的工作之余，行政部的同事们也会聚在一起看看在节日时能够给同事们带来点什么样的礼物与惊喜，能够筹备些什么样的活动能够让同事们感受到工作之外的放松，以更加饱满的热情投入到工作中去，这些看似没有什么用的工作，但是在行政人的心里，它是一种用心，它是一种关切，它是一种温暖，它细致入微是助力企业前行的一股力量，它更是一种无用之用！

## 奢侈品中的文化使者 - GIADA

严莹

翻开崭新的《红珏人》，阅读后感受颇深，让我印象最深刻的是公司对品牌文化的传播。市面上我们看到大多奢侈品牌都是千篇一律的流量明星代言、铺天盖地的营销文章、再到社交媒体的软文推广，无一不是品牌的营销方式，而像GIADA这样专注于文化传播的奢侈品却独一无二。

在当今的奢侈品市场中，品牌传播的方式多种多样，这些手段虽然有效，但往往缺乏深度和持久的影响力。然而，GIADA品牌以其独特的品牌文化传播方式，成为了奢侈品行业中的一股清流。GIADA品牌不仅仅是一种奢侈品的象征，它更是一种文化和艺术的传播者。品牌的核心哲学是将意大利的优雅与东方的含蓄美学相结合，创造出一种独特的文化氛围。这种文化氛围不仅体现在产品设计上，更在品牌传播中得到了充分的体现。

与市面上常见的营销手段不同，GIADA选择了一种更为深入和持久的文化传播方式。品牌通过举办GIADA学苑、文化沙龙、手工坊活动和“岩中花述”播客节目，将品牌理念和文化价值传递给消费者。这些活动不仅提升了品牌的知名度，更重要的是，它们让消费者对品牌有了更深层次的理解和认同。GIADA的故事不仅仅是关于奢华和时尚的故事，更是关于文化和艺术的故事。这种故事化的传播方式，使得品牌文化更加生动和有感染力。

正如郑冰在《隽永而有力的品牌故事》中所说的一样，“GIADA要传递的，是一个品牌的信念，是品牌对艺术的追求，对品质的坚持，是打造一个传奇，经典奢侈品牌的决心”通过专注于文化传播，GIADA品牌不仅在奢侈品市场中树立了自己的独特形象，更在消费者心中塑造了一种文化认同感。消费者选择GIADA，不仅仅是选择了一种产品，更是选择了一种文化和生活方式。这种文化认同感，是品牌传播中最为珍贵和持久的资产。

对于公司愿意“花费巨大的人力物力做文化投资”，这一举措令人钦佩。在当今快节奏的商业环境中，能够静下心来，宏珏能以长远眼光布局文化事业，实属难得。这不仅体现了GIADA对品质的坚持与追求，更彰显了其作为奢侈品行业领导者的社会责任感与使命感。通过文化投资，GIADA不仅丰富了自身的品牌内涵，也为推动中国奢侈品文化的繁荣与发展贡献了一份力量。在商业竞争日益激烈的今天，唯有坚持品质、勇于创新、注重文化投资，才能在市场中立于不败之地，赢得消费者的尊重与信赖。

## 岁月流转，初心如磐

曹新建

说来惭愧，我的办公桌上平时一直放着高高的一摞《红珏人》，但却很少全部看完，只是偶尔空的时候随手翻翻。这一次一口气看完整本书，感慨颇多，也收获颇多。想起在十几年前第一次看《红珏人》的时候的情景，当时拿到《红珏人》如获至宝，抱着几本线装版《红珏人》一口气看完，红珏人抒发出来的那种纯粹和情怀，以及那种忘我的斗志和勇气，让我一下就找到了共鸣，整个人很长时间都沉浸在书中故事带来的种种感动和感慨中，如痴如醉。

与十几年前相比，同事们的文笔一如既往的优美，但现在同事们看待问题的视角却明显更加的多元，更加新颖，甚至也明显多了更多艺术的气质。或许是新加入同事越来越优秀，或许如今的环境让大家有了更丰富的视角，也或许就是“近朱者赤”，受品牌艺术熏陶的结果。

从新版《红珏人》中依然很容易找到共鸣，同事们的一些观点也总能引起我的反思。常常会有同事不自觉地在我面前透露出一些对工作失落的情绪，总认为自己是一颗可有可无的螺丝钉，只能在后端默默的付出，羡慕着别人光鲜亮丽的做着大项目。曾经我也以为能够上《红珏人》的都是一些“大事件”，有时候我也会抱怨自己每天工作的琐碎，因为琐碎的工作确实容易让人迷失，如同陷入淤泥里无法自拔，但从同事们的总结中看到，其实我们的工作都是有共性的，每个人的工作都是由无数细小的工作组成，关键在于我们是否能从琐碎

的工作细节中看到工作的价值和意义。而优秀的人总能以小见大，通过工作中一些小事和细节，凝练出工作的价值和意义，只有明白了工作的价值和意义才能找到工作的成就感和自信心。

我们在工作中却常常被这种琐碎羁绊着无法脱身，很大程度是只会埋头苦干，没有静心思考，也没有目标感。就如每个人的生活实质都是柴米油盐酱醋茶，但总是有不少人陷入其中甚至弄得满身污垢，而有人却能自由自在活出自己的精彩。思焯有句话说的特别好：“真正的目标感是抬起头看到前方闪耀着的里程碑，而不是总低头凝视脚下的小小淤泥”。

宏珏人的优秀不仅体现于学历，也不仅体现在每次总结的文采，更在于每一项工作中体现出的觉悟、坚持及乘风破浪的勇气。“岩石上的花”是《红珏人》中出现频率最高的词之一，我们已习惯把“岩石上的花”作为GIADA品牌的精神图腾，其实细想，不仅仅GIADA品牌，其实GIADA背后的宏珏集团，以及在背后默默付出的所有宏珏人，都一如“岩石上的花”坚韧而有力量，温柔却充满自信，不争艳，不张扬，只静静地绽放，做最优雅的自己，这是一种沉淀已久的宏珏精神。

我们的愿景是成就一个有生命力的人文企业。在当今物欲横流的时代背景下，“生命力”是需要有足够的坚韧和执着。我们的“生命力”在于不忘初心，在于对“奋斗、慈善、快乐”文化的坚持，在于我们发自内心的声音“宏珏有梦，青春无悔”！

## 静，但掷地有声

黄凡畅

当所有品牌都倚赖着各种流量小花赚取巨大的网络声量和讨论热度时，GIADA在做些什么？

时尚界的喧闹仿佛与我们无关，我们选择在闹中取静，不受外界纷扰的影响，不被潮流左右自己，我们专注自身，我们知道我们要什么，知道GIADA Woman想要什么，我们在这条路上持续前进，从不偏航。

何总在《你来看此花时》写道，“藏在岩石中的花树，没看到它之前，你无法想象这番景致。当你走入深山注意到它时，你便忘不了这一抹别致的存在。抛去玄妙的解释，可以将“岩中花树”理解为你的内心，而内心决定你去往的世界。在这里，成熟不是标签，而是由时光和历练滋养下绽放出的美丽姿态，就像是岩石中挣破束缚开出的花朵，坚韧与温柔并存。

对GIADA和GIADA Woman解读的如此到位，可见我们对自身的理解和坚持是多么的到位和精确。外界对我们的认知都是，GIADA是一个对品牌有着近乎执拗坚持的品牌。我们用清晰的自我认知和判断抵御这个喧闹的世界，用不断成全和完满自我来成就品牌和客人们的高追求和高标准。

GIADA的存在就像陶渊明笔下的“桃花源”，不易遇见，不

那么显眼，但一旦遇见，便是拨开云雾见月明，一眼便沉溺，一穿便爱上。

最近在筹备岩中花述第六季的过程中，这种“静，但掷地有声”的感受就愈发强烈。在筛选嘉宾的过程中，我们一直在对流量明星和艺人祛魅，我们更希望把那些有智识、知性、自在、内敛，有强大的内在力量和自我意识的女性带到大众视野里，让她们发出属于她们的声音，经由GIADA放大，与同龄女性共勉，鼓舞新一代女性，将GIADA所崇尚的温柔却有力量的女性特质不断传承下去。每次见到播客嘉宾都有一种惺惺相惜、相见恨晚的感觉，每次跟他们聊天介绍着GIADA时，她们总是惊叹于我们在持之以恒地做如此“吃力不讨好”的事，也总是在试衣结束后，在镜子面前赞叹着GIADA服装与她们的契合和优雅。

何总说，GIADA是引路人，引领女性走进深山，发现岩石上的花。当GIADA Lady与另一位GIADA Lady结缘，那一刻惊奇，彼此心底的珍藏之物竟是相通的，她们彼此分享、赋能，那朵心里的花开往更大的天地。

我们身兼重任，以安静但掷地有声的方式让世界听见GIADA的智与美，也听见GIADA Woman独树一帜的美，看见GIADA的高级与优雅，也看见GIADA Woman的内与外。路途虽难且艰，但我们使命必达。

我们在把一件小事逐渐做得伟大，我们在做一件很伟大的事。

## 自定义

刘洪涛

在这个有标签才有流量的时代，我知道宏珏一定面对着来自四面八方的定义与标签，朴实的，赞美的，刺耳的，批判的……读完2023版的《红珏人》，发现各式标签和声音竟是如此真实的此起彼伏，被宏珏人们照单全收着。然而，心怀梦想、从不退缩的宏珏人，站在时代的风口浪尖上，面对旁人的定义，选择了一种更淡然和深邃的态度来应对——不盲目跟从，不迷失方向，以自定义塑造我和我们。

对宏珏人来说，“事业”二字被赋予了更深层的定义。它超越了职业的范畴，成为一份沉甸甸的使命，一个对结果的执着。我们深知，如果没有好的成果，所有的过程只能沦为回忆和遗憾。宏珏人将“事”与“业”融为一体，以脚踏实地的行动创造辉煌业绩，以团结的力量创造无限可能。宏珏人对事业的热爱如同火焰，无论遇到任何困难险阻，都不能将之熄灭。书中的每个人将这份热爱转化为持续的投入和不懈的努力，用坚持和信念书写属于自己的篇章，也在书写着自己的事业。

在宏珏人的字典里，没有“不可能”，只有“不尝试”。面对种种挑战，我们首先回归初心，明确使命和愿景，并坚守核心价值观，在变幻莫测的市场中保持定力，锻造自己的核心竞争力。正如用人方面，我们打破零售行业不敢用高学历的桎梏，也打破奢侈品零售人才成才的漫漫之路，帮助他们缩短成长周期，实现更快的晋升。宏珏

人不受限于传统，而是以开放的心态和创新的思维，寻找突破困境的新路径。我们在挑战中不断进行自我反思，审视自身的优势和不足，也不断超越自我，以更加强大的姿态迎接每一个挑战，再勇敢地定义自己，坚定地塑造自己。

宏珏人的故事，是对自定义的最好诠释。我们不等待机会的到来，而是主动去创造机会，才有了宏珏和宏珏人；我们不期待命运的眷顾，而是努力去掌握命运，才有了宏珏如今的成就。我们用自定义的力量，去塑造自己的形象，去实现自己的价值。因为我们深知，每一个定义都是一种局限，每一次标签都可能成为桎梏。中国公司又如何？xxx厂牌又如何？人才培养成本高又如何？宏珏人不愿意被小看，被固化，更不愿意在别人的期望与评价中失去自我。因此，我们选择了更积极主动的姿态，因为我们相信，只有自己才能定义自己，只有自己才能塑造自己。

宏珏人的故事由自己书写，我们不期盼他人的恩赐，而是用行动证明自己的价值，用成果展现自己的能力，用《红珏人》记载自己的辉煌。我们的故事，是我们的选择，是我们的责任，是我们的荣耀。我们的故事，由自己书写，也将由自己继续。

我们是宏珏人。宏珏人的故事，不是别人口中的传说，而是我们手中的笔，是我们脚下的路，是我们心中的火。

## 以心为灯

孙雨轩

在宏珏度过的日子如涓涓细流，不知不觉间滋养了我对“红珏人”这一称谓的理解。赵总的一句话“宏珏的故事是由红珏人书写的”萦绕心间，那些闪烁在纸页之间的故事如同一颗颗饱满的种子，在心田生根发芽，促使我重新思考身为“红珏人”的意义。

翻开《红珏人》，仿佛置身于一片丰沃的田野。每一个名字背后都有一段默默耕耘的故事，那些看似寻常的努力，如无声的细雨，悄然滋润着公司成长的土壤。读着这些故事，不禁想起王阳明的心学：“心即理，心外无理，心外无物，心外无事，”贯穿着红珏人平凡而伟大的日常。

### 心即理

在工作中，真正的智慧与力量源自内心，而非外界的规矩或条文。就像《红珏人》中那些不为人知的奉献，并未在喧嚣中高声宣扬，而是在无声中铸造了品牌的基石。人力资本部的工作也如此，只有用心去理解员工，理解他们的需求，才能真正推动公司的发展。我们的品牌也正是以这种心与心的连接，赢得了消费者的信赖。

### 心外无理

我从《红珏人》中了解到无数个敢于面对现实的红珏人。大家在

工作中，没有被外界所影响，而是在内心的省察中找到方向。面对种种挑战，没有选择盲从，而是静下心来，聆听内在的声音，找寻最适合的解决之道。读到这些，我不禁感慨，在喧嚣的现实世界中，唯有心如明镜，才能在迷雾中辨清方向。正是红珏人的执着与智慧，得以在工作中脱颖而出，成为公司不可或缺的支柱。

### 心外无物、心外无事

《红珏人》如同一面镜子，映照出那些在风雨中仍然昂首挺胸的身影。面对困境与压力，却从不退缩。外界的困苦不过是心灵的映射，唯有改变内心的态度，才能真正化解外在的阻碍。工作中的每一次挑战，都是一块磨石，它磨砺着我们的心志，使我们在困境中愈发坚定。

《红珏人》中的故事，如一束束明亮的光，照亮了前行的路，点燃了对工作的热情与信念。红珏精神，不仅仅是追求卓越，更是那种不畏艰难、勇于承担的心境。未来的路或许依然充满挑战，唯有以心为灯，勇往直前，才能在这片沃土上开出更灿烂的花朵。我们携手并肩，在宏珏的故事中，书写属于我们的篇章。



## 重燃

季舒立

刚入职那会，《红珏人》是有两本的。一本来自于职能体系，一本来自于销售体系。职能体系聚焦在品牌发展，销售体系则聚焦在一线零售的真实体验。那个时候，浏览完所有的文章，脑子里只有一个概念：燃。

“燃”的感觉并不来自于激昂华丽的辞藻，而是来自于所有人上下齐心、为了最终的销售目标冲刺的坚定感。奋战在前线的销售同事会用朴实但真挚的语言描述怎样“攻克”下难搞的客人，怎样在士气低迷的情况下鼓动团队振作并“绝处逢生”，怎样在月末最后一刻拿下优秀目标、见证奇迹的发生，情绪起伏跌宕常有，有因为没有达成期望值而产生的失落和迷惘，也有因为攻占高地而滋生的激动和兴奋，但不变的是对目标的十足敬畏感和冲刺感。职能的同事作为后方守护的堡垒，会因见证品牌的发展而感慨，更因和销售部完美配合实现终极目标而感动，那个时候，每个人不是“个体”，而是“大家”。

后来，公司发展更加成熟了，同事们可能更加内敛和低调了，《红珏人》合二为一成为了一本。销售冲刺的故事更精简了，出现更多的是以集团战略和品牌发展为导向的工作感悟。比如更多品牌精神文化的深挖和塑造，客户群像的故事，国际化声誉的展露，地产物业的发声，社会责任感的彰显，以及更多新品牌团队的创业故事也慢慢浮现。如果用一个词形容，就是“稳”。

《红珏人》不仅仅只是大家工作故事的收集、文化内核的呈现，更是企业发展足迹的记录。早些年我们只专注于GIADA，聚焦在产品与销售，不过多倾注在花里胡哨的宣传和营销，笃定且专一，所以那个时候的故事也是单纯又炽烈；后来，品牌的基础已经夯实，我们注重在品牌内核和精神图腾的丰满，用属于品牌调性的方式去建设国内外影响力，并且品牌的矩阵也逐渐丰盈，所以大家也慢慢从之前的激昂沉淀了下来，开始用更长远的眼光去复盘、审视自己工作的每一小步。

疫情结束之后至今《红珏人》，又是一个新的开始。我原本以为，在经历动荡之后，大家会更加的坚定和有目标感，但现在看来似乎进入到一个茫然的阶段。包括我自己，我写的文章非常空洞，要么就是单纯在陈述一事实，要么就是在无端歌颂，不再像原来那样那么有血有灵魂。也不怕直说，我觉得很多人的文章也有雷同。大家的文笔依然很好，不论是讲品牌，还是讲自己的故事，但比起从前，故事变成了陈述，辩证的思想变成了单纯的附和，大我变成了个体。本质而言，就我自己，的确进入到了一个迷惘的阶段，不知道怎样才能有结果产出的去人才赋能，更高效地助力品牌发展和业绩，迷惘的附加产物便是自我放弃和懈怠，可能这种情况其他人也有。直到读到去年的《红珏人》，通篇看下来，赵总的序直接点题：事业。

可能由于整体经济大环境影响，后疫情时代的奢侈品零售业经历了短暂的触底反弹后，又进入到低迷的阶段。公司的发展是和时代变动分不开的，所以也正经历同样的波动，随之而来的员工进入到迷惘阶段也能理解。可以短暂迷惘，但不可以没有危机意识、一直摆烂，

试图躲在公司的荫庇下躲过当前的风雨。什么是事业？真正的事业不是在蒸蒸日上的时候乘风而上，而是在进入短暂低谷期后的逆风翻盘。疫情期间公司尽到了足够的社会责任保护了当时的每一位员工，而这个“保护伞”不应该成为理所当然。现在最需要的是每一位同事站出来，共同经历风雨，一起面对挑战。可能有时候改革和变化不是一件容易的事情，会伴随着无数次的争论、磨合，但不能不站出来，不能不发声，不能躲在后面当逃兵。希望今年的《红珏人》，能回到从前，有“稳”，更有“燃”。

## 精耕细作

高童

每一年的《红珏人》阅读下来都像是重新回顾一次过去一年经历的风风雨雨。时间一年一年不断变化快速流逝，而《红珏人》正是在这快速变化、纷纷扰扰的时间中留下属于个人和公司的注脚。

今年也有幸参与到了部分《红珏人》的编辑工作中。对于人资部的入职新人来讲，《红珏人》编辑是一项必经的工作内容。回想起入职初期做《红珏人》编辑工作时，只有技巧没有感情，而现在在编辑的过程中，不仅可以从每个人的字里行间中依稀看到品牌的发展，工作的更新，而且会思考如何真正将这浓缩公司文化的载体传输出去。

时代在不断迭代，与之而来的人才也在万象更新。从去年开始，越来越多的00后踏入了职场。记得当时在美国读研究生时，上的第一门课讲的不是人资相关的技巧，而是人口和经济。当初还在思考为什么先从这个方面学起，现如今有了更多深层次的理解。对于人资而言，人的管理需要以了解当下以及未来面对的群体做前提。每个群体之间或多或少都有群体相像和群体差异。就像在千禧一代成为市场重要消费群体后，很多奢侈品牌战略方向不断侧重于如何满足这批群体的需求和喜好，对于管好未来越来越多的00后，更需要非常深入了解她们的特性。我们的文化是一成不变的，需要一直秉持，但是如何传播到位，如何让更多的人接受并认可，是我们需要后续去思考和完善的。

今年在阅读《红珏人》的时候还有一点感触，品牌的发展一直在不断向前，每年都会有新项目，新模式，新工作，新思考，越来越丰富的图片代表着公司在这个日新月异的行业中不能落于人后，也代表着公司奋斗不息，步履不停，朝着目标努力，即使在艰难爬坡的路上。而回归到自己工作本身，公司的发展离不开人才的驱动，公司的快速发展更是需要人才的积累和爆发。每每想到此，就会有一丝焦虑和愧疚。

公司的愿景是好的，战略是好的，但是发展速度的局限可能一定程度上因为人才的进步没有那么快，然而各部门都在不断激活自身的潜力，将自己的马达推到极致，从结果上看取得了一些成绩，但相比而言，人员方面的成果产出却没有那么理想。虽然有的时候宽慰自己，人才培养是一项“长期主义”的事情，不能偶尔目光短浅只顾脚下，但是忽略了抬头仰望星空，但终究长期结果需要建立在短期结果的积累上面。人才培养我们一直坚持“培养奢侈品行业的中国精英”的总旗帜不动摇，在路线上“两手都要抓，两手都要硬”，同时要保证短期人才和长期人才都到位，为公司的当下战略和未来战略都提供强有力的支持和保障。阅读《红珏人》，让自己看到差距的同时，也让自己更加清楚地知道工作的方向和目标，新的一年继续努力，不辜负时光，希望在来年也可以大方展示自己骄傲的“足迹”。

## 慢与快

孙立晖

还记得上一次公司“发作业”，让全体同事写《红珏人》读后感已经不记得是多久之前了，似乎是在2022年，或是2021年？印象已经不清晰。疫情后时代，我的工作如果一言概述，那可以说是奔跑，奔跑，再奔跑。行情好的时候，冲线那一刻是好的业绩和结果，满眼欢喜；市场挣扎了，工作做的不到位了，冲线之后留下的是遗憾和疲惫。这次读完《红珏人》，感受和过去大有不同，更多是释然与坚定。

无论春夏秋冬，工作日还是假期，作为负责销售部人事工作的小组长，我每天有一项必要作业就是更新每日人员信息。去年7月刚接手这项工作的時候，内心里不说全然抗拒，只能说大不理解，人这个事情每天变化不是很正常么，我们有必要把管理和汇报精度精确到每一天么？那时候每天最害怕就是打开人事系统，因为又不知道哪位员工提了离职，闹了情绪，天天提心吊胆。再到24年初，我对于人的更迭有了初步的判断，看到入转调离的时候心里已有预期，要做的无非就是积极去调整和沟通。再到如今，面对人员来来去去，心里有了一丝底气，因为日复一日在做的沟通、会议、安抚、鼓励，已经让人资部对于员工的动态摸清了一些脉络。若你去，自省跟进，不让制度和沟通留遗憾；若你来，张手怀抱，真心换真心。这可能就是一份每日耕耘，坚持做一件事带来的释然。如果半年前我的沟通，还是意气风发强调输出，那现在，我更愿意站在员工的视角去循循善诱，人的事情急也急不来。区域培训时，无论是主导客户分析的合怡，还是

一线深耕的老销售同事，不约而同的讲到了“慢下来”这三个字。如今的零售市场，急功近利已经拿不出结果，因为每一个物业，每一个品牌都在着急忙慌。而保持稳健增长的品牌和团队，无一不是坚守自己的价值观并持续发力的。我记得我有一篇工作总结，结尾是“浪潮褪去，才能看到谁在裸泳”，而现在就是浪潮褪去的过程，没有好的内功，最后就是被拍死在沙滩上。《红珏人》里，我很喜欢徐妙那篇《跑马拉松的人》，无论是标题还是其中立意。人生常有难事，公关这类相对“务虚”的工作仍需三年雕琢才初见成果，更别说人这种“温度一变，什么都变”的工作了。因此，保持战斗和危机感的大前提不变，但于我而言，需要坚持这份释然，继续扎进土里，做好一场又一场的沟通和培训，慢下来沉进去，才有可能看到潮水退去后我们的人才团队在大洋上放心遨游。

慢下来是活下去的秘诀，但警钟需长鸣，很多事情我们做的还不够快。回观这一本《红珏人》，我读到的更多是细润的收获与成长，但关于战斗、关于胜利的片段相比往年少了很多。由于编书是人资部跟进，所以其实今年四月我就读过《序》里赵总那些话，我也愧疚了很久——“企业不是慈善机构，需要对员工的收入和成长负责；检讨一下，居然发现原来所有的责任是出在自己的身上”。虽然日常琐碎工作难免吐槽，但回过头来，宏珏培养人、不拘一格用人才的思路我一直是坚定认可的，否则我也走不到今天。但作为基层管理者的我们，一群名校出身，打着精英标签的我们，是否真正站在企业和老板的角度去思考，超出市场水准的高薪背后，那一份责任我们是否有担起来，我们心里应该给自己打一个问号，同时敲一声警钟。如果连企业的创始人都在找问题，持续学习，扎根一线，我们这些职业经理人，有什么理由不去

躬身入局，替销售部担事儿呢？“我们一会儿探讨一下、后续我会去跟进、回头我们碰一下……”，过去这几个月，太多的“饼”无疾而终，而可能这么多项工作我们哪怕能落实一半，结果都会好一些。慢下来是修内功，快起来则是求生存。23年的《红珏人》更多是修内功，若下一本红珏人在内功之外，有了更多的快拳和硬仗，相信我们在这残酷的市场，可以站的更稳更实。少一些“下次、后续、之后”，多一些“现在、半小时后、今天之内”，结果可以不同。

刚结束的奥运会，拿下金牌的无论是郑钦文，还是中国4x100米游泳混接男团，都不是单刀直落。郑钦文在决胜盘的中段，和对手来回拉锯，甚至被反破发；混合接力的第三棒蝶泳，我们被西方人反超半个身位。但坚持下来，慢中有快，郑钦文放下被破发的的颓势重振旗鼓，第四棒潘展乐大鹏展翅王者归来，红旗下从来不缺奇迹。百年企业，十年功臣，五年耕耘，三年职业发展一个台阶，没有谁能永远当第一。持续做对的事情，为宏珏这个家庭，为自己，人间值得。

## 书写宏珏的人

应雨韵

《红珏人 2023》是宏珏公司编撰成册的第二十本企业文化内刊，生动全面地记载了宏珏发展的历史足迹和红珏人的成长历程，相信如此坚持用心雕琢和锤炼企业文化的企业放眼全球都是少数，还能真正将一个企业文化项目落地并且年复一年地维持和革新更是难能可贵。前段时间我从仓库调取了历年来的所有《红珏人》，当这些有着相似的装订方式却有不同封面的书籍汇聚在一起，甚至有些十几年前的旧书已经有了时间的印迹而泛黄，我们从全体员工每月所写的工作总结中精选其中的故事集的意义便不言而喻了。

做品牌必须需要长期主义精神，做企业在如今的社会环境下就更需要创业精神，《红珏人》就好像是一盏时刻照亮我们前行之路的明灯，骄傲得意的时候提醒自己来时之路的不易更要戒骄戒躁，迷茫失意的时候看看坚韧的前辈们是如何迎接挑战迎难而上，让我们得以有机会从不同的侧面和视角向优秀智慧的同行人学习取经。正因如此，《红珏人》不仅是每年招聘时所有应聘者需要阅读并提交读后感的考察环节，也是给所有在职员工和家属们深入了解公司的来源。前阵子和华润喻总交流的时候，他就提到：“能像宏珏一样的中国企业真正运营管理国际品牌是非常了不起的。宏珏真正打动我的是我收到赵总送给我的《红珏人》的时候，我仔细地阅读了里面的文章，那么多有朝气有思想的年轻人努力经营事业的企业，我想一定会非常成功的。我还让我女儿也认真读一读这本书，向书里优秀的哥哥姐姐们学习。”前两天，一位去年离职的前同事联系我，表达了希望能有机

会重新“回家”，我们谈起在GIADA的工作，她形容为“有灵魂”的工作，当我想要进一步具象地进行阐述的时候，我发现没有比《红珏人》更好的方式了，于是我当即就寄送了一本书，我相信重新打开这一册书的时候，那些鲜活地承载着最光彩的青春奋斗印迹的一幕幕又会闪现在眼前，激起心中不灭的热血。

每一年编书的过程历时三个月左右，从大约三千篇文章中选择阅读优秀典范，到按照不同主题归类，到内容和文笔精修，每一个环节都集结着公司的心血，尤其是最后一轮配上赵总强大丰富的图片库里的素材以后，整本书都更有生命力，引用赵总的话说“这是每一年最期待的一本书了”。

今年在编书选文的过程中，我清晰地感受到了红珏人们的成长，这种成长我认为主要是两类：第一是Curiel、Colombo、GC、YI品牌创业团队的不断壮大和日趋成熟，真正以创业团队的态度大展拳脚，并逐渐有反哺集团的意愿和实力；第二是习惯了优秀和胜利一片高歌的职能部门有了更多对于现状的反思总结，也有了更多直面困难的勇气和担当。宏珏95%以上的员工离开象牙塔步入职场的第一份全职工作都是从宏珏开始的，照片中曾经稚气的脸孔都纷纷成为了各个业务板块和品牌的主理人，从前员工的喜悦和成就更多可以从文章中如何顺利地组织完成了一场大型活动，或者是如何取得了销售业绩上的增长来体现，但是今年的书中读到的是我们如何去思考去建设体系。品牌CEO们带领团队开拓全新的天地，供应链部门在国际交流中赢得真正的尊重，公关部门用专业性收获品牌美誉度，人资部门改变更有魄力让员工成长……大家都在突破舒适圈，以结果为导向为营

销工作支持服务，这也是我们用最优秀的人才来充分调动人的积极性和创造性。以前，宏珏的担子都是赵总和李总在挑，虽然大家都以最优秀的人自诩，但是我们总是被保护地更好，即便面临最残酷的零售商业竞争模式，每一天数字的刻度都是清晰可见，但是赵总还是时常说“做好了算你的，做的不好算我的”，今天的我们都应该成熟地站起来，站出来，拍拍胸脯说“我也可以，我来负责”，毕竟宏珏成功的果实是由全体红珏人来共享的。

上个月正值先生在欧洲进行学术访问，我也正好有机会带他参观拿破仑大道上的GIADA House, Curiel CASA，我们每一天都深度地讨论了中国的崛起和发展，宏珏商业模式的探索和贡献，甚至我们也在科学和时尚领域的底层逻辑中找到了无数共同点，我也很骄傲地把一个之前完全不懂时尚行业的钢铁直男培养成了如今对品牌建设，甚至IMC整合营销传播都能如数家珍的宏珏家属，所以每次听我分享工作的心得先生都听得津津有味，他也认为宏珏是真正深度地将中国企业经营智慧融入到欧洲的艺术文化中，并且创造巨大艺术和商业价值的典范。想到我们刚认识的时候，他送给我的是雷蒙·阿隆的《论自由》，我回赠他是2022年版的《红珏人》。所以，这本书不仅见证了公司的成长，也是每个亲历建设公司的参与者成长的缩影。

持续热爱和尊重，持续驱动和蓄能，持续清空和自我和解，持续广阔和成就他人，这四大板块是我在2023年7月店长培训会议上分享的管理心得，相信也是红珏人成长的四个不同层级的心智成熟的标志，这一旅程有《红珏人》来记录。

## Weathering the Storm, Fueled by Faith? “A letter to my colleagues”

Andrea Felò

In the ever evolving world of fashion, Giada has long been a beacon of style and elegance, captivating the hearts of women around the globe. Yet, as the tides of the market shift, the company now finds itself navigating a moment of struggle, as the Chinese market, a once reliable stronghold, experiences a downturn.

However, amidst the turbulence, the Giada family refuses to be discouraged. For they know that true strength lies not in the whims of the market, but in the unwavering belief that propels them forward. It is this faith in their brand, their vision, and their dedicated team that serves as the engine driving Giada towards a brighter future. Each stitch, each design, each interaction with a customer is soaked with a conviction that transcends the temporary tides and flows of the industry.

The Giada employees, the heart and soul of the company, have rallied together, their spirits undiminished. They understand that challenging times are not merely obstacles to be overcome, but opportunities to reaffirm their commitment to the Giada ethos one of timeless elegance, uncompromising quality, and a relentless pursuit of innovation.

In the face of adversity, the Giada family stand still, moved by the knowledge that their passion, their creativity, and their unwavering belief in their brand will see them through. For they know that true success is not measured by the fugace whims of the market, but by the indelible mark they leave on the lives of the women they serve.

So, as Giada navigates these stormy waters, let their story be a testament to the power of faith, the strength of unwavering conviction, and the unbreakable spirit that defines this iconic fashion house. For with each stitch, each design, each triumphant step forward, Giada continues to prove that the true measure of a brand lies not in its ability to weather the storm, but in its capacity to emerge from it, stronger and more resplendent than ever before.

