

红珏人

谨以此书献给宏珏人

序

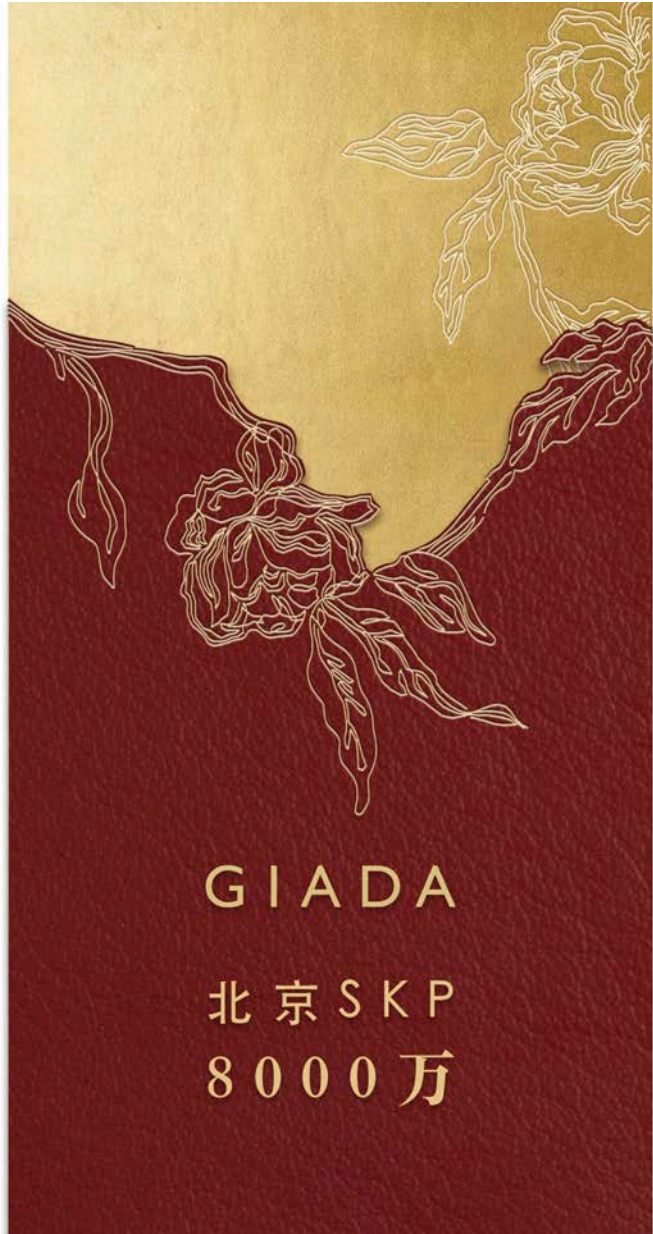
“马到成功”是马年所有中国人的心愿。

有两句话值得记录下来：一个是意大利大使Massimo Ambrosetti 安博思：“Redstone为中意两国人民在政治、经济、文化和艺术交流上架设起了一座很好的桥梁”；Colombo Roberto告诉我说“爱马仕并购了Colombo15%的股份，他们跟我说，Redstone是唯一一个有能力经营和管理奢侈品品牌的中国公司，我们有信心同你们合作，一起把Colombo经营好”。

2025是一个大风暴雨又大浪的一个非凡的一年，经历了中美贸易战、科技战、金融战和毁灭性疫情的洗礼，我们同中国的命运何其相似地一起翻过了三座大山健康地生存了下来。

“生鱼忧患 死鱼安乐”，在总结2025及之前三十年的经验教训的基础上，我们将会在今年重拾初心，建设好公司的护城河，集中力量和精力，继续坚定地稳步地推进宏珏集团在时尚业的发展。





在公司发展的同时,我们也要继续不断地激励员工的创新能力、创造能力,从而实现员工的个人价值和集团的社会价值的双赢发展,继续无悔无怨的承担起公司的初心和使命:

“培养奢侈品行业的中国精英”,把集团的各个品牌做大做强,贡献出自己的社会责任和价值。

“没有为GIADA热泪盈眶的人生是不完整的,我们继续加油”,这是伊林在12月1号凌晨看到SKP北京员工在突破销售目标时哭泣的视频写下的一句话,我看了也被感动到。在全球经济低迷的时代,在销售一线的人员的压力是巨大的,当她们在努力拼搏之后的情感是五味杂陈的……可能起初只是为了完成任务,通过考核,拿到奖金,但突破任务让自己经历了各种困难、困惑和挫败之后的成就感伴随着而来,加上老同事们的安慰、鼓励和祝福让她感到无比的欣慰,这就是做销售的乐趣,当然这是对有积极进取能量的人而言的。

2025年,尽管各品牌都面临着巨大的挑战和压力,在时尚圈低迷的情况下全都有增长,平均达到了13%,最高的达到了26%。由于2026年恰逢美国特殊人物的大选年,估计必会是一个危险而动荡不安的一个年份,我们必须做到生于忧患的高度意识。各负责人均有一马当先的精神和自信,给出的目标也都在20%以上,希望我们2026年能够打一个大胜仗。

岁且更始,时乃日新,蓄千里之势,搏万里长空! 2026,山海寻梦,共赴新程,愿你,愿我,愿我们,新年胜旧年,将来胜过往,一马当先,直上青云,会当绝顶!

赵一铮

二〇二六年一月

目 录

柔弱胜刚强	何知非 _ 1
Say Yes!	何知非 _ 5
逐梦九月	郑冰 _ 11
岩中花开 迸发绽放	路艳君 _ 15
让世界听见女性的声音	黄欣然 _ 19
花与种花人	周思焯 _ 23
跳出棋盘, 成为下棋的人	谭想 _ 27
推开世界的门	徐妙 _ 33
2025秋冬米兰时装周	罗新风 _ 37
鸢尾精神	谭晨 _ 39
在岩缝中, 见长久之花	黄欣然 _ 43
声音落下, 文字升起	任雅姝 _ 45
放下小我, 走向众人	王小玲 _ 49
翻越群山: 写给2025年	丁合怡 _ 51
没有为GIADA热泪盈眶的人生是不完整的	刘伊林 _ 55
就算失败, 我也想知道, 我倒在离终点多远的地方	李会 _ 57
青岛济南之行: 一场关于美、细节与情感的深度对话	孙美灵 _ 59
领路者	应雨韵 _ 63
The power of Passion in the Design	Aurora Sorini _ 67
见路不走	孙立晖 _ 71
胸怀	孙立晖 _ 75
初心不移, 斗争不止	孙立晖 _ 79
三个阶段	高童 _ 81
坚持赢万难	应雨韵 _ 85
当结果开始说话	孙雨轩 _ 89

记一次心灵相通的谈话	罗新风 _ 93
从种子到大树	罗新风 _ 97
执行力	陈一真 _ 101
尽人事, 才有资格听天命	徐心和 _ 105
六年耕耘, 与公司共赴一场“修身齐家治国平天下”的修行	黄彦 _ 109
米兰出差手记: 在期待与细节之间	王博 _ 113
困境中的信念	陈宇 _ 117
坚守的力量	黄寒逸 _ 121
为什么我们可以心想事成	许凌君 _ 125
77%增长背后的她力量	邱鑫 _ 129
逼一逼自己	赵澍波 _ 131
唯热爱	徐心怡 _ 133
回望初心	李悠扬 _ 137
GIADA GARDEN与所有人干了一杯	李全 _ 141
被记录下来的专业与热爱	黄谨 _ 145
越过山丘, 仍是征途	操凡欣 _ 147
征途与共鸣: GIADA的匠心探寻	马文妮 _ 149
在风浪中守望初心, 在变化中坚定信念	谭想 _ 153
Individual Effort, Shared Future	Andrea Felo _ 155
Shenzhen: the instant city	Aurora Sorini _ 159
书写, 一场静默的修行	黄璇 _ 163
被看见	李光冉 _ 165
深耕IP资产, 强化经营韧性	许珊珊 _ 167
细节的温度	刘锦冰 _ 169
热爱	沈怡兴 _ 171
一场始于 FIRST 的“毕业礼”	徐妙 _ 173
一群美丽的人做一份美丽的事业	郑冰 _ 177

柔弱胜刚强

何知非



回望2025年，对GIADA而言，是扎根与绽放并存的一年；对第一年担任品牌CEO的我来说，亦如此。尽管全球奢侈品市场充满不确定性，尽管初掌全局的我跌跌撞撞，仍不成熟，但上下齐心，我们仍实现了销售额近5%的稳健增长。这一数字虽未达预期目标，却印证了GIADA作为静奢品牌的生命力——不追逐短期爆发，而是以“岩石上的花”之姿，在周期更迭中沉淀真正的价值。

PRADA集团的增长确实令人艳羡，但GIADA推崇的并非流行，而是不惧时间的永恒价值。我们追求的不是指数级的爆发式增长，而是稳健的、可期的、可持续的回报。如静水，致静笃，积蓄力量；如活水，源源不断，生生不息。

在存量时代，奢侈品牌们在大举扩张后又进入了“闭店潮”，但这一次不比十年前幸运，没有了房地产行业托底，新的增长引擎仍处于混沌之中。但各家均有共识，即放弃中产消费者，重回品牌价值本质与精英叙事。于是讲好品牌故事，成为了最重要的议题。

当各个百年品牌开始回顾历史，引经据典，GIADA作为年轻的品牌不免相形见绌。但无论是在产品，还是文化上，GIADA在2025年都有了明确的战略导向。

产品上，GIADA剥离浮躁的营销噱头，回归“天然面料、极致剪裁、艺术基因”三大核心。我们以沉默的质感替代喧嚣的宣言，让产品自身成为价值观的载体。文化上，我们从三年前便开始布局品牌建设，围绕“岩中花迹”构建起了独属于GIADA的女性文化护城河。我们深知，品牌若仅停留在物质价值层面，终将被同质化浪潮淹没。因此，GIADA选择深耕情绪价值与精神认同，借助女性文化的社会共鸣，进一步加强了我们的商业韧性，使消费者从“购买产品”转向“认同文化哲学”。



2025年，“岩中花述”这一IP完成了从播客到多元文化平台的蜕变。截至年底，播客已更新至第八季，覆盖文学、哲学、社会学、电影、音乐等领域，并出版同名系列书籍，首日销量突破4.8万册，首月便售罄了首印的12万册，至今销量已逾40万册。这一成绩不仅体现了内容的价值，更标志着GIADA从“奢侈品牌”进阶为“女性文化倡导者”。

我们始终相信，女性力量如岩中花，柔韧相济。在节目中，鲁豫与近50位杰出女性的对话，展现了多元生命经验，既有女性面对个体生命不同阶段的矛盾，也有看待社会公众议题的态度，当然更少不了作为女性特有的、无法规避的母职与育儿现实：比如作家钱佳楠谈及跨语写作时的漂泊与扎根：“写作者要学会在长日漫流里生活”；学者劳东燕以“在边界里把话说到位”的清醒，展现女性面对公共议题的理性力量；导演王昊鹭在育儿与片场间切换，证明“温柔不是退让，而是被训练出的力量”。

这些对话超越了传统营销逻辑，成为女性智性思想的公共容器。而不只局限于声音与文字，2025年，我们在视觉上也让“岩中花述”实现了具象化。通过与FIRST影展合作“Art to Art 电影人成长计划”，我们支持了《当世界平滑没有结节》的女性视角短片，将播客中的言语转化为镜头下的行动。正如短片中所揭示的——代际间的“结节”需要通过言说与倾听来消解，GIADA也通过文化实践，让女性叙事从私人经验升华为公共议题。9月在FIRST惊喜电影展闭幕式上呈现的“岩中花述·红毯大秀”更是以创新的时装秀结合电影人红毯的形式，在全平台收获了超过3176万人次的观看，创造了新的品牌里程碑。

老子言“天下莫柔弱于水，而攻坚强者若之能胜。其无以易之。柔之胜刚，弱之胜强”，GIADA将延续“岩中花”的柔韧哲学至更多领域。2026年我们将进一步拓宽女性多样化的样本，不局限于文史哲领域，而是纳入更多商业与理工科的优秀女性，为当代职业女性带来更多启迪与赋能。同时我们也将把“岩中花述”的IP延伸至更多领域，我们将与FIRST惊喜电影展继续推出“女性创作者基金”，支持更多如胡晓、杜雅婷般的青年导演，让文化IP从“内容输出”升级为“生态培育”。

除了大众向的品牌认知建设外，面向更核心的精英圈层，我们将通过迦达学苑沙龙、欧洲艺术人文游学等多元实践，使品牌成为女性智识与情感的联结枢纽。如李银河所说，她对于人生的追求无外乎两样，“身体的舒适，与精神的愉悦”，而GIADA致力于为当代女性提供的，也正如此。

2025年，GIADA在岩石缝中扎下更深的根；2026年，我们将继续向广阔处生长。感谢每一位同行者——无论是身穿GIADA的知性女性，还是“岩中花述”的倾听者与共创者。真正的价值从未因存量时代而枯竭，它只会在长期主义的土壤中，静默生长，花开不败。

Say Yes!

何知非



九月的北京，天空是高远的湛蓝。檀谷的公园里，树木开始染上最早的秋意，风里带着植物成熟的清冽气息。从9月20日到27日，整整八天，这片场域被注入了一种名为FIRST的活力——一种年轻的、生猛的、专注于新鲜创作力的电影精神在此生根发芽。而9月27日那个傍晚，当“岩中花述·红毯大秀”的灯光最终亮起，将秋夜熨烫出一片温暖的华彩时，我与GIADA邀请的客户们一同站在露台处眺望，心中涌起一种奇妙的感动——FIRST的二十年，也是GIADA进入中国的二十年。两个同样年轻、同样在各自领域执着探索的生命体，在这个北方的秋日，完成了一次温暖的邂逅。

九个月之前，当我在北京FIRST工作室拜访子为姐时，信誓旦旦地抛出要将时装秀与电影节结合的狂妄想法，我清晰地记得会议室里每个人的表情——兴奋但迷茫，没有人知道该如何落地，但这个点子，所有人都觉得不错。于是子为姐说：“我们一起想一想”。在那个寒冷的春节前夕的冬夜，一粒火种悄然抛进了深谷之中，在随后数不清的勘场踩点、现场讨论、远程会议、三方会谈等等，它黯淡过、失色过、甚至被媒体伙伴的冷水浇灭过，但最终，燎原，成为了GIADA截至目前最轰动的一场时装秀！

它的轰动，不仅在于创新与跨界，更在于真正把客户、把女性、把青年创作者放在中心，打造了一场史无前例的红毯大秀。这一刻，人与服装共同成为主角，“模特们”不再只是为了展示服装而存在，服装成为了女性演绎自身、赋能自身的伙伴。GIADA的精神在这个夜晚，被具象地、视觉化地呈现了出来，并且是由我们的客户、模特、电影人伙伴一同共创的。

30 LIBERI TUTTI Sabato 11 Ottobre 2025 Contorno della Sera

Terzo tempo
Tutto in titanio
Ritorna (rinnovato)
lo storico modello
Santos de Cartier

Di Diego Tamasso

Da cinque anni ormai le competenze orologiaie nell'ambito della meccanica fanno ufficialmente parte del Patrimonio Culturale immateriale dell'Umanità. Un riconoscimento, attribuito dall'Unesco, che segue quello rilasciato una decina di anni prima dalla stessa Agenzia delle Nazioni Unite alle città di La Chaux-de-Fonds e di Le Locle, considerate a pieno titolo la culla dell'industria svizzera del tempo. Di quest'anno è invece l'istituzione della Giornata Mondiale dell'Orologeria, che proprio ieri, 10 ottobre, ha celebrato la prima edizione. Un giorno appositamente scelto per richiamare la classica posa, alle 10.10, in cui vengono tradizionalmente sistemate le lancette

Di un orologio destinato ad essere ammirato. Un appuntamento con la storia al quale la maison Cartier, che proprio nella cittadina di La Chaux-de-Fonds ha la sua manifattura nonché la suggestiva Maison des Milliers d'Art ospitata all'interno di un canale del XVII secolo rinnovato - si è avvertito presentando una nuova interpretazione del suo Santos de Cartier. Un modello con cassa e bracciale in acciaio a finitura sabbata (11.500 euro) alimentato da un accurato movimento a carica automatica con datario.

I Fiori sulla Roccia di Giada
«Un ponte tra la Cina e l'Italia»

Chi è
Giada è un luxury brand nato a Milano nel 2001 e creato da Rosanna Casale. Viene poi acquistato dalla holding cinese RedStone Capital. Made in Italy il cui stile nasce dalla creatività dello stilista italiano Gabriele Colangelo.

Chi è
Zephyr Zhifei He (He Hui), 33 anni, è nato a Shanghai. Nel 2017 entra in Giada come Customer Relations Director, oggi ricopre il ruolo di coo del marchio. Ha un master in Integrated Marketing Communication alla Northwestern University (Us).

Già Luca Buzzano

La forza di una narrazione politica al femminile capace di creare un ponte tra culture all'apparenza lontane, è la forza delle donne cinesi di oggi impegnate in un confronto e dialogo diretto con il mondo. Quelle a cui si rivolge Giada, brand luxury dal DNA Made in Italy poi acquistato da Huiheng Zhao, presidente della holding cinese RedStone. Stagione dopo stagione Zhao lo ha fatto crescere esponenzialmente nell'ex Celeste Impero, per poi riportarlo nella terra d'origine, trasformando in un riferimento di stile per le donne di Occidente e Oriente. «La nostra è una vera comunità cresciuta negli anni dando voce e spazio alla creatività delle donne, cinesi, ma sempre in costante confronto con quelle di altri Paesi» - racconta Zephyr Zhifei He, coo del marchio - «Queste donne sono il Fiorino on the Rock simbolo del nostro marchio. Un gioiello prezioso in cui forti creazioni e sbocciano le più diverse varietà. Come se sono le personalità femminili».

La recente passerella evento sospesa tra Milano e Beijing per presentare la collezione estate 2024 è l'esempio concreto di questa community internazionale. A Milano è stato il Museo Ivo di Perazzi ad accogliere durante la fashion week la sfilata, nel cuore di un'abitazione il cui simbolo è la Terna del Pollaiuolo, enigmatico esempio di femminilità. A Beijing invece è stata la volta del Tanko Park a fare da palcoscenico alla manifestazione, collegata al coreo FIRST Fantastic Film Festival.

La sfilata di Giada a Beijing e a destra le regista protagoniste del FIRST Fantastic Film Festival

sono protagoniste altrettanto donne dalle storie più diverse. «Simboli di empowerment femminile. Le donne a cui rivolgo con le nostre collezioni». E sono? «Intelligenti, colte e in posizioni strategiche. Il 60% Imprenditrici, mentre il restante 30% è responsabile degli uffici governativi. Accomunate dal desiderio di indossare capi in cui siano unite le qualità a parlare, non loghi esibiti». Possiamo parlare di emancipazione femminile, di completa libertà d'azione? «Ci si può esprimere, ma ancora all'interno di un contenitore definito. Imprescindibile». Questi sono i dati di realtà, ma lo è anche il fatto che ci sono casi di questa generazione che

年度女性电影人
ANNUALITY OF GIADA

Zephyr Zhifei He, la ceo del brand: «Cinema, podcast e talk: vestiamo le donne cinesi (e non solo) di successo»

Festival (FFFF), «una sfilata in cinque momenti: tre dedicati alla presentazione dei capi, e due nei corpi, nei quali le protagoniste sono state attrici, registe e scrittrici presenti al Festival».

Da molti anni Giada supporta il FFFF e ne è partner. «La Cina è un crocevia culturale e mediatico al pari della Mostra del Cinema di Venezia, un palcoscenico sul quale la narrazione al femminile è protagonista», spiega la manager. Nel corso del Festival si è svolta la presentazione del Rapporto 2024 sul Cinema di Genere, a cui è seguita la premiazione delle migliori cineaste

Zephyr He considera la voce della Cina odierna. «Penso a Shen Ao, autrice di Dead to Rights e Xiao Yitai, la regista di Her Story», film di cui sono protagoniste due donne single e una bambina, attrici di donne emancipate in una società cinese urbana moderna. È sorpresa in Cina ha riempito le sale il film deserto di Paola Cortellesi. C'è ancora domani. «Venerdì che ha toccato le nostre piazze. Proiettato in lingua originale con sottotitoli in cinese per mantenere la forza narrativa di questa attrice e del suo essere donna determinata».

回想布雷拉前馆长James Bradburne曾说，如果男性的权力在于“拒绝”（say no），划定边界，那么女性的权力则在于“接纳”（say yes），敞开怀抱。这句话的余音，仿佛一直萦绕在这次合作的始终。我们选择支持FIRST，最初的愿景，固然是希望为那些怀抱光影梦想的年轻女性电影人提供一方更坚实的土壤，让她们的“yes”能更有力地破土而出。然而，这一份力量，同样也滋养到了我们自己。

在之后的颁奖盛典上，我半开玩笑地称自己为“金主妈妈”。这句无意的抖机灵，却在现场许多女性眼中看到了真实的触动。那一刻我忽然明白，这个词之所以产生涟漪，是因为它让一种可能性变得可视：资本可以带着温度，商业能够怀有母性的滋养与支持。这也让我恍然悟到赵总曾说的“慈善的心态，商业的手法”——商业的成功与向善的愿望，本可同频共振。一个真正幸福的人，本质上必然是“女性主义者”，因为他愿意尊重、平等地观看这个世界，并始终怀着一颗赤子之心善待生活。但我深知，我并非那个唯一的“金主妈妈”，我更愿成为无数热爱、欣赏GIADA的“金主妈妈们”的代言人，是她们的支持赋予了这一切意义；而这背后，同样离不开许多尊重并支持女性的男性们的托举，正如赵总所展现的那份智慧与胸怀。

我看到的，更是一种基于深度信任的女性协作，让创意如藤蔓般自由生长。从创意构思到落地执行，GIADA的团队与FIRST的女性伙伴们，几乎无需过多的言语解释。一个眼神，一段简短的语音，便能捕捉到对方心中对美、对细节、对那份待客的真诚近乎一致的苛求。那种感觉，并非剑拔弩张的谈判，更像是两位园丁，共同呵护一株珍稀的花卉，彼此都知道哪里需要更多的光照，何时需要轻柔的扶助。这种“say yes”的赋能，创造了一个充满安全感的气场。

因此，当线上直播观看人数突破3000万的消息传来时，我们感到的喜悦，并不仅是一个数字的胜利。那更像是一个证据，证明当电影叙事与时装美学这两个圈层真诚交融，当“拒绝”的壁垒被“接纳”的愿望软化，所能激发出的共鸣是如此辽阔。那3000万次点击的背后，是3000万次对美、对创意、对一种更友好协作精神的认可。

夜色中的红毯，像一条流光溢彩的河流。而让这条河流拥有灵魂底色的，是GIADA“岩中花述”的女性精神。当音乐人陈婧霏唱响她为GIADA量身创作的同名主题曲《岩中花述》，夜色中缓缓流淌出“在她人的故事里，遇见了自己”时，那一刻，这句歌词精准地道出了我们所有尝试的核心。从《岩中花述》播客中深度对话各界卓越女性，到此次与FIRST携手支持女性电影叙事，GIADA始终希望搭建一座以故事共鸣为基石的桥梁。我们深信，最具力量的鼓舞，并非来自外部的说教，而是源于这份深刻的共情——在“她人”的挣扎、坚韧与盛放中，清晰地照见自己的身影与潜能。我们非常荣幸，《岩中花述》播客已成长为数以万计听众的心灵栖息地，订阅用户攀升至全网前列，这份厚爱让我们感动，也更觉责任重大。而我们亦满怀期待，未来能在大众艺术的光影世界里，继续这未尽的叙事，支持乃至亲自参与创作那些能真正触动人心、展现女性生命辽阔的电影作品，让更多“遇见”在银幕上发生。

檀谷的秋意渐深，而两个二十年的相遇，却为彼此注入了新的暖意。曲终人未散，这只是一次漫长同行中愉快的驻足。我们知道，前路依旧，但有了这次“say yes”所带来的力量与回响，有了从播客到电影所收获的无数真诚共鸣，我们将更加笃定地走向下一个二十年，继续在时光的岩壁上，与所有同路人一起，雕刻关于成长、勇气与美的永恒叙述。

GIADA

FIRST FANTASTIC FILM FESTIVAL
惊喜电影节

岩中花述 | 红毯大秀

直播观看

突破 3176万
人次

创品牌历史新高

逐梦九月 ——GIADA米兰、北京双城盛会

郑冰

Brand Philosophy: Art to Art

品牌哲学：源自艺术，成就艺术



波提切利Sandro Botticelli, 《春 Primavera》蛋彩画/木板, 203 cm x 314 cm, 1482
现藏于意大利乌菲兹美术馆

从艺术中汲取灵感，让时装成为新的艺术

GIADA溯源意大利古典美学，以文艺复兴的先驱：波提切利（1445-1510）作为灵感基石，解构其作品中的“花卉”，经由当代艺术的重现演绎，从而形成GIADA标志性的艺术成衣作品。

这一创作理念，也成为了GIADA独有的 Art to Art 哲学。

区别于文艺复兴同时代的艺术家，波提切利不以“画得像”作为第一要义，而是将“画得美”放在最高优先级。

GIADA承袭了其对于美的追求，在产品设计理念上一以贯之。

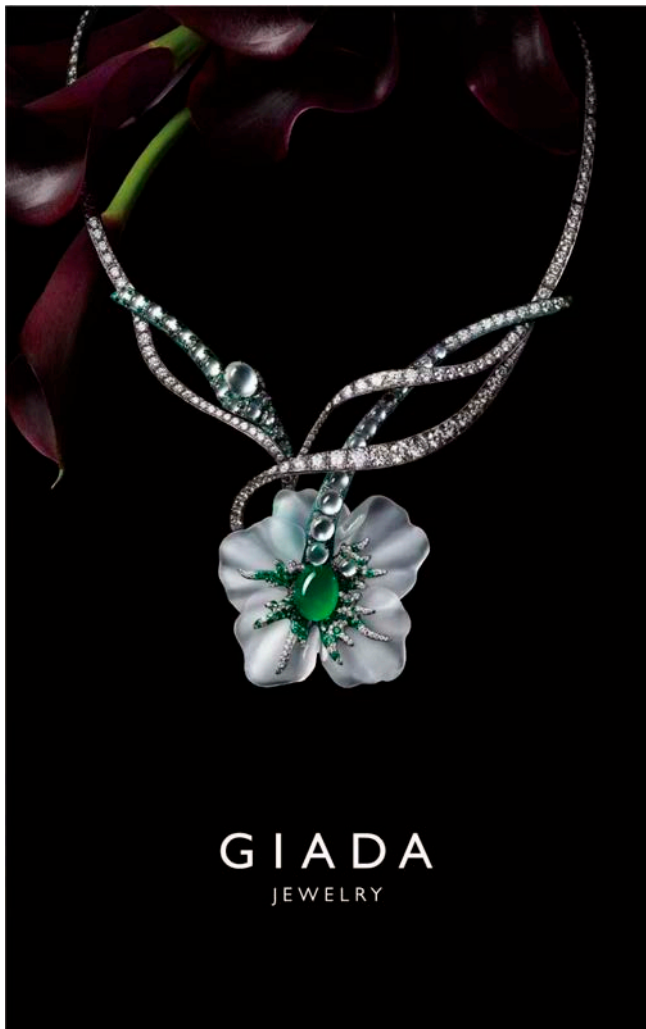
今年九月对于整个GIADA团队来说，是一场轰轰烈烈的GIADA年度盛会，米兰、北京双城联袂开启了为期十天的艺术之旅，包括：GIADA 米兰时装周在波尔迪·佩佐利美术馆的2026春夏系列静态展，北京檀谷FIRST电影节开幕式暨北京臻绒活动，GIADA高级珠宝全球隆重首发暨晚宴，以及直播观看人次突破3176万的GIADA岩中花述First电影节红毯大秀等超强人气的品牌活动。

在FIRST影展期间，GIADA携手FIRST联合举办了两场别开生面的私享晚宴。嘉宾们与GIADA VIC顾客共聚交流，在不同领域的碰撞中，探讨艺术与美的共通语言，展开了一场跨越电影与时尚的深度对话。

在9月27日的影展闭幕当天，GIADA携手FIRST呈现了一场融合星光红毯与时装秀场的创新体验，以此见证电影与时尚交汇的艺术时刻。GIADA 2026春夏系列的灵感源自佛罗伦萨传奇的波波里花园（Boboli Gardens）。创意总监Gabriele Colangelo将文艺复兴的自然诗意化为一场感官之旅，新系列以牡丹为喻，延续了“岩石上的花”的品牌精神，自然流动与结构秩序彼此交织，勾勒出一幅轻盈而有力的当代女性肖像。

此次米兰与北京的创意共振，以时装为媒介，巧妙联结意大利匠心美学与中国当代精神，在两座文化名城的光影对话中，展现出品牌的全球化布局与融汇多元的文化视野。

活动结束后，公关部让我做一个喜报，我一看内容，瞬间热血沸腾起来，GIADA岩中花述红毯大秀创下品牌传播历史新高！直播观看人次高达3176万人次！这是一个里程碑！代表了品牌发展的新局面、新高度！我真的为我们GIADA人感到骄傲！几个月紧锣密鼓的筹备工作，一次次修改的设计稿，一次次的会议讨论工作，一次次的加班赶进度，都倍感值得。喜报发出后，我第一时间转发了，我真的迫不及待要和所有朋友一起分享这个喜悦。



GIADA一直秉持“Art to Art”的品牌哲学，从不制造“流量焦虑”，不做过度商业化营销，而是坚守初心，通过深度访谈和对话来连结我们的客户，携同各行各业的女性精英，提供一个独立自强女性自由交流的平台——“岩中花述”播客节目。2021年，FIRST与GIADA首度共同设立“Art to Art 电影人共同成长计划”，旨在推动女性电影人的创作与个人发展。而从2024年度起，FIRST与GIADA以“岩中花述”为主题，在专注创作端口的同时，通过文化、艺术的深度滋养，充分将服装艺术延伸至多元创作领域，创造了影像与思想的表达舞台。

此外，GIADA Jewelry高级珠宝翡冷翠Firenze系列于9月22日在北京启皓美术馆隆重发布，GIADA珠宝甄选来自缅甸顶级天然翡翠，坚持100%意式手工打造，灵感源自文艺复兴时期的艺术，创作出东西方叙事合二为一的现代翡翠珠宝作品，完美传达GIADA极简、高级、优雅的品牌内核。晚宴过后，赵总转发了前《芭莎珠宝》杂志的执行出版人兼主编敬静的朋友圈，她写道：“作为GIADA Jewelry 顾问团的一员，从它还只是一个想法到一步一步成为现实，我们共同历经了太多太多的艰难和选择，来自全球各地的顾问们都无私地奉献出自己的时间、资源、才华和热忱。给这个当时看起来不可能完成的项目，交出了令人欣慰的答卷。把翡翠进行当代国际化珠宝表达，这一件事就足够吸引人了。虽然按照心中理想还有很长的路要走，有很高的目标需要继续努力，但只要出发，就会抵达。感恩一路同行的所有人，感谢宏珏集团赵总的信任。感谢应邀出席发布会所有媒体的好朋友们，虽然我不是GIADA的一员，但我是和GIADA一样的理想主义者。”这段话充满真情实感，而作为珠宝项目的参与者，我能感受到她每一个字背后所付出的热忱和情怀，正是这份热忱和情怀，让我们项目组的所有人一年多来从无到有，战胜一切困难，而当看到精美的成品时的幸福感，自豪感，难以用只言片语来形容。在赵总和公司的支持下我们实现了这个梦想，而在追求梦想的道路上，从来没有一帆风顺，我们需要的是具备足够的勇气和坚持不懈的行动！

岩中花开 迸发绽放

路艳君

九月的 First 青年电影节，因 GIADA 的深度参与而别具意义。当陈婧霏站在光影交错的舞台上唱响《岩中花述》的瞬间，那句直抵心灵的歌词：

“岩石上的花
自深处绽放
喷涌的岩浆
是心的力量
创造属于她的天堂”

让我忍不住湿了眼眶。在那一刻，我看到的不仅是一场表演，更是 GIADA 品牌精神最生动、最诗意的写照。我们倾注心血的 GIADA，不正像这“岩石上的花”？她以意式美学为根，深深植根于文化与艺术的坚实岩层，在时光的淬炼与市场的风云中，从容而坚韧地“自深处绽放”。

见证绽放：当品牌灵魂在文化土壤中盛开

这绽放，源于品牌内核中那股如“喷涌的岩浆”般炽热而强大的“心的力量”——那是我们对极致工艺的虔诚，对艺术表达的追求，更是敢于“创造属于她的天堂”的魄力与远见。从一针一线的精益求精，到如今在艺术文化平台上的光芒四射，GIADA 的每一步，都印证着这种从深处迸发、向上生长的强大生命力。

眼前的一切，构成了 GIADA 品牌叙事的高光时刻。高热度的同名播客节目《岩中花述》，与电影节现场的主题曲演绎，形成了从深度思想到艺术体验的完美闭环。这标志着 GIADA 已成功超越了奢侈品的物理边界，升华为一种关乎坚韧、优雅与内心力量的生活方式与美学信仰。

作为与之同行多年的宏珏人，这份激动与感动，如同亲眼见证一颗精心养育和陪伴的种子，终于破岩而出，迎风怒放。

基石如岩：产品力的深度支撑与力量共生

舞台上的律动令人心潮澎湃，而作为一名产品人，我更深切地体会到，这朵“岩中花”的每一次绚丽绽放，都离不开我们整个供应链体系这块坚实、沉默而可靠的“岩石”。那“自深处绽放”的力量，恰恰映照着产品在品牌价值链条中不可或缺的支撑角色。

品质的“岩层”：我们构建的全球优质原料采购体系、精益制造标准与严苛品控流程，是得以立足的深厚根基。确保每一件 GIADA 单品都承载着无可挑剔的品质与匠心，这是我们守护品牌信誉的生命线，是“绽放”得以可能的根本保障。

敏捷的“脉动”：对电影节赞助、热门内容引流等市场活动带来的需求波动与机遇，供应链必须展现出如地脉般活跃响应能力。通过精准的产销协同、优化的库存管理和高效的全球物流网络，我们确保市场前端的每一次跃动，都能得到后端及时、有力的支撑，将品牌声誉高效转化为卓越的客户体验。

创新的“岩浆”：“喷涌的岩浆”象征着内在不息的创造力。供应链同样是品牌创新的重要参与者。我们与设计、研发团队紧密协作，探索前沿的、稀有的原材料，打造 GIADA 专属的、独有的工艺呈现，持续推动成本优化与价值提升。这股内在涌动的创新能量，是驱动 GIADA 产品永葆活力、引领市场的核心动力之一。

Brand Spirit: Flower on the Rock

品牌精神：岩石上的花



Claudio Silvestrin (欧洲极简主义建筑之父) 在意大利列蒂 Rocca sinibalda Castle 创作的时候, 指着岩石上的一棵花树说到:

“GIADA 是岩石上的花”

GIADA 秉持“岩石上的花”一般的品牌精神, 将柔美、温婉的女性特质与坚强、独立的生活态度相结合, 展现柔软与力量交织的女性力量。

GIADA 崇尚的女性气质与力量, 不来自于男性化, 而是基于女性本身所特有的诗意、柔软、与韧性。这些都体现在了 GIADA 柔软但又极具雕塑感的服装上。

协同的“天堂”：“创造属于她的天堂”，于我们而言，意味着通过全球视野与本地化运营的高效结合，构建一个稳定、可靠、卓越的供应链生态体系。这个体系不仅要支撑品牌在全球舞台上的优雅亮相，更要确保每一位 GIADA 的顾客，都能享受到与 GIADA 定位相匹配的、无缝且尊贵的全程体验。

前行之路：承载感动，肩负使命

此刻，回想那个瞬间的感动与震撼，已沉淀为更坚定的前行力量。心中的自豪感，如同花香，温暖而持久；肩头的责任感，则如岩石般沉甸，催人奋进。我们为 GIADA 能从深厚的文化“岩层”中汲取力量，绽放出独一无二的光彩而自豪。我们为能作为那块承重的“岩石”，以专业、严谨和韧性，默默支撑起每一次品牌的华丽亮相与稳健运营而骄傲。

同时，我们也更清醒地认识到：必须让供应链这块“岩石”更加坚韧、智能，使之成为品牌乘风破浪最可靠的压舱石；必须让创新与变革力量如内部“岩浆”般的持续奔涌，共同创造“属于 GIADA 的、更广阔的天堂”。

电影节的掌声已然远去，但《岩中花述》的旋律与那份初心的感动，已深深融入我们的血脉。作为老宏珏人，我将把这份湿润眼眶的触动，化为更坚定的信念与更扎实的行动。我坚信，在我们供应链模块与所有宏珏人的携手努力下，这块基石将愈发坚不可摧，而这朵生于岩上的优雅之花，必将在全球时尚的穹顶之下，持续绽放其无可替代的璀璨光芒，真正创造出属于她的、永恒的天堂。

加油~

让世界听见女性的声音

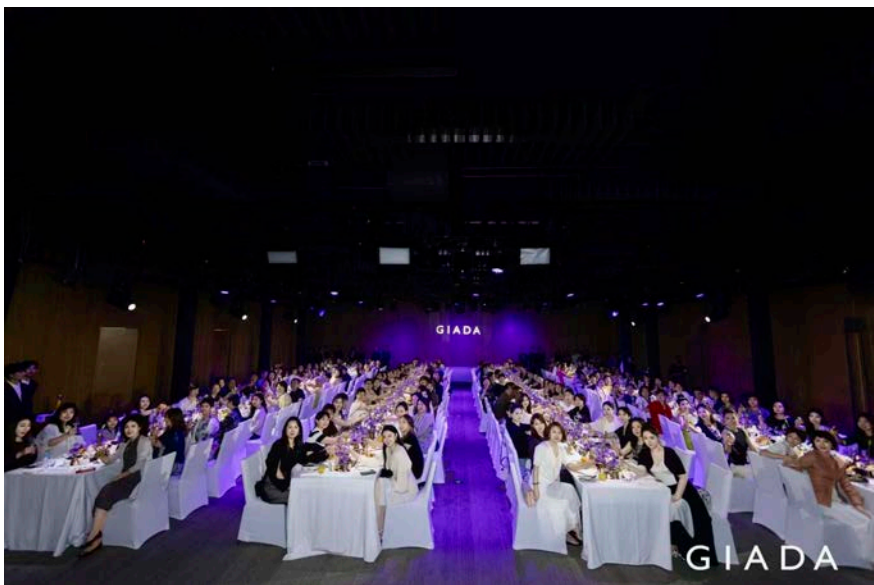
黄欣然



First 青年电影展的星光虽已暂落帷幕，但那些由光影、对话与共鸣所激荡出的涟漪，仍在我心中久久回荡。这是我参与过最特别的一场活动——在檀谷的夜空下，我们和 GIADA 最珍视的客人们不仅一同观看了电影节的开幕与闭幕，更共同见证了一场关于女性声音的盛大绽放。

在活动结束后，我们收到了许多来自客人的反馈。虽对于活动有不同角度的理解和赞扬，但都有一个相同的特性——客人们纷纷表示，GIADA 与别的奢侈品牌是“不一样的”。这份“不同”，究竟源于何处？我想，它并非刻意为之的标新立异，而是源于品牌血脉中那份将艺术与人文深然交融的初心。正如我们的设计，从不依赖于喧嚣的 Logo 与张扬的符号，其力量蕴藏于一块块天然面料的肌理中，蕴藏于一气呵成的剪裁与内敛沉静的色彩里。这种“静奢”，是一种向内探索的哲学。而当我们把这种哲学从衣物延伸至更广阔的文化艺术领域时，便自然地走向了对女性内在力量最深刻的探寻与支撑。在 GIADA 的世界里，“支持”从来不是一个空洞的口号。它具体而微，化作了我们与 First 影展携手设立的“GIADA Art to Art 电影人成长计划”，为一位位怀揣才华的女性创作者提供让梦想落地的拍摄资金；它化作了那部在影展首映、由我们支持的短片《当世界平滑没有结节》——它的名字本身，就仿佛一句诗意的宣言，诉说着女性试图抚平生活与内心褶皱的努力。

在活动结束后，与一位来自青岛的郑女士的交流让我尤为感慨。她在人大毕业后从事了房地产行业，是一位成功的房地产投资商和高知精英女性，也是 GIADA 多年的老朋友。她的母亲在近二十年前就开始穿着 GIADA，在郑女士事业走向正轨后，她也在重要场合身着 GIADA。现在她的女儿也留美毕业，郑女士在女儿的毕业典礼上不但自己穿着 GIADA，也为女儿购买了 GIADA。因为工作很忙，她几乎从不参加活动，但此次看到 GIADA 与 First 电影节的合作，她没有多加思考，即刻答应了邀约。在论坛和开幕式上，郑女士都听得尤为认真，连一眼手机都没有看过。后来她告诉我，她年轻时也有个电影梦，非常喜欢电影，也做过电影相



关的投资，虽然最后都以失败告终，但她仍把这份热爱藏在了心底。她追问我 GIADA 和 First 电影节合作的初衷，对于女性电影人的支持，《岩中花述》播客的创立过程……在晚宴上，听到何总真诚的发言，她饱含热泪。她对我说，这些年来，GIADA 虽已经成为她生活中的一部分，但除了穿着 GIADA，她已经很久没有时间静下心来感受 GIADA 背后的故事。这一次让她感受到了 GIADA 还是原来那个秉承匠心和人文的品牌，和其它品牌“真的不一样”。我们是真的为女性而生的品牌，GIADA 支持女性、鼓励女性，是她们的铠甲，也是她们的后盾，她愿意为了这份支持和认可买单。回到青岛后，郑女士还询问了我晚宴前播放的歌曲是什么，我告诉她音乐人陈婧霏为我们的播客写的同名主题曲《岩中花述》，她回答道：“我很喜欢，复古高贵，和 GIADA 很契合，你们很用心。”

身着 GIADA 的女性们，是企业家、是投资人、是文化领域的引领者，每一个人都在自己的领域内，演绎着属于自己的“破岩而出”的故事。当我看到 GIADA 的女性客人们在论坛上与电影人热烈交流，在私享晚宴中分享彼此的人生洞察时，我看到的是一幅更为壮阔的女性力量图景。GIADA 所提供的，或许正是一个这样的“场域”——一个由美学的产品、深度的文化合作与真诚的人文关怀共同构筑的场域。在这里，我们因对美的共同追求而相遇，更因对女性成长内在路径的共鸣而相知。

我们所做的一切，最终都是为了一个朴素而坚定的目标：让世界听见女性的声音。这声音，通过一件件充满匠心与哲思的衣衫在诉说；通过一幕幕由女性创作者掌镜的光影在诉说；通过播客中一次次真诚的分享在诉说；更通过身着 GIADA 的女性们——每一位在各自人生舞台上熠熠生辉的精英女性——在诉说。我非常荣幸能够参与到这段旅程中，让世界不仅看见，更能听见，身着 GIADA 的女性们汇聚而成的、穿越岩石的磅礴回响。

花与种花人

周思桦

GIADA Academy

迦达学苑

GIADA学苑是为有自我意识的、知性内敛的、有建树的女性提供的一次聚会，是灵感、知识与女性力量的集合。

在有着500年历史的米兰布雷拉美术馆与国立图书馆中，我们将意大利文艺复兴时期的人文精神作为内核，聚焦艺术及美的话题，拥抱女性力量的多元复杂性，引发GIADA Lady的兴趣、探索与灵感迸发。

GIADA学苑希望真正地滋养女性，丰富女性的内在力量。



2025 这只载满故事的小船终于在我的心中靠岸了，想起了余光中先生的一句话“人生有许多事情，正如船后的波纹，总要过后更觉美丽”，而当回望我们的这一年，无论是否有遗憾，第一个涌上心头的词语是“勇气”，2025 年我们依然是勇敢的一年。这一年的大环境并不易，时代的洪流裹挟着保守的经济节奏波及到了很多人很多企业，有人退出有人求稳，而宏珏坚信着“逆境生花”的力量，我们在很多方面有了新的突破。

品牌层面，继“迦达学苑”之后，我们的播客《岩中花述》迎来了卓尔不群的盛放，“1.7 亿播放量和 500 万的全网订阅”不仅仅代表着现阶段的第一，也是行业历史上浓墨重彩的一笔，而最令我们欣慰的不只是数字而是“GIADA 品牌的声音”借由《岩中花述》传递到了全世界，我们依然站在幕后不露锋芒，让一个个独立的女性被听见，被看见，从而滋养更多“不被看到的女性”。我们不大声诉说 GIADA，却无形中给无数人的心中种下了 GIADA 这颗低调的“花种”，这样的品牌传播何尝不是一种勇气。

如果说播客是 GIADA 用声音给世界的礼物，那与 FIRST 惊喜影展的战略合作则是我们探索艺术跨界和女性成长的多重可能性。奢侈品牌与电影艺术的融合并不少见，而 2025 年我们要创新的不仅是文化表现上的融合，而是“精神体验”上的深度融合。第一层体验是观众看到的时装秀在电影节红毯上的视觉盛宴，背后的“精神意义”则是以“岩中花述”为引，让女性电影人因 GIADA 的加持从而尽显自信；第二层体验是 GIADA 赞助短片带来的观影体验，背后的“精神意义”则是我们对暂未被大众广泛看见的女性电影人的支持，即我们在孵化理想；第三层体验是将我们的客人带入到电影节的线下活动体验，这里的“精神价值”不只是为她们开一扇窗欣赏电影艺术，而是深度体验电影背后“年轻艺术家造梦”的热情与执着，这种纯粹的浪漫情怀在任何年龄都能被激起。借由一位客人的话“你们的活动很有勇气也很成功，当其他品牌还停滞在探索表象的情绪快乐，你们已经在启发深层的梦想了”。



而回到我们经典的客户活动上，25年我们并没有借着24年突破了千万业绩的传统模式继续呈现大型臻绒活动，而是第一次尝试在旅游城市和旅游景点给客人带来全新体验，我们发布“GIADA LAND”活动主题，带领客人们在不同的“天然景观”中体验臻绒作品的自然性、艺术性和工艺性，在欣赏顶奢时尚的同时体验工作之余难得的度假时光与女性聚会。我们在第一场“乌镇”突破了1400万元的业绩，而年末问卷中询问客人“最难忘的一次活动”，最多的答案也是“乌镇”，这证明了我们的尝试是成功的，我们也由此拥有了更多勇气去突破传统，去创造历史。

回顾着这些我参与的故事，心中的感知是“GIADA一直在低调地坚持种花，在独有的品牌土壤中”，即便外部环境变幻莫测，作为“种花人”的我们并没有放弃创造更多作品和体验。有些花通过时间的滋养，终于在2025年惊艳盛开，有些花还在含苞待放，而作为“种花人”的一员，我感到幸运也充满感恩。而宏珏培养人的方式又何尝不是在“种花”？每一个在宏珏成长起来的我们都在机会与历练中不断被栽培。2025年对于我来说无疑是成长的一年，想到赵总多次提到的“变得更稳重了”，心中颇有感慨。我想我确实成熟了一些，这并不只是时间和经历带给我的平静，而更多是在信任与磨练中凝练出发自内心的坚定与自信。虽然仍有很多不足，但我不再只为了“证明自己”去奋斗，而更多是“证明我们”，这让我作为宏珏的一员前行得更加坚定；我也不再内耗于细枝末节的压力，而更多是去思考达成目标的策略，这样的思考让我与团队都更加自信。2025年是我在宏珏的第五年，是被深深滋养的一年；2026年是崭新的可能性，无论是作为一朵成长中的“花”还是作为一名“种花人”，我想我需要更勇敢一点，我们都需要再勇敢一点，然后“静待花开”。

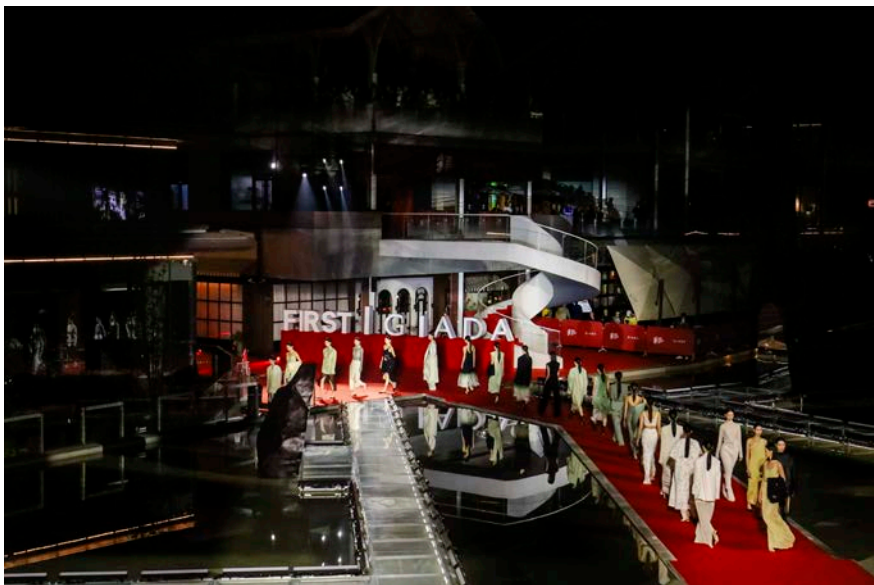


李子为

这个碰杯，是电影艺术与时尚美学的深度交融，这种基于共同价值观的深度共创，无疑会为电影界和时尚界带来更多惊喜。🎉



2025年9月22日 20:46 北京市·北京宝... ..



跳出棋盘，成为下棋的人

谭想

回望 2025 年，我越来越清楚地意识到，这并不是一段可以用“完成了多少工作”来简单概括的时间。它更像是一年持续不断的思考，一次次被现实推到边界之后，重新校准方向的过程。很多变化并不显眼，却在不知不觉中，改变了我看待工作、品牌，甚至看待自己的方式。

这一年，外部世界并不安静。国际局势反复、规则摇摆、既有秩序被不断挑战。许多原本被视为“理所当然”的通道，忽然变得不再顺畅；许多曾经稳定的经验，也开始失效。越是在这样的环境里，我越能感受到一种清晰而笃定的力量——不是来自对抗，而是来自选择。

今年，GIADA 联手 FIRST 电影节举办大秀，让我第一次如此直观地感受到品牌所拥有的另一种高度。那不是商业意义上的胜负，而是一种文化层面的站位。当时装、影像、女性表达被放置在同一语境中，品牌不再只是“被看见”，而是在与时代进行对话。那种从容与自信，并非一朝一夕形成，而是多年积累后自然呈现的状态。那一刻我意识到，真正成熟的品牌，不再急于证明“我是谁”，而是开始笃定地回答“我为什么存在”。

与此同时，蔻蕊的国际业务稳步向外延展，善绒的市场表现也交出了令人欣慰的答卷。这些结果背后，有策略、有判断，也有耐心。它们共同指向一个事实：宏珏并没有选择在西方早已定义好的奢侈品规则里硬拼，而是坚定地站在中国这片土壤上，重新理解市场、用户与品牌价值，从而走出一条完全不同的路径。



正是在这样的背景下，我读到一篇关于毛泽东的文章，讨论他为何在资源极度不对等、环境极端恶劣的情况下，依然能够屡次破局。答案并不复杂，却极具力量——因为他始终站在“棋手”的位置，而不是“棋子”的位置。

棋子只能在棋盘上按既定规则移动，所有的努力，都是在对方设定的框架里消耗自己。而棋手不同，棋手关注的不是某一子一城的得失，而是整个战局的构成。他可以选择在哪里开局，可以改变对抗的方式，甚至可以创造一块全新的战场，让对方原本引以为傲的优势，瞬间失去意义。

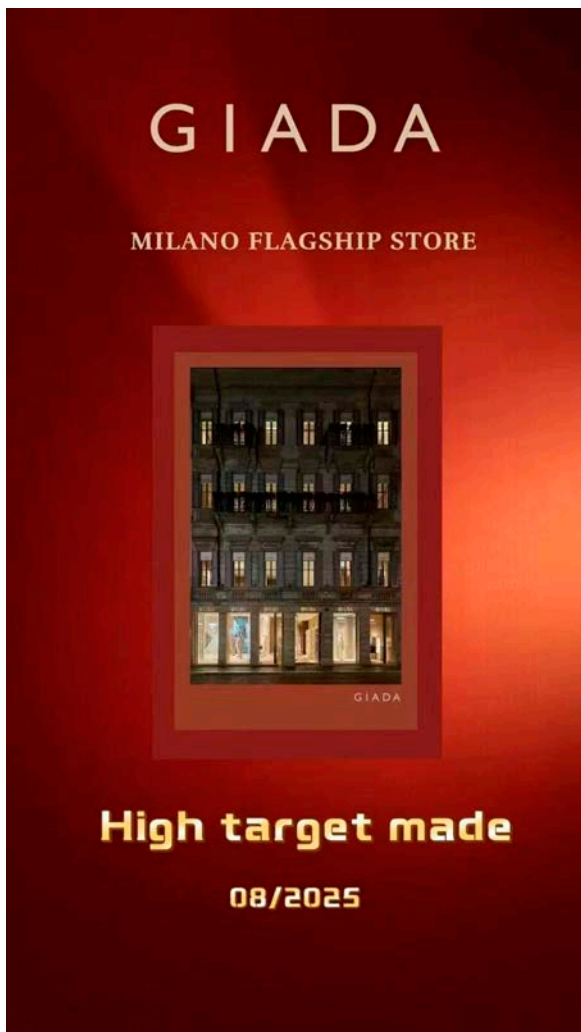
那句广为人知的话——“你打你的，我打我的”，真正的锋芒并不在于对抗本身，而在于彻底跳出对方的逻辑体系。这是一种真正意义上的降维思考：不是更用力地参与竞争，而是重新定义竞争本身。

当我把这种“棋手思维”放回宏珏的成长路径中时，忽然产生了一种强烈的共鸣。无论是品牌调性、文化投入，还是市场选择，宏珏始终没有被牵着走，而是在清楚地回答一个问题：我们是谁，我们要去哪里，我们凭什么走这条路。

在一个长期被西方话语定义的奢侈品领域里，宏珏没有选择模仿，而是选择重构——从中国出发，理解中国文化、中国审美、中国女性，再将这种理解带向世界。这本身，就是一种极具战略定力的“棋手行为”。而这种定力，离不开赵总与李总长期以来的判断力与格局感。

这一年，我也开始反复思考一个问题：如果把视角放回到个人身上，我是棋子，还是棋手？

在具体工作中，我们很容易被流程、节点、压力推着走，久而久之，会误以为“忙”，本身就



是价值。但当我试着跳出来看，会发现真正消耗人的，往往不是工作量，而是站错的位置。在不属于自己的战场上反复拼杀，只会越来越疲惫；而一旦找准位置，很多问题反而迎刃而解。

作为国际物流与报关岗位的一员，我的工作并不站在聚光灯下，却处在品牌走向世界的关键通道上。这一年，我越来越清楚地意识到，我所承担的并不只是执行任务，而是一种“托底”的责任。在规则不断变化的环境中，确保品牌的节奏不被打乱，确保每一次跨国流转都稳妥落地，这本身就是一种不可替代的价值。

这一年，我开始更主动地关注变化本身，而不是只应对结果；更重视前置判断，而不是事后补救。这些改变并不激烈，却让我在面对复杂局面时，多了一份从容。也让我逐渐意识到：个人成长的关键，并不在于在既有棋盘上走得多快，而在于能否判断，这盘棋值不值得下。

未来一年，我希望自己能继续练习这种“棋手视角”。在专业上更前瞻，在判断上更独立，在行动上更稳健。不断提醒自己跳出局部，看清全局；跳出惯性，寻找空间。

这一年的意义，不在于答案，而在于提问本身。当我开始不断追问“我的战场在哪里”“我的优势如何被放大”，很多焦虑反而慢慢消散。

站在 2025 年的尾声，我对未来没有激烈的表达，却有清晰的方向。棋局仍在变化，世界仍然复杂，但只要不被带入他人的规则之中，始终保有选择战场的能力，就不会被轻易消耗。

而能在一家真正具备“棋手思维”的公司中，与集团和品牌共同前行，是这一年我被给予的最重要的底气与信心。

推开世界的门

徐妙



刚刚过去的 GIADA 25 秋冬米兰时装周，是品牌在布雷拉举办的第 15 次秀款发布活动。

它不是我们历史上花费预算最多的一次，也不是到场星光最璀璨的一次，但却是我个人最感动、最自豪的一次。

此次秀款发布，我们采用的是静态展览的形式，在布雷拉图书馆最具标志性的主厅，进行了为期三天的展览，其中第一天为邀请制的媒体预览，第二和第三天则免费对公众开放。

虽然此次没有模特走秀，在形式上更低调、更静谧，但在和布雷拉的合作模式，以及在和古典艺术的对话上，我们却比以往任何一次都走得更深更远。

首先是展览内容上，本次展览由 GIADA 和布雷拉联合举办，是对于 Art to Art 这一品牌精神的深度诠释。GIADA 25 秋冬系列，创意总监 Gabriele Colangelo 以文艺复兴巨擘波提切利的名作《春》中代表自由和信使的鸢尾花为灵感，将花卉的自由、热烈和浪漫在服饰艺术上进行演绎。为了配合此次 GIADA 的秀款发布，布雷拉图书馆的策展团队还专程从馆藏的古籍善本中，找出了一套文艺复兴时期的花卉名录，并翻出在历史上不同时期、由不同画家绘制的鸢尾花，于图书馆的序厅进行专题展示。因此所有来宾在进入展览空间时，借由鸢尾花这一信使，能感受到一个跨越时空、超越媒介的艺术对话，从文艺复兴到当代，从绘画文学到服饰影像。今时今日，有着雄厚的资金实力在博物馆等艺术场馆举办活动的品牌早已不在少数，但挥金如土式的品宣从来都是最容易做的。如何从内在挖掘品牌与艺术的关联，用时尚的活力去激活古老的文化，才能展现出品牌在艺术面前的敬意。

其次在展览模式上，我们将往常最多不超过一个小时的走秀，延长为为期 3 天的展览。



第一天的媒体专场日上，来自世界各地的媒体和博主，此次得以近距离地观赏 GIADA 秀款的工艺。好几位超模在现场被深深吸引，此次大片出镜的英国超模 Jean Campbell 在展览结束后立刻就申请穿着 25 秋冬秀款中她最喜爱的一套 look 出席典礼活动。除了给媒体朋友一个更充分的沉浸式观展体验，更令我自豪的是此次我们联动布雷拉，首次将展览以免门票的形式，在米兰对大众开放。在那两天里，我看到了背着画板的年轻学生前来观摩，看到了白发苍苍的夫妻手牵着手在展厅里驻足，看到了我们过往合作过的翻译老师带着尚未上小学的儿子前来细细参观。这些画面，让我为 GIADA 的创造与格局感到骄傲。

因为时尚在大多数时候，一直是小圈子的自嗨，时尚从业者们的职业优越感也往往来自于他们刻意与大众保持的距离感。时尚编辑们不厌其烦地在社交媒体上营造自己于不同秀场间穿梭的繁忙景象，在那些重复、华丽但空洞的文案之下，想必鲜有人真的能从一场秀中获得什么。本最不该被快餐式消费的奢侈品，却非常吊诡地在时装周期间，被迫带有了某种“物方生方死”的属性。

一个奢侈品牌对于时尚和艺术最大的意义，或许不来自于它又为那些过着闪耀生活的博主和编辑们创造了多少新的谈资，而在于它在超越历史周期的文化长河里，留下了什么样的印记。正如这场 presentation，在布雷拉的世纪历史中会有属于它独特的注脚，在那些对时尚不甚熟悉但对艺术有着好奇与仰慕的游客心中难忘的记忆，在翻译老师那个身为第三代意大利移民如今连中文都不太流利的小儿子心里，他会永远骄傲地想起自己的妈妈曾和怎样出色的一个品牌共事过。

打开布雷拉的门，GIADA 让艺术出去，让人群进来。

2025秋冬米兰时装周

罗新风



这个二月，一年一度的米兰时装周如期拉开序幕，GIADA 25 秋冬秀静态展也一如既往在有着百年历史的米兰布雷拉图书馆隆重发布，这一次 GIADA 秋冬秀款静态展吸引了众多时尚界的人士，2月28日演员 Kelly Rutherford、GIADA 创始人 Rosanna Daolio、时尚评论人 Suzy Menkes、时尚博主 Paola Cossentino、Sara Rossetto、Beatrice Marchetti、Melodie Banfield、Oriana Sun、孙怡静等意见领袖齐聚布雷拉图书馆，见证 GIADA2025 秋冬秀款系列正式发布。

图书馆展览入口的布幕展示了 GIADA 与布雷拉图书馆的故事，作为意大利藏书最丰富的图书馆之一，布雷拉图书馆于这次静态展中展出的鸢尾花文献古籍，这一本本的文献古籍，承载着古典艺术的余韵，捕捉当代创作的

脉动。当来宾缓缓走进这个有着百年底蕴的图书馆，经过展示鸢尾花古籍的陈列柜，来到展台上看到融入鸢尾图腾、刺绣珠饰的织物，一件件衣裳有如被赋予生命的精灵，向迈入这个境地的来宾们展示现代与古典的跨时空对话，传递“生活与穿着皆成艺术”，将“岩石上的花”的品牌哲学刻进血脉。

意大利的传统刺绣工艺，将镂空雕刻与精密刺绣结合的方式，形成鸢尾花浮雕的立体效果，每一件服装都如艺术品般雕琢而成，其中两遍手工刺绣的核心工序更是为其注入仿若真实花朵的质感，确保每一个镂空切割边缘精致，质感立体，为服装打造更丰富的肌理美感。

在现场见到很多老朋友和新朋友，他们都是 GIADA 完美呈现的背后力量，有面料供应商、辅料供应商、成衣制作商等等，他们对 GIADA 的全力支持和无条件配合是 GIADA 生命力的来源之一，在现场他们无一不对展会的布置、服装的陈列、面料品质和工艺等表示高度赞扬，来自意大利最顶级的羊绒供应商之一的 Colombo Roberto 先生评论说：GIADA 提供了最高水准的女装，每一件都如高定般精美奢华。

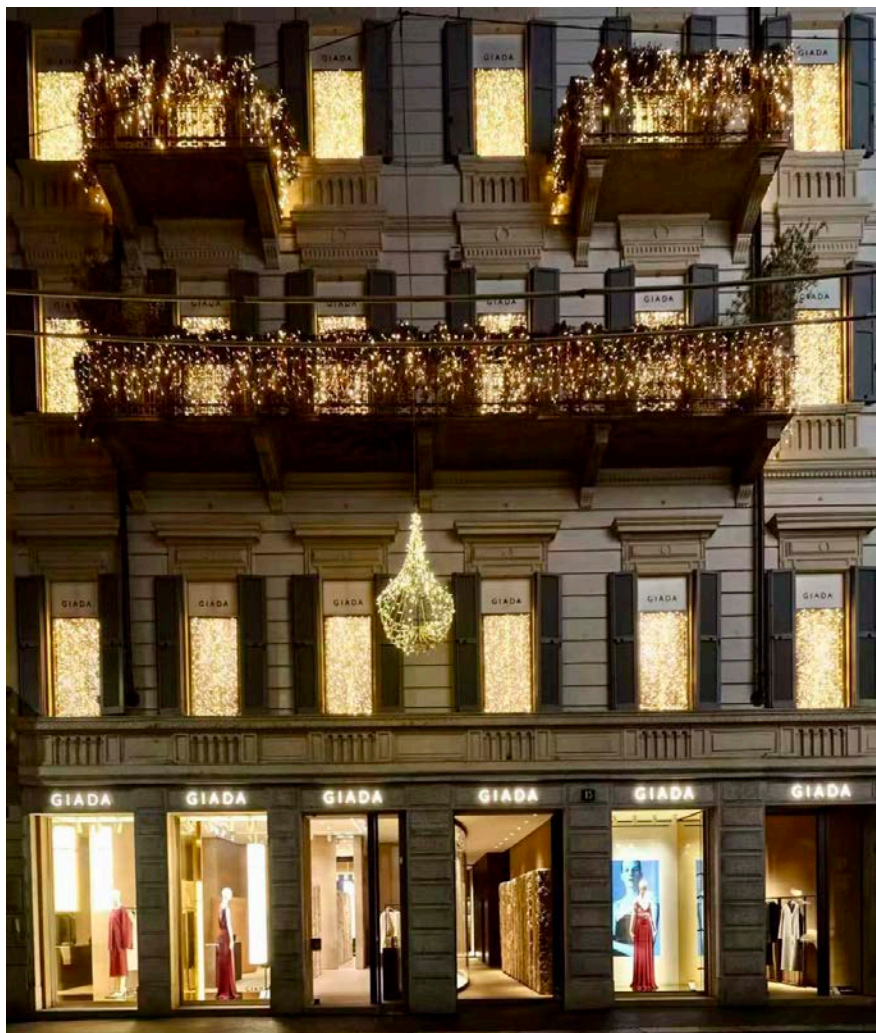
在之后布雷拉对公众开放的两三天里，我看到了很多来参观展览的客人，他们有的携伴而来，有的携家属孩子而来，也有的一个人独自而来，不论是什么方式而来的，都是在认真欣赏展台上衣服的每一处细节，有的惊叹，有的相互细细探讨，有的沉浸拍照，这一刻，这个展览更像是学习的平台，给更多有兴趣的人开放一个学习交流的空间，呈现意大利布雷拉文化底蕴和 GIADA 的完美结合。

GIADA 每一次在时装周的成功展示，如果能让每位来宾都产生触动和对未来的思考，不论是对精神层面还是审美层面，都是一次全身心的欣赏和洗礼，这才是品牌延续的意义。

这场展览，获得很多同行的赞赏，也为他们在目前低迷奢侈品行业中看到曙光和希望，同时我们也更坚定了自己这个奢侈品行业中砥砺前行决心。脚踏实地，仰望星空，宏珏崛起！

鸢尾精神： 在GIADA秋冬系列里与文艺复兴重逢

谭晨



当我步入GIADA的米兰旗舰店，瞬间被一种宁静而强大的气场所包围。那不是喧嚣的、急于表达的视觉，而是一种沉淀之后的简约。我想，这便是它的品牌视觉设计所要传达的语言——一种克制的、内敛的优雅。它让你回归对服装材质、剪裁和身体本身关系的关注。它不是用设计去压倒人，而是用设计去衬托人。这与文艺复兴人文主义精神在当代的遥相呼应，是从对神性的膜拜，到对人性的赞美，再到对个体精神世界的深深尊重。

在米兰布雷拉图书馆拉开GIADA 2025秋冬系列的展示序幕，我更清晰地看到了这条连接历史与当下的脉络。这一次，品牌将目光投向了一朵特殊的花——鸢尾(Iris)。

在波提切利的《春》中，花神芙罗拉将繁花撒向人间，而在这些花朵中，有一种虽不显眼，却拥有着最高贵的血统与最深刻的寓意，那便是鸢尾。它的名字源于希腊神话中的彩虹女神，是连接神域与凡间的信使。更重要的那著名的“fleur-de-lis”纹章，正是鸢尾花的变形，它不仅是法兰西王室的象征，更是佛罗伦萨的市花——“Giglio di Firenze”。鸢尾花的三个花瓣，代表着智慧、信仰与勇气。它，本身就是文艺复兴精神的缩影。

我想到了佛罗伦萨，那座文艺复兴的摇篮。空气里至今还弥漫着颜料与大理石粉末的气味，美第奇家族的幽魂或许仍在某个转角，审视着往来的行人，寻找下一个值得赞助的天才。文艺复兴，与其说是一场运动，不如说是一种觉醒，是人类在漫长的神权禁锢后，重新发现了“人”



自身的价值与尊严。那是一个巨人辈出的时代,艺术如同井喷的泉水,从城市的每个毛孔中涌出。而这股泉水,穿越数百年,从未真正干涸。

这一季的 GIADA, 仿佛将鸢尾花的灵魂, 一针一线地缝进了面料里。标志性的鸢尾深色刺绣, 一种深邃而富有智慧感的色彩, 被运用在顶级的羊绒大衣和连衣裙上, 其色泽沉静如黄昏时的教堂穹顶, 触感却温润如祈祷者的手。设计的廓形, 则捕捉了鸢尾花瓣的姿态——有的如花苞般含蓄收拢, 形成优雅的肩线; 有的则如盛放花瓣般舒展垂坠, 化作灵动的袖口与衣摆。你甚至能在一件真丝衬衫的褶皱细节里, 看到花瓣边缘那精巧而自然的卷曲。

这不再是简单的模仿, 而是一种精神上的通感。GIADA 的设计, 如同鸢尾这位“信使”, 传递着一种信息: 真正的力量, 源于内在的宁静与智慧。它不需要浮夸的装饰去证明自己, 正如鸢尾花的美, 是结构性的, 是与生俱来的。它开在废墟之上, 才更显其高贵与坚韧。

这让我想起在史铁生笔下的地坛里开出的文字之花, 不向你炫耀色彩, 只用那坚韧的香气, 告诉你生命存在的意义。GIADA 静态展里的鸢尾主题设计, 亦是如此。它提醒着我们, 无论外在的世界如何变迁, 我们内心都应保有一片花园, 拥有一种生生不息的、创造美的能力。

从佛罗伦萨的市花, 到 GIADA 25 秋冬系列的最新设计, 我仿佛完成了一次穿越时空的漫游。那段波澜壮阔的历史, 并未真正远去, 它化作鸢尾的形态与色彩, 化作一种审美哲学, 融入我们当下的生活。它告诉我, 真正的奢侈, 是精神的自由与丰盈。就像一朵鸢尾, 它的绽放, 不需要任何理由。它只是存在着, 以它最高贵与本真的姿态, 化身信使, 对抗着时间的洪流与命运的无常。这, 或许就是史铁生、文艺复兴与 GIADA 共同教会我的事。在宿命的废墟上, 安静地, 守护一枚象征智慧与勇气的鸢尾, 让它在自己的精神世界里, 悄然盛开。



第一次将《岩中花述》的丛书捧在手里时，指尖触到细腻的纸页，竟有一种久别重逢的感动。那些曾在耳机里流淌过的声音、在通勤路上陪伴我的智慧话语、在工作遇到困难时给予我勇气的鼓励，此刻静静地躺在掌心，有了温度，有了重量。

一直很喜欢《岩中花述》这样一个名字，印象深刻的是何总在解读“岩中花述”时引用的王阳明先生《传习录》中的故事，藏在岩石中的花树，没看到它之前，你无法想象它的样子，当你走入深山注意到它时，你便忘记不了这一抹别致的存在。也一直觉得，将 GIADA WOMEN 们比作“岩石上的花”是一个特别精妙且有美感的形容，将女性比作岩石，太过刚硬也太刻意；说女人如花，又显得轻浮讨好，“岩中花”就恰到好处，美丽而熨帖，它也正是每一位 GIADA WOMEN 传递出来的女性形象。穿 GIADA 的女性都散发着一种相近的智性美，Maye Musk、鲁豫、周轶君、张静初、咏梅、俞飞鸿、麦子、张丽娜、朱洁静、晓雪……不难发现，GIADA 欣赏的都是精英知识女性。

作为 GIADA 的大客户经理，我的日常是与这样一群活得格外精彩的女性对话。她们是各个领域的翘楚，优雅从容，却或许也会在某个深夜轻声问自己：“该如何在所有的角色之间，找到不辜负自己的平衡？”以前，我会精心准备品牌最新的面料故事、设计灵感，或是米兰工

在岩缝中，见长久之花

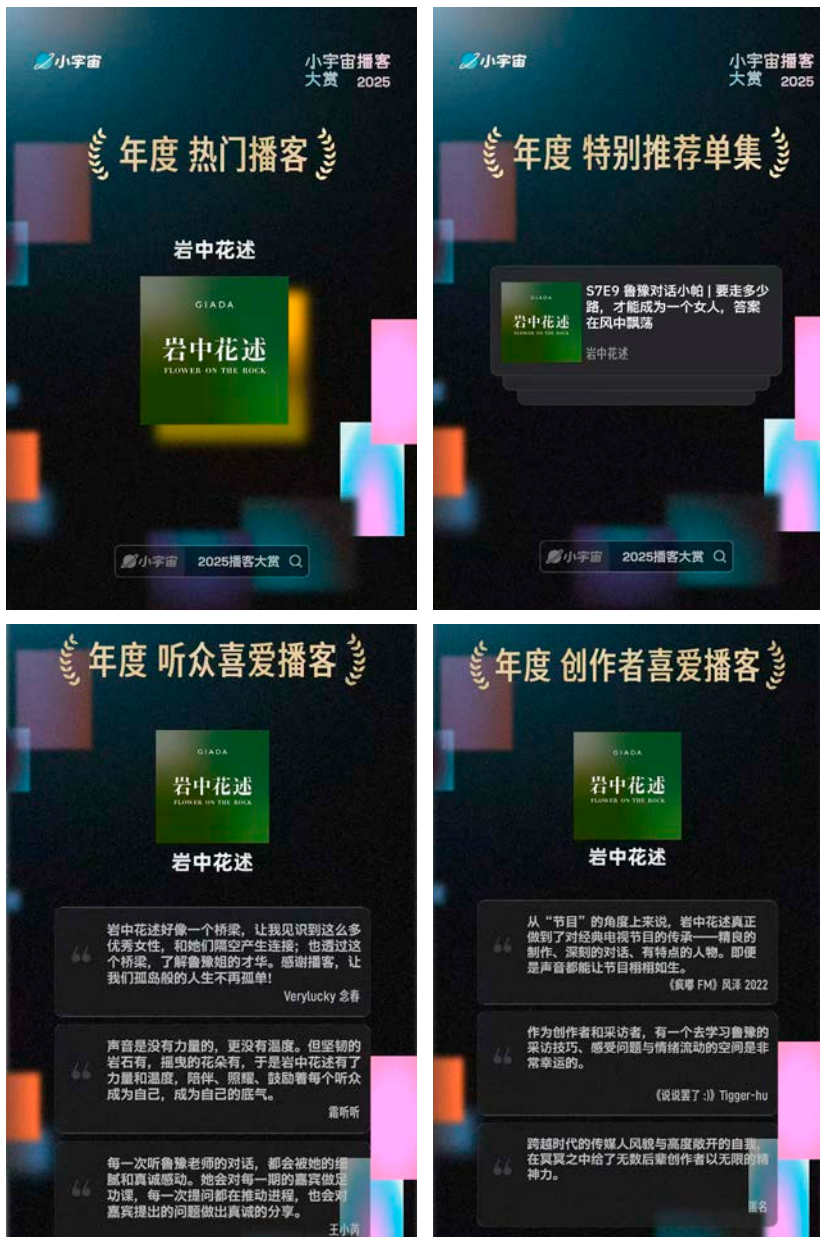
黄欣然

坊的传承工艺。这些当然重要，但总感觉，还缺少些什么。直到读到那些在岩缝中依然选择倔强生长的生命故事，我突然明白，我与客户之间最珍贵的联结，从来不只是那一件件剪裁完美的大衣外套或连衣裙，而是衣服之下，我们对生命共同的理解与期待——那份即使在最坚硬的现实面前，也要活出美感与力量的决心。

年初的时候，我与青岛的一位藏家顾客吃了一顿饭。她是岩中花述播客的忠实听众，一位在商场上雷厉风行的飒爽女性。她与我分享她的人生故事，也像一个大姐姐一般给在职场上尚显稚嫩的我提建议。她告诉我，虽然她已经能很好地在事业和家庭中寻找生活的平衡，但最珍视的，还是周末能有一个完全属于自己的下午，什么也不做，没有工作电话，没有孩子哭闹，只是喝茶、看书，听喜欢的音乐和播客。她说：“只有在那些时刻，我才感觉生命是属于自己的。”那一刻，我看到的不是一位需要维护的 VIP 客户，而是一个在忙碌生活中努力守护内心花园的女性。再见到她时已是 11 月，我告诉她给她带来了岩中花述的丛书，她飞机刚刚落地就直奔店里，眼里的惊喜溢于言表。她说回来只休息两天，马上又要出差了，岩中花述的书可以充实她出差在飞机上的寂寞时光，这个礼物比什么都好。

于是，岩中花述成了我与客人之间一座新的桥梁。我们会聊起书中的某个故事，某句话如何触动了心弦。我们谈论的不再只是时尚的潮流，而是生命的流向；不再只是外在的搭配，而是内在的构建。在这个过程中，GIADA 不再仅仅是一个奢侈品牌，它更像一位友人，通过这本书轻声告诉每一个在奋斗中的女性：我懂你的坚韧，也欣赏你的柔软。

作为一个进入职场不久的年轻女性，《岩中花述》中成熟女性的对话对我而言有春风化雨的力量，也有醍醐灌顶的启发，它或许会帮助我抵抗一些焦虑，又或是重拾一些对生活的勇气。而我的工作，也因此被赋予了更深的意义。我不再只是传递品牌的美学，更是在陪伴每一个独特的生命，找到她们自己的节奏与光芒。在这条长久的路上，我们都是同行者，带着同样的信念：不仅要活得精彩，更要活得很久、很久。



声音落下,文字升起

任雅姝

GIADA“岩中花述”播客的影响力不仅是“数百万的听众”和“名列前茅的全平台播客”这些耀眼的成绩,更渗透在我生活的每一个瞬间。是在门店专门有客人进来问“这就是岩中花述背后的GIADA吗?”;是VIC客人询问“我怎么样才能上咱们的播客”;是在周末和朋友聚会,大家都在叽叽喳喳讨论对岩中花述的喜爱时我心中产生的自豪……声音落下,文字升起,“岩中花述”的播客同名图书正式出版了,当GIADA“岩中花述”播客的内容被装订成书的那一刻,我仿佛目睹了一场美丽的蜕变——那些曾经只在空气中振动的声音,如今在纸页间找到了永恒的居所。这本新书,不仅是对声音内容的转译,更是一次精神的涅槃,一场从瞬逝到永恒的旅程。

我整理名单,将是“岩中花述”忠实听众的名藏VIC邀约到北京的签售发布会,果不其然,在没有开放第二波邀约的情况下就已经报名满了。当天北京不但降温,且由出版社主办的发售图书馆并不像我们日常办品牌活动一样的场地。但是我们的客人们全部都热情满满地准时到达,在背景板前拿着GIADA的Logo开心地拍照,还把GIADA介绍给周围的读者朋友们,仿佛看到自己的孩子成长一样,自豪地展示着GIADA。在新书发布会上,看着周围这些散发着智慧光芒的女性,我忽然明白GIADA打造的不仅是一个时尚品牌,更是一个精神社群。在这里,我们在她人的故事里,遇见自己。我们珍视的不仅是那些精心设计的服装,更是这个品牌所营造的精神空间。在这里,我们讨论的不仅是流行趋势,而是生命轨迹;关注的不仅是外在装扮,而是内在成长。“岩中花述”这本书,正是这种精神的延伸与升华。从服装到书籍,从外在到内在,GIADA始终在为我们提供一种生活的可能:既要面对世界的坚硬,又要保持内心的柔软;既要扎根现实的土壤,又要向往精神的天空。这或许就是为什么,GIADA Woman总能在这个品牌中找到归属——因为在这里,我们遇见的不仅是美丽的衣物,更是理想的自己。

让我十分感动地是在提问环节,一个来自某互联网大厂的女生由于被裁员即将不得不离开北京,她对老师们提问:“如果明知自己注定无法留在北京,那么现在的这一切有什么意义?”这个问题像一把钥匙,打开了在场许多人心中那扇从未完全关闭的焦虑之门。在全场短暂的沉



默之后,台上的嘉宾能够给予的也只能是共情和安慰,这个问题让大家心里突然都有些难受,正当我陷入思考的时候,我这边的一位客人李女士突然激动地站起来挥舞着双手在喊要话筒,我的思绪立马被这突如其来的一幕拉回现实,因为我从来没见过平常温文尔雅的李女士如此激动的样子,以为只是想提问,但当话筒来到李女士手上的时候,她坚定地说:“我会让你留在北京的,我们公司还在招人,欢迎你的加入。”全场掌声雷动,不知不觉中,大家眼睛也有些湿润。我立马向姐姐竖了两个大拇指表示敬佩,李女士也开心地回应了两个大拇指。李女士对这位女生的回答,给了这个问题一个截然不同的答案。她没有解释“留在北京的意义”,而是直接提供了一个“留在北京的机会”。这个转变妙不可言——当一个人被困在“有无意义”的思维牢笼中时,最好的解救方式不是与她辩论哲学,而是带她看见新的可能性。李女士的举动告诉我们:意义不在远方的结果里,而在当下的连接中。

“岩中花述”,岩石缝隙中生长的花朵,它不管自己能否长成参天大树,不管能否被更多人看见,它只是生长,因为生长本身就是它的意义。那位提问的女生,那些在都市中奋斗的年轻人,不正是这些岩中花吗?在钢筋水泥的缝隙中,依然倔强地绽放着自己的色彩。李女士的“撑伞”行为,则让这个故事有了更温暖的维度。她不是高高在上的施舍者,而是一个“曾经淋过雨”的人。她的帮助不是出于怜悯,而是出于理解。这种女性之间的互助,超越了功利计算,成为一种纯粹的情感连接。在这个连接发生的瞬间,“岩中花述”不再是一个抽象的品牌概念,而成为了具体的、有温度的女性社群。

GIADA 通过这本书,实现了一个时尚品牌向文化创造者的美丽蜕变。这不仅是商业上的成功,更是文化价值的彰显。在这个意义上,GIADA 做的不仅是时尚“生意”,更是在编织当代人的精神图谱,为浮躁的时代提供一方沉思的空间。从播客到书籍,从声音到文字,改变的只是形式,不变的是那份渴望被理解、期待被共鸣的初心。这本书的存在,让“岩中花述”的精神得以跨越时空的限制,在不同的心灵之间搭建桥梁。在这个快节奏的时代,GIADA 为我们保留了一方净土,让外在的优雅与内在的智慧共鸣。当我们穿着 GIADA 的服装,手捧《岩中花述》,我们便同时拥有了面对世界的铠甲,和安顿心灵的净土。正如岩石无法阻挡花朵的绽放,时间的洪流也无法冲淡真挚思想的力量。这本新书,就是最好的证明——当深刻的思想找到合适的载体,它就能穿越时空,在不同的心灵中持续开花结果。

放下小我，走向众人

王小玲



这一年过得如何？或许会有一瞬间的迟疑。

就像许多个思绪忽然凝滞的片刻，在日复一日的循环中，偶尔也会模糊了生活本来的轮廓。时间如潮，不问意愿，只是推着你往前、往新的方向流转。而在那些看似寻常的晨昏里，我也几次瞥见了那个沉默不语、心思纷繁却依然埋头向前的自己。所幸这一路上，始终有许多温暖的手与明亮的眼，照看着我前行。感谢的话，终究是说不尽的。感谢华南区域拼至最后一刻的每一个人，也谢谢那个没有放弃的自己。

2025年最后一个夜晚，与往年有些不同。我抱着电脑坐在喧闹的人群中，四周是沸腾的倒数声，每一张脸上都跃动着笑。而我眼里映着的，却是屏幕上最终定格数字。这个瞬间，我等了很久，像为一条长河轻轻画上句点。

想起年初走进人资办公室与应总确认2025年度目标时，几乎没敢想过能触到那个数字。原因纷杂，更像是一种下意识的后退，“不敢信，不敢期许”。可脚步未曾停过，日子也依旧无声向前。年中时，曾有一段格外困顿的时光，方向仿佛沉入雾中。直到与思焯深谈之后，决定给自己松开紧绷的节奏，把答案交给时间。

后半年雾渐渐散了路也清晰起来。我渐渐明白有些事情不能只靠想象而要全身沉入其中，像潜入深流，只管去游，不必执着能否抵达彼岸；不去期待他人给予什么，只怀着“我想为你做点什么”的心意投入，命运往往因此回赠你意料之外的礼物。

数字或许只标记结局，而过程本身，却藏着更明亮的宝藏。

这一年，与所有店长并肩奔赴。每一个月初的会议、每一场活动、每一个随时响起的电话，都让我感到自己属于这里。我们一起为邀约绞尽脑汁，一起为激励每个伙伴而思索，一起冲刺到最后一刻的最后一秒。也正是在这样的奔赴中，我才真正体会到什么叫“值得”。当你心里只装着共同的目标，不掺一丝私念时，她们也会用行动告诉你：你值得。这比任何答案都更加深邃。

若说一切事业皆需倾注心血、时间与精力，何不选择与始终支持你的人并肩而立，勇敢地描摹属于彼此的远方？那些一同绽放的笑颜、一同拭泪的低首时分、甚至面红耳赤却彼此较真的瞬间，都将成为岁月里发着光的印记。

人与人之间的羁绊，如溪汇河，自有其流向。能与大家相遇，是我深深的庆幸。即便不是所有人皆能同行至远方，即便各有各的渡口与征程。有些人注定只伴一程山水，但那一程的照亮，已足够温暖往后很长的路。不忘曾借过的力、握过的手，便是对时光最好的回应。

这一年的感悟大多在路上悄然成形。愿来年依旧步履不停，思考不止。灰心时就去晒晒太阳，困顿时，只管继续往前走。路上总有光，风会带你走向下一程清澈。不必追问意义何在，那全心投入的事业本身，已是我们存在最坚实的注脚。

直到此刻，我才真正懂了那句话——“把自己想得伟大一点”究竟意味着什么。

是在并肩时看见彼此眼中的光，
是在全力拼搏时依然紧握的手，
是放下小我，走向众人，
在共同的浪潮里，成为一片不沉的海。



站在岁末回望，这一年有过一览众山时的畅然，也有陷于迷雾中的徘徊；也曾在日复一日追逐数字的赛跑里感到片刻钝感。

新年的第一天，我把自己扔到了哈萨克斯坦的阿拉木图雪山面前。没有太多杂念，就是想走一段必须专注脚下的路。而当我真的站在山脚下，仰头看见那片亘古的洁白沉默地覆盖着天地时，突然就静了。

登山时，你不能去想“还有多远”，因为一想就容易泄气。你只能看着眼前这一步，把冰爪踩实，听它“咔嚓”咬进雪壳的声音。风声，喘息声，心跳声。

（一）那些“踩实了”的每一步

过去一年，市场环境如同变幻莫测的山间气候。2025年，GIADA中国区销售业绩实现了

翻越群山：写给2025年

丁怡怡

近5%的同比增长。这个数字，确实不大，它更像回望来时路，发现那片陡坡已经被我们稳稳留在身后——方向对了，每一步都作数。

这每一步，是专注与深耕的回响。我们守住了金字塔尖的珍珠——VVIC大客户消费贡献金额与人数双双提升14%。这并非偶然的幸运，而是源于日复一日真诚的维护与超越期待的体验交付。

这每一步，是唤醒与激活的韧性。我们唤醒了4102位沉寂的客人，其中更有252位是沉寂六年以上的“老朋友”。当她们重新走进店里，当熟悉的微笑再次连接起过往与现在，这不是简单的数字回归，更像是在你以为已经荒芜的山上突然发现一颗老树发出了新芽的喜悦。

这每一步，我们都踩实了。

（二）那些同行路上递过来的手

在山上，我们握着登山杖前进。能听到的，只有前后队友粗重的呼吸，和风掠过羽绒服的摩擦声。我不知道山顶还有多远，只知道，我不能停，我也是这呼吸声的一部分。

11月，那个冲击单月亿元销售额的夜晚，我想我会一直珍藏心底。那天营业晚上10点结束，其实距离一个亿还差两百多万，在这个“垭口”面前，没有一家门店闭店。

“京津区大满贯！”

“西安SKP客人还在试衣！”

“倒计时26万！”“我还有单！”

“倒计时4万!”

“广州友谊最后一单,突破一个亿!”……

那一刻,心头和鼻头都热了。

北京SKP团队,10人中有7人拿下单月百万,3人突破了个人历史最佳。这不是个人的传奇,这是整个队伍在极限海拔下的共同呼吸和节奏。最强的那个,会自然地接过更重的背包;步伐慢的那个,会收到前面传来的鼓励。个人的极限,往往在托举彼此的时刻被突破,是“一个都不能少”的信念创造了1个亿。

那些为商品知识熬的夜,那些为一次客户活动反复推敲的细节,那些看似琐碎的日常维护,都在那个晚上,凝聚成了倒计时里一声声坚定的“还有我!”和“我们可以!”。

我深爱我的团队。

(三) 品牌文化让回声抵达更远的山谷

攀登的意义,不止于征服某一座山峰,更在于理解山系的存在,并让更多人在不同的高度,都能看见属于自己的风景。2025年,我们构建了更立体的“品牌文化山系”。

我们创造了GIADA Land,一个单日销售额突破1435万元的IP。它不再是一场简单的销售活动,而是一个沉浸式的、可感知的品牌世界。这种超越单纯商业交易的情感连接,创造了真正的品牌黏性。我们再次证明了:ART TO ART, HEART TO HEART。GIADA所代表的,从来不止于时装,更是一种陪伴当代女性书写自身历史的优雅姿态。

我们让声音抵达心灵深处。品牌播客《岩中花述》跃升为头部中文播客,超过500万订阅用户,相当于我们每周都在与一个中型城市的人口进行一场深层对话。首印12万册迅速售罄的同名书籍,让那些动人的故事与哲思,滋润更广阔的心田。

我们跨越距离,在米兰与北京双城发布2026春夏秀款系列,“岩中花述·红毯大秀”全网3176万人次的观看,再创新高。品牌的高度,决定了影响力的半径。

站在阿拉木图的山顶,与太阳齐肩的那一刻,寂静而澎湃。太阳的光芒不仅照亮了最高的主峰,照亮了山脊、冰川,也照亮了远处森林的轮廓。

(四) 翻过自己的山

回到城市,坐在灯火通明的餐厅里,周围的谈笑风生却让我感到一阵失真的寂静。山上的那种“一步一世界”的清晰感,和城市的快速流转,形成了奇异的对比。但这次,我没有感到割裂。

我明白了,阿拉木图的雪山并没有给我一个具体的答案。它只是用它的巨大和安静,把我的问题还给了我。

那些每日追逐业绩时的短暂麻木,或许就像登山途中漫长的雪坡行走,目光只能锁定脚下,呼吸粗重,思绪停滞。但这并非迷失,而是全身心投入“过程”的必须状态。在攀登中,世界被简化到只剩下一件事:走好这一步。也正是在这种极致的专注中,焦虑与虚妄散去,你开始听见自己心跳的节奏,看见团队一起走过的每一步。正是这每一步看似重复的“踩实”,奠定了最终攀升的高度。

古人徐霞客,他曾在黄山之巅,“兀坐听雪溜竟日”。山下是世界奔忙,他就在山顶,听雪化的声音听一整天。我们做不到这样抽离,但我们或许可以在心里,给自己留一块这样的“山顶”。在每一个项目结束后,在每一次冲刺完成时,可以停下来,像听雪溜一样,听听团队伙伴的声音,也听听自己心里的声音——那些最初让我们出发的声音。

2025年,我们翻越了许多山。感谢每一位并肩的同行者!

站在新年伊始的雪线上,我更加确信:登山不是鲁莽的征服,而是虔诚的对话;不是孤独的冒险,而是温暖的共行。愿我们永远在路上,永远在生长,永远能与更广阔的山系与苍穹,相望、同行!



11月底的北京，寒意渐浓，可北京SKP的GIADA店铺内，热闹非凡。当最后一笔订单入账，当11月的目标数据达成，当紧绷的神经骤然松弛，我看见G899的伙伴们，一个个红了眼眶，背身拭去的眼泪，也无声地敲击在了我的心上。那一刻，千言万语都化为无声的泪水，我的脑海里只剩下一句话：没有为GIADA热泪盈眶的人生是不完整的。

后来赵总问我，写下这句话时，我在想什么？那些眼泪里，又藏着些什么？这个问题像一把钥匙，瞬间打开了记忆的闸门，万千思绪翻涌而来。

我想起这个月，我们上过的那些从早到晚的通班。销售伙伴们，伴着早晨初升的阳光下班，踏着深夜的星光下班，北京深秋凛冽的寒风吹不走每一位伙伴的销售热情。G899的伙伴们初心地为进店的每一位顾客讲解每一件单品的设计理念、面料工艺，用专业与真诚打动着她，让客人都选到美丽与温暖兼具的心仪商品。除了现场的客人，每一个小伙伴都把小红书当成朋友圈来发，发一遍没有反馈，就换一个素材接着发，同一个款式不同的维度不同的视角，最终把

没有为GIADA热泪盈眶的人生是不完整的

刘伊林

一个个款式打造成爆款，让线上的客人追随之至。

我想起职能的同事们，默默做好每一次维护，协调好每一场货品调配，为我们争取POP资源，为我们调整陈列方案，为前线的冲锋陷阵筑牢坚实后盾。这一个月，我们顶着压力前行，迎着挑战而上，有过焦虑的辗转反侧，有过受挫的黯然神伤，却从未有人说过一句“放弃”。

所以当目标达成的那一刻，眼泪里藏着的，是终于卸下重担的释然，是全力以赴终有回报的欣慰。那是付出了百倍努力后，梦想照进现实的感动；是并肩作战的伙伴们，彼此眼神交汇时的默契与自豪。

这份眼泪里，更藏着对GIADA品牌的敬畏与热爱，藏着身为红珏人的荣誉感与使命感。GIADA所承载的，从来不止是一件件精致的服饰，更是一种优雅、从容的生活态度，是对品质与美学的极致追求。我们每一个人，都是这份理念的传递者与践行者。当我们靠着自己的双手，让更多人读懂GIADA的魅力，让品牌的光芒在京城闪耀，这份成就感，早已超越了业绩本身。

或许时光会慢慢冲淡记忆，我们会渐渐模糊11月里的具体细节，但那份热泪盈眶的感动，那份全力以赴的执着，那份与品牌同频共振的荣誉与使命，却会永远镌刻在我们的心底。

我总在想，支撑一个团队走得更远的，从来不是一帆风顺的坦途，而是那些咬牙坚持的时刻，是那些并肩作战的温暖，是那些为了共同目标奋不顾身的勇气。未来的路，或许还会有风雨，还会有坎坷，但只要 we 回想起11月底的那个瞬间，想起那些滚烫的眼泪，就会明白：没有什么坎是过不去的。

因为我们是GIADA的守护者，是红珏的追梦人，是一群为了热爱，愿意全力以赴的人。销售的魅力就是不管你曾书写了什么，翻过这一页，又是全新的。新的一年，我们继续加油。

就算失败，我也想知道， 我倒在离终点多远的地方

李会

最近，《长安的荔枝》特别火，电影和电视剧版本齐上映。这是我两年前看的一本书，讲的是小人物李善德接到了不可能完成的任务，要在贵妃生辰之前，运送岭南的荔枝到长安。新鲜荔枝“一日色变，二日香变，三日味变”，而岭南距离长安五千余里，这是一个不可能完成的任务，但为了家人，他放手一搏，通过计算路线，改进保鲜技术，协调驿站资源等手段，最终完成了任务。整个过程堪称职场历险记，看完全书，有一句话深深的引起了我的共鸣，就算失败，我也想知道我倒在离终点多远的地方。

这是一个关乎性命的任务，李善德刚接收的时候也是想着要怎么体面的死去，是杜少陵讲的西北老兵的故事救了他——“既然无路可退，不如放手一搏”，其实人不是怕遇到绝境，而是遇到绝境就摆烂躺平接受命运的安排。这也是很多销售人遇到瓶颈时期的想法，反正完不成任务，那我就摆烂。我来职能的时候赵总给我讲过一句话，“有什么事情好好讲，别直接离职。”无数次遇到困难我很想放弃的时候，我就会想到赵总说的这句话，真的，我就想最差就是离职，还不如想尽办法好好做，管别人怎么想呢？所以我解决不了的问题我就向上沟通，上再不解决就上，给予阻碍的往往是员工因为自己的利益问题，真正的业务问题，老板们都愿意帮助，而且是把控大局的；努力就会有转机；深深的记得我负责的工作板块好起来的转机是我去年8月份的工作总结赵总看到了，我有了活动制定话语权，可以充分发挥自己的想法全力去做，今年上半年有了质的飞跃，6场活动做了1070万，清货近5千件。



李善德为什么会成功？面对死局他去岭南亲自跑了一趟，去不断地寻找破局之法，得不到何刺史的支持，他就拿通关符碟和胡商苏谅做交易筹钱，荔枝储存时间短他就寻找办法让储存时间变长，他是通过一次次尝试，不断地找方法，发现问题，解决问题，把不可能的任务完成，最终把死路走活的。对此我深有共鸣，我们没有生死问题，但如果我们面对困难时，选择摆烂，自然也没人责怪，只是我们就会默默的泯然众人矣，你永远发现不了自己的潜力。而面对困难，总结问题，解决问题，而在这个过程中收获的成长与达成任务的自信成就感是伴随你一生的。

遇事时不抱怨，永远心怀希望去寻找解决方法这种思维很重要。不要动不动就接受命运的安排，呆在自己的舒适圈，宏珏青年，要敢于与天斗与地斗与命运斗，那么终会在命运的夹缝中找到一个突破口。现在情景，我们是创业团队，我们要做中国奢侈品行业的精英，面对的一定更多，更要全力以赴，终将战胜！而那时，看着自己走过的路，该多有成就感啊！

就算失败，我也想知道我倒在离终点多远的地方。面对不可能完成的任务，面对没有信心的事情，共勉之，全力以赴吧，宏珏人！

青岛济南之行： 一场关于美、细节与情感的深度对话

孙美灵



这次陪同品牌创始人Rosanna参与青岛济南场的活动,于我而言,远不止是一次常规工作任务,而是一场关于品牌灵魂的深度对话,一次关于细节、美学与情感的沉浸式体验。在短短几天的行程中,我见证了GIADA品牌如何通过一件件精心设计的服装,与顾客建立起超越物质层面的精神联结,也深刻体会到Rosanna对品牌每一处细节的极致追求背后,那份对美的虔诚与对女性的深刻理解。

细节之处见真章: Rosanna的极致美学

活动筹备期间, Rosanna对细节的专注与执着令我震撼。在与模特fitting时,她亲自调整每一件衣服的间距,强调衣服需要呼吸的空间——不能过于紧凑地压在一起,每件作品之间必须保持恰到好处的距离,让观众的目光能够充分欣赏每一处剪裁与设计的精妙。

而在观察店内陈列细节时, Rosanna对WICF060A-LG0压褶风衣的调整更是一场生动的美学教学。她将风衣从正面展示转为背面陈列,解释道:“正面展示了设计的简约之美,而背面的压褶才是这件作品的灵魂所在”,这一细微调整瞬间提升了整个陈列的艺术层次,也让我明白GIADA的服装不仅是穿着之物,更是值得被全方位欣赏的艺术品。Rosanna对每一个挂钩角度、每件单品搭配的反复推敲,无不体现着我们对细节的执着的品牌哲学。

三个故事：当品牌成为顾客生命中的光

如果说Rosanna对细节的专注让我看到品牌的筋骨，那么与协助她与顾客的互动则让我触摸到了GIADA的灵魂。在青岛济南两地，我有幸见证了品牌与顾客之间那些令人动容的情感瞬间，这些故事如同璀璨的珍珠，串起了GIADA真正的价值。

青岛场模特展示结束后，一位女士紧紧握住Rosanna的手：“您是为艺术而生的造梦者，比我自己更懂我想要什么。”当Rosanna听到如此有温度的话语时，眼里闪烁着感动的泪光。

而济南场的尤女士则带来了意外的感动。作为GIADA最忠实的收藏者，她特意调整了重要的商务行程，只为在周六上午与Rosanna相见。当她捧出精心准备的国酒，说出“你给我美丽，我送你美酒”时，现场瞬间升温。这份超越买卖关系的情谊，让人看到品牌如何融入顾客的生命仪式——每一季的新品对尤女士而言，都是与自己对话的重要时刻。

最令我深思的是那位从业传媒文化行业的顾客。她说：“自从遇见GIADA，就再也没有买过其他品牌。”这份专一背后，是品牌理念与她价值观的深度共鸣，是GIADA让她更有自信地在所有观众面前展现自己。而她不仅自己穿着GIADA，更将这种“岩石中的花”的品牌美学与哲学传递给身边的女性朋友，她说自己分享的不仅是穿衣心得，更是对生活的态度。品牌在这里已升华为一种精神符号。

感悟：超越服装的情感联结

回到深圳整理活动资料与总结时，那些画面仍历历在目。我忽然理解，GIADA之所以能激发如此深厚的情感，在于它从不将自己定义为单纯的奢侈品——它是用高级的布料写就的女性诗篇，是穿在身上的哲学。当顾客说“GIADA让我看见更好的自己”时，她们回应的是品牌对女性

智慧与力量的信仰。

这次经历也彻底改变了我对品牌工作的认知。我们不是在销售产品，而是在呵护一个个关于蜕变、自信与归属感的故事。那些陈列细节、走秀间距的严格要求，都是为了确保当顾客与GIADA相遇时，能体验到百分之百的品牌之美。而顾客反馈的情感能量，又反过来滋养着我们品牌的成长，形成美妙的共生关系。

感谢这次青岛济南之行，让我看到工作背后更深远的意义。在未来的工作中，我将以更细腻的观察力、以更专业的态度对待每一个细节——**因为我知道，我们正在共同创造的，远远不止一件有收藏价值的大衣，而是一次次改变生命的美丽邂逅。**



领路者

应雨韵

GIADA®
ITALY

istitutomarangoni
enhancing talent since 1935

校园公开课
OPEN DAY

授课嘉宾:
赵一铮
YIZHEN ZHAO
GIADA董事长
宏珏集团董事长

赵一铮先生是意大利GIADA迦达品牌的全球董事长
该品牌也是在意大利米兰奢侈品蒙特拿破仑大街
(VIA MONTENAPOLEONE)
成功开店的第一家由中国企业家团队管理的全球旗舰店

分享主题:
设计师职业生涯选择的关键是什么?
WHAT IS THE KEY
TO CHOOSING A CAREER
AS A DESIGNER?

• TIME: 10/31 14:00
16:00

• VENUE: 深圳市泰然立城B座27楼
27F, TOWER B, TARANLICHENG FUTIAN DISTRICT

扫码报名

ISTITUTO MARANGONI x GIADA

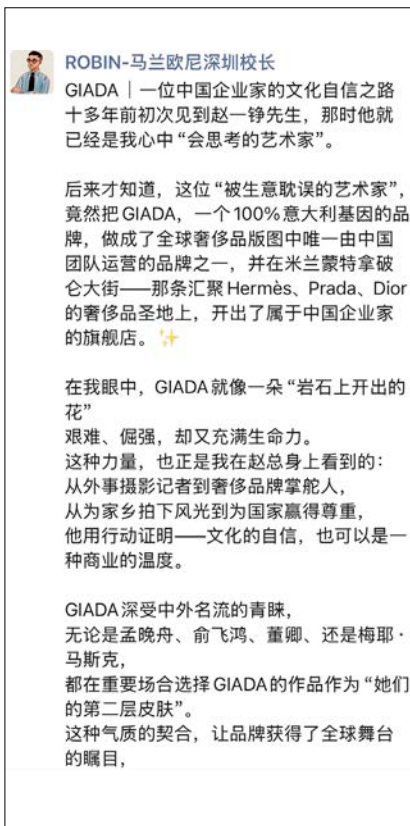
10月31日，应马兰欧尼深圳校区校长Robin先生屡次盛情邀请，赵总亲自前往马兰欧尼深圳学校开设一堂别开生面的公开课《设计师职业生涯选择的关键是什么？》，同现场百余名师生、校友、同行业伙伴倾情分享了宏珏激荡三十年的创业史，提纲挈领地指设计专业相关人士准确高效地规划职业生涯，在现场掀起一阵阵高潮，结束后还有很多参与讲座的观众久久不肯离去渴望进一步和宏珏团队进行探讨。如今，我也是在宏珏有着十二年工龄的资深老员工了，每每在这样社会公开平台进行公司商业运营理念和人力资本战略交流的场合，都由衷地感到骄傲和自傲，但更多的是深知宏珏在这条如入无人之境的领地中经历的艰难险阻还坚持初心越战越勇的不易和决心。

由于赵总和李总一心成就奢侈品牌，极少接受新闻媒体的采访，很难在互联网平台上搜索到公司创始人的信息。但是，“第一个吃螃蟹”式地收购国际品牌和鲜有曝光的露出让外界对宏珏公司有十足的好奇，很希望从宏珏成功运营GIADA的经验中吸取真经。这就不难解释当天出席公开课的观众还有不在少数是一些服装品牌，包括品牌主理人和设计师，以及外省产业园区的负责人，新媒体行业从业者等。

我们公司自己的员工对于文化课已经习以为常，而第一次有机会接触到赵总的人则是无比珍惜这样的机会。起初我没有那么大的格局，总觉得我们辛辛苦苦构建的品牌建设体系如果公开，又被有心之人像服装设计研发那样轻而易举地就能把品牌研发设计进行利用抄袭，对品牌又会造成伤害。这次出发前，赵总对公开课内容做了详细的准备，不出所料，赵总的分享从来都是知无不言，还戏谑地和我们开玩笑“外面不是有那种谣言一直说我们是车公庙品牌吗？所以，我们还是要多出来走走，让更多人知道我们的故事，也帮帮其他人，只有中国整个行业起来了，我们国家才有更多话语权”。

赵总的举重若轻总能轻而易举地化解矛盾，这不仅源于对管理的深度自信，宏珏和GIADA的经营智慧是一代代宏珏人深耕的成果，浅表的“偷师”是断不可能掌握其精髓，所以没有什么好畏惧的。而如果我们的经历能够对真心想要变上进的企业家有所启发，那么也是我们履行企业社会责任，为国家发展民族复兴做贡献。




中国企业能在西方资本集团掌控百余年的奢侈品牌经营体系中用管理硬实力掌握一席之地，需要的领路者是一群志同道合的创业者，是一批批优秀的有魄力有胆识有谋略有韧性的中国企业披荆斩棘。宏珏的社会责任和家国情怀使得我们在成为中国奢侈品行业的领路者的征途上义无反顾，继往开来。



也让世界看见——东方女性的优雅，也可以是世界的语言。

如今，GIADA在米兰、巴黎、纽约、北京、上海等全球核心时尚城市拥有50余家精品店，与Versace、Dior等顶级品牌比邻而立，成为中国团队在全球奢侈品市场的重要标志，这背后，是赵总带领团队十余年的坚持与信念。

他常与我谈论古罗马与文艺复兴的启示，谈悬崖上的桥，谈慈善与快乐，谈教育与未来。每一次的交流都让我重新思考“奢侈”二字的真正含义——那是一种来自文化底蕴与精神追求的优雅。

   10月31日，我们将在米兰欧尼深圳校区迎来这位“艺术家型企业家”，一起聊聊时尚、理想与中国设计力量的未来。we say a bravo!

The power of Passion in the Design 设计中的热爱的力量

Aurora Sorini



Last month I attended a lecture at Marangoni held by Mr. Zhao, who had been invited to speak to students and aspiring entrepreneurs about the essential steps needed to create a successful fashion brand from a design point of view. Drawing from his rich professional journey, including his experience developing brands such as Giada, he offered a comprehensive and inspiring overview of what it truly means to shape a fashion identity.

What made the lecture particularly engaging was the structure he chose: first, he shared his personal story and his approach to design in general; then, he explained how these principles were translated into the specific case of Giada. In this way, the students could understand not only the abstract theory but also its real application. The result was a very wide and meaningful vision of the design process inside a fashion brand.

Among the many topics touched during the presentation, there was one sentence that I truly cherished:

“Only through effort, passion, and dedication can you discover your purpose, achieve a sense of accomplishment, and ultimately create something meaningful: something that can even serve others.”

Mr. Zhao used this idea to explain that hard work is not only a tool for success, but also a way to understand the value of what we do. Passion gives direction, effort gives results, and the combination of the two brings genuine happiness. This message is especially important for the new generation. Today, many young professionals hear the phrase “work smart, not hard,” but the truth is that one does not exclude the other. Working smart is essential, but it must be paired with

commitment, consistency, and perseverance. Smart thinking guides the strategy; hard work brings it to life. Only together can they lead to real achievement.

This concept resonated deeply with me, because I believe that in every part of life, and especially in our work, we must put passion and drive. Even when the road is hard, or when tasks are not the ones we love the most, having a clear scope allows us to move forward without losing focus. It is the bigger picture that gives meaning to the smaller steps.

In my own professional experience, this has always been true. Lately, I have been involved in many projects and many brands within Redstone, moving constantly from one to another. And sometimes, especially for Curiel in Milan, the tasks I handle are not strictly design-related; instead, they are more administrative. Yet I do them with full commitment and I try to help my co-workers because I know they contribute to building something greater, ensuring that the atelier will finally be functional, coherent, and ready to operate. For me, this is what dedication and professional drive look like: doing what is necessary, not only what is pleasant, because each part serves the final goal.

Passion and perseverance are the true engines of achievement. When we work with purpose, and combine smart thinking with genuine effort, even challenges become steps toward the place where we want to arrive.

上个月,我应邀参加了赵总在马兰欧尼设计学院举办的一场讲座。他面向学生和有志创业者,从设计的角度出发,探讨了打造成功时尚品牌的关键步骤。赵总有着极其丰富的职业经历,包括他创建GIADA等品牌的经验,讲座中他全面而深刻地阐述了塑造时尚品牌形象的真正意义。

讲座最引人入胜之处在于赵总的授课结构:首先,他分享了自己的个人经历和对设计的理解;然后,他解释了这些原则如何应用于GIADA的具体案例。通过这种方式,学生们不仅理解了抽象的理论,也了解了其实际应用。最终,学生们对时尚品牌的设计流程有了更广阔、更深刻的认识。

在讲座中涉及的众多主题中,有一句话让我印象深刻:“唯有通过努力、热爱和奉献,你才能发现人生目标,获得成就感,并最终创造出有意义的事物:甚至可以造福他人。”

赵总用这个观点来解释,努力工作不仅是成功的工具,也是理解我们所做事情价值的途径。热情指引方向,努力带来成果,而二者的结合则带来真正的幸福。这个信息对新一代尤为重要。如今,许多年轻的职场人士都听过“聪明工作,而非埋头苦干”这句话,但事实上,两者并不冲突。聪明工作固然重要,但它必须与投入、坚持和毅力相结合。聪明的思考指导策略,而努力则将其付诸实践。只有两者相辅相成,才能带来真正的成就。

这个理念深深地触动了我,因为我相信,在生活的方方面面,尤其是在工作中,我们都必须投入热情和动力。即使道路崎岖,即使任务并非我们最热爱的,清晰的目标也能让我们在前进的道路上保持专注。正是大局赋予了小步以意义。

在我自身的职业经历中,这一点始终适用。最近,我参与了REDSTONE旗下众多项目和品牌,不断地在不同项目和品牌间奔波。在负责米兰的CURIEL项目中,我负责的工作并非严格意义上的设计相关,而是更偏向行政管理。但我始终全力以赴,尽力帮助同事,因为我知道他们的付出是为了成就更伟大的事业,确保工作室最终能够高效运转、井然有序地投入使用。对我而言,这就是敬业精神和职业驱动力的体现:做必要的事情,而不仅仅是做自己喜欢的事情,因为每个环节都服务于最终目标。

激情和毅力才是成就的真正动力。当我们目标明确地工作,并将智慧与真诚的努力相结合时,即使是挑战也能成为通往目标的阶梯。

见路不走

孙立晖

今年是我加入 GIADA 的第六年，也是我从事人资工作的第六年。每年我都会发一条朋友圈，鼓励自己，回顾去年，展望明年。今年我没有发，但过去一年我经历的内化和修为，我自己知道，无需数着点赞数来认可自己。人资工作的修炼，是读懂人性，也是在万千诱惑中的，见路不走。

过去一年，我无数次和业务部门争论，现在我们要用什么样的人，来做好业绩？我听到最多的话，是“我们要用有丰富奢侈品销售经验的人”。第二多的，是“不要应届生小白，要现成的，立马能做的”。领导问到业绩为什么不如预期那么好？得到的答案总是，是人的问题，换了人就能解决。期间我妥协过，面过各大品牌的候选人，也尝试录用了一些，但大都无疾而终。我也曾困惑，是否我的面试方法不对，下一个人会不会更好？但随着一个个案例的闪现，我认为，GIADA 仍应坚持她过去这二十年走的路：好好培养人，用好自己培养的人。

首先，GIADA 的销售是有难度的，亦可以说是奢侈品品牌里最具挑战的。品牌低调内敛，注重文化内涵，深耕裁剪与面料，定价高奢，不走 LOGO 和浮夸路线，销售顾问溜须拍马就让顾



客理解并消费是不太可能的。而我们追求漂亮的业绩数字，绝非一个月几十万小百万可以满足，我们有更大的野心。所谓外来的资深销售，无非是手握一些客资，深谙一些为人处事技巧，读得懂眼色和暗示，但对于 CRM、商品知识、客户培养和运营的深耕，其实远远不如 GIADA 自有团队。我不止一次听业内朋友盛赞，GIADA 员工，对业务的深入理解和学习能力，是任何其他品牌的人都无法匹敌的（这还只是对离职员工的评价，并非我们最顶尖的销售）。外来的人看似短期有用，实则对于人员培养的体系和我们用人的惯性都有极大的风险，或退一万步，是管理者对于自身人员培养责任的逃避和借口。年轻优秀本科毕业生做不到、不服从的事情，为什么指望一个混社会十来年的，连书都读不进去的老兵油子能做好呢？任何一个时代，任何行情下，都会有业绩不好做的时刻。如果我们总想着靠外面请来的救兵，那公司要我们这群人的意义何在呢？合作多几个猎头就好了，花钱就能解决。与其等着天降神兵，不如扎扎实实靠自己。

其次，GIADA 的生意模式和底层的用人逻辑，注定着在品牌真正来到全球顶尖之前，我们在走一条极其艰难，但别无选择的路。中国人控股运营国际奢侈品牌，在我们公司内部是自豪，但在部分人眼里，却是质疑和不理解。质疑你品牌的出身，似乎相同的金额，购买一个老外全盘运营的牌子，印上一些洋文，就获得了高人一等的认同感。这是中国从商业地产圈子到大众消费者仍未挺起来的脊梁，这无从怪罪，文化认同和自信需要时间的累积。但换句话说，当一名销售习惯拿货，顾客求着买单，享受品牌溢价带来的简单销售工作体验后，让她来研究客户深度维护邀约，钻研版型穿搭和面料，再到花个把小时对顾客坚定不挠地介绍品牌的历史和发展，这是逆人性而为的。人做过易事，便不会挑战巅峰，这就是人性。而 GIADA 的明星员工，深信通过自己

的双手，可以做到看似不可能完成的目标，陪伴品牌的成长来肯定自己的成长，从青涩到成熟到自信，大家是品牌的一份子。而雇佣兵，看的是纯粹的收入和利益，是工资的性价比，是你给的 title 和福利。在追逐理想的路上，她们只会是过客，极少数认同品牌理念的人能留下，而真正陪着品牌走下去的，一定是根正苗红的自己人。

五十年前，新中国工业百废待兴，国土徐光宪坚持把稀土萃取和开采钻研到底、规模化。他被拿来主义专家质疑，为什么不和西方人合作，日本和美国的技术届时足够先进，自行开发亦有环保和生态风险，算经济账不值当！六年前，中兴通讯被美国人野蛮重罚，董事长飞到大洋彼岸斡旋求情，罚款认缴。孟晚舟被美国长臂管辖拘禁，华为硬刚到底，科技评测博主对“备胎”鸿蒙系统嗤之以鼻，公知博主对支持华为的“小粉红”冷嘲热讽。2025 年，中国的稀土管制条例横空出世，美欧凑齐全部家底，仍无法追赶中国几十年的先发优势，无能狂怒后只能乖乖坐回谈判桌前。中兴通讯罚款一笔接一笔，股价跌了又跌，完全被西方市场拿捏；而华为，已重建起自己的系统和生态，重回中国消费电子企业榜首，甚至杀回了曾经的失意之地欧洲，科研力、产品力全网好评。真正强的国家，真正智慧的企业，面对困难，靠的是对自己核心产品和竞争力的不懈坚持，自强求生，而不是为了眼前利益一再妥协。实力和尊严，归根结底背后是那一句见路不走。

培养奢侈品行业的中国精英，路还很长，不好走，但请不要放弃，这是我们的核心竞争力。

我们终将看到黎明。

胸怀

孙立晖



最近用人部门追的紧，招聘又紧锣密鼓地跑起来。着急冲业绩，便优先考虑有经验的候选人，来了就能做嘛，可以理解。很巧，我接触了几位之前离开GIADA的员工，回顾她们的故事，感慨万千。

第一位同事小丁，我在2020年大连进校招聘时结识，当时她作为“校园大使”帮公司宣传校招广告，恰逢毕业求职，也主动争取了我们的岗位。还记得当时的她一身宽松棉外套，水洗牛仔裤，白色帆布鞋，学生气满满，面对我的提问磕磕绊绊，甚至偶然脸红，但她不断争取岗位的眼神令我至今难忘。GIADA的橄榄枝把这位东北女孩带到了杭州，从一名做店务都会犯错的小绵羊，成长为一个月能产出几十万业绩的奢侈品行业中坚。无奈2023年杭州团队剧变，她也未能经受住诱惑，被猎头挖去了那时大火的FENDI。当时她离职，我只觉可惜，但团队的更替难以避免，便翻篇了。这次杭州巡店，老员工王露告诉我，小丁前两天来店里了，说很想回来，我便收到了她的留言信息。沟通下来，在外漂，心酸也坎坷。她去到FENDI前期赶上了品牌势头，薪资收入虽比GIADA稍低，但工作轻松。好景不长，半年后FENDI店铺业绩腰斩，每月薪资缩水三分之二，同时老员工盘踞也堵死了所有晋升的可能。于是，她辗转到了风头正盛的始祖鸟，入职

了全国Top3的旗舰店。拿着资深销售的title, 充足的福利和有竞争力的薪资, 她看似走到了零售行业的又一个风口, 但心里的迷茫未曾减退。店铺体量大, 店里一共有三四十名员工做销售, 而从销售晋升到主管、副店的道路也是遥遥无期的, 每天的任务是无尽的接待和成交, 似乎自己成为了一台替品牌赚钱的机器。再次面试沟通, 我从她的表达中感受到了她对于GIADA用人和培养人政策的再一次认知: 其实零售工作在哪里都是辛苦的, 但GIADA至少能让员工辛苦后有一个明确的盼头, 也不会为人员的晋升增设官僚主义的天花板, 而小丁在外漂泊两年后, 才真正知道这样用人理念的珍贵, 在这里只要努力只要有结果, 就能被看到。欢迎回迦, 延续她没有完成的带队梦。

第二位同事依涵, 是前金宝汇门店店助。她在职期间业绩出色, 产后复工时迟疑, 提出了离职。当时她和老公经营了一个抖音自媒体账号, 走了当时正热门的母婴赛道, 一个月光广告加直播打赏都可以带来可观收入, 也累积了将近十万名粉丝, 也算是本地的小网红了。考虑到“打工”的性价比, 她选择了离开, 自己当老板。今年年初开始, 人资便收到她不断投递全国各地的岗位, 终于在年末石家庄有用人机会时与她沟通上。她的经历可谓过山车, 2023年离职后她与家人享受了半年的直播行业的红利, 2024年抖音的政策修改使得她的账号流量断崖式下滑, 自媒体收入难以为继。进入职场求职, 带着GIADA曾经的高期待参与面试, 却连连碰壁。拿着漂亮的简历, 去到本地最好的奢侈品百货求职, 却发现岗位都是萝卜坑, 几乎没有加入的可能。最后她入职了一家社区团购的企业, 每天在外跑业务, 无论风吹雨打, 而收入却不及之前在GIADA的三分之一, 令人唏嘘。这次返司面试, 她化了很庄重的妆, 聊到深处眼里有光, 在亲自

尝试过社会的残酷之后, 才学会珍惜公司给到激励的扎实和丰厚。欢迎回迦, 把踏实工作践行到底, 用实实在在的劳动收获果实。

品牌这些年走来, 多少人来来去去, 人才的更替和离开, 也在很多时刻给业绩和品牌发展带来了挑战。但我们从未放弃接纳新人和培养人, 也对人的流动保有包容和祝福, 并为之骄傲, 这是一家企业对人才珍视的底色。无论经济形势多么难, 从未改变。月底有幸听了赵总在马兰欧尼深圳校区的讲座, 那句“我们的人出去也是给国家交税嘛, 有什么不好?”, 轻轻带过, 但背后的社会责任, 却很重。给人才好的待遇, 给人才好的发展, 给出去的人才祝福和肯定, 给回来的人才包容和重新出发的机会, 这一份胸怀, 值得我们自豪。这是其他品牌, 无论做了多少亿的业绩都比不了的, 因为包包和鞋子不穿了会被忘记, 而信任和培养不会, 人的感情也不会。

培养奢侈品行业的中国精英, 桃李已满天下, 胸怀有容乃大。



新年伊始，我给老婆内购了一条CURIEL小黑裙，作为一名“准中年男人”，我也第一次对新年礼物有了一丝期待。毕竟有了娃，工作拼搏一整年，也希望得到家人的认可。周五晚上她悄咪咪拆开了快递盒，居然是一整套《毛选》搭配上支架和学习小卡片。这可比之前我收到的衣服、鞋子、领带要厚重得多。书确实偷懒了，没来得及看完，翻看小卡片，却发现自己的眼眶已经湿润，仿佛这是对我入职几年、集中在过去一年挫折坎坷的认可和激励。我的初心从未改变，但斗争从未停止，乐观去面对解决。

毛选说，不能忘记共产党的初心，为人民服务。我的初心，是说实话，做实事，做对事，拿结果。如果说2024年之前，我工作中的主要矛盾是我个人能力阅历与公司分派任务之间的鸿沟，那么2025年我的内耗和矛盾，则来自我希望做的事，我期待业务部门做的事，以及期待达成结果的错位。我曾经在工作总结中大声呐喊，危险时刻不可躺平，需要重拾奋斗心态；我也曾给领导发过怒发冲冠的信息，感叹职业发展中的落差；我也曾在会议上对我不认可的人或事拍板争论，因为我坚信如何做对公司对长远更有利。其实过去一年八成以上的时间，我对于我当下的工作是很失望的，不是我不够用心，或是能力不够，而是我没有坚定的战友，跟我一起拿结果，把人带出来，把业绩做出来。但下半年，事情似乎在改变，我看到合恰半夜还在群内摇旗呐喊，

初心不移，斗争不止

孙立晖

跟我一次又一次探讨用人策略和业绩思路，我看到小玲在区经离职之际主动承担了销售造势的工作，不断给员工打气，我看到雨韵打完针做完手术拖着疲惫的身躯仍在沟通员工定方案，我看到孙雨轩周末仍在招聘群内审批Offer约面试……我似乎不再孤单。当然，我们的配合还可以更完善，可能有人太年轻，有人像我一般太激进太倔强，但我们开始往一个方向走，便是把业绩做回来。回头看，26年已是新天地，我的初心还在，目标一致的伙伴也越来越多，我又鼓起了远足的勇气，给自己再多一些时间，去翻下一座更高的山。

毛选说，工作就是斗争，我们是为了解决困难去工作、去斗争的。我也曾认为，斗争就是东风压倒西风，非黑即白。但经过又一年的淬炼，我意识到，斗争是为了解决困难的，只要问题解决了，我个人那些“输”或者“赢”其实并不重要。我承认，我是有个人的傲气的，我希望他人肯定我的决策和选择，但这其实不是工作中斗争的目的，若工作的目的只是为了享受他人无论真心与否的认可，一味去做自己私认为对的事，那便太不客观，甚至是荒唐了。斗争是为了更好的团结，这点我今年深有感悟。年初一些门店、区经，希望人资拣现成的，进一步放开学历背景去招成熟销售，我抵触，表达了，但去做了。后来，人员变更，店长年末亲口和我说：我要没有经验的应届生，聪明好培养的，我听你的！曾经店长对个别员工的能力和潜质摇摇头，说此人用不得，人资据理力争给员工进一步考核机会，深入沟通，留下来。年末，员工业绩突飞猛进，晋升店助，员工和店长信心满满。当然，也有我固执己见的用人思路，领导笑笑让我试试，最后摔了跟头吃了瘪，得了大教训。回头看，这桩桩件件，放在更长的时间维度，其实结果都是好的：不然得了结果，不然积累经验，最终争论的两方也更加理解彼此，升华信任，未来做更精准的决策。所以说工作累，每天做人的斗争能不累吗？但困难能解决，再累也值得。

赵总的开年动员会，常听常新，关于人生阶段的讨论，足够契合我过去几年的思考：修身、齐家、治国、平天下。我在GIADA，我在宏珏，到底想成为什么样的人？如果把这份美丽事业当作一场修行，已得修身，齐家正好，不敢说治国得当，但仍有信心持续进步，治好当下，未来有雄心平天下！培养人，成就人的事业，小事也可以伟大，小事也是一方天下。

三个阶段

高童



2025年落下帷幕。2026年年初，赵总在showroom做了新一年的全体动员，一方面回顾了集团各品牌在2025年取得的成果，另一方面对于2026年寄予了新的期望。看到各品牌过去一年的发展历程，想到每年媒体们都会评选出2025年XXX十大新闻或者2025年XXX十大瞬间，公司和各品牌每年其实也都有很多难忘的事件和瞬间，汇聚到一起也成了过去一年走过的路。在日常的琐碎工作中往往忽略了一些取得的成绩，回首过去一年，大部分的时间其实都是趋同的，但也是这些大部分的趋同汇总起来成为了特别的不同，特别的不同造就了不同的每一年。

赵总在今年的动员会上以经常讲到的“三个阶段”来开场，“性命、生命、使命”，正如何总提到虽然赵总多次讲到，但每年还是“常看常新”，自己也有同样的感觉。随着个人经历和自我认知的变化，对于这三个阶段也有了不同的理解。

赵总常说的，性命是关乎温饱、生命是诗酒年华、使命是宏伟志向。有多大的视野和目标决定着你将在什么样的位置。人生是一场进无止境的攀登，需要不断树立自己的目标，才能让自己能够有前进的动力。

刚入职的时候，在当时的我的认知，觉得和公司的灌输是一致的。公司代表奢侈品行业中的国人的骄傲，希望能够在强敌林立的丛林中努力生存并站稳脚跟，而对于我个人，在初入职场的时候，也希望能够做出一番事业，希望在相应的工作领域取得傲人的成绩。我又将公司灌输给我的内容努力传达给对接的销售部的员工，希望能够去感染她们，引领她们，让每一个销售的员工能够去拔高视野，提升格局，跟公司共进退。工作一段时间后，经历了挫折和起伏，自己从自信满满、初生牛犊到妄自菲薄、亦步亦趋，自己的心态也发生了变化，少了一些勇气，多了一些顾忌，工作中做到自己不犯错，跟着公司大船一起往前航行。在认知理解“三个阶段”的时候，把它当作了筛选的重要标准。

现在回想起来，不管是刚入职还是工作一段时间，自己的认知跟自己的经历有关，对于“三个阶段”的理解浮于表面。最开始的时候，虽然觉得自己聚焦在更高的目标，但还是更多关注在个人，少了对于他人的关注和帮助。而工作一段时间之后，自己虽然觉得可以“有钱有闲地过中产生活”，但也正是自己缺乏自信的表现，少了进取心，在原地固步自封。

回到工作本身，对赵总的“三个阶段”有了新的理解。之前考虑的太简单也太狭隘。广义上讲，每一个阶段的含义也都不是只有唯一。不是所有的使命都是为国为民，也不是所有的生命都是在琴棋书画，处在人生的不同的阶段，面对不同的人生情景，都有当下或者未来需要奔赴的目标，目标是可以变化的。作为人力资源部的一员，作为公司文化传递的窗口，我在想，文化的输出也不仅仅是一种格式。面对不同的人、不同的情况，输出的内容都可以有相应的变化。正如之前

看到过网上的一个段子，现在的人永远都不会体会父辈们吃的苦，而父辈们永远都会觉得年轻人怎么吃不了苦。每个阶段有每个阶段需要吃的苦头，但如果跨阶段来去比较，最后大概率的结果就是“鸡同鸭讲”，谁也说服不了谁，最后不欢而散。

赵总说过“好人好心办好事有好结果”是最好的呈现。公司的文化出发点是好的，大家的素质能力也是好的，我们希望能跟员工多多交流多多宣导的想法也是好的，那最终的呈现和结果可能并不如意，需要我们时刻反思，到底是方法出了问题还是执行出了问题。

今年给自己定了目标，希望在更高层面帮助到销售部，和公司和各品牌共同成长。

建设健全的人才发展团队框架；

科学地衡量人员培养的投入产出成果；

用体系化模型化发现问题，即时检验结果产出；

探索更多元化的文化宣传方式。

感谢公司过去一年给予的支持和信任，希望用过去一年的成长和越来越稳定的心态回馈这份信任。2026年继续努力，继续加油。

坚持赢万难

应雨韵



12月31日最后一个关灯离开办公室，比以往任何一年在跨年时看着销售系统的数字瞬间被清零更加百感交集，无比曲折艰难的2025年在遗憾、不甘中终得释怀的坦然，在无数悄悄崩溃又默默自愈的历练下，我坚持下来了。正如赵总分享的，人和人之间的差异其实非常渺小，关键在于拥有的积极的心态还是消极的心态，这才是在恒定变化的场域中始终能游刃有余应对挑战的金钥匙。

2025年是集团各品牌扭转后疫情时代销售增长疲态开启增长的一年，Colombo品牌取得一个个耀眼的销售捷报，CURIEL的产品矩阵愈发丰富引领市场，GC品牌线上线下共同发力，GIADA品牌文化项目卓越成效独领风骚，这一份份成绩的诞生都强有力地证明了宏珏人优秀

的综合素质：在经济下行的大环境下，当别人恐惧彷徨的时候，往往就是我们牢牢抓紧机遇迎难而上契机。经历了前几年的蛰伏和自省，我们痛定思痛，在商业模式革新、组织架构优化、管理魄力提升、业务逻辑落地上进行了深度探索 and 大胆摸索，从习惯了被集团公司护航兜底到全面塑造居安思危的主人翁意识，从人、货、场各个维度进行梳理调整，都取得了显著效果。

在元旦迎新大会上，让我感触最深的是，当赵总总结一个个品牌在过去一年取得的成绩时，我为身在自己投入了整个青春的宏珏而感到骄傲，我们将曾经三个十年发展蓝图上一个个未知的小众的意大利品牌，通过宏珏特殊的品牌运营管理能力，都一一变成了现实，每一步前行的足迹都永远地烙印在了品牌发展的历史长河里。然而，在小小成绩面前，我们不能有一丝松懈，人力资本是我们最有机会超越西方有着深厚历史底蕴品牌的法宝，在过去十年里，毫不夸张地说，宏珏是中国奢侈品行业真正的黄埔军校，我们为行业无私培养和输送了顶级的销售专家和管理青年才俊，人才的培养同品牌的培育一样是宏珏长期主义的匠心精神所塑造的。当然，在这个过程中，为了始终能让留在公司发展的是最优秀的人，招聘筛选标准比以往更加拔高，从过去较为标准化的名校筛选一批候选人转型为根据集团每个品牌所处的不同发展阶段，为核心岗位业务赋能的适配型出发进行一对一更加精准的匹配。过去一年，人力资源部团队建设完成了每个品牌人资经理的到位，完成业务对于有经验团队并不是难事，但是关键是最终为公司产生了多少效益和好的结果。完成招聘人头数的目标并不是人力资源部要和公司交叉的KPI，而是要和业务联动确保员工的业绩产出，这样才能真正实现员工有发展有收入，公司有增长有进步的双赢。所以，在以往人资业务架构的基石上，人力资源部建立了不同员工层级的销售业绩的追踪，更客观地评估招聘和管理在员工塑造上产生的影响，配合数字化营销团队落实每个员工对应聚焦的客户资源分配，预计可产出的销售业绩制定科学合理的挑战目标，树立有危机意识的竞聘淘汰机制来更新梯队建设。从23年开始改革，过程中有过诸多坎坷和不被理解的沟通，但是GIADA排除万难都坚持下来了。从26年开始，CURIEL也已经推行销售部定薪定级的机制，Colombo也逐渐步入轨道。改革过程中，每每遇到阻力，赵总第一步总是让我们坚定改



革的方向和决策的合理，不要有任何怀疑地前行，遇到礁石想方设法跨越过去，抵达远方的星辰大海，而非知难而退。宏珏为什么能赢，就是坚持。

做了十多年人资工作，深知生活里恒定不变的就是不断变化，但是时间的力量却能让人真正成长。25年，我的身体和心理状态都经历了极限挑战，很难想象我在几个月之内经历了全麻手术、急性突发带状疱疹，各种中医针灸调理，上班前去医院打卡成了家常便饭。我想还是宏珏人心里不服输的这股劲头，和身边坚强乐观的女性鲜活的例子，她们可以坚持，我为什么不可以呢？也非常感谢赵总在我最彷徨的时候开导我，让我学会云淡风轻的心态去面对任何结果。慢慢地，我的睡眠越来越好，心情越来越放松，而真正带来积极变化的是，当我更加专心专注地投入工作的时候，尤其是最为忙碌的12月份年底项目大冲刺的时候，反而是身体和心情最愉悦的阶段。真的很庆幸，赵总在我没有做好的时候批评我要求我，这反而让我克服了自怜情绪，而是当作人生的一场修行，越是困难的时候越要把工作做好。我的家人也从来没有任何时候让我以牺牲工作为前提，帮我解决所有后顾之忧协调时间。我最喜欢的自己就是心无旁骛投入到自己认为有价值有收获的事业，找回自己的自信，人生自然一切豁然开朗，就像过隧道，再黑也得往前走，因为只有往前走，才能看见光。经此一劫，我的心态也前所未有的稳健，不好的事情当作磨练，好的事情当作磨练以后的奖励。举重若轻就是优雅。

与脆弱共存，与迷茫周旋，与不甘共生，与自我同在。保持勇敢，永不放弃前行。

当宏珏人想做成一件事的时候，全世界都会来帮我们。



2026年1月初，公司召开了多品牌的新年动员会。

回顾2025年，会上的数字很清晰——不同品牌、不同项目，在同期对比中都呈现出不同程度的增长。它不是一种喧闹的“爆发”，更像是多个方向同时向前推进后汇聚出的结果。动员会中播放了几段影片的片段，《南京照相馆》《觉醒年代》等等。这些片段被挑选出来，不是为了重复口号，而是让我们记住来路，理解过程，并在沉稳中思考下一步该怎么走。

从一部电影，到一条并不急的路

《南京照相馆》的导演申奥，与 GIADA 之间，其实有一条不算显眼、却真实存在的时间线。

2011年，他凭短片《潮逐浪》获得 FIRST 电影节最佳故事片，从此进入创作视野。之后是漫长的十年——作品、打磨、等待、反复验证自己是否还能继续拍下去。从2023年的《孤注一掷》，到2024年的《南京照相馆》，再到2025年的《用武之地》，是一条清晰却并不轻松的轨迹。这三部电影在大众眼里是突然被看见的，但导演确实在这十年中磨砺着一步一步走到今天。

当结果开始说话

孙雨轩

而 GIADA 与 FIRST 的合作也并非一蹴而就。自 2021 年起，作为 FIRST 惊喜影展的战略合作伙伴，围绕女性电影人展开长期支持、资金、资源、平台与主题活动，一点点搭建起真正可持续发展的土壤。

这些事情本身并不喧哗，但它们都指向同一个方向：把事情做久，把基础做厚。

把品牌做大，是一种尊严

动员会里，赵总有一句话我记得很清楚——“把品牌做大做强，才有尊严。”

尊严并不是来自一时的声量，而是来自长期积累后的稳定位置。当你有能力持续创造价值，有能力托举创作者、有能力抵御周期波动，你才真正拥有选择的权利。

导演如此，品牌亦如此。

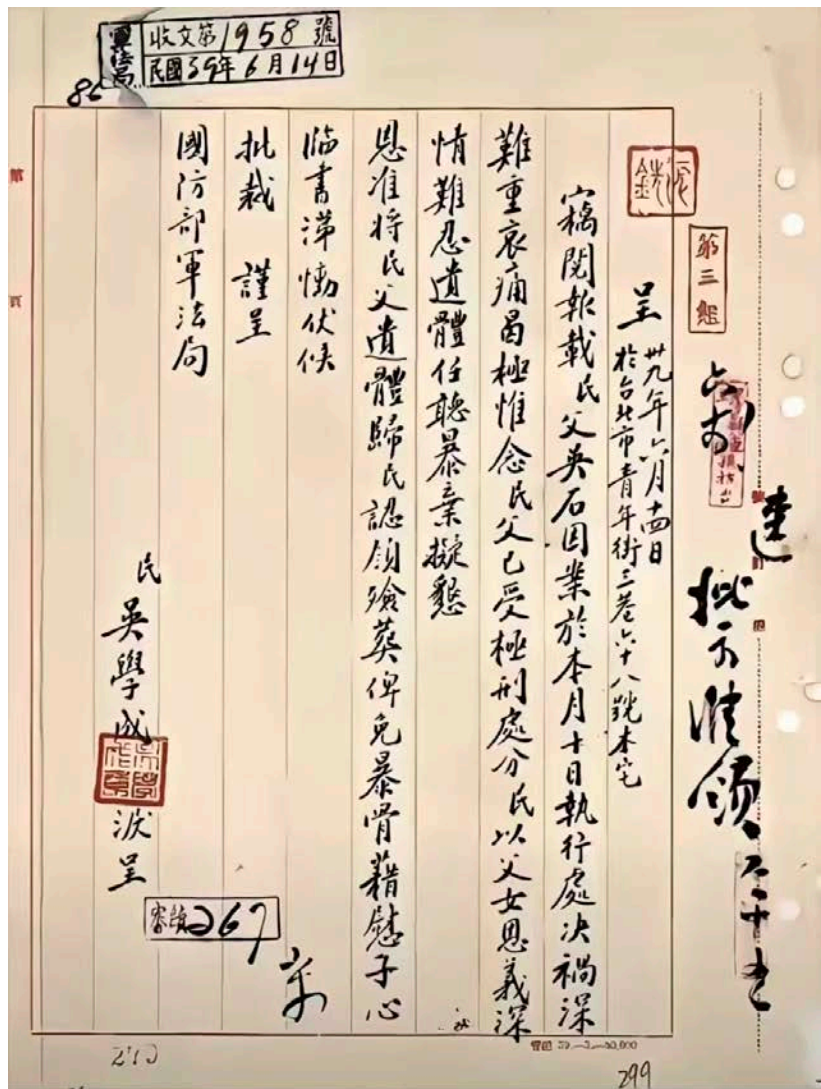
GIADA 的变化，并不是某一个节点的“成功叙事”，而是在时间里慢慢变好——更稳、更清楚自己站在哪儿，也更知道要把力气花在什么地方。

新作《用武之地》的力量

动员会当天晚上，我走进电影院看了申奥导演的新电影《用武之地》。

这部电影关注度有限，但其所带来的触动，远超出热度本身。也看到一些声音认为导演在“走下坡路”，但在我看来这更像是一种选择，从追求声量转向拍真正重要的内容。

它几乎彻底解构了“英雄”的概念。主角不是无所不能的人，而是在一个国外突发战乱的地区被恐怖分子绑架的普通男性记者和他的老婆孕妇医生。他们会恐惧、会犹豫、会颤抖，靠



民國39年（1950年）6月14日吳學成（吳石次女）淚呈國防部軍法局

头条 @韩观社

的不是勇猛，而是靠判断、责任以及求生的本能，以及在混乱中仍然没有放弃的善意。

电影里有一句反复出现的台词：“战争打到最后，胜利者只有苍蝇。”

它不渲染冲锋，不浪漫化牺牲，而是冷静地展示战争如何变成一种“日常”。子弹像蔬菜一样被售卖，孩子被训练成杀人工具，规则彻底失效，文明被反复碾碎。那种平静的呈现，比任何激烈的镜头都更残酷，也让我真实地感受到了军队战争和恐怖分子之间的差异。

看完电影后，有一个念头一直留在心里：我们并非生活在一个和平的时代，只是有幸生活在一个和平的国度。

和平不是抽象的词，而是具体的、昂贵的、且脆弱的。它意味着你可以在会议室里讨论增长，在影院里讨论电影，在工作中讨论长期主义，而不用为生存本身付出代价。或许正因为如此，动员会里反复提到“奋斗”，才显得珍贵。

如果要用一句话概括 2025 年，那不是“增长”，也不是“挑战”，而是——很多事情开始显出长期的轮廓。

这一年里，我们看到了数据的变化，也看到了时间的力量：导演用十年等下一部作品，品牌用数十年走到更稳的位置，而真正支撑这些结果的，从来不是某一次选择，而是一连串不被打断的判断和坚持的初心。

动员会播放的影片也好，行业里反复被验证的路径也好，都在提醒一件事：只有把事情拉到足够长的时间线上，努力和运气才会分出高下。

这一年，没有白走的路。

那些当时看起来只是“按部就班”的决策，正在慢慢显现它们真正的价值。

时间会继续向前。

把该做的事继续做好，用结果说话，祝 2026 年走得更笃定。

记一次心灵相通的谈话

罗新风



“我不是一个生意人，我更偏向于自己是一位艺术家，我年轻的时候特别喜欢摄影，也从事摄影相关工作，直到现在我还是那个热爱摄影的人。作为艺术家，更偏向于把事情做得更加完美，二十年前中国的经济正处于高速发展阶段，那个时候国人的生意挣钱非常容易，但是我和李小姐，我们都只是埋头专注于如何把工作做到最好，如何把产品品质提升得到更好，我们的目标不是要如何赚钱，而是要如何朝着我们的梦想和目标努力，把品牌做到别人做不到的高度。您说，像我们这种艺术家性质的人经营品牌管理，会有几个人？”

“只有高格局观的人才能做到，因为这种人不是看着眼前的利益，而是朝着目标一步一步前进，把基础夯实得非常牢固，这样才能在后面的阶段得到飞速发展。那些只顾在时代潮流中忠于赚钱的品牌，无不消失在时间的长河里，这就是为什么这些品牌在现在已消失的原因。赵先生，你在中国可以说是极少数有高格局的人，而且也仅仅只有你才有能力把奢侈品的经营运营好。我跟赵先生你是同一类人，我们都是一步一步踏踏实实走过来的，相同的人会相互吸引，这就是为什么我们双方能够合作。”

以上对话是Redstone跟Colombo在谈判过程中赵总与Colombo先生的一段对话，这段对话对我的触动很深，再次把沉寂在我体内的自豪感撩拨起来。赵总和李总如何带领宏珏公司挤进这个只有欧洲经营奢侈品的领域，如何用他们的坚持和努力赢得拿破仑大道竞争对手的尊重，这份价值是无价的，无法用金钱来衡量。或者说人在这一生，能让社会更加美好，充分体现自身价值，这才是人生的价值所在。

这个九月Mr Colombo的北京之行让双方的合作提升到一个新的台阶，两大集团公司合作更加紧密。我能很明显感受到，Mr Colombo选择与宏珏合作是因为赵总这个人，因为他非常信任赵总。



会议后, Mr Colombo分享了他的故事,他说:“1993年我第一次被邀请来中国参加展会,我们是唯一一家欧洲的公司,你可以想象吗,当时我们的展会被很多中国人围观,大家都觉得很好奇,我当时都被吓到了。在中国快速发展的阶段,我当时没有太看重中国市场,我只是埋头去把家族公司做好,把产品做好,没有太多别的想法,所以成就了现在的公司的定位;中国的发展太快了,以我自己现在的能力也不可能单独进入中国市场,但是我可以把产品做好,我相信赵先生肯定把中国市场做好。赵先生的确不是一个真正意义的生意人,没有功利,有的是让人信服的魅力。他这个人真的非常友好且贴心,我知道他有这个能力和魄力把奢侈品做好。”

两个大佬之间的谈判,我感觉到不仅仅是合作的谈判,更有一份感情,一份心心相惜的信任,一份双方的齐头并进。

人活一辈子到底为了什么? 每个人都有自己的答案。

有人追求金钱名利,有人追求幸福快乐,有人随波逐流,迷失了方向。

世间所有的荣耀都是昙花一现,过眼云烟。人人都渴望在名利场获得更多,但如果人生只剩下了对金钱、权利、身份、地位的角逐,到头来也不过一场空。万丈高楼平地起,崩塌却只需一瞬间。

人生是永远不会辜负你的,那些转错的弯,走错的路,滴下的汗水,留下的伤痕,全都让你成为独一无二的自己。坚持对完美事业的追求,何尝不是一种畅快而有意义的人生。

从种子到大树

罗新风

宏珏作为COLOMBO在中国市场唯一分销商的合作已有5年了，在这五年里，宏珏把COLOMBO这颗种子带到了中国，我们为它创造了温暖湿润的环境，它也努力地吸汲取土壤里面的水分和养分，生根，发芽，并长出了绿叶。一棵参天大树的成长绝不会止步于从种子长出了绿叶成为幼苗，更重要的是如何成长为一颗大树，有叶，有枝，有杆。

我们都知道生存环境对种子的发展至关重要，如果那颗种子掉落的地方，没有阳光没有雨露，那它也就扎不了根，发不了芽，也就没有后面的参天大树了；如果是掉落在阴暗的臭水沟里，也就只会腐烂、发臭，不会有人知道，曾经有这样的一颗种子，它里面有着怎样的生命力，有着怎样的潜能！所以，如果一颗种子落在了可以发芽的地方，并且那里还有一方温暖潮湿的土壤，就是一件值得感恩的事！

一棵树从种子长成数吨重的参天大树，其质量的增加几乎完全来自于外部环境，而不是其内部的种子本身。如果说COLOMBO是这颗种子，那么宏珏就是培育这颗种子成长的园丁。这个过程绝不仅仅是单纯地去浇浇地，施施肥或者修剪枝丫。更多的时候，需要长远的眼光和思考，在它成长时放出眼光，释放热情，同时进行长期的呵护。

宏珏跟COLOMBO合作的前五年，就如同我们把这颗种子埋在最合适的土壤里，给它施肥浇水，然后它在泥土里积攒能量，生根发芽破土而出，长成幼苗。这个过程有点长，唯有把基础扎得够深，未来才能长得够高、站得够稳。

宏珏与COLOMBO第二阶段的合作，就是如何把这颗幼苗培育成一棵参天大树。这个阶段非常关键，从小树苗成长为一棵参天大树，需要极强的生命力，需要不断突破自身的局限，伸展枝叶，拓展自己的领地。从一棵幼苗长成参天大树，起码需要十年的时间，成长的过程艰难而漫长；而从一棵葱郁大树，变成一个树桩，也不过是一分钟的事情而已。一个品牌能走多远，靠的



不是眼睛，而是眼光。一件事能做多久，靠的不是心血来潮，而是坚持、坚信还有全心投入。

第二阶段的合作在启动之际，我们既有内忧又有外患，赵总时常跟我们说的一句话就是，只有在逆境中才能成就更强大的自己。这一次在米兰与COLOMBO家族再次面谈促进了我们双方更好更和谐的合作，解决了内忧问题，与此同时，Mr Colombo主动与我们站在一起共同面对外面的挑战，COLOMBO意大利的CEO Andrea说，“以前的我们总感觉被排除在你们之外，经过这次的重新调整，现在的我们深刻体验到已融入在你们之中，我们真的是一家人。的确，不管是做事还是想问题，经过这三个月的重新打磨，COLOMBO与我们走得更加的近，我深信我



们可以一起解决外患问题。不管是九月份陪同赵总参与COLOMBO家族的谈判，还是十二月份陪同赵总在米兰的再次谈判，都让我体会到每一步跨出的不易，每一步成长都是努力后洒下的汗水。Mr Colombo说他在做面料的时候，他看到前面的“光”，他排除万难，摒弃一切杂念，坚守心中的信念，追逐前面的“光”，最终他把COLOMBO的面料做成了世界最顶级的羊绒面料；在做品牌的时候，他看到了前面的“光”，但他害怕了，犹豫了，没有勇气迈出更大的步伐，他希望他的下一代能继续追逐前面的“光”。赵总问Mr Colombo，“如果COLOMBO品牌要在米兰走秀，需要多长时间？”Mr Colombo回答说20年以后，赵总却摇摇头，说，他相信2028年可以做到！COLOMBO的接班人Luigi听到赵总的回答，双眼发光地看着赵总，坚信的点点头。在这个小对话的场景里，我看到了COLOMBO的犹豫，看到了赵总的能力，也看到了下一代COLOMBO追逐光的信念。

COLOMBO一直坚守传承，品牌要继续追逐前面的“光”，宏珏就是推进COLOMBO勇敢前行的动力，更是COLOMBO的领路人。REDSTONE和COLOMBO是合作，更是家人，一家人一起做事情最重要的是什么？是目标的一致，视野的开阔。在COLOMBO的showroom里，赵总给大家做了一个有趣又有意义的小实验，他带Luigi、Francesca等人来到落地镜子面前，分别问看到了什么，大家都回答是：我自己；然后再带大家来到落地窗前面，问了同样的问题，看到了什么，大家回答是：外面的世界。为什么同样都是玻璃材质，大家看到的内容是不一样的呢？因为镜子的后面是有一层“银”的涂层，如果你仅关注看到“银”（金钱），那么你就只能看到你自己，如果不去关注银（金钱），那么你看到的就是外面广阔的世界！

宏珏把COLOMBO带到中国的五年里，前面三年是扎根储存能量，后面两年我们可以看到种子破土而出，向阳生长。我深信，在自己选择的领域里沉下心、扎下根，那些此刻看似艰难的付出，终将成为你未来向上生长的最大力量，撑起一片属于自己的天空，更高的视野，才更能看到更广阔的天空。

执行力

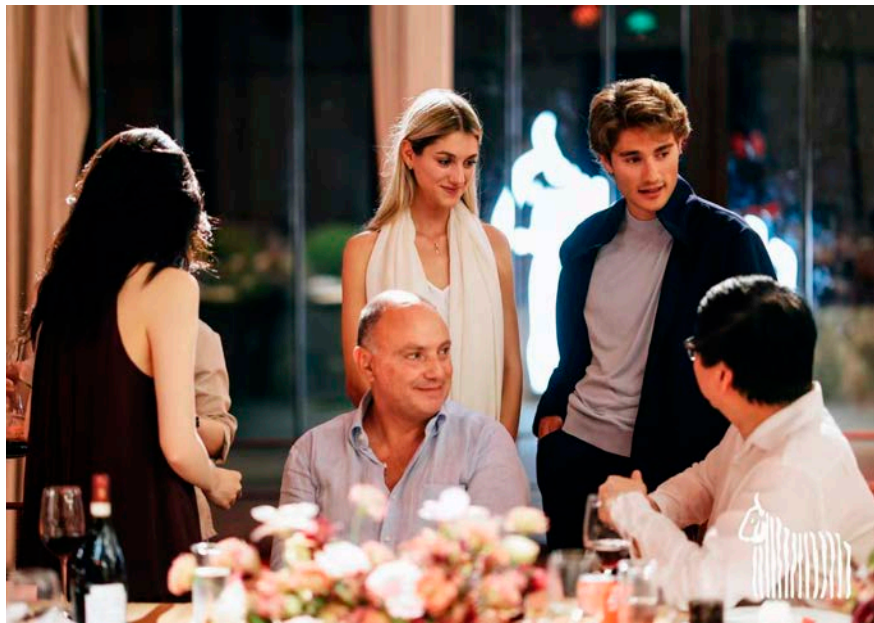
陈一真

回顾2025年，甚至追溯至我加入COLOMBO至今，萦绕在我身边日复一日的关键词好像始终如一，就是“执行力”。销售一线的工作，是最能直接体现执行成果的试金石——只要对的事情坚持做、再影响和带动一群人一起做，结果就自然达成了。当然，要执行就要有方针、有目标，在方针与目标的制定过程中，我开始意识到，人的思维上限决定了行为的上限。太多人停在了想与做的边缘，先是不敢想，再是想了又怕遇到阻碍不敢做，所以通向塔尖的越来越少。

让我感触尤深的是12月份的一个周末，一场店内小型色彩测试CRM活动，港汇店达成了130W的业绩产出。这不是这一年中店铺最高光的时刻，但却是真正意义上我们团队自己当家做主人，举办活动的里程碑。从前期指标制定、顾客名单梳理、邀约素材话术，到提前备货、枪杆拍照和色彩测试团队逐一介绍客人和核心需售出的单品，让不确定的因素降到最低。甚至全员提前学习色彩测试原理、不同季型适合的颜色、熟记不同季型的代表性明星……活动开始前，团队里每一个人都俨然是一位“实习色彩测试老师”了。

是莫大的敢想敢干让我相信，这必将是一场盛世。接下来的，就是精准执行：动用一切人力可以提前筹备的部分，让结果最大化靠近我们的预期。如果前期主观的预设了太多的困难、找到太多的“借口”，就没有人愿意相信，也不可能有奇迹。有志者，事竟成！

而这，只是我们一线销售日常工作的一个缩影。





如今，消费者的选择愈发丰富，很多人正从为符号消费，转向为理解与体验消费，这对于品牌顾问的专业度、人品、情商提出了更高的要求。想要达成我们预期的目标，占据更多的市场份额，我们就一定要用尽自身的学习力和意志力，打磨话术、拔高格局、扎实自己的色彩和搭配功底，甚至要能从更高维度的生活方式、意识层面教育客人。我们告诉客人有些衣服的选择，不再是为了出门，而是为了归家；审美不止有显高显瘦显白，他们作为规则的制定者应当如何穿出自我，等等。团队里的成员都可以对于色彩结构、肤色与风格的内容如数家珍，对于时尚界的解读侃侃而谈，能通过一些撞色和冲突的搭配，让客人眼前一亮又一亮，甚至开始期待每月一至两次的逛街体验，接受时尚顾问的“洗礼”。

这一切的一切，都是每一天的落地执行带来的。

很多人说港汇是一个没有活动的场，怎么做得好？对于这部分如此消费力的客人，活动金额的小差别，远不及能高效解决问题和如沐春风的沟通的吸引力。“你们的服务和效率，让我觉得值得这部分溢价。”客人这样告诉我。

港汇团队是一支非常年轻的队伍，包括我自己在内，都是一些应届毕业生。大家怀揣着对于美好生活的向往、对于时尚行业的憧憬聚集在一起。每个人都在日复一日的执行、复盘、精进中收获了成长、也收获了丰厚的回报。这让我更加体会到自己在做的，是一份事业，不仅成就自己，也为几个小家庭带来了幸福感，为社会培养了有用的人。这份责任感让我更加不可松懈，不可踏空一步。店里的一个新员工和我分享说，“我自己赚了钱，可以去享受到好的服务是什么样，我才能够知道怎么和客人同频的对接。我每天努力工作、创造价值，也觉得自己有配得感。”团建的时候，我会带大家吃米其林餐厅，坐在一起享受好的环境、服务、美食；在和客人的深度交流中更是看到了更广阔的世界与格局；我们能脚踏实地，也能仰望星空。莫莫常对我说，她在赌的是一个人的未来，我相信，我们未来可期。

尽人事，才有资格听天命

徐心和

在刚刚结束的集团新年动员会上，波波说的一句话让我深有感触。他说我们容易陷在日常业务中，纠结那些繁复的细节，却时而忘记我们为何出发。新年伊始，我很感谢公司在每年年初都能够安排这么一场动员会，让我暂缓脚步，回到最初、复盘过往，问自己一句“你为何出发？”

我为何出发？是为了金钱、地位，还是为了收获客户的笑容，为了实现自我的成长？

静下来思考，是工作以及人生中不可或缺的一环。也许只有当我开始去思考工作的意义，这份工作于我而言才有意义，它能够从“工作”，蜕变为“事业”。

回到出发点，自然想到贯穿品牌以及集团全年的高目标精神。

对于高目标的真切体会，始于25年下半年。当上海Trunk Show的目标由百万直指两百万，团队的第一反应无疑是胆怯与迟疑多过兴奋的。难吗？难。但未尽人事，如何有资格听天命？

在10月的工作总结中，我围绕这次活动，就高目标及相信的力量有感而发。高目标能倒逼创新，而信念强度与所采取的行动，终将引领我们走向胜利。今年，我们一以贯之，再次将目标推至六百万，我深信华东团队必将再下一城。

无论卦象吉凶都敢去做的人，才有资格叩问天意。完全相信自己，就是在拜神。在2025年市





场整体承压的环境中，那些数字——1500万、1个亿、28%增长、825万——犹如逆流之鲑，逆势而上。扛着“凶”的预判去撞南墙，撞开了是生路，撞不碎是经历；攥着“吉”的指望懈怠动身，再好的运气也会凉在原地。

如果说高目标是向外攀登的山峰，那么内心的细腻感知，便是向内扎根的力量。

回想初入职时和同事吃饭，闲聊间大家聊起星座话题，我说我是双鱼座，同事笑问双鱼座是不是都很情绪化爱哭。仔细想想自己确实是个爱哭的人，在7月武汉SKP活动单日突破20万的时候，在8月底西安SKP活动场地临近活动时间突发变故的时候，在9月上海FW25 Trunk Show冲破两百万的时候，甚至在月度工作总结回望这些瞬间的时候...2025年是不平凡的一年，在这一年自己“流淌的情感”也似乎格外的多，但眼泪从来都不与软弱划等号，它是复杂情绪的表达，它是GIADA SKP团队突破1个亿、臻绒活动突破1500万的百感交集，它让我能够与自身的身体和情感重新连接，它是很有用的东西。

我也感谢自己拥有细腻的天赋，让我在客户关系部的岗位上，能够更好地与人共情，更顺畅地协同内外，为客户传递应有的温度与价值。

在这样的攀登与感知中，那个最初的问题，答案渐渐清晰。

我为何出发？我希望自己的存在能够让华东团队、让品牌、让集团、让中国奢侈品零售更上一层楼；我希望在高目标的驱动下，能为客户提供更为创新、更富价值的活动与体验；我希望我成为更好的我，成为温柔而坚韧的存在。

先尽人事，步履不停。

六年耕耘，与公司共赴一场 “修身齐家治国平天下”的修行

黄彦

12月29日晚，一条简单的消息映入眼帘：“恭喜你，入职六周年啦！”那一刻，时光仿佛被压缩。六年，竟已在弹指间。最令我庆幸且自豪的是，回顾这整整两千多个日夜，我心中从未升起“虚度”二字。我可以坦然地对所有人说：我深爱着我的工作。它不仅是我的职业，更是一场让我生命持续拓宽的修行——从一个青涩学子，成长为独当一面的职场人；从一个执行指令的“兵”，到开始学习如何为一个团队、一个部门承担责任。

然而，若仅谈个人成长，格局似乎尚浅，不足以道尽这六年的波澜与内心的丰盈。直到在公司大会上，聆听赵总阐述“修身齐家治国平天下”的人生进阶之道时，我被深深触动。我不禁扪心自问：我，行至何处了？蓦然回首，这六年的职场路，何尝不正是一场对这八个字的生动实践？

一、修身：是所有事情的前提

于我而言，“修身”是贯彻一生的地基，是保持专业生命力的源泉。我时刻警醒自己：“我今日的技能，能否胜任公司明日的挑战？我的专业口碑，是否配得上公司的信任？”

感恩的是，公司高速发展的平台与陈总毫无保留的信任，为我注入了最强的“自驱力”。以橱窗项目为例：六年前初入CURIEL时，我面对门店橱窗手足无措，连专业软件都未曾精通。是公司，敢于将第一个橱窗的设计落地任务交予我；是陈总，一步步引领我从对接外部设



计师，到统筹全国橱窗的标准化焕新。如今，我能规律性主导全国两季橱窗从创意到落地的全流程。回望来路，每一分成长都镌刻着公司给予的机会与容错空间，让我得以在“修身”的路上，永不懈怠。

二、齐家：守护并壮大我们的“团队家园”

“齐家”在职场，是责任，更是艺术。25年初，承蒙公司厚爱，我肩负起部门负责人的职责。喜悦未久，便迎来团队人员变动的考验。一时间，全国11场TRUNK SHOW的密集搭建与陈列重任压于肩头，几乎令人窒息。但彼时我心中只有一个信念：这场硬仗，关乎团队荣誉与客户体验，绝不能在我这里“掉链子”。

那段“连轴转”的时光，却成了我最珍贵的记忆。我深切体会到，CURIEL不是一个抽象的组织，而是一个能共渡难关的“家”。陈总的亲自指导与关怀，兄弟部门的鼎力协同，让我不仅扛住了压力，更在实战中淬炼了跨部门协作的效能。随后，在人力资源部同事高效支援下，团队迅速补齐建制。我开始在陈总的言传身教下，学习如何赋能新人、凝聚团队——如何“齐”好这个职场之家，让每个人都能成长并发光。

三、治国：从“部门视角”走向“公司视野”

“治国”，对我而言，是一次至关重要的思维升维。我不再仅仅盯着自己的一亩三分地，而是开始尝试站在公司整体的棋盘上，思考每一步落子的意义。我不断追问自己：“我的这个决策，是否真正符合公司的整体利益与战略方向？”

这种从“小我”到“大我”的转变，让我对业务的理解更深，与各职能部门的协作也更同频。我深知，这仅仅是起点。未来，我将更主动地理解公司战略，让自己的工作与公司的大航

道贴得更紧，成为一名真正具有“经营者思维”的职场人。

四、平天下：在更广阔的天地定义我们的价值

赵总的叩问，让我仰望更高的山峰。所谓“平天下”，于我、于我们团队，或许就是：将个人与团队的专业价值，熔铸进品牌的生命力，去影响行业，去服务更广阔的天地。

这六年，我亲眼见证并参与了CURIEL品牌的成长与焕新。我们所设计的每一方橱窗，所呈现的每一场活动，都不只是完成工作，更是在为品牌塑造面容，向世界传递它的美学与精神。我梦想着，未来我们能成为行业标杆的一环，我们的创意与标准能被看见、被借鉴；我们能培养出更多优秀的伙伴，将这份对美的执着与专业的匠心传承下去；我们的工作，最终能化为客户心中对品牌的一份偏爱与认同——这，便是我们在职场“平天下”的朴素初心与崇高使命。

结语

六年，不是终点，而是一个焕新的起点。我所有的成长，都根植于CURIEL这片肥沃的土壤。感恩公司给予的广阔平台，感恩领导一路的信任与栽培，感恩战友们并肩的汗水与欢笑。下一个六年，我愿继续以“修身”为本，以“齐家”为责，以“治国”为识，以“平天下”为志，与公司一同，奔赴下一场山海。

米兰出差手记：在期待与细节之间

王博



飞机降落在马尔彭萨机场时，窗外因下雨产生的雾气还未散尽。这已经是第几次为新一季fitting来到米兰了，我自己也数不清了。每次踏上这片土地，那种熟悉的期待感总会如期而至——就像拆开一份精心准备的礼物，既知道里面装着什么，又对其中的内容充满好奇。

Fitting时的头脑风暴

走进ARTS modeling工作室，我们26SS的样衣整齐地悬挂在移动衣车上。那些设计稿上的线条突然变成了触手可及的实物，在工作室中静待审视。我轻轻抚过柔软的面料，脑海中已经开始构思如何通过细节调整让它们更加完美。过程中，我们努力在其中更多的融入CURIEL的特点，好在今年年初我们打样了一些精美的辅料，在头脑风暴的过程中，这些辅料都找到了最适合的位置。窗外下着大雨，屋内的我们思维不断交流、碰撞。第一天结束时，暮色已悄然蔓延至窗台，而每件样衣上都留下了我们共同的思考痕迹。



意外的灵感馈赠

到米兰的第一周，我们见了Lorella，她带来了两个包裹。“这是给你们惊喜”，她解开绳结，露出一排采用CURIEL配色的DellaIo经典款式体服。她说想让我们做的代理更独特，更具有CURIEL风格，不仅仅在我们的精品店售卖DellaIo已有的东西。这种跨界尝试让人兴奋，但更让人感动的是Lorella的用心：每一处拼接都考虑了两个品牌的风格平衡，每一个细节都考虑的非常细致，包括不同面料弹性所影响的码数问题。之后需要芭蕾训练试穿，真切感受两个品牌精髓的完美融合。

Villa里的魔法时刻

拍摄25FW大片的那天，天气意外的晴好。清晨的阳光斜斜地洒在古老的墙面上，模特身上的丝绒套装与周围气场产生了奇妙的化学反应——不需要任何修饰，这就是我们想要的秋冬神秘感。我们站在监视器后面，突然理解了这份工作的深层意义：我们要捕捉的不仅是衣服的形态，更是穿上它时那种难以言喻的氛围。随着拍摄的进行，摄影师渐渐找到了最佳状态，整个团队配合默契，拍摄计划圆满完成。收工的路上，我们没有见到雨，却也遇见了彩虹。

火车上，我翻看着手机里记录的点点滴滴——fitting时修改的样衣细节、Lorella带来的惊喜款式、拍摄现场那些不经意的美好瞬间。每一次来米兰，都像是一次充电，带着新的灵感和更坚定的方向回去。好的设计从来不是闭门造车，而是在不断的交流与碰撞中逐渐成型。从样衣的第一针一线，到大片定格的最后一秒，每一个环节都需要全情投入。而最珍贵的，永远是团队之间那份默契，以及合作伙伴毫无保留的创意分享。

困境中的信念

陈宇



看完《南京照相馆》已经三个礼拜有余。时至今日，留给我印象最深的，便是王传君饰演的翻译王广海与高叶饰演的林毓秀在照相馆内因“通行证”发生激烈争吵的片段。

王传君的角色表现出对日本必胜的坚信和对中国未来的彻底绝望，他说：“日本人怎么会输？拦不住的！南京都沦陷了，人都快死光了，他们怎么会输？”

面对这种几乎令人窒息的“现实主义”，高叶的角色却含着眼泪神态坚定地反问：“万一呢？而且日本人是畜牲，就算他们胜了，会把我们当人看吗？”

同样是面对国难，王广海选择了“现实”，承认失败，苟且偷生；这个角色代表了当时一部分人的选择。在绝对武力面前彻底屈服，不仅放弃了抵抗，甚至从立场上已经倒向了日本人那边，对国家民族的前途几无信心。

而林毓秀选择了“信念”，即使希望渺茫，也要为那“万一”的可能性而坚持。

印象最深的原因之一在于最近在读《毛泽东传记》。在全面抗日战争爆发10个月时，毛主席就发表了《论持久战》。毛主席从战争性质、趋势、资源、道义这几个层面，充分地驳斥了“亡国论”和“速胜论”，清晰地指明了抗战的前途与路径。这样建立在严密逻辑和历史趋势之上的科学论断与战略思想，在当时就如同茫茫黑夜中的一座灯塔，与之相伴的信念与信心极大地坚定了全国军民坚持抗战、争取最后胜利的决心（当然也经历了内外部无数的宣传解释辩证的过程）。

与之形成鲜明对比的，是张学良拱手相让东三省，汪精卫集团投敌叛国这些“投降主

义”，选择了“现实”，不抵抗不冲突，一味地妥协退让，给彼时的中国带来了灾难性后果。

《南京照相馆》通过这样一个情节，抛出了一个尖锐的问题：在绝对的力量差距和几乎看不到希望的困境中，人应该选择怎样的活法？这种抉择至今仍具有现实意义。在日常生活中，我们可能不会面临如此极端的生死抉择，但在原则与利益、信念与现实之间，我们依然需要不断依循自己的价值观，做出选择。

回望投射到自己的工作中，小到每一间门店在面对业绩目标时的奋斗，大到品牌、集团之间的斗争与博弈，在面对以西方奢侈品品牌与集团林立，主导资本与话语权的绝对力量差距面前，实际上，我们每一天都在进行着这样的“战争”，在现实与信念之间做着选择。

“人的因素，而不是唯武器论，是决定战争胜负的根本。”毛主席如是说。我常拿蔻蕊西安SKP的案例来启示团队。西安SKP店自18年开业以来，逐步奋斗，在北京SKP开业前常年全国第一，月度从20万发展至近300万，楼层排名碾压一众其他国际一线品牌。而从现实来说，无论从城市经济消费层级、商场势能、门店面积、门店形象等等，该店都不可谓是头牌之选。但是在现任华中区区长赵媛、现任华南区区长经川力、现任店长张笑羽，等一代代人的信念传承之下，不仅仅是说把自己的工作做好，更是抱着要为品牌争光，争一口气，通过门店的成绩表现，争取在SKP体系之中更具竞争力的信念。

信念的力量可见一斑。

在运动鞋服领域，安踏作为一家中国企业，在面临与全球性巨头耐克与阿迪达斯的竞争之中，同样是在绝对的力量差距面前，通过资本并购与运营管理双管齐下，已然屹立于该赛道之巅。

而在奢侈品时尚领域，我们已然小有成就，依然大有可为。

我给蔻蕊这个团队所拟的愿景有两个：一，成就与复兴一间意大利百年时装屋；二，助力宏珏成为世界一流的奢侈品运营管理公司。

这个月我带团队去郑州丹尼斯大卫城拜会薄涛总。在业主团队到来之际，我在餐厅的落地窗前，望着郑州市中心，突然不经意地想到，公司赋予我这个平台，如果我能在这个领域，作为一个中国人把一个国际高级时装品牌经营成功，也算是在史书上留下一笔了吧？

我们笑着聊到，认识接近7年，光蔻蕊就谈了近4年，每年2次雷打不动的拜访，品牌新闻资讯的不间断传播，品牌活动的邀约等等。经历了前后4个位置的洽谈，终于在2025年在最合适的落位得以牵手，落成正果。这中间也离不开GIADA在洽谈多年进驻后优异的业绩表现，给到业主定心丸，对于我们集团实力的信任的助力。

入职至今，赵总孜孜不倦地教导我们：“把自己想得伟大一点。”在某位行业前辈的公开文章中，曾经有这么一段话，大概意思如下：“你要给自己的工作找到一份意义与使命感。”在改变我对于事业的理解的《心法》一书中，在阳明心学之中，莫不是表达了这层意思。

9.3阅兵在即，回想起19年共和国成立70周年阅兵时，在机场大屏幕前热泪盈眶的感动，仍历历在目。

愿大我的祖国繁荣昌盛，愿小小的我能为大我贡献一份自己的力量。

坚守的力量

黄寒逸



真正的长期主义者，都是时间的合伙人。《南京照相馆》中的主角如此，一个意图穿越周期的品牌亦如此。电影讲述的并非宏大的胜利，而是在时代洪流中，一个普通人选择守护与存证的孤勇。它以平静克制的镜头，记录下一段深埋于历史尘埃中的个体记忆。片中那位中国照相馆老板，在动荡危难之际，选择坚守故土，用相机为一个个普通人留下存在的印记。他失去很多，却守护了生命的尊严与岁月的真实。这种“守护与传承”的精神，也让我们不禁联想到品牌建设中的长期主义。

影片中有一个细节令我印象深刻：在周围人都劝他关闭照相馆、逃离纷争时，他反而选择扩大经营，甚至免费为穷苦人家拍照。从短期看，这无疑“不划算”的——收入锐减、风险陡增，同行的不解和客人的质疑也从未停止。但在那样的时代里，他看到的不是生意，而是人；不是恐惧，而是信念。他相信有些事比活着更重要，那就是不让一个个普通人的面容与故事，被乱世彻底抹去。

很多时候，远见正来自于这样一种超越现实得失的坚持。就像之前听说公司曾为争取更符合品牌长期价值的位置，主动放弃一年数千万元的利润。这在许多人眼中或许不可思议，甚至一时引来不解。但时间最终证明，正是这样的选择，让品牌真正实现了突破与重塑。总有人能越过眼前的地平线，望向更远的大气层。

长期主义是一种取舍，“取”是得到，做事为了得到某一种利益，这是常态；“舍”是放弃，尤其是名或利在眼前晃的时候。去年虽然门店小红书收益可观，但也发现了一些恶性竞争的现象，总有人被利益驱使越界，只能说生活各自不易，个人所求不同。如果明白长期主义的心态，应该也会知道“失之东隅，收之桑榆”。

《南京照相馆》中那位主角，在无人看好时仍选择坚持记录、延续价值，与我们在品牌建设路上的坚持如出一辙。无论是讲述Archive中每一张手稿背后的坚持，还是与每一位顾客建立真实联结，本质上都是在做同一件事：守护一种价值，并把它交付给时间。我觉得电影讲的不仅是历史，也是一种选择的方式。它提醒我们：在困难与质疑面前，是选择停留在“纸面实力”的计



算里，还是相信某些价值终会被时间证明？真正的战略，往往建立于信念之上，成事于坚持之中。

之前有幸去米兰品牌的Atelier参观过，那里陈列着品牌创始人早年亲手绘制的手稿、收藏的Dior、YSL等传奇品牌的设计原作，以及数十年前的经典时装杂志。三楼小穹顶下的阁楼更珍藏着许多时尚孤品。这一切，无声却有力地诠释着何谓“意大利制造”的精髓——不仅是精湛工艺与审美传承，更是一代代人对美的执着与信念。正如CURIEL所代表的，正是一种无法被时间磨灭的时尚DNA。这种触动，在观看《南京照相馆》时再次涌现：原来真正的力量，始终深藏于对历史的敬畏与坚守之中。时尚产业善于创造转瞬即逝的狂欢，但真正值得投入的事业，需要的是与时间并肩的耐心和勇气。就像电影中的照相馆老板，他从未想过改变时代，只是固执地为每个普通人留存尊严的证明，却在不经意间成为了历史的守护者。

纵观每个时代，人们总难免陷入迎合外界期待与自我怀疑交织的焦虑中。要想挣脱这种精神束缚，就需要明白：对自身内在世界的深度讨好，远比他人一时的认可来得重要。做品牌以来，见证了无数流行风格的更迭——从芭蕾风、老钱风到巴恩风、美拉德。这些网络热词来去匆匆，但时装史上每一个真正颠覆性的风格，追根溯源都源于设计者对世界的独特认知。“她只是做自己，却成了别人眼中的风向标。”不随波逐流，懂得自己追求的是什么，并做出坚定选择。坚持独立审美和认知，或许正是这个时代最难能可贵的事情。因为真正伟大的事业，从来不是与时间赛跑，而是与时间同行。

电影的尾声，镜头定格在一张张重获新生的老照片上。那些重见天日的面容穿越时光洪流，从容地凝视着现世，仿佛在告诉我们：所有的坚守，终将在时间中获得答案。电影与现实的呼应，让我们在工作中的所见所感，超越了商业本身，成为一种关于价值的确认。不忘初心，不是一句口号，而是一种在幽暗时刻依然点亮快门、为他人存证历史的勇气。愿我们都能从这样的故事中汲取力量，看得更深，走得更稳，在喧嚣世界中守住自己的“照相馆”。

为什么我们可以心想事成？

许凌君

关于“心想事成”是我一直在思考的内容，起因是部分店长抵触相信“信念的力量”，尽管业务能力不错，但认为每天“喊口号”“空想主义”“是无用的；认为这是在搞”传销“，只会给人洗脑；还有部分店长会害怕有过高的预期，最后结果拿不到，反而更加的失落。有时候和其他部门合作，在去制定任务目标时，大部分同事都会劝我“理性一点”，务实一些。做销售出身，我最擅长的就是换位思考，我十分能理解同事的出发点和立场，现在我会想怎么不打击同事积极性的前提下，还能让他们相信我，配合我，去达成我想做的目标。不要害怕完不成，要想尽一切办法去完成，团队只有经历一次又一次的“真枪实弹”，才能锻炼出真正的销售队伍，否则只是“温水煮青蛙”。到底怎么样才能让大家相信“心想事成”是科学的呢？是因为我本身就是相信的人，所以才会相信吗？难道理性主义者就无法改变吗？我不主张把思想强压给不同的人，但我却希望不同的人可以感受到“心想事成”的美好与力量。我一直在找合适的场合、时机去和店长沟通，先从一篇工作总结开始吧。

就我自己而言，起初我是中立的态度去看待“心想事成”，秉承着“凡事存在即合理”的态度，现在回想起来，如果我一开始就能意识到“信念的力量”，敢想敢做，我的工作过程会更加幸福，我也能带给其他同事更多的力量，我参与过的团队会更加美好。但我错过了，我之所以“相信”，起初是因为当时（2016-2017）的GIADA团队用实实在在的业绩结果告诉了我，一件20万+的皮草可以在30分钟内售出，单日单店女装品牌做客关活动可以做200W以上，这比很多珠宝腕表品牌都厉害。当时作为新人的我，以旁观者视角一直在观察这个团队，团队里的每个人并没有想象当中的雷厉风行光鲜亮丽，但团队每个人都很有努力，业务能力标准高，凝聚力强。当然这也不具备普遍性，可能是一个团队累积出来的战果，但在宏珏的平台和土壤上，可以培育出这样类型的团队，还是很令人震撼和感动的。起初我入职时，互联网上有一篇很火的帖子，是M品牌所有员工转发的一篇“攻击”GIADA的文章，内容可想而知。但在这样的情况下，当时的团队老员工仍不为所动，甚至统一不予理会。这样的品牌认可度、团队自上而下的默契度，让

人还是心生钦佩，这销售团队“有点东西”，是有信仰的，是有精神力量的，是有灵魂的。从那时起，我不由自主也想参与到这样优秀的团队，和优秀的人看齐，贡献我的一部分价值，到后来，想在自己有能力的时候，也可以搭建这样一支队伍，也不枉费自己的青春，热爱平台就挥洒热血轰轰烈烈干一场。

我当时就明白了一个道理，对于一个事件、现象你站在什么立场，是什么引导你站在这个立场，你就会采取不同的观察角度，进而会用不同的方法，就会得到不同的结果。这就是为什么之后我都会选择无条件相信“心想事成”的第一步。也不仅仅是销售数据。同时我发现了生活中的很多趣事，如果我们事先相信某个事情、某个人是好的，那她一般就会好（我们认为她不好，她也就会不好），这不仅仅改变了我们的观点和信念，实际的过程和结果都会改变。知道这些以后，“合理提高预期”“给自己设置一个高目标、延迟自己的满足感”是我开始工作的第一步，同时，不要对任何事、任何人提前有标签和偏见，这是万万不可以的，会给我的工作开启就设置了莫须有的阻碍。

在这里，不由自主想提2024年巴黎奥运会樊振东和张本智和（日本）的四分之一决赛，这两年我最感动震撼的一场赛事。樊振东是军人，当天是八月一号建军节，男子单打中国队只剩樊振东一人，在中国人的观念里，奥运会乒乓球是一场不能输的比赛，尤其还输给日本人。单从这一点，就淋漓尽致地体现了“观念想法”的力量。开局就是天崩，0-2落后，这时候弹幕疯了，支持樊振东的一直在加油鼓劲，我想这部分人就是“死忠粉”，无论樊振东做了什么，这部分人都会支持。这部分人的信念就是“无论什么事，我相信的人就是好人，就是优秀的人”，我有时候在想，如果我们的店长、我们的员工，能做到是蕊蕊、宏珏的“死忠粉”，我开展工作应该也会容易很多，无论我们做错了什么事情，都会义无反顾地支持蕊蕊，立场和信念就是如此。如果一直站在对立面，永远也不会全力以赴。当然还有另一部分人，就开始抨击樊振东，奥运会在



八一建军节输给日本选手，这样的压力试问谁能抗得住啊。输了两局以后，教练王皓带樊振东出球场换了球衣，这一动作的意义，就是心理调节，在奥运会这样的顶级赛事，能走到最后的四强，水平技艺都没有差的。谁的信念强，谁的心理素质硬，谁能发挥出水平，谁才是王者。输球就是一瞬间的事，没了信念，就失去了动力，遇到一丁点困难，就会放弃。我们常常都把预期和信念放在我们开始工作之前，殊不知，这也是支撑我们能做完整个项目、整件事真正的原动力。这场比赛，打满了7局，双方都杀红了眼，比分交替领先，关键时刻，樊振东还是扛住了，离不开平时训练的积累，更离不开信念的力量。不放弃，不妥协，坚持到底，就能迎来属于自己的辉煌。我想樊振东传递出的力量，就如同2016年的“女排精神”，几十年拼搏不息，几代人热泪盈眶。在低谷中奋起，从不放弃，面对强敌出手永不言败。这也是我认为是“宏珏精神”。这也是我想打造的蔻蕊华东销售队伍的价值观念，没有信念的团队不能称之为团队，只能称的上是一盘散沙。我想如果樊振东没有强信念和意志力的支持，那一定赢不了比赛。“心想事成”，不仅仅会让事情开启的美好，也会是我们汲取精神力量的养分，给与我们力量，奋斗到底，拿下辉煌。

当然，“目标与预期想法”的作用也并不仅仅体现在一些人生的重大事项上，生活中的无数行为细节都有所体现，只要你善于观察总结，就会发现无数趣事。就比如，我上个星期去逛了上海郊区的二手集市，遇见了一位老爷爷在甩卖自己家的工艺品等许多日常用的东西，老爷爷少说也有80岁了，摆的东西也很有质感，仿佛经历了岁月的积淀年轮的故事，我看上了一个木头摆件——红色的牛，觉得特别有意思，做销售也挺迷信，“鸿运当头”“牛气冲天”这些寓意自己就给自己上价值课，老爷爷要价1000元，当时就付了，心里还挺开心。结果要拿走的时候，老爷爷顺嘴说了这是他自己做着玩的。钱都付完了，也不好意思砍价了，如果我在付款之前知道这是他自己做的木头摆件，说什么我也要砍一半价格。我已无力回天，个人素质也不容许我去和一个老爷爷退货。是因为我对这个“红色的牛”起初就有了天然的滤镜，我设想了很多美好的寓意，所以在我得知事实真相之前，我觉得很值。生活中无时无刻都在发生着类似的事情，只是我们没有去细心总结而已。

无论是生活还是工作，“心想事成”就是对美好未来的一种期待，一种心理暗示，一种信念，这会带给我们意想不到的力量与改变，希望每一位宏珏人，都能够“心想事成”。

77%增长背后的她力量

邱鑫



2025年10月，一行数字格外醒目：全国总销售额同比增长77%，突破品牌单月历史新高。面对这张成绩单，我在激动、兴奋、骄傲之余，更多的是感慨。数字本身是冰冷的，但背后凝聚的热血与付出，让人心潮澎湃。在整个行业面临挑战的形势下，我们能够逆势而上，这绝非偶然。

总有候选人问我：“为什么会在这个品牌工作这么多年？”

答案其实就藏在这些增长的数字里——在这里见证了一群优秀女性一步步破茧成蝶的成长历程。在为她们欢呼骄傲的同时，我更被她们深深感染和鼓舞。

她们来自天南地北，性格各异，却共同展现出了动人的特质：坚韧、坚定和坚持。

销冠慧杰的故事尤其让我触动。三年前面试时，她还是个未毕业的学生，说话时眼神略带羞涩甚至胆怯。这些年来，她的职业道路并非一帆风顺，经历过瓶颈，也陷入过内耗。但正是这个曾经会自我怀疑的女孩，在三年九个月的坚持后，成为了全国销冠，突破了全国个人单月最高业绩。破茧成蝶的过程从来都不轻松，但她用近四年的时间证明了：只要不放弃，终会迎来属于自己的天地。

还有小天的回归让人动容。当年她做完微创手术后，立刻重返工作岗位，让我非常敬佩。如今再见她回到蕊蕊大家庭，不仅为她感到开心，更被她的坚韧深深打动。这样的女性，让人不由得心生敬佩。

慧杰和小天只是众多蕊蕊人的缩影。在这个集体里，每个女性都在用自己独特的方式成长。她们或许不张扬，却始终在默默扎根；或许不走捷径，却每一步都走得踏实。这种“温柔而有力”的成长方式，恰恰是最动人的力量。

回到那个问题：为什么能在这里工作这么多年？

因为在这里，我看到的不仅是一个品牌的成长，更是一个个鲜活生命的绽放。每一次突破的背后，都是无数个日夜的坚守；每一个百分点的增长，都凝聚着智慧与汗水。

77%的增长，不只是数字的跃升，更是这群女性用坚韧、坚定、坚持书写的精神史诗。在这个充满不确定性的时代，她们用行动证明：真正的增长来自内在的力量，而这份力量，正来自于每个平凡岗位上的不平凡坚持。

何其有幸，能与这样一群优秀的人同行。她们的成长，也成就了我的坚守。

逼一逼自己

赵澍波

成长的过程大部分情况都是逼自己走出舒适圈的过程，做自己不会的不擅长的，才能够丰富更多的认知和纬度。而在没有退路的时候，才是真正检验自己潜力和能力的时候。

如果说蔻蕊这两个月销售系列有一个明星的话，那一定是国贸的新员工吴仟了。吴仟去年七月校招入职，在前面五个月的考核中成绩一直不理想，在国贸的门店也是一个月做个位数的业绩，这样的成绩也宣告了试用期是无法通过的。就像之前的案例一样，我们提前做好了沟通和谈话，并在北森完结了离职手续，最后一个月的时间就是站好最后一班岗，好聚好散。

在确认无法转正之后，吴仟也在招聘软件上看了一圈工作，看了一圈发现，自己所在的平台和品牌还是自己看到的最好的，自己已然处在了一个好的工作中。认知到这一点，吴仟跟自己的店长沟通，“如果我最后一个月能够做到第一，能不能跟公司申请留下来。”店长也回应，如果真的做得到，那就去跟公司申请。

神奇的事情就这样出现了，在这一个月的过程中她真的做到了从店铺倒数第一到正数第一。吴仟用自己的承诺和行动为自己争取了留下来继续努力的机会。原本我们以为这种神奇是昙花一现，有运气成分，但接下来的表现才亮眼，在接下来的三个月里，第一个月做到了区域第一，第二个月做到了全国第一，第三个月蝉联全国第一并个人业绩单月突破50万。

因为做的太好，我们也邀请了吴仟做了全国的分享，在分享当中，吴仟清晰表达了自己这一路以来的心路历程。听完分享也总结了吴仟成功的几点：第一，失去的时候才知道珍惜。自己在入职的前面的几个月没有危机感也没有清晰的目标，觉得团队不错，品牌不错，自己是小员工所以就这样平稳的过着就行。但真的当自己走完了离职流程去看外面的机会时才发现，原来品牌和团队时这样的友好和上进，自己已然觉得有点身在福中不知福。第二，绝境的时候是没有条件的。因为立了军令状，因为只有这最后一个月的机会，自己就不能讲条件。别人维护不动的客人她



主动请缨；接待客人的时候不讲客关条件，拼尽全力；当客人不喊停的时候自己永远不会停。曾经她为了接待一个熟客，在前一天备货的时候备到深夜，写了整整三页A4纸的货品思路。这就不奇怪，她作为一个半年的员工，手上都有了消费至几十万的客人，且只认她。第三，成功是成功之母，逼一逼自己。因为一次又一次自己拼尽全力有了好的效果，慢慢的就会越来越自信，越来越觉得自己可以，这是一种正向的良性循环。我们都知道做自己不会的或不擅长的路上有多难，过程中我们总有无数个想放弃或不坚持的理由。如果当时吴仟放弃了或认命了，那也就没有今天她自信的成长。为她的坚持和努力点赞，也更加期待她后面亮眼的表现。

案例很经典，道理很简单，执行力才是拉开差距的核心。我们大部分的工作其实比拼的不是先天的智慧和才干，而是谁不轻易的给自己设限，谁能够一直坚持的执行。成长的道路总是曲折的，在遇到困难的时候，先逼一逼自己去做事情，也许就会迎来柳暗花明和一个更加自信全面的自己。

唯热爱

徐心怡



这次的年终总结, 提笔比过往都要晚一些。在完成了所有GC职能员工和销售员工新一年的沟通, 在听完赵总的新年致辞, 在收到了大家的年终总结后, 我才开始写我的年终总结。

GC的杭州万象城店是一个重要的战略店铺, 但是业绩一直不理想。业绩绝对值不好, 也达不成任务。回归GC零售管理之后, 这里就是我的第一站。十一月频繁巡店, 慢慢发现了问题。最大问题还是在管理者的问题上。于是当机立断, 开始物色新的店铺管理者, 最终我们把这个晋升机会, 给到芮欧店的店助, 也是GC品牌全国销售冠军程紫维。但是我的心中也有诸多顾虑, 一方面程是芮欧店店长最得力的助手, 也是店铺业绩的中流砥柱, 抽调走程对于芮欧店也是一个压力; 另一方面, 程刚刚在上海慢慢稳定下来, 租了房子, 突然的调整对她逐渐有序的生活也是一个冲击。我们先沟通了芮欧店长, 他也觉得很震惊, 但是思考了一会儿说愿意支持公司的决定, 他也觉得程需要一个升职的机会, 会帮助我们一起和程沟通。和程沟通时, 她一开始也很震惊, 因为她想要长期在上海发展, 对于稳定的生活也有不舍, 但是最终也接下了offer和店长考核。

转正考核是第一个月完成店铺100%目标。当时杭万店的状态是, 几乎没有完成过月度目标, 员工长期没有拿到过奖金红包, 信心非常不足, 但是程到店后, 开始迅速组织工作, 带领员工学习。员工们也渐渐感受到一个专注工作的优秀店长是什么样的, 因此店铺业绩开始稳步盘升, 大家慢慢开出大单, 甚至连续几天开出大单, 最终冲刺完成了12月业绩指标! 一月到八号, 也完成了41%的业绩目标, 向着更高的目标发起冲击。在和杭万销售团队员工及人资部一同针对2026年发起的一对一沟通中, 每个员工眼里都在闪光, 都表达了对店长的感激和认可, 我在一旁也听得眼眶湿润, 为大家感到高兴, 一方面感动于员工在品牌困难的时候的挺身而出和坚守, 另一方面我也真实的感受到了培养员工的责任感。没有一个人的时间是应该被浪费的, 每一个一线的销售员工都有自己独立的人生轨迹和发展轨道, 我们应该要对每一位员工的成长负责任。这样更加坚定了我要做好员工储备和员工成长的决心。他们相信品牌, 相信公司, 把自己的青春年华交

付在这里，我们作为品牌的管理者，一定要对得起这一份信任，打造出更好的品牌，为一起共创更好的未来而努力。只有品牌发展了，才会有更多更好的职业发展机会，所有人都会最终受益。

2026年是我在宏珏的第六个年头。在过去的五年里，是公司和各个品牌一次又一次的突破了我的想象力。蔻蕊品牌一个亿，两个亿，三个亿的突破，Colombo品牌单店100万，500万，800万的突破，迦达品牌指数级的品牌影响力上升，让我亲眼见到，历史是由人书写的。而我们，尚还停留在一个起步的阶段徘徊着。这么多人都喜欢GC品牌，但是为什么销售就是上不去呢？这是我在回归GC品牌之后一次又一次问自己的问题。如果这么多人都觉得不合理，那么一定是有问题的，我的任务就是找出问题，解决问题。一个品牌的结构非常复杂，涉及方方面面，但是只要有决心，那么不过是抽丝剥茧、逐一解决的过程罢了。这件事于我而言也太有趣了。可以通过我们智慧，学习，努力将一个品牌从迷茫带领走向成功，还能有比这更令人有成就感的事情么？李银河老师在《岩中花述》的对话中说：“生命本没有意义，但是我们却可以在生命的微观之处去赋予她意义。” 我不想庸庸碌碌的过一生，我想要通过我的生命去创造价值，去回馈社会，去滋养更多的灵魂。

我进入中央圣马丁学习，也是因为一些生命的机缘巧合。我始终记得，我第一次站在圣马丁的穹顶大厅下的时候，我当时心里就有一种强烈的感觉，我是被召唤到这里来的，是命运推着我来这里的，我一定是有一些使命在身上的，我一定是有一些事情要去做。那时的我也不知道具体是什么，只是觉得冥冥中有一种力量。在即将结束在英国学习的时候，发生了一件事情。当时为了给国内一个体量很大的品牌做一场广告在英国的制片，我邀请了英国DAZED杂志的艺术总监来做此广告的艺术指导并且给与了丰厚的报酬。他说可以做，但是要求是不能在这个广告上credit他的名字，因为这个项目是个商业项目。但是在他自己的ins主页，可是放满了他给各个意大利法国品牌制作的项目，并且写上了他的大名。这件事情成为了我最终决定回国的直接原因，因为我知道，仅仅开一个制片公司在英国，我也许能得到很好的收入，但是这件事情并不会成为助力中国时尚产业发展，因为我们在这个领域滞后，所以外国人根本不把我们放在眼里，落后就要挨打这个道理是社会运行的底层逻辑。我也知道，也许我穷尽我的一生也无法看到中国时尚产业成为超越欧美之所在，但是我只希望我这一生能为这件事情，做出一些贡献。



回国后就遇到了宏珏的宣讲，这是我面试的第一份工作，也成了唯一的一份。“培养奢侈品界的管理精英”和“成就有生命力的人文企业”这两句话深深打动了我，即使当时我也是希望在上海长期发展，但是我也毅然决然来到了深圳这个原来从来不在我人生规划里的城市。我们的使命和愿景真的成了我在工作中一次又一次迷茫和无助时候的灯塔，让我知道前路和方向，眼前的挑战不过是必须踏过的荆棘而已。现在的我爱上了深圳，爱上了我们的品牌、我们的公司和我生命中的一切，一切都是最好的安排。

我们必须奉献于生命，才能获得生命。泰戈尔的这句话这是我非常喜欢的一句话，朴实而磅礴。回想在GC品牌的这几年，喜悦、失落、迷茫、感动我都体会过，真真百感交集。我很感激命运的馈赠，让我遇到宏珏，遇到赵总，遇到品牌和每一位同事，现在更大的责任交付于我，我也坦然接受，这是公司给我的底气，也是过往所有经历给我的底气。我的人生态度早已与公司的愿景和使命重合，真正的长期主义也是赵总教会给我的，我希望将精神传递下去，让GC品牌也成为公司亮眼的存在，让每一位在GC品牌的员工都能找到自己生命意义之所在，打赢一场又一场仗，打胜仗，获得更高层次的人生成就感。责任就是对自己要求去做的事情有一种爱。唯热爱，可抵岁月漫长。

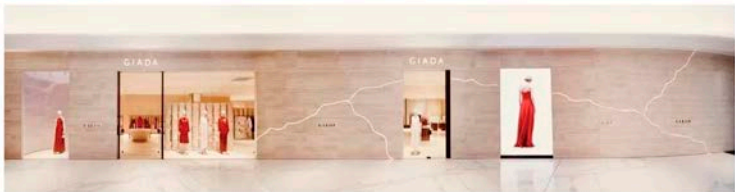
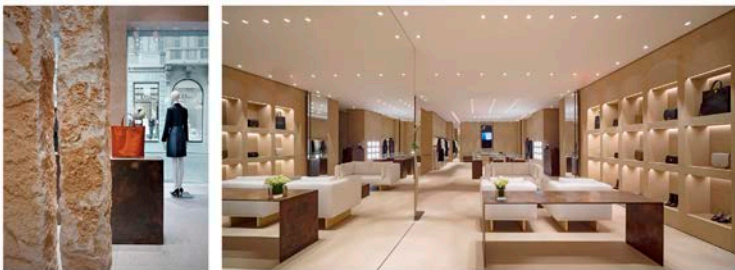
回望初心

李悠扬

ART SPACE: ART TO ART GIADA 的艺术空间

GIADA精品店极具代表性的闪电外墙，由世界极简主义建筑之父Claudio Silvestrin设计，灵感源自米开朗基罗的巨型天顶画《创世纪》中最富盛名的一幅《创造亚当》，寓意生命之光。

在GIADA的艺术空间，每一处珍贵天然原材料的选择与呈现，均是对空间内高品质成衣的烘托和致敬。纯净的裁剪、珍贵的面料和独特的色彩哲学传递着品牌的和谐、自然与知性。

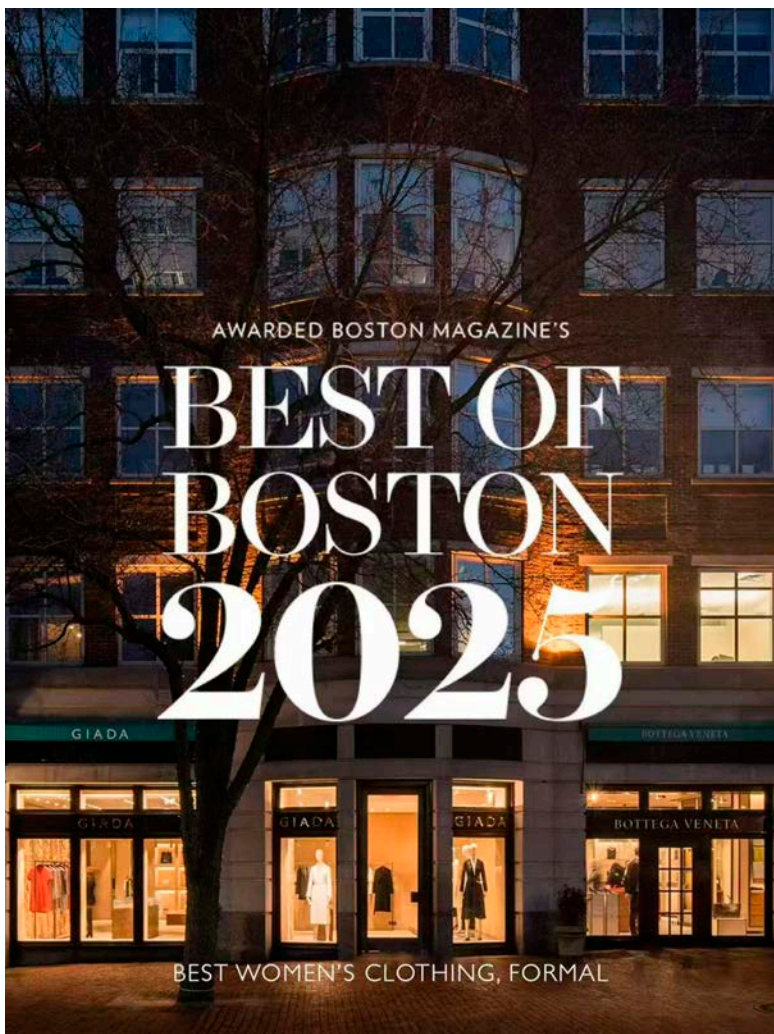


六月是一个特别有纪念意义的月份。我迎来了自己在宏珏的第一年，也第一次走出总部，以长差的形式前往GIADA波士顿门店驻店。对于这家北美旗舰店，我早已从同事口中听过无数次“传说”，也曾在内部物料和空间图中反复端详过它的模样。但当真正站在它面前，推门而入的那一刻，我仍然被它沉静的气场和细腻的质感深深震撼。

门店的每一处细节都在诉说着品牌对于“质感”二字的理解：从大理石的纹理，到青铜台的陈设，甚至洗手间的设计，试衣区一整面墙的镜子，都恰到好处地营造出一种被包围、被温柔接纳的视觉舒适感。门店坐落在波士顿市中心一条闹中取静的街道上，邻近BV和爱马仕，完美诠释了GIADA一贯的优雅从容。这份“置身其中”的体验，让我第一次真正从空间的维度理解品牌的“语气”和“节奏”。

站店期间，我非常荣幸地接待了波士顿地区一位极具代表性的VIP客户，并成功开出一单。她是品牌多年的支持者，对商品的挑选有着非常明确的判断，也对我们这一季的设计给予了极高的评价。这次面对面沟通的经历，先让我在实战中更熟悉了销售逻辑，更让我具象地领会了GIADA客人们的审美和需求。除此之外，我也接触到一些从品牌创立初期便一路支持GIADA的老客人，她们的喜好、反馈与购买动机，为我提供了宝贵的消费者洞察。

最深刻的体会在于：我们的客人不缺衣服，她们只会为真正打动她们的设计买单。她们对于“设计感”与“实用性”有着高度平衡的期待，要求衣服不仅要精美、具有细节设计，更必须是



实穿、易搭，能自然融入生活但又在气质上有所提升的。这种“实用性+审美”的组合，我想也是GIADA品牌在奢侈品牌之林中立足的突破点。

这段时间的驻店体验，也为我后续的商品培训和订货工作带来了非常具体的启发。在与客人的面对面交流中我发现，许多看似简单的产品信息，一旦贴合真实穿着场景，结合顾客的语言习惯重新组织讲述方式，传达效果往往大不相同。比如，将羊绒加丝的高级面料形容为“30度也能穿的羊绒”，可以拉近奢华材质与日常穿着之间的距离；又比如，将同面料的上衣与裤装组合命名为“夏日套装”或者“轻套装”，不仅拓宽了套装的语境范畴，还巧妙弱化其原本带有的正式与拘谨感。这类更具生活感、场景化的表达，比起严谨术语更易被顾客快速理解和接受，也更能帮助一线销售同事建立起自信的表达路径。

相比纸面调研，这种一线接触带来的“温度感”更强烈，也更真实。这让我意识到，高策部门的工作虽然看起来偏后台，但本质上也是要服务一线、反哺市场的。我们不只是分析数据、撰写PPT，而是在一步步构建品牌表达的语言系统，在每一场新品讲解、每一页培训物料中，把品牌气质转化成销售可感知的内容。

六月的这段旅程，对我来说不仅是一次简单的业务出差，更像是职业第一年的阶段性总结。从站在品牌门店的“第一现场”，回望自己这一年完成的每一份文稿与提案，我更加坚定了“长期主义”在高策工作中的意义——或许我们看不到即时的销售回馈，但只要方向清晰、节奏稳定，就一定会在不久的将来看到它落地生根的样子。

在这份时间的序列中，我会继续保持耐心，也持续修炼表达的精准与温度，积聚出品牌长期价值的一部分。

GIADA GARDEN与所有人干了一杯

李全



一天下午，当主厨Cielo与侍酒师Jonathan在吧台，手持两只红酒杯，屏息凝神地轻轻一碰——那声清澈如泉涌、悠长似钟鸣的“叮~”，在空气中绽开的瞬间，我才知道，一段关于声音的奇妙旅程，已经从一个“吐槽”开始了。

前一天的晚上，一位客人在小红书分享美好晚餐时，竟用了一个非常夸张的标题：GIADA.你的杯配不上我一身的Dior。没想到，这句带着娇嗔的调侃，像一颗投入静湖的石子，一夜之间激起

了千层浪。点赞过万，评论如潮，一场关于红酒杯碰杯声音的大讨论，在无数屏幕前热烈展开。

我们看到有人认真地科普水晶杯与玻璃杯的声学差异；有人幽默地玩起了“阶级共鸣”的梗；更有人因为好奇这“价值连城”的声音，第一次记住了我们的名字；但更多的是人云亦云的附和。热度飙升时，我们内部却异常平静。因为我们知道，这场讨论的起点，并非是一场公关危机，而是一个美丽的误会——关于如何与一只专业酒杯优雅对话的误会。

于是，我们没有选择沉默，也没有急于辩解。我甚至做了一件更“冒险”的事：想加入这场由客人发起的欢乐派对。当我说出这个想法时，主厨Cielo与侍酒师Jonathan也觉得很有趣，欣然同意我这个想法。

第一步，我们奉上了一杯“知识”，敬大家的好奇心。

我们让侍酒师走到镜头前，不去争论谁对谁错，我们只谈怎样让顾客的体验更美好。他展示了如何用指尖轻触杯腹，引发那阵清越的回响。他讲述了为什么顶级餐厅如Zalto都青睐我们这款定制的手工水晶杯，其如此轻薄——是为了让客人手持的，是酒的重量，而非杯的负担。这则视频获得了远超往常的关注，很多人留言说：“原来，我听了一辈子的碰杯声，今天才真正听懂。”

第二步，我们酿造了一杯“欢乐”，敬给所有参与者和围观者。



当看到评论区里，“一百六支”已然成为一个充满创造力的集体玩笑时，我们决定为这个梗“颁奖”。我挤进热闹评论区，高声宣布：“给这个‘一百六支’梗，颁发一个‘最响亮的节日奖’！”并顺势推出暗号活动：到店轻声说出“一百六支”，即可免费兑换一杯特调餐前酒。那一刻，我们不再仅仅是事件的当事人，更成为了这场网络狂欢的首席体验官，将线上的共鸣，转化为线下可触碰的温情。虽然我们并不能确认是否有客人前来参与，但仍以百分百的诚意，当天就对前厅的所有服务人员进行了活动的相关培训，也快速地研发出来了一款“一百六支”的特调鸡尾酒。

令我们惊喜又感动的是：真的有人为此而来。第一位兑换暗号的客人，带着探险般的兴奋记录下了那一刻。随后，我们在社交平台上刷到了她发布的充满好感的探店视频。一个看似调侃的“危机”，就这样自然而然地，流向了我们一起坚守的核心：人与人之间的美好连接。后来，一桌又一桌客人带着会心的微笑前来，在说出暗号的瞬间，与我们会意一笑。他们带着对美食的期待而来，带着未尽兴的留恋离开，更带着对下一次相遇的期盼。

如今，当杯盏再次交错，那声清脆的叮咚，在我们耳中已有了更丰富的层次。它不仅是水晶与水晶的合鸣，更是：

专业之声：它关乎材质、工艺与品鉴的仪式感；

包容之声：它笑对误解，拥抱所有善意的讨论；

连接之声：它将屏幕前的会心一笑，变为餐桌旁的举杯共饮。

在GIADA GARDEN，我们始终相信，极致的体验藏于细节，而伟大的品牌成长于对话。这一次，我们因一声碰杯响，与更广阔的世界愉快地碰了杯。这杯酒，敬所有认真生活、乐于分享的你们。

被记录下来的专业与热爱

黄瑾

2025年，我们搬了新办公室。对很多部门来说，这或许只是一次空间的变化，但对国贸部而言，却更像是一场“与时间正面相遇的过程”。因为工作性质的原因，国贸部可能是全公司需要归整文档最多的部门之一。从品牌创立之初到现在，几十年的档案文件、面料册，都静静地汇集在这里，像一条不曾中断的时间长河。

新的办公室柜子并不算充裕，也正因为如此，我们只能将一部分面料档案本暂时存放在陈总办公室的柜子里。前两周，为了26FW米兰大秀的研发需要，我需要过去陈总的办公室翻找一些经典的 archive 面料。我走进陈总办公室，打开那组巨大的柜子，映入眼帘的是满满一柜，整整齐齐排列的面料本。年份、季节、品牌，一本一本，沉默而有秩序。陈总抬头看了一眼，忽然感叹了一句：“哇，GIADA 居然已经有这么多面料本了。”

就是这一句话，让我突然非常感慨。

2018年，我加入宏珏大家庭。从19FW开始，面料本的制作便一直由我负责。那时候并未多想，只觉得这是工作中再普通不过的一环：选择、核对、剪裁、整理、装订、归档，周而复始。没想到一转眼，七年多过去了，当年从“第一本”开始的小事，如今已经悄然累积成了小半个柜子。

其实，做面料本只是我日常工作中很小的一部分。如果不是陈总那句不经意的感叹，我或许也不会意识到，这项工作随着时间的推移下，已经沉淀出如此客观、如此有分量的成果。一本本看似普通的面料册，记录的并不仅仅是面料本身，而是 GIADA 品牌与宏珏公司在不同阶段的选择、判断与坚持，是发展进程中一个真实而具体的切片。

时光，原来可以被如此浓缩，安静地沉淀在一个柜子里。

我仍然记得，第一次去意大利拜访面料供应商时，看到他们庞大而整齐的档案库，内心中



衷地羡慕。那时我曾想过，如果有一天，我们也能把属于自己的档案库展示给员工和客人，那该有多好。没想到多年以后，再回头看，由一代又一代宏珏人共同打造的面料档案，已经悄然堆积成墙。这个画面，令人感动，也令人敬畏。

原来，多年前那个看似微小的心愿，并没有被遗忘，而是在日复一日的认真工作中，悄悄生根、发芽，最终成长到了今天的模样。

赵总常说，对待工作，不能只是把它当作一份谋生的手段，而要当作一份值得投入热爱的事业。我想，这个小小的故事，正是这句话最具象、也最真实的体现。那些被认真对待的细节，终会在某个不经意的时刻，回馈我们以重量与温度。

也许再过很多年，这些面料本会装满两个书柜、三个书柜，甚至更多。它们会继续记录品牌的演变，也记录每一位宏珏人在不同阶段倾注的热爱与心血。我们也将继续，与品牌和公司一道，携手走向未来更多值得珍藏的美好时光。

越过山丘, 仍是征途

操凡欣



近期中美贸易战的波澜起伏, 让我不禁思绪飘回到十多年前初入职场的时光。那时, 我作为翻译, 见证了李总与设计师交流时说出一句掷地有声的话: “意大利终将被中国超越, 而且是方方面面都被中国超越。”当时的我, 虽心怀憧憬, 却也觉得中国或许能在工业制造领域实现对意大利的超越, 但全方位的赶超似乎还是遥不可及的目标。

然而, 时光飞逝, 站在2025年的今天回首, 李总的预言正一步步成为现实。中国不仅在诸多领域实现了对意大利的超越, 甚至在许多方面已经领先世界霸主美国, 创造了一个又一个令世界瞩目的奇迹。

就拿我们所在的成衣行业来说, 这十年间的发展变化堪称一部生动的奋斗史。随着与意大利工厂合作的不断深入, 我们在工艺方面的分歧也日益凸显。早期, 意大利作为奢侈品制造的先驱, 拥有深厚的根基和权威的话语权, 我们更多的是虚心学习他们的制衣技术。但中国企业的进取精神从未停歇, 在追求更高品质产品的征程中, 我们不断钻研创新, 研发出越来越多令意大利同行刮目相看的新工艺。

在这个过程中, 并非一帆风顺。一些意大利工厂面对我们的新工艺, 抱怨工艺难度大, 不愿投入精力学习钻研。这些固步自封的工厂, 逐渐被市场边缘化, 只能承接一些简单款式的订单, 甚至最终被市场淘汰。而那些愿意与我们携手共进的工厂, 通过不断提升工艺水平, 不仅获得了更多其他奢侈品牌的订单, 还让我们的工艺得到了国际认可, 甚至成为其他奢侈品牌学习的对象。正如我们合作的工厂常说的: “跟GIADA合作让我们学到很多东西。”

发展的道路从来都不是康庄大道, 困难和挫折如影随形。在成衣行业, 直接照搬别人的成功模式或许能在短期内获得收益, 但我们深知, 只有坚持自我, 探索出一条适合自己的道路, 才能实现真正的长远发展。正如GIADA的品牌内涵所诠释的, 我们从不随波逐流, 始终坚守内心的追求, 明确自己想要的产品方向, 并为之不懈努力。正是这种精神, 让我们在成衣行业的舞台上, 书写着属于中国的辉煌篇章, 实现从追赶 to 超越的伟大跨越。

征途与共鸣：GIADA的匠心探寻

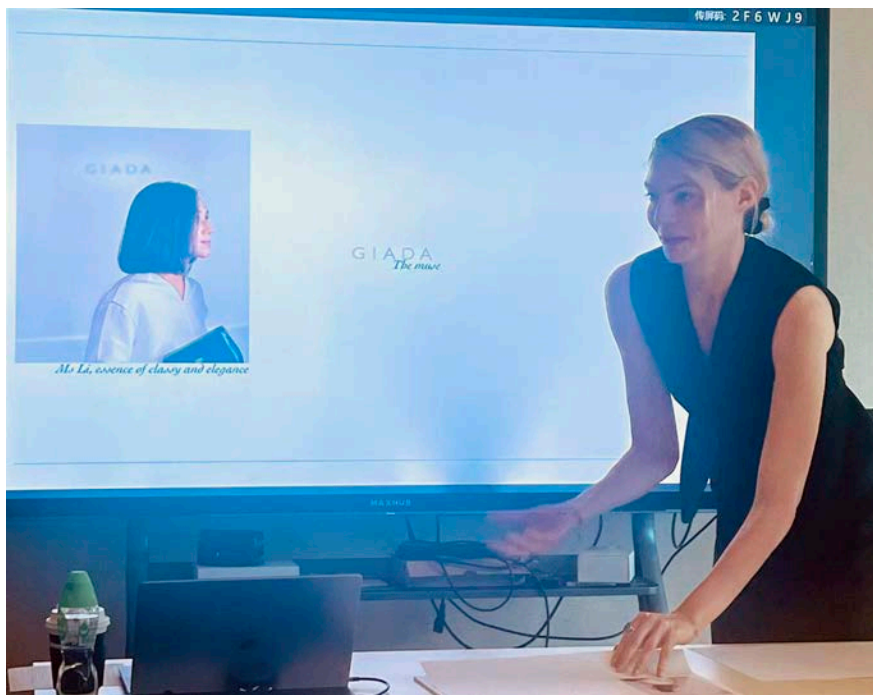
马文妮



在时尚界浩瀚无垠的星空中，GIADA始终以其独特的光芒，引领着高端皮草设计与工艺潮流。每一季的发布，都是对美的重新定义与探索，而25FW系列的筹备，更是GIADA在追求极致工艺道路上的一次重要里程碑。为了实现这一系列的非凡愿景，GIADA踏上了寻觅新皮草加工商的征途，这不仅是一次合作的选择，更是一场关于理念、技艺与梦想的深度对话。

寻找合适的意大利加工商，对GIADA而言，是一场漫长而细致的筛选过程。我们深知，每一件皮草制品背后，都承载着设计师的灵感、匠人的心血以及对自然的尊重。因此，我们不仅仅是在寻找一个能够完成生产的合作伙伴，更是在寻找那些能够与我们共享价值观，共同追求极致工艺的灵魂伴侣。在这个过程中，我们与多家加工商进行了深入的沟通与磨合，每一次的交流都如同一场精心策划的艺术交流会，旨在挖掘彼此对工艺的深刻理解与独到见解。

初次接触时，许多加工商对GIADA提出的工艺要求感到惊讶。在他们以往的经验中，很少遇到如此注重细节、对品质有着近乎苛刻要求的品牌。这些反馈，如同一面面镜子，映照出GIADA在工艺追求上的独特地位。我们要求的不仅仅是技艺的精湛，更是对材料的选择、剪裁



的精准、缝制的细腻以及整体风格的和谐统一，每一个环节都需经过无数次的打磨与调整，直至达到完美的状态。这种对工艺的极致追求，让加工商们首次见识到，与GIADA的合作，将是一次前所未有的挑战与成长。

面对挑战，有的加工商选择了退缩，而有的则选择了迎难而上。其中一家加工商，在经过多次的返修与重新制作后，特地致电GIADA，表达了他们愿意为了这份合作而全力以赴的决心。他们被GIADA对工艺的执着与热情所感染，认为这不仅是一次商业合作，更是一次将意大利精湛工艺推向世界舞台的宝贵机会。这家加工商承诺，他们将组建一支由资深匠人组成的团队，专门负责GIADA的订单，确保每一件作品都能达到甚至超越我们的期望。

这份承诺，不仅仅是加工商对GIADA的尊重与信任，更是对意大利工艺精神的深刻理解与传承。GIADA深知，每一块皮草，都是大自然赋予的珍贵礼物，而我们的使命，就是通过精湛的工艺，将这些礼物转化为能够触动人心、传递美的艺术品。因此，我们与加工商的合作，不仅是技艺上的交流，更是对自然、对文化、对艺术的共同致敬。

展望未来，GIADA与加工商的合作，将不仅仅局限于25FW系列，更将是一场长期的、深度的合作。我们期待，通过双方的共同努力，能够将意大利对工艺的精益求精，不仅保留在其深厚的文化底蕴之中，更让这份精神跨越国界，成为全球时尚界共同珍视的宝贵财富。我们坚信，每一次的合作，都是一次新的探索与成长，而每一次的成长，都将让我们离心中的理想更近一步。在GIADA与加工商的携手努力下，我们期待着，将这份源自意大利的匠心精神，传递给每一个热爱时尚、追求美好的人，共同见证并庆祝那份对美的无尽探索与赞美。

在风浪中守望初心，在变化中坚定信念

谭想

四月以来，中美贸易关系持续紧张，新的关税清单、制裁措施接连出台。虽然目前我们的日常业务暂未受到直接影响，但面对国际局势的不确定性，我们始终保持高度关注，认真研读每一则政策动态，时刻思考：如果未来波士顿门店的发货受限，我们应如何应对？如何为公司提供最

稳妥、最合规的建议和预案？

这些问题，也许暂时还停留在假设阶段，但作为一名宏珏人，我始终相信，真正的准备不是等问题发生时才开始，而是在看似风平浪静的时候就筑牢堤坝。或许我们并未处在风暴的中心，但我们始终在为可能到来的挑战默默打磨盾牌。

记得某天晚上，我刚看完一则关于中美关税扩大的报道，父亲在一旁随口问我：“你们是不是也受影响了？”我说：

“暂时还好，但我们每天都在看着政策的风向。”他说：“那你要多关注国家的声音，现在啊，靠自己最靠谱。”



这句话让我格外有感触。过去总觉得自己做的是微小的工作，离国家、国际局势似乎很遥远。但这几年，越发体会到：个体命运和国家命运是紧紧相连的，国家强，我们才有安稳的岗位，有发展的空间；国家面对挑战，我们就要承担起岗位上的那份责任，无论大小。

宏珏倡导“慈善、奋斗、快乐”，这不仅是一句企业文化标语，更是我近期不断体会到的价值观。慈善，是一种温暖的选择，不止体现在社会捐助中，也体现在团队之间彼此协作、同事间一句“你辛苦了”、家庭中默默熬的那一碗汤。奋斗，是哪怕当前没有具体任务压身，也要保持学习的习惯、关注的敏感、准备的主动。真正的奋斗，是自觉的，不需要别人督促。至于快乐，往往来自于“心中有方向”的踏实感——即便局势复杂，我知道自己该做什么，知道自己站在什么立场上。

这场中美之间的博弈，不仅是经济的比拼，更是意志和信念的较量。作为一名中国人，我始终坚定地认为：无论国际风云如何变化，国家的长远利益是我们最坚实的后盾，国家的声音是我们最可靠的指南。支持祖国，是我天然的选择，是我思想上和行动上的自觉。

我们也许不能左右风的方向，但可以调整好自己的帆。未来若有挑战来临，我希望我能为公司提供哪怕一点点判断上的参考、建议上的支持、方案上的基础。这不是被要求的任务，而是作为一名宏珏人应有的觉悟和担当。

愿我们在动荡中更坚定，在变化中更冷静，在岗位上更可靠。继续怀抱温度，秉持信念，静静积蓄力量，等待那一刻可以挺身而出的担当。

Individual Effort, Shared Future

个人努力，共享未来

Andrea Felò

At the end of the year, we listened to a speech from our company's owner. It was a moment of reflection, but also of direction. This year, we have all made an effort to grow and improve. That constant striving to do better, to go further is something that defines each individual, but also all of us together as one body.

This idea reveals something essential: the relationship between the individual and the group. How one person's effort contributes to the whole, and how the whole gives meaning to the individual. This balance is, in many ways, the foundation of a better society.

Life is made of steps, and each of us is responsible for designing our own path. Difficulties are inevitable, but they are not the end of the journey. They are part of it. What matters is the ability to overcome them and continue moving forward.

During the meeting, our leader shared a pyramid model that deeply resonated with me. At the base are people focused mainly on survival, seeking happiness through physical pleasure and material things. In the middle lies a more stable life, where happiness takes on a spiritual dimension. At the top is the elite not defined by status, but by purpose where happiness is connected to the soul. This level is about thriving, dedicating oneself to something meaningful, and creating value that allows others to find happiness through your efforts and existence.

I strongly believe in this idea because it applies to every human being who is actively writing their own future. When I looked at that pyramid, I imagined many smaller pyramids inside it like a fractal in nature. A clear, undeniable order. Each person can have a different mission, and yet the same structure can adapt to individual purpose. What truly matters is understanding how personal growth and effort can influence and uplift those around us.

I often hear people from our generation say they just want to do their job and enjoy their free time afterward. And that's fair. But even that becomes meaningful when work is done with



attention, intention, and dedication when it's more than simple execution. Making a difference doesn't always require doing more; sometimes it requires doing better.

Some projects I've worked on were never realized, but that doesn't mean they were a waste of time. They are part of the process: build, destroy, rebuild. Many ideas evolve through constant dialogue between my own thoughts and those of others. Could things have been simpler? Probably. But would the result have been as strong, as refined, as meaningful? I doubt it. Challenging yourself and cooperating with those around you often means going back and forth many times but that is precisely what creates something better. In the end, life itself works the same way.

I don't do things simply to check them off a list. What I truly enjoy is the process, "The

Journey”. That’s exactly why I decided to learn how to cook. It may sound trivial, but it’s deeply meaningful. First, you learn basic skills: cutting, peeling, preparing. Then you learn techniques: stir-frying, braising, steaming.

With practice, repetition, and patience, you eventually create a meal, one that nourishes yourself and others. If the cooking is good, the people sharing that meal will feel happy and fulfilled.

Doesn’t that sound familiar?

Everyone can follow the same recipe, but the result can be either unpleasant or delicious. The difference lies in commitment and dedication. The same principle applies to everything we do.

So my wish for this year is simple: that more people choose to thrive, to contribute, and to grow. I want to do the same, and you?

Let’s make it happen!

年末，我们聆听了赵总的演讲，那是一次反思的时刻，也是一次指明方向的时刻。这一年，我们都努力成长和进步。这种不断追求卓越、不断超越自我的精神，不仅定义了我们每个人，也定义了我们作为一个整体。

这一理念揭示了一个至关重要的方面：个人与集体的关系。一个人的努力如何为整体做出贡献，而整体又如何赋予个人意义。这种平衡在很多方面都是构建更美好社会的基础。

人生由无数个阶段组成，我们每个人都有责任规划自己的道路。困难在所难免，但它们并非旅程的终点，而是旅程的一部分。重要的是克服困难并继续前进的能力。

在会议上，赵总分享了一个金字塔模型，它深深地触动了我。金字塔的底层是那些主要关注生存、追求物质享受和感官愉悦的人。中间层级代表着更为稳定的生活，幸福在此融入了精神层面。顶层是精英阶层，他们的定义并非基于地位，而是基于使命，幸福与灵魂相连。这一层级关乎蓬勃发展，关乎全身心投入有意义的事业，关乎创造价值，让其他人也能通过你的努力和存在获得幸福。

我深信这一理念，因为它适用于每一个积极书写自己未来的人。当我审视这座金字塔时，我仿佛看到它内部如同自然界的分形一般，存在着许多更小的金字塔。一种清晰而无可辩驳的秩序。每个人都可以拥有不同的使命，但同样的结构却能适应不同的个人目标。真正重要的是理解个人成长和努力如何影响并提升我们周围的人。

我经常听到我们这一代人说，他们只想做好工作，然后享受闲暇时光。这无可厚非。但即使是工作，如果能用心、专注、投入地完成，而不仅仅是简单的执行，也会变得意义非凡。做出改变并不总是意味着做得更多；有时，它需要做得更好。

我参与过的一些项目最终未能实现，但这并不意味着它们浪费了我的时间。它们是过程的一部分：构建、摧毁、重建。许多想法都是在我与他人思想的不断对话中逐渐形成的。事情本可以更简单吗？或许可以。但结果还能如此有力、如此精炼、如此有意义吗？我对此表示怀疑。挑战自我、与周围的人合作往往意味着反复推敲，但这恰恰是创造更美好事物的关键。最终，生活本身也是如此。

我做事并非只是为了完成任务清单。我真正享受的是过程，是“旅程”。这正是我决定学习烹饪的原因。这听起来或许微不足道，但意义深远。首先，你要学习基本技能：切菜、削皮、准备食材。然后，你要学习烹饪技巧：翻炒、焖烧、蒸煮。

通过练习、重复和耐心，你最终会做出一顿饭，一顿滋养自己和他人的饭菜。如果厨艺精湛，享用美食的人会感到幸福和满足。

这听起来是不是很熟悉？

每个人都可以遵循同样的食谱，但最终的成品却可能令人难以接受，也可能美味无比。区别在于投入和专注。同样的道理也适用于我们所做的每一件事。

因此，我今年的愿望很简单：希望更多的人选择蓬勃发展、贡献力量、不断成长。我也想这样做，你呢？

让我们一起努力，实现这个愿望！

Shenzhen : the instant city 深圳：一座瞬息万变的城市

Aurora Sorini

This month, I'm helping a friend from Italy who works for a local TV channel. I'm collecting some information, photos, and videos, and I'm also sharing my personal experience of living in Shenzhen with him. I'm focusing not just on how the city has grown from a geographically and urbanistic point of view, but especially on how it's becoming what many call "the city of the future"—a green and smart city. This task was surprisingly interesting because I had to remember a bit how the city was and study as well.

Lately, many Italian newspapers (and not only them) have been talking about Shenzhen as an example to follow. It's a green city not just in terms of parks and planning, but also in how it produces and uses energy. Shenzhen is one of the fastest-growing cities in the world. It's hard to believe that just 45 years ago, it was only a small fishing village. Today, it's a global center for technology and innovation. What makes Shenzhen special is how seriously it takes sustainability and smart urban development. A great example is its electric system: buses, taxis, private cars—most of them are electric. The metro is big, modern, and very efficient. It really shows what a future city can look like.

Sometimes, I forget how different Shenzhen was just a few years ago. When you live in a place for a long time, and your life keeps getting better, you don't always notice the changes. You just get used to them.

I've been living here for 14 years now. That's almost one-third of the city's history. I feel like I've grown together with the city. I've seen how not only the buildings and roads have changed, but also how daily life has improved. It's really amazing. Every day, I benefit from the city's green and smart choices like fast and clean metro rides, quick deliveries, big infrastructure, and green areas. All of this helps us live better, even if we don't always stop to think about it. As citizens, we need to do try our part to support this way of life. Helping with recycling, reducing waste etc, is what I try to do and my friends too. These facilities make our life easier, less problems so we can focus more in work,

life and happiness always keep all these elements in balance.

I moved to Shenzhen 14 years ago on a random decision. I was young and wanted just to do a new experience, I didn't know anything about the city back then or china in general, I just wanted to explore and challenge myself. **Now, I'm really happy I made that choice. I'm proud to be part of this growing ecosystem, and I can't wait to see what comes next.**



这个月，我帮助一位在当地电视台工作的意大利朋友。我收集了一些资料、照片和视频，也与他分享了我在深圳的生活体验。我不仅关注这座城市在地理和城市规划方面的发展，更着重探讨它如何成为许多人所说的“未来之城”——一座绿色智慧城市。这项任务出乎意料地有趣，因为我既要回忆这座城市的过去，又要进行一些研究。

最近，许多意大利报纸（以及其他媒体）都在报道深圳，并将其视为值得效仿的典范。深圳的绿色环保不仅体现在公园和城市规划上，更体现在其能源的生产和利用方式上。深圳是世界上发展最快的城市之一。很难想象，仅仅45年前，它还只是一个小渔村。而如今，它已成为全球科技创新中心。深圳的独特之处在于它对可持续发展和智慧城市建设的重视程度。一个很好的例子就是它的电力系统：公交车、出租车、私家车——大部分都是电动的。地铁规模庞大、现代化且高效。它真正展现了未来城市的模样。

有时候，我会忘记几年前的深圳和现在有多么不同。当你在一个地方生活很久，生活不断改善时，你并不总是能注意到这些变化，只是逐渐习以为常。

我在这里生活了14年，几乎占了这座城市历史的三分之一。我感觉自己和这座城市一起成长。我见证了不仅建筑和道路的变化，也见证了日常生活的改善。这真的很棒。每天，我都受益于这座城市绿色智能的举措，比如快速清洁的地铁出行、便捷的快递服务、完善的基础设施和广阔的绿地。所有这些都让我们生活得更好，即使我们有时并没有意识到这一点。作为公民，我们都应该尽自己的一份力来支持这种生活方式。我和我的朋友们都在努力参与回收利用、减少浪费等等。这些设施让我们的生活更轻松，减少了烦恼，让我们能够更专注于工作、生活和幸福，并始终保持这些要素之间的平衡。

14年前，我抱着试试看的心态搬到了深圳。那时我还年轻，只是想体验一下新鲜事物。我对这座城市，乃至整个中国都一无所知，只是想去探索和挑战自己。现在，我非常庆幸自己当初做了这个选择。我很自豪能成为这个蓬勃发展的生态系统的一份子，也迫不及待地想看看未来会发生什么。



书写，是一场静默的修行

黄璇

每月书写工作总结，已经成为工作中不可或缺的一部分。入职已逾17年了，说实话，每月写工作总结，对于现在的我也如一座沉甸甸的大山，常常压力山大，有时，即便熬到半夜，脑海中依然一片空白，苦苦寻觅却找不到丝毫灵感，那种焦灼与无奈，也常常让我内心时而也会抵触，常常陷入不想写写不出的困境。

回想刚入职的时候，公司每个月都会给我们发一本《读者》，那时，书写和阅读纸质书籍是提升自我的重要途径。可随着时代的飞速发展，电子阅读逐渐占据主导，在这个信息爆炸的时代，碎片化阅读成为常态，我们渐渐习惯了被动接收信息，主动思考的时间与精力却愈发稀缺。然而，正是因为每月都要撰写工作总结，它就像一个无形的推手，时刻“逼迫”着我去阅读、去思考、去感悟。我也会主动涉猎各类专业书籍、行业报告，在知识的海洋中汲取养分；我也会静



下心来，反思工作中的点点滴滴，总结经验教训，探寻改进的方法；我更会珍视公司发给我们的每一本《宏珏人》，仔细去阅读里面的故事，去感悟学习里面的收获和成长。渐渐地，我发现，写工作总结不再仅仅是一项任务，而是一个自我提升的宝贵契机。那些曾让我抓耳挠腮的写作时刻，实则是思维淬火的宝贵契机；当手指在键盘上停滞时，往往正是思维突破的前兆；当文档反复删改时，恰是认知重构的进行时。而每次端坐书桌前，展开一场与自我的深度对话，在这一来一往的交流中，我不断成长，也由衷感谢自己的这份坚持。或许，这正是公司要求撰写工作总结的深意所在——让我们始终保持深度阅读与系统思考的能力。

也不知有多少次，我在心里也萌生“躺平”的念头，想着要不就敷衍了事，甚至干脆不交。可内心深处总有一股力量在拉扯着我，让我无法真正放任自己。这种力量，源于对公司文化的尊重，对规章制度的敬畏。公司一路走来，形成的文化传统和各项规则，是凝聚团队、推动发展的坚实基石。而撰写工作总结，正是践行和传承公司文化的一个小小缩影。它让我明白，尊重规则、坚守职责，是每一位职场人士应有的担当。这种担当，不仅是对工作负责，更是对自己的成长负责。

17年的时光，我坚持下来了，也感谢自己的坚持，在坚持中成长，于反思中蜕变，工作总结它见证了我从青涩到成熟的蜕变，记录了我在工作中的每一次成长与进步。我深知，在未来的日子里，无论工作如何变化，我都会继续坚持这份总结的习惯，在躺平文化暗流涌动的今天，持续撰写工作总结恰似一场静默的修行。它教会在规则框架内寻找创新空间，在既定格式中孕育独特见解。那些看似重复的写作过程，实则是螺旋上升的认知阶梯。真正的专业精神，就蕴藏在日复一日的坚持中；深刻的工作智慧，往往诞生于看似枯燥的重复里。

我相信，只要我们始终保持这份对工作的热情、对规则的敬畏、对自我提升的追求，就一定能在工作中创造更多的价值，书写属于自己的精彩篇章。

被看见

李光冉

站在2025年的岁末回望，这一年的工作于我而言，早已超越了简单的职责履行。从初入宏珏时的青涩懵懂，到如今能够独当一面；从机械执行任务，到主动创造价值——每一步成长都浸润着公司的培养、领导与同事的扶持，以及自己对这份职业的坚守。这一年，最大的感悟是被看见。

前两年提了不少有关规则制定、提升效率方面的建议，很开心的是，这些建议都被领导们看在眼里并且重视起来，现在都已经落实完毕或是正在推进中了。公司真的给了我们很大的空间及自由度，任由我们肆意生长，能够在完成本职工作的同时，给予我们很多机会与渠道去探索、创新，从而给公司创造更多的价值。比如近一年内，大型活动的出单收银更加规范了，许多规则节点都得到了量化。还记得23年跟进成都臻绒活动的时候，全程马不停蹄，一波未平一波又起，基本上一直在解决很基础的收银问题。然而，25年跟进的昆明与北京臻绒活动，明显感觉收银环节规范了许多，才能有充分的时间去查验搭建以及各项支出是否合理、效果如何，从而为我们以后的活动提出宝贵建议。能够明显感知到，参与到规则的树立与成熟，这一路颇感欣慰与感恩。

再比如，之前因为核对门店的财务差异而苦恼，索性提出了核销是否可以引入AI从而减轻我们的痛苦；以及无数次提出财务差异核对需要关联门店的绩效，只有“利益相关”才能真正重视。今年，也都在推进中了。核销AI识别正在开发，关联绩效也有了初步的方案，所有提出过的建议都在被落实。由此深深地感受到公司对我们的信任与重视，这也是我愿意在宏珏工作的一个很重要的原因。

努力工作固然重要，但更重要的是被看见，而基层工作正是一个个反应问题的窗口。作为员工的我们，如果都能够及时发现并提出问题，公司一定会助力我们去解决问题。长此以往，双方会彼此加深信任，自然就能得到更好的成长与发展。

总而言之，2025年是一段关于“信任”与“成长”的温暖旅程。新的一年，更具挑战性的工作已在眼前。这份“被看见”的温暖与信任已给予我很多力量，未来将依旧与宏珏一同茁壮成长，迎接更好的自己、更好的我们。

中文头部播客 百万级大号
「岩中花述」
首次出书
一部当下女性的生命经验集
在嘈杂、偏见的声音中
活到“后来”

陈鲁豫 著
岩中花述：全四册
GIADA 出品

陈鲁豫亲笔撰写序言 独家收录四季 34 期播客节目

限量印签版

*每册对应特定印签，一套四册均有。

湖南文艺出版社 灯塔






深耕IP资产, 强化经营韧性

许珊珊



近日, 陈总召集供应链部门领导和同事开会, 宣布和沟通未来一段时间内CURIEL 的商品战略, 需要加大对IP款的投入, 从前端销售, 到公关营销, 商品铺货, 都统一整合起来, 实现IP款利益的最大化。作为财务团队的一员, 我深感这一决策的务实性与前瞻性。

首先, 加强对于IP款的销售, 可以帮助降低经营风险, 提升现金流稳定性。CURIEL 品牌经过近十年的商业化运营, 已经累积了充分的市场反馈; IP款产品经过市场长期验证, 且拥有历史archive和当代明星演绎, 故事精彩, 深入人心, 需求持续旺盛, 销售的波动范围更小, 能够为公司提供稳定的现金流基础。这一策略有助于我们在守住基本盘的同时, 进一步深化品牌在客群心目中的差异化, 树立更加鲜明的品牌形象, 巩固市场地位, 在“小黑裙=CURIEL”的方向上向前迈进。

第二, 从供应链角度来说, IP款的扩张毫无疑问可以优化供应链效率, 凸显规模效应。IP款在供应链各环节已臻成熟, 无论是供应商的选择, 原材料的采购, 还是生产的安排, 都已经具备成熟的学习效应, 标准化程度高、效率高。通过集中采购、长期合作供应商谈判, 以及规模化生产, 产生供应链协同效应, 品牌有望降低单位成本; 同时, 作为IP款, 定价和折扣策略也是相对稳定的, 毛利率可以得到进一步提升。

IP款是品牌认知的核心载体, 加大投入不仅能巩固消费者忠诚度, 还能减少营销费用中的重复教育成本。从财务角度看, 可以说是一种高投资回报率的品牌资产积累。当然, 着力于IP款的投入并不是万无一失的选择, 也有一些潜在的危机, 需要我们共同提前预判, 注意防护。比如, 在新客涌入品牌的同时, 老客对于IP款重复营销的倦怠; IP款持续供货, 若遭遇市场风向/消费者喜好的突然转变, 存在库存积压的可能性; 若营销资源集中于IP款, 可能挤压对新品的试水机会, 错过潜在的未来增长点等等。实行新的商品战略, 打造品牌IP款矩阵, 在提升经营利润、巩固品牌市场地位等方面都未来可期。作为财务团队的一员, 我将全力支持相关工作, 帮助公司既享受IP款的确定性红利, 又不被其惯性束缚。

细节的温度

刘锦冰

上个月，蔻蕊全国各地的店长们来到安联参加店长培训。波波提出想给店长们准备一个鲜花迎宾牌。在开始前，我们做好了kt板，让供应商布置好了花艺。

在得知店长们要来参加培训后，全姐就提出了想给他们准备一份伴手礼，因为店长们平时都在全国各地努力工作，很少有机会能够来到公司总部。伴手礼在培训的最后一天可以给店长们拎着带走，这样能让他们更有“家”的感觉，也深切地感受到公司对大家的关心和期待。正值盛夏，恰好是荔枝丰收的季节，全姐提出准备一份荔枝花篮作为伴手礼，可以让来自五湖四海的店长品尝到独特的岭南风味，同时又非常实用，是独属于夏天的清凉慰藉。在买了荔枝和礼篮样品后，我们测试了下，觉得效果非常不错。波波在看到精美的礼篮后，非常高兴，笑得很开心。周末，全姐则亲自去到龙岗的海吉星水果批发市场，在那里挑选出最甘甜、最新鲜的荔枝，让水果店老板在培训最后一天的早上送来安联。

之后，全姐说了一句让我们印象深刻的话，“既然我们准备了伴手礼，那就要做到位，更用心把它做好”。我们编辑了40条写给每位店长的寄语，其中有充满诗意的，有轻松愉快的，也有结合品牌特色的。我们将一条条寄语手写到精美的卡片上，每一张卡片的内容、字迹不同，但都饱含着热爱和关怀。

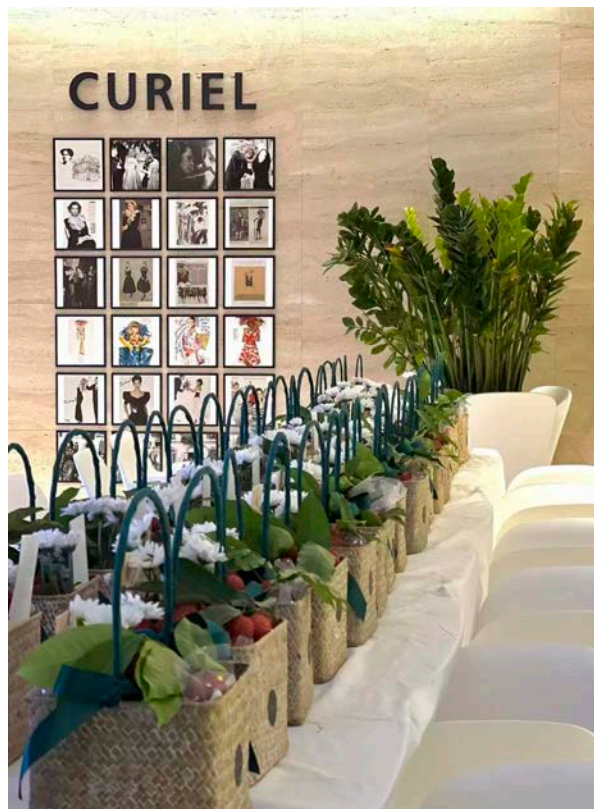
当天早上，新鲜采摘的荔枝带着裹满了露珠的枝叶，来到了安联。像往常准备节日的小礼品一样，行政部的大家自然而然地分工，有人挑选荔枝，有人修剪枝干，有人铺垫好雪梨纸，有人分装摆放一个个荔枝篮子……没有商量，默契地形成了一个“流水线”。当荔枝花篮整齐地摆放在钢琴区时，每一位路过的店长都非常惊喜。在培训结束后，我们也收获了许多有爱的朋友圈。

在培训的三天里，两位阿姨每天精心地给店长们准备好下午茶歇的水果，将橙子、西

瓜、哈密瓜等水果，细致地切成均匀的小块或薄片。然后宛如艺术家般，巧妙地将它们组合、堆叠起来。那些色彩缤纷的水果，在阿姨们的巧手下，时而化身为一层层诱人的“水果蛋糕”，时而又绽放成一朵朵娇艳的“鲜花”。这份用心装点的果盘，不仅满足了味蕾，也为充实而紧张的培训增添了一抹温馨与惊喜。

或许，一篮莹润清甜的荔枝花束，一张落款专属的手写卡片，或是一盘精心雕琢的缤纷果盘——这些看似繁复的仪式，可能被诟病为“徒增麻烦”，甚至被质疑其实际意义。在效率至上的

时代，人们惯于用功利的天平衡量一切，将心意简化为可量化的标尺。但是生活和工作中，正是因为这些“仪式感”，这些真诚、细致的付出，才会充满温情，才会有那一张张由内而生的笑脸。而在工作中，更是因为有了大家对细节的追求，每件事都努力做到尽善尽美，才会收获很多意想不到的惊喜。



热爱

沈怡兴



五月的大衣定制活动上，一位客人问道：“Rosanna女士，您已经七十多岁了，为什么还要不辞辛劳从意大利来到中国？”Rosanna的回答既在意料之外，又在情理之中，她说：“因为，热爱”。仅此而已，不过热爱二字，我料想过会有爱，但没想到仅仅只有热爱二字。她在店里和我们交谈的时候，她用的是“son”来形容每一件大衣，可见其爱之深。在她身上我看到，我们不是在销售大衣，而是在传递一种生命的温度。

活动当天，一位常州的客人在试穿大衣时，Rosanna亲自过来为她调整腰带位置。“美与身材无关，”她轻声说，“重要的是你穿上它时的自信。”那位客人看着镜中的自己，随后对帮助翻译的国贸部同事说，“请帮我跟Rosanna说一下，感谢她把这样的品质和设计创造出来，带到中国，让中国的女性也可以穿上这么优雅服饰”。Rosanna听了这话，也仿佛眼含热泪。我们没有想到客人会突然说出这句话，作为这场对话的见证者，看到了女性之间的共鸣和彼此通过热爱建立的桥梁。最后这位客人不仅入手了两件大衣，还买了件皮草，是当天活动的最大单。

热爱是最持久的商业策略，是最动人的品牌故事。

在商业世界里，策略会迭代，潮流会变迁，营销手段会过时，唯有热爱能穿越时间，成为品牌最深厚的根基。Rosanna对设计、对女性、对美的炽热感染了客人。真正的品牌魅力，从来不是靠铺天盖地的广告或短暂的爆款效应，而是由内而外散发的信念感。当一位客人因为Rosanna的故事而选择GIADA，她购买的不仅是一件大衣，更是一份对美学的信仰，一种对生活态度的认同。这种情感联结，远比任何促销手段更有力量。在这个快速更迭的时代，唯有热爱能让品牌历久弥新，沉淀在每一件产品、每一次服务中的温度，而这也是我们要传递给客人最动人的品牌故事。

一场始于 FIRST 的“毕业礼”

徐妙



上周五,是我作为 GIADA 公关总监的最后一天。当我步出熟悉的安联大厦时,心中有对这个‘迦’强烈不舍的离愁,也有对过往五年青春无悔的感激。是的,我更愿称之为“毕业”。在 GIADA 的五年,是一段完整而深刻的求学时光,我在这里习得了关于静美、品牌与深度的全部课程。

而回顾这段求学岁月,最浓墨重彩的篇章,无疑是我们与 FIRST 影展多年来的携手同行。这并非一场简单的品牌赞助,而是一场从靠近、理解到最终相互滋养的漫长旅程。作为这场旅程的核心见证者与参与者,我想以此文,作为我的毕业总结,也为这段交织着光影与优雅的岁月,留下一个注脚。

2022, 起点:GIADA 学苑

时间回拨到 2022 年。那时的奢侈品与电影节合作,大多仍停留在浅层的红毯与曝光。但我们渴望更多。我们想知道,GIADA 所代表的“静奢”,除了作为一种视觉风格,能否成为一种可被探讨的思想?

“GIADA 学苑”便是在这样的思考中诞生的。它的初衷,是为一群在各行各业饶有建树,同时也有志趣追求品质生活的女性,创造一个可以暂停、思考和交流的第三空间。我至今仍清晰地记得 2022 年 1 月 8 日在北京瑰丽酒店现场的氛围:没有浮躁的喧嚣,只有专注的聆听与真诚的对话。当导演、编剧、建筑师、摄影师们身着 GIADA 的服饰,探讨着电影叙事与建筑美学之间的微妙关联时,我看到了她们眼中闪烁的光芒,那是一种因思想碰撞

而被点燃的光。

那一刻我明白，我们成功地将 GIADA 从一件衣服，升华为一种激发创造力的场域与状态。这第一步，迈得坚实而优雅。

深化:播客的心灵回响

如果说 GIADA 学苑是宏大的思想交响，那么随后与第 16 届 FIRST 西宁影展合作的电影人播客系列，则是一曲曲精致的室内乐。

在西宁这片高原微微缺氧的录音室里，影人们剥离了外在的标签与光环，只留下一个个纯粹的创作灵魂。作为项目的推动者，我在监听耳机里，沉浸于那些关于失败、坚持与灵感的真实故事。那些时刻，GIADA 不再是对话的发起者，更像是一个懂得“倾听”的知己，用品牌内核中的沉静与力量，为对话提供了信任的底色。

这些年里，有很多品牌‘羡慕’GIADA，认为我们有着伯乐般毒辣的眼光，早在《好东西》、《我的阿勒泰》等剧目大火之前，就早早锁定邵艺辉、滕丛丛、钟楚曦等女性影人。其实有眼光的，不是 GIADA 公关部，更不是我们其中哪一个个体，而是以岩中花述为内核，坚持做品牌的每一次起心动念。不功利的发心，一直引领 GIADA 走在行业最前端，这一点是无法被模仿，更难以被超越的。

升华:Art to Art, 从赞助到共生

所有的铺垫，最终都汇流成了今年 9 月战略升级后的“Art to Art 电影人共同成长计

划”。这个名字本身，就是一种宣言。它标志着 GIADA 与电影艺术的关系，进入了一个全新的阶段:从支持者，进化为同行者与共生者。

这个计划是一个系统工程，它着眼于长期主义，旨在通过创作基金、电影产业扶持、国际资源对接等方式，体系化地陪伴女性电影人成长。在九月末的项目活动落下帷幕时，我看着檀谷水面上空倒映的天光云影，仿佛看到了一棵树的成长:2022 年的学苑是播种，播客是灌溉，而如今战略升级的“Art to Art”，已是枝繁叶茂，开花结果。能见证并参与这完整的生命周期，是我职业生涯中莫大的幸运。

毕业，与致谢

五年，在 GIADA，我学会的不仅是如何做一场完美的活动，更是如何理解一个品牌的灵魂。我感谢公司给予我的广阔平台与绝对信任，让我能够将无数个“可能”变为“现实”。我感谢所有并肩作战的同事，团队的专业与激情是每一个项目背后的基石。我也要感谢 FIRST，子为老师、宋文老师以及团队的纯粹、锐利与坚持，如同一面镜子，不断照见我们合作的初心，提醒我们艺术的价值所在。

如今，我从 GIADA 毕业了。我带走的，是浸染五年的美学素养，是 GIADA 对“深度”而非“声量”的执着追求。这些，将是我未来路上最坚实的行囊。

而 GIADA 与 FIRST 的故事，必将由更多精彩的人续写。我作为一个心满意足的毕业生，将在不远处，满怀期待地为之喝彩。

这段光影交织的旅程，于我，已是永恒。

ROBERTO COLOMBO
CAV. DEL LAVORO

Dear Mr. Zhao,

After a longstanding relationship with the common aim to pursuing the highest quality, we are glad to inform you that Hermès has acquired a minority stake of Lanificio Luigi Colombo.

Colombo's Family will manage the Company with the same commitment and dedication.

The roots that have guided past and the current generations will shape the future one.

Sincerely yours,

RL LL

Borgosesia, 01 July 2025

VIA XXV APRILE, 18 • 13011 BORGOSIESIA (VC)

一群美丽的人做一份美丽的事业

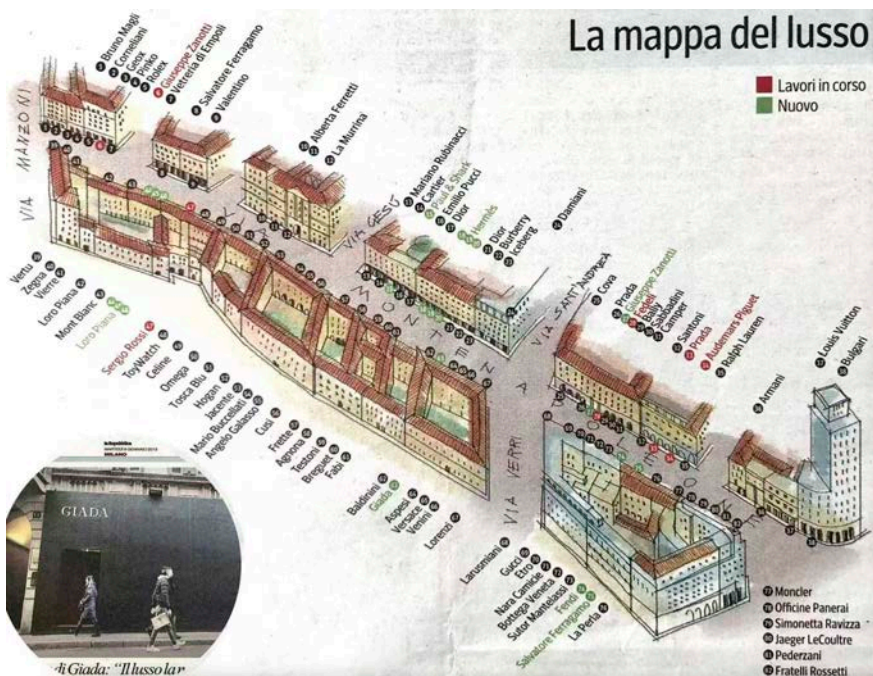
郑冰

2025年是一个历史上重要的年份，这一年是“十四五”规划的收官之年；是中共遵义会议召开90周年；中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年；中国人民志愿军抗美援朝出国作战75周年；台湾光复80周年。

公司历来有着关心时政，不忘历史，爱国爱党的优秀传统，人事部组织了两次重要活动：一是集体观看9月3日的阅兵直播，二是让我们观看爱国电影《南京照相馆》并写观后感。我觉得这两个活动意义非凡，它体现了宏珏企业文化强调的精神内核。红珏人肩负着中华复兴的历史使命，要深刻了解历史，不忘国耻，再去感受国家现在军事上强大的实力，从而自然而然地产生一种强大的民族自豪感，激励我们为奢侈品行业崛起的伟大事业努力不懈，奋勇拼搏。

爱国情怀始终是宏珏企业文化的根基，我认为这至关重要。最近段永平的访谈很引人瞩目，他提到了和巴菲特午餐时，巴菲特认为投资企业最关键看其商业模式，而段永平的投资理念则基于商业模式+企业文化。我觉得他非常聪明，商业模式可以随着社会发展产生变化，而企业文化则是一个公司最重要的基石，它是始终不变的。一个健康的，正确的，有活力的企业文化，将凝成一股坚固且无法被击败的力量，引领企业走向百年甚至更长久的未来，使企业变得稳如磐石，坚不可摧。

一个领导人的格局决定了他事业的广度和深度。一个出色的人物，他看的从来不是眼前，而是二十年三十年，甚至是上百年，上千年，他看的也不只是自己的小家，而是大家，乃至整个民族大国。这种爱国情怀正是红珏人精神滋养的土壤，赵总时不时给我们分享的创业初期的小故事，看似很有趣让大家轻松一笑，但不知我们红珏人一路走来，经历过无数来自奢侈品行业发达国家的压迫和阻力。这一路，随着国家的一步一步壮大和红珏人坚定的爱国情怀，渐渐杀出重围，在国际奢侈品行业上站稳了脚步。而



赵总和李总坚定的家国情怀,使我们红珏人始终相信,国和家是一体的,国强大了,家才能更强,只有中国越来越强,我们宏珏这个“家”才会越来越强!红珏这个大家庭强大了,我们作为红珏人的个体就会得到更好的滋养。所以说,赵总李总的爱国情怀,是宏珏企业文化的坚定内核,是矢志不渝的理想。一个优秀的商业模式我们已经拥有了,并且随着社会的发展我们可以去适应变化,但企业文化内核始终是不变的,它是我们不能忘怀的初心,是我们红珏人坚定不移前进的力量,在我们迷茫的时候,是指引我们方向的明灯。

赵总一直很欣赏华为的创始人任正非,我想正是因为他们惺惺相惜,有着共同的爱国情怀和为中华民族复兴贡献力量共同理想。我们公司虽然从事着和华为不一样的事业,但我们的事业同样伟大。华为是对中国科技进步做了巨大贡献的伟大企业,而我们宏珏则是致力于提高中国人的生活品质。我们不但在产品制造上精益求精,追求卓越,还开创了GIADA岩中花述播客,通过GIADA Academy学苑开展知识讲座,艺术教学,学术访谈等。在企业内部,我们则坚持每年精心选拔优秀文章编纂成精美的《红珏人》;这一系列的文化活动丰盈了人们的内在精神,鼓励人们终身学习、悦纳自我,提高自身艺术素养,从而给国人打造一个由内至外的有文化修养,有艺术品位,有品质追求的生活方式。

中国的快速发展使得越来越多像华为这样优秀的企业像雨后春笋一样涌现出来,但在精神的层面上,像宏珏公司这样丰富,始终愿意做中国五千年文化传道士的企业,也许,仅此一家。这也是宏珏的成功无法被复制的原因。赵总开会的时候也分享过他在著名的Marangoni高等学院讲课时,毫无保留地讲授自己的商业模式,甚至授予自己的商业秘密,让众人为之钦佩仰慕。宏珏理念中“为中国奢侈品行业崛起奋斗”绝非一句空口号,而是知行合一,以身作则,在行业里树立了一个崭新的高度。宏珏人三十年来在赵总李总的带领下,用高尚的价值观打造最高端的产品,赢得了国际奢侈品行业的尊重,和高品质且具有创新工匠精神的良好口碑。

红珏人理应为此感到骄傲,而为我们“一群美丽的人做一份美丽的事业”而奋斗!

Brand Statement

GIADA品牌宣言

夫唯大雅，卓尔不群。GIADA为当代女性提供商务社交场合的静奢仪式感着装，如岩石上的花，优雅、柔美而有力量。产品甄选骆马绒、西伯利亚北山羊绒、小山羊绒等全球珍稀天然面料，以艺术性的手法呈现永恒之美。

秉承“Art to Art”的品牌哲学，GIADA溯源意大利古典美学，以文艺复兴的先驱：波提切利作为灵感基石，解构其作品中的“花卉”。经由印花、提花、烧花、刺绣、钉珠、流苏串珠等意大利及全球高级手工艺呈现，形成GIADA极简、高级、优雅的艺术时装作品。



