



"Mosaic" Romanticism

Following the tremendous success of the launch of YOOX Group in China with the online store emporoarmani.cn, the company will continue to gain presence in China with the upcoming launch of thecorner.com.cn. thecorner.com.cn will introduce several niche luxury brands to the Chinese market for the first time, catering to the emerging millions of fast-growing consumers of luxury products.



# 目录

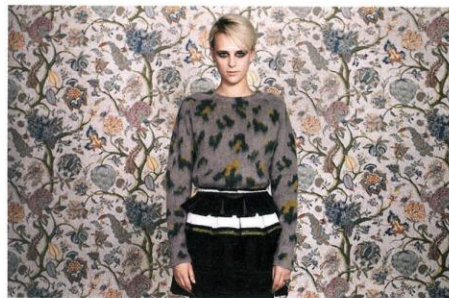
September 2011

## 睿资讯

- 行程 11
- 谈资 14
- 数码 16

## 睿生活

- 钟表 机械红颜 18
- 单品 亮色来袭 20
- 时尚 针织复兴 22
- 生色 皇后的新装 26



## 睿专题·葡萄酒

- 35 液体黄金
- 36 特色葡萄酒投资
- 40 投资方法论
- 44 买个酒庄



- 与FT共进下午茶 侯孝贤的世故与苍凉 65
- 跟筒西丝喝一杯 黑皮诺探路者 70
- 慢食人生 流动的宴席 73
- 旅行 在天堂中垂钓 74
- 托尼走天下 刚果纪行 77
- 艺术 威尼斯沉没 78
- 快车道 新加坡酒店幻想曲 80



## 睿财富

- 52 投资家 旅游带来投资机会
- 53 另类投资 文物中的泡沫
- 54 藏家 痴迷老爷车
- 56 海外置业 地产的化妆时代
- 60 保险 七个细节决定家财险
- 62 财富人生 “马赛克”浪漫主义



FT RUI. September 2011



睿  
财  
富  
—  
财  
富  
人  
生



FT RUI, September 2011

## “马赛克”式的浪漫主义

Federico Marchetti用“马赛克”来概括自己，他创立的奢侈品网店yoox.com获得了巨大成功，但他认为驱动自己的力量并非金钱，而是创造本身。他是时尚中人，但他相信时尚是节俭的品质。

文 / Clarissa Sebag-Montefiore 译 / 杜然

当我来到北京的Village Café，采访意大利的奢侈品网络零售巨人YOOX集团的创始人Federico Marchetti时，迎接我的是三位负责公关的姑娘。她们或穿风格简约的西服，或者柔软的丝质连衣裙，就像三位时尚的中国版霹雳娇娃，保护Marchetti免受讨厌的记者们的骚扰。

姑娘们在我对面坐下：背挺直，把笔记本拿出来，关键的数码录音笔放在了桌子上。她们给Marchetti打去电话，请他从自己的房间下来，这里是极时尚的瑜伽酒店，Village Café就位于这家酒店内。几分钟之后，Marchetti不疾不徐地走到我们的桌子。

Marchetti在2000年推出网店yoox.com时，年方31岁；该网站以折扣价大量提供时尚品牌的货品，从而吸引了大量的消费者。2006年，他为Marni集团推出正式的电子商务网站marni.com；从那以后，YOOX集团为Valentino到Dolce & Gabbana等各种品牌运营网络专卖店。2009年12月，YOOX集团上市，作为当年唯一在米兰证券交易所首次公开募股的企业而影响激增，一个一直以来低调的企业因此引发了众人的关注。

去年，YOOX集团每月达860万的独立访问用户，全年接到了150万个订单，用更为直观的方式进行表述，就是全球每21秒就有一笔订单。而现在，他们准备征服中国市场。Marchetti有理由洋洋自得。不过眼前的这个男人却异常谦和。而且，嗯，招人喜欢。

他在我旁边坐下，特地把椅子从面对公关三人组转向了我，并且以一种充满亲和力的姿势，展露出一双小马驹般的长腿。

“那么，中国……”我的采访开始了。无需把这句话说完。中国的网民人数现在已经达到了4.5亿人，电子商务的未来充满了希望。Marchetti或许很腼腆，但他看问题很清楚：YOOX集团已经宣布，到2015年，让中国成为它最大的三个市场之一。

“我们是世界上第一个来到中国的，”他

是指YOOX集团于去年12月正式进入中国市场。

“我们是世界上第一个将真正的西方时尚带入这里的——像是Emporio Armani这样的品牌（由YOOX集团负责运营的该品牌中文网络旗舰店同时推出）。我认为没有什么东西的速度能超过网络。但中国的变化之快，超过了网络。所以，把这两样结合在一起，就能发生爆炸，就能成为炮弹。”

Marchetti来北京是为了推出超酷的在线精品店thecorner.com.cn——他希望这个举动能激起正脱颖而出的中国数百万精品消费阶层的想象力。thecorner.com创办于2008年，它的灵感来自于无所不在的城市“corner store”。与那些砖头水泥的实体店相比，这家在线精品店更有魅力、更吸引人，上面有一系列专卖最新设计的迷你店（全价销售当季设计）。

我看看咖啡馆玻璃幕墙外面的街道——就在我们后面，是新落成的三里屯Village北区。随着许多的购物中心在前共产主义中国的灰烬中拔地而起，发展象征着赤裸裸的、饥渴的资本主义。“你确定中国已经做好了准备？”我朝四周比划着，问他。

他的回答响亮而明确。Marchetti第一次来中国是在2003年，那会儿的确是太早了。之后这里发生了很大的变化。“我记得很早之前就去过恒隆广场（上海的一处购物中心），”他回忆道，“当时那里就像是一座空荡荡的大教堂。2008、2009年的时候，这里的时尚还处在可以察觉的阶段，到现在，则非常明显了。”

如果时尚在中国就像蝴蝶，已经脱茧而出，那么通过点击鼠标的方式来购物会使得消费行为变得更容易。我提到，YOOX集团就像是一幅由来自世界上不同国家的时尚品牌、针对特定市场的设计师、艺术家、商人、网页设计师所构成的马赛克镶嵌图案；它不仅使得线上购物变得容易，而且还是一件非常有趣的事情。

Marchetti兴奋起来。“没错！那是我最喜欢的一个词。你知道拉韦纳（Ravenna，一座人口只

有15万人的意大利小城，Marchetti于1969年出生在这里）吗？那里以出产马赛克而闻名。马赛克构成了我的基因。”

马赛克的确是一个有趣而恰当的比喻。集团的名字让人一看就想到这家公司充满了创意才能——名字由Marchetti亲自命名，X和Y象征着人类的染色体，也让人想起luxury（奢侈品）这个词。

尤其是艺术，在thecorner.com.cn获得了重要的地位；它将不仅仅是一家网店，还是一个互动空间，在这里，设计师和摄影师可以展现他们对世界的看法。在这个中文版的网站上，将有一段王家卫的御用摄影师夏永康导演的时尚影片，主演是中国电影的宠儿桂纶镁。

“我真正的角色不是董事会主席和首席执行官，”Marchetti沉思道，“因为我最喜欢的过程是创造的过程，创造性的合作。它一直是把工作和乐趣融为一体。互联网可以是一件非常美妙的事物。那也正是为什么我们在过去的十一年中一直在教育各品牌。网络会是一个美丽的空间——如果你能让它变得美丽。”

Marchetti的父母在意大利的Telecom和Fiat（菲亚特）上班。他在米兰的博科尼大学（Bocconi University）获得经济学学位，在哥伦比亚大学商学院获得工商管理硕士学位，二十多岁的时候，他一直在雷曼兄弟（Lehman Brothers）工作，之后是在贝恩投资（Bain Capital）。那段时间令他下定决心创办自己的公司，不要做公司世界（corporate world）的奴隶。

“不，那不是我计划出来的，”他回忆说，“我当时迫不得已的想法是，‘okay，我要做，哪怕不喜欢它，我也要’。为了把我创意的那一面经营好，我得发展我的商业感觉，因为我在这一块不是太强。当初的计划就是这样的。”他大笑说，“这计划奏效了。”

有那种“我终于找到了我要做的”感觉吗？

这个问题令他严肃起来。“你知道，那是一种很有意思的事情，我是指创意的产生。它有点



FT RUI, September 2011



上 摄影师为yoox.com拍摄模特图

神奇。我认为你需要经历一些挫折，因为你要太高兴，就很难产生伟大的创意。”

就像梵高和济慈？我脱口而出。世俗的苦难激发起那位诗人和那位艺术家创作出不朽的作品……

“是这样的，是这样的，” Marchetti点着头。“在贝恩工作的时候我心情很不好，他们把我变得很沮丧。每天早上我都是强烈的挫败感中醒过来——我对自己说，再也受不了在这种公司工作。我受不了客户，受不了老板。对我来说，太难受了。那几个月让我变得很沮丧，所以我说，‘好吧，我真得做点什么了。’所以，那些挫败感真的起到了重要的作用。”

Marchetti在互联网泡沫的高峰时期推出了yoox.com，随后泡沫破裂。在他的创业之初充满了戏剧性。在拿到风投15天之后，欧洲的在线运动服零售商Boo.com就倒闭了，风险投资家纷纷把门给砰地关上。

那么，为什么Boo.com在他们的“.com”美梦中化为碎片，而yoox.com却能屹立不倒？因为他们飞得太高，断了地气。我想他们没有步步高升，没有为公司业务打下坚实的基础和根基。”

Marchetti也不否认，运气在其中所起到的作用。“我认为你要是胆不够大，就不会有好运。但你就是有了胆量，还是未必会有好运气。”

与那些崩溃前如花儿一般怒放一两年的烧钱网站不同，Marchetti想要建立一个持久的帝国。“我感兴趣的是建立一家企业，能够持续长期发展……”他停下来，目光定在某处，微笑着，纠正着自己。“四十年之后，打开《金融时报》，读到YOOX集团是意大利最大的企业。这就是我的梦想。或许那时我已经退休了，我住在海滨一处漂亮的宅子里。那是我的梦想。”

那是Marchetti现在能够负担得起的梦想。在2011年的第一季度，集团的净收入达到了6970万欧元，与2010年第一季度相比，增长了38.6%。金钱是否令他的抱负更大？

“不会，坦率地说，不管你信也好不信也好，抱负与钱无关。它与创造之美有关。我认为创造某个东西、成为一位先驱、发明新的事物、第一个抵达某个地方、为其他人带来灵感、为来自意大利以及世界各地的500人提供工作机会，都是令人非常、非常激动的事情。”他停顿片刻，又接着说，“那是非常激动的事情。钱是第二位的考量；没错，钱很重要。但我认为，以钱为驱动力，不会让你做出多了不起的事情来。”

我相信他的话。Marchetti踩着一辆Graziella古董自行车在米兰的街头飞驰，他今天依旧住在当初做学生时所住的那套公寓里，他买下楼上的公寓，把两套打通成一套大公寓（“我在建造一座城堡”，他咧开嘴，故意一本正经地说道）。似乎是一种习惯——他在纽约的公寓，也与他当初在哥伦比亚大学念书时住的地方在同一条街。

从他挑选住处就可以看出，虽是时尚中人，却根本不在乎别人怎么看他。他认为，服装应该裁剪精美，经久耐用。“我并不迷恋物体或者单品。我感兴趣的是发现。我喜欢发现新的东西，新的设计师。在我看来，时尚是一种节俭的品质。就像这双穿了十五年的鞋。”

他指了指自己脚上的鞋，伸出脚来方便我观摩。十五年？我吃惊地问道。在今天这个用完就扔的年代，十五年相当于一辈子。

“十五年。”他重复道。

它们看起来是新的，我说。

“它们看起来跟新的一样。这是我兄弟送

给我的礼物。”他低下头，转动着脚，再一次欣赏着自己穿的鞋。“十五年了。它们看上去还是跟新的一样。”

Marchetti像孩子一般，因为生活中的小乐趣而快乐。“我认为我真是像小孩。记得有个朋友叫我‘墨守成规的人’。”他的嘴里冒出那句英国俗语，不过语法上有那么一点点错。虽然在美国住了许多年，Marchetti说起英语来还是像说意大利语一般抑扬顿挫。“我要喜欢上了一家餐厅，就总去那家。我养成了习惯就不会改。或者说，我是浪漫主义者。”

浪漫主义，也许吧。但Marchetti几乎是集中所有精力向前进。他说，在他的生命或者公司中，没有怀旧这回事（“我不喜欢过去的事情。我总是向前看”）。

或者，这有助于解释为什么Marchetti能取得惊人的成功。在他身上，理想主义、和蔼善良、雄心壮志奇怪地组合在一起，同时还带有一种令人舒服的欧式魅力。尤其是，Marchetti令线上购物变得“优美”；毫无疑问，目前执迷于大品牌、渴望躲开假冒品的中国消费者，将会爱上Alexander McQueen的裙子——只要点点鼠标。

在起身离开的时候，我提到我即将去英国的乡村参加姊姊的婚礼。为了准备这篇采访，我特意上了yoox.com，结果对一条See by Chloé丝裙一见钟情，重金买下。Marchetti吃了一惊，然后，为我的坦诚所感动。“太好了，我很高兴听你这么讲。我很高兴听你这么讲。”

然后，他当即宣布，在我结婚的时候，我一定要从yoox.com上挑选我的婚纱。“我会给你一个特别的折扣，”他笑着说，“免费。婚纱免费送给你。记住了吗？你要记住呀。”你猜怎么着？我想我会记住他的话。■