



东方美谷

上海·奉贤

正在崛起的上海新都市产业生态圈



作为资深人士，葛文耀一直未曾离开化妆品行业。

投入到研发中，形成良性循环。

葛文耀进一步指出，“东方美谷”所要吸纳的，不仅仅是化妆品企业，一些跟化妆品相关的配套企业也应该大力吸纳。比方说生产化妆品配套的瓶装企业。化妆品需要很多塑料瓶、玻璃瓶、喷头、气压泵，如果从很远的地方运输过来，会有二次清洗的问题。如果就在产业园区有相关企业，这对化妆品企业而言无疑将会节约大量成本和时间。还有就是那些跟美丽相关的企业、产业——服装、箱包、手工艺品，都可以吸纳进来。美丽不仅仅是化妆品，还应包括健康、时尚。

随着电子商务的快速发展，物流配套显得越发重要。葛文耀说，以后产品可能不是一箱箱出去，而是一瓶瓶快递出去。没有相应的物流配套，也会拖企业后腿。“好在现在交通非常方便，如果不堵车，从奉贤到市区也不过半小时的车程。”

时尚版图

正因为“东方美谷”美丽概念的延伸，导致葛文耀和他梦想打造的中国奢侈品品牌有了进一步的“亲密接触”。

“打造属于中国的奢侈品牌一直是我多年来的梦想，早在2007年，佰草集刚站稳脚跟时，我们就开始致力于家化集团的转型，从单一日化变成时尚集团。可惜后来因为种种原因没能成功。”葛文耀坦言，早在2007年，他就向上海相关部门写报告呼吁发展时尚产业，但受国有企业的制度限制，发展计划并未实施。被葛文耀寄予厚望的企业改制，也未给其时尚产业梦找到出口，反而因在这一问题上与大股东平安信托的分歧，最终导致葛文耀离开家化。

不过，即便在离开家化后，葛文耀也没有放弃这一计划。

在就任上海国际时尚联合会会长一职后，葛文耀似乎找到了一条更开阔的路——创办高定时装周、成立高定公司、设立高定风险基金，投资有实力的手工艺企业。

不同于一般的奢侈品牌，葛文耀将高定上海定位于高端精品一站式服务平台：在线上，通过高定上海电子商务平台，为合作品牌实现品牌及产品展示、互动和交易；在线下，通过开设体验店、会员俱乐部跨界高端会员活动及高定周等精准宣传平台，打开市场格局。

目前，高定上海拥有40余个合作品牌，包括华服领军品牌NE.TIGER、海派旗袍鼻祖“瀚艺 HANART”、中国掐丝珐琅腕表代表品牌“孔氏珐琅”、“政要服装专家”美籍华人设计师 Grace Chen 的同名品牌，以及葛文耀钟爱的海鸥手表，未来合作品牌将进一步扩充至200家左右。

“高定上海将集结中国最顶尖的手工艺，用市场化的手段将其推向市场，打造独特的奢侈品品牌。”葛文耀指出，“中国的手工业正处在全面复兴的时代。”

环顾葛文耀的办公室，浓郁的艺术气息占据了每个角落，字画、古琴、茶海、香炉，踩着吱吱嘎嘎的木质楼梯和略显幽暗的狭小走廊，对于传统文化的拥趸来说，这里是一个天堂。葛文耀最爱讲的是传统手工技艺，最爱跟大家“显摆”的是他那块绘有“龙形”图案的掐丝珐琅手表。

经过多年的积累沉淀，中国本土精品制造业，特别是手工艺，在诸多领域已经达到国际最高水平。“晚清以来失传的手工艺正在逐渐恢复，《半月传》让缂丝技术在中国恢复了。很多年轻人开始进入这些领域，热爱并钻研，出来的产品很快就达到了很高的水平。”

“瓷器、漆器、服装，这些中国传统技艺正在复兴，十年前我在日本买漆器，在欧洲买瓷器，尽管瓷器叫‘china’，但中国瓷器多年以来一直落后于日本、欧洲，现在，我们有了汉光瓷，从质量上已经全面超过欧洲。”

“这么多年，我一直希望能为中国多做些高端品牌，在家化时是这样，离开家化也是如此，20年后，中国奢侈品肯定会走在世界前列，那个时候我可能不在了，但我希望能推动这个事情发展。”午后阳光照耀下，透过淡色眼镜片，葛文耀的目光坚毅而自信。

尽管是最痴迷的手工艺拥趸，但葛文耀在品牌运作上依然展现了清晰的运作逻辑和精明的商业头脑。

在葛文耀看来，高定上海就是这样一个载体。O2O平台只是第一步，在顺畅运营起来之后，高定上海将进行估值融资，将资金投向旗下有潜力的品牌，帮助其继续做大做强。针对不同的目标群体打造不同的品牌形象，产品则可以互通有无。高