

承诺做好事,1000英镑就是你的

英国神秘客当街派钱促人向善,已送出近10万英镑给“幸运儿”

如果你走在大街上,有陌生人送你意外之财,你会做何反应?

英国一名不愿透露姓名的富翁正在当街送钱,唯一的条件是拿到钱的人要承诺做点善事。

【当街送钱】“要用它做点好事”

这名富翁称自己为“幸运先生”,当街派钱的行为是他的一个项目,项目名为“我们走运”,旨在增强人们的责任感。

英国《星期日电讯报》记者找到“幸运先生”,用一天时间对他贴身采访,见证了他如何在伦敦的大街小巷寻找10名幸运“中奖者”,以及人们面对“飞来横财”或欣喜、或疑惑、或拒绝的不同反应。

选定目标后,“幸运先生”会交给对方一个内附一张精美卡片的信封,卡片上写着:“你是幸运儿。你被选定参与我们这个令人兴奋的新项目,1000英镑(约合9862元人民币)属于你了,要用它做点好事。”

之后,他要求对方在48小时后与他联系。有时,为了让项目变得更加有趣,他不把钱直接给对方,而是采用“寻宝游戏”的手法,通过“推特”向“幸运儿”发送“寻宝”提示,让对方去找这笔钱。

【传递温暖】“幸运儿”的故事均公开

据“幸运先生”说,迄今他已在世界各地送出近10万英镑。那么,如何保证得到钱的人的确做了善事?“幸运先生”回答:“我不能保证。我把钱留下,不去评判或检查,有时你只需去相信别人。”

不过,“幸运先生”会在“我们走运”网站上张贴“幸运儿”的照片,讲述他们的故事。

“有人问我,为什么不直接把钱捐给慈善机构……那不是我想要的。我要把其他人拉进这个圈子,当我把钱给某个人时,我会感觉到温暖,当他/她用钱做了善事,也会感觉到温暖。这种温暖的感觉是附加的非货币价值。”

贴身采访那天,记者见证的第一个“幸运儿”是名年轻女性。她追着一名男士跑了好远,只为还回对方不小心掉落的iPhone手机。

WE ARE LUCKY



“我们走运”网站张贴了“幸运儿”的照片,他们都领到了1000英镑。

背后

与朋友聊天来灵感 富翁取消太空游设派钱项目

“幸运先生”来自伦敦,年龄在35岁至40岁之间,头发乱蓬蓬,常穿一条皱巴巴的牛仔褲、一双高帮运动鞋,脖子上挂着部相机。

他先前在一家保险公司工作,前年辞职后,突然发现自己拥有的财富超出预计。“我预定了一次太空旅游,以实现儿时梦想。我把这件事告诉了朋友,聊着聊着话题改变,我想知道他们如果像我那么有钱,会干些什么。他们的想法比我的更慷慨、更有趣、更富责任感。”

那次聊天后,“幸运先生”取消了太空旅游,设立“我们走运”项目。“我不想只是自己走运,而是想跟大家分享责任”,他说,“我决定每天派发1000英镑,要求得到钱的人用它做积极的事。我给他们拍照,填一个简单问卷,以便了解他们的愿望和这笔钱的用途。”

国内连线

“紫荆女侠”深夜发钱发物

2011年5月,香港港九一带出现一名衣着性感的“紫荆女侠”,每到深夜,她便会身着黑色紧身衣,头戴蓝色面罩,造访贫民居住的笼屋、天桥,派发100港元(约合82元人民币)、罐头、即食面。她称自己系因不满港府不分贫富发现金。“连有钱人都发钱,绝对是乱给钱,我要把自己的6000港元捐出来,发给最需要的人。”

“紫荆女侠”称,自己不想太高调,因恐暴露身份,更怕引来不必要之是非。有网民欣赏“紫荆女侠”的善行,声称要加入做义工。

■据新华社

张裕“三驾马车”驱动未来十年

面对日趋激烈的国际竞争,已经走过了120个年头的张裕公司,如何才能确保企业永立潮头?为了应对中国葡萄酒市场未来的发展趋势,张裕公司在120周年庆典上宣布调整未来十年的公司战略:股份公司在2012年初对销售组织架构进行了战略调整,成立了自有品牌葡萄酒、白兰地、进口葡萄酒三大销售公司,“三驾马车”并驾齐驱,共同拉动张裕未来十年的发展。

张裕斥资60亿建“葡萄酒航母”

国际葡萄酒与烈酒展览会组织(Vinexpo)预测,中国葡萄酒市场未来几年将继续保持两位数的增长,到2015年中国葡萄酒年消费量

将再增54%。从消费额来看,将成为仅次于美国的第二大葡萄酒消费国,世界葡萄酒将步入“中国时代”。

国际机构的预测在张裕120周年庆典上得到了印证。为了做大做强自有品牌葡萄酒与白兰地,张裕宣布启动烟台张裕国际葡萄酒城项目建设。该项目占地6200亩,计划总投资60亿元人民币,将于2016年完工。它包括葡萄与葡萄酒研究院、葡萄酒生产中心、丁洛特葡萄酒酒庄、可雅白兰地酒庄、葡萄种植示范园、先锋国际葡萄酒交易中心、海纳葡萄酒小镇共七大主题功能区,其巨大的投入与规模让发布会现场的国外同行直呼“葡萄酒航母”。

三年将建1000家酒庄联盟专营店

随着中国消费者对葡萄酒需求的日益多元化,进口葡萄酒将继续保持较高的增长速度。为此,专营进口葡萄酒业务的张裕先锋国际酒业公司正在面向全球招商,组建张裕先锋国际酒庄联盟,已与多家国际葡萄酒巨头签约合作或签订合作意向。“最终,我们只会选择全球十家左右大的葡萄酒企业集团合作,获得合作企业在国内的独家经销权,旗下的全部或主要品牌由张裕独家引进中国。”

据了解,从国际发展趋势来看,专营店已经成为酒庄酒销售的主流渠道,星座公司在加拿大拥有专营店200多家,卡斯特在欧洲开设

了500多家。从2012年开始,张裕在全国启动张裕先锋国际酒庄联盟专营店项目。张裕公司总经理周洪江表示,“2012年我们计划在全国拓展300家专营店,未来3年达到1000家,我们打算用6年时间打造3000家联盟专营店。”

近年来,随着进口葡萄酒的迅速增长,也带来了质次价高、假酒泛滥等市场乱象。据介绍,张裕先锋国际酒庄联盟专营店直接打出“诚信连锁”牌:每瓶酒均保证原瓶进口,张裕还向消费者承诺,联盟专营店无一瓶假酒,发现一瓶假酒,愿受罚10万元。英国《金融时报》报道,有望成为“未来的世界顶级品牌”的5个新兴市场食品及饮料品牌,张裕公司名列其中。(王丽)

那些天,我们一路“向北”

——“一路向北 创新之旅”探秘黄山

自广州出发的那天起,我们“一路向北”的征途便算是正式开启了。在近两周的行进过程中,车队浩浩荡荡地驶过众多国内著名旅游景点,遍览沿途的名山大川和名胜古迹。如今,我们即将从武汉出发,驾驶东风日产的高端车型楼兰和天籁,前往旅游胜地——黄山。感受黄山美景的同时,我们也将充分体验东风日产高端车型的卓越品质。

简短的出发仪式过后,车队开始行进。启动引擎的刹那,伴随着一声低沉的轰鸣,MURANO楼兰载着我们,踏上了旅途。如果不特意低头看下转速表,我难以相信如此安静的环境下,MURANO楼兰搭载的V6发动机已在高速运转。

行进途中,一路风景如画,以“自然雕刻印象”造型设计的MURANO楼兰与大自然给予的这片青山绿水相映成趣。MURANO楼兰一改以往传统SUV简单硬朗的线条,而是,以“风之语”为设计理念,运用大量犹如清风掠过的弧线元素,让整车极具豪华跑车般的速度感和流畅感,携着蓄势待发的磅礴气势跃然于世。正脸看MURANO楼兰,可以发现其别出心裁的前进气格栅其实并不夸张,但是镀铬线条的设计以及HID氙气大灯一体化的设计,使得



MURANO楼兰看上去更加动感,狭长的氙气大灯设计和整个前脸相得益彰,互相辉映。而MURANO楼兰的下格栅采用了类似第一代MURANO的设计,面积更大,与上进气格栅配合的很和谐,运动感十足。

从操控上看,楼兰的操控在同级中绝对算得上是名列前茅。集跑车化的动力表现与舒适驾控(Control)、轻松自信的全路况征服(Conquer)和

极致舒适的豪华静谧空间(Comfort)于一体的C3全路况豪华舒适驾乘系统,彻底颠覆了传统SUV无法兼容越野性与舒适性的局限。

值得一提的是,MURANO楼兰配备了与英菲尼迪FX、EX系列同级别的BOSE全定制高保真音响,这套音响系统是BOSE公司专门针对MURANO楼兰的内部特点进行定制的。无论是遍布全车的11个扬声器还是设置在备胎中的低音扬声器,在全方位降低车内噪音的同时又让我们在路上享受了一场完美的音乐盛会。

经过了300余公里的行程后,车队终于到达了黄山景区。多云的天空让黄山显得更加云山雾罩,颇有几分“雾里看黄山”的感觉。雾气在山峰之间,时而飘散,时而聚拢,为黄山增添了些许神秘。但浓重的云雾阻碍了视线,让我们难以远观黄山。于是我们索性步行进山参观。

结束了妙趣横生的黄山之旅,一行人感慨颇深。这一路楼兰的个性豪华和天籁的旗舰舒适,都给我们留下十分深刻的印象。在驾乘的过程中,我们不仅欣赏了大自然壮美秀丽的景观,更加领略到了东风日产强大的产品力。

暑期,与“蕙兰瑜伽”在张家界美丽约会

7月26日-29日,为期四天的“蕙兰瑜伽全国学习休闲活动”将在湖南张家界湘电国际酒店举办。届时,将由教授高级瑜伽科学超过25年的国际瑜伽和冥想顾问以及蕙兰瑜伽高级教师亲自授课。其教授的放松释压技法和身心保养科学,以及倡导的健康生活方式,被越来越多的人熟知和喜爱。

近年来,该活动相继在国内多个大中城市举办,已成为引领都市健康生活,促进内在修养锻炼的新风尚。据悉,该活动的参加者不仅将学习到正宗的蕙兰瑜伽姿势和瑜伽冥想课程,同时还将会学到如何将瑜伽与繁忙的生活相结合,并深化对瑜伽哲学、世界观和瑜伽生活方式的理解。此外,该活动还将在九寨沟、杭州等城市陆续举办。详情请见蕙兰瑜伽官方网站。