

要懂礼仪,通法律,会英语,还有一个重要的技能是化装,为什么呢?

应聘保镖要求会化装 年薪最高 36 万元

□ 徐富盈

3月9日上午,河南人才市场春季招聘会人流如织,一个“特殊”的展位格外引人瞩目。

一家保镖公司在招收男女武林高手,为社会提供特殊的“随身护卫”。据称,该公司是中国首家合法特卫公司。

“我们公司是公安部考核批准,去年4月10日正式成立的,在建好4个培训基地后,今天第一次面向社会招聘护卫高手。”工作人员介绍。

帅小伙入围“保镖”面试

据郑州晚报报道,3月9日9点半,这家公司的招聘台刚布置好,就引来不少好奇的人围观。神秘的工作、高薪的诱惑,加上现场的帅哥美女“保镖”超酷亮相,人们纷纷索要招生简章。

私人保镖,让人联想到小说中的“武林高手”,功夫高强,身上藏满暗器。也让人想到周润发、李连杰、成龙这些知名的高手扮演的保镖和杀手。

一名叫张天晓的退伍军人被招聘人员看中,他曾服役于武警某部队,5年的部队历练成就了一身的好本领。招聘人员看了看他优秀退伍军人证件后,并没有让他练功夫,而是问他礼仪和英语等能力的掌握情况。

张天晓说,自己就是直奔这个公司而来的。张天晓帅气的外表和从军的经历,很快为他赢得了进入面试的“通行证”。

他拿着面试证满意地离去,并高兴地说自己会动员战友们也来试试。

上午,有800多人领走报名表。

现代版“保镖”是啥样

该公司的负责人吕文启介绍,他们招聘的特保(特殊保镖)人员,与传统意义上的保镖有本质的不同。

“以前的保镖,只会拳脚就行,不管雇主从事的行业是不是违法。”

“我们要的人,真正的亮点在后期的培训。特种部队退役的军人中,主要招聘侦察兵,他们受过军队正规训练,综合素质好。3到6个月培训的,并不是武打,而是商务礼仪、公文文秘、英语对话等。”

吕文启说:“我们有一个非常重要的课,就是人人会化装伪装。在紧急情况下,保镖要及时为主人化装,伪装后离开现场。同时,还学习犯罪心理学,懂法。什么叫正当防卫?工作中不能触碰法律红线。”

“现代版的特保,是全能型的,懂法守法。我们现在已经接到非洲乌干达的合同了,他们要人,我们要马上给他们培训。”

保镖年工资最高 36 万

每个报名的人,都会经过公安监管信息系统平台确认,确认没有犯罪记录,家中没有精神病史。

“我们公司所派出的特保,都受到双重监管,假如我们的队员被派往外地执行任务,不但我们这里对他监督,雇佣方所在地的警方,也要备案。”

公司介绍,优秀特保人员的工资,每年36万元。



河南青年青睐特保招聘。

社会给人的机会应该是平等的,每一个人的努力都不同,结果也不同。富人也是从弱势群体中跑出来的——

富人不努力,也没有机会

□ 何仁军

在两会上,温家宝总理在政府工作报告中说,“要把促进社会公平正义放在更加突出的位置。”社会公正引发代表热议。

据佛山日报报道,近日在审议全国人大常委会工作报告间隙,全国人大代表、中源石油集团国际有限公司董事长梁耀辉接受记者采访时说,看待社会公正与否,心态很重要,应该承认差异性。

“社会本身就存在差异,这种差异性并非一定意味不公正。”针对社会上一定程度存在的不公质疑声,梁耀辉用一个比喻证明自己的观点:“哪怕一家人,兄弟姐妹,发展也会有差距,你总不能说这种差异源自父母的厚此薄彼,其实不是这样的。”

有观点认为,社会上不是仇官,也不是仇富,而是仇“不公”,对此梁耀辉表示,社会给人的机会应该是平等的,每一个人的努力都不同,结果也不同。“((有的)富人也是从弱势群体中‘跑出来的’,他不努力也没有机会。”

就像一场比赛,同一起跑线,发



全国人大代表梁耀辉

令枪响后,选手到达终点总会有先后,不能说这不公平。梁耀辉说,社会的规则总的来说是公平的,每个人都有自己的强项,都应该找准自己在社会中的定位与角色,从而“八仙过海,各显神通”,去发挥各自的优势。

梁耀辉说,看待社会公正问题,关键要有正确的价值观、人生观、社会观与道德观。“就像酒店的服务员,如果他们总是想,凭什么给你们端茶递水,那就是心态出了问题,就

“中国对葡萄酒的认知速度可能会更快,如果你到上海等城市看看,你会觉得一切皆有可能。”

葡萄“美”酒 渐入中国人视野

□ 徐菲远

美国葡萄酒业一直努力在与占据中国市场的法国葡萄酒抗争。借助中国人熟悉的影片《生死海岸(Bay Watch)》及金门桥等形象来传递美国加州生活方式的途径,美国葡萄酒逐渐进入中国人的视野。美国葡萄酒推广组织加州餐酒协会国际营销负责人 Linsey Gallagher 表示,“此举的目的是向中国消费者呈现加州葡萄酒及与其相联的西方世界。随着中国人生活品质的不断提高,高端葡萄酒作为奢侈生活方式的一部分,将成为中国消费者梦寐以求的产品。”

市场渐趋成熟

据华夏商报报道,加州餐酒协会的数据显示,2011年,美国葡萄酒出口额达14亿美元,较2010年增长近22%,创历史新高。其中,对中国市场出口额增长42%,表示美国酒商向中国市场输出高端赤霞珠和霞多丽葡萄酒大获成功。

在的大好形势的鼓舞下,美国加州洛迪、纳帕谷、索诺玛和帕索罗布

等主要产区的酒商联合起来,共同发力中国市场。加州餐酒协会希望借助系列推广活动展示加州葡萄酒的高质量、多样性及其价值。该活动会通过传播具有代表性的加州形象,比如乡村景观、美食佳肴以及积极的可持续的生活方式,使中国人将所了解的加州与其葡萄酒相关联,以期引起他们对加州葡萄酒的兴趣。

中国葡萄酒市场的巨大潜力对于加州酒商非常具有诱惑力。加州洛迪产区酒商 Joan Kautz 回忆:“十几年前,因为不习惯葡萄酒的口感,中国人会把法国拉菲兑可乐来喝。”如今,随着中国中产阶级队伍的壮大和对葡萄酒的需求日盛,越来越多的中国人开始消费加州的葡萄酒。Kautz 说,“法国酒在中国市场一枝独秀的时代已经过去了,中国人的口味喜好发生了新的变化。”

一切皆有可能

为了给自己的赤霞珠葡萄酒寻找一家中国经销商,Heitz Cellar酒庄的 Kathleen Heitz-Myers 已经5次来到中国。“我原以为中国人购买

会整天抱怨社会不公。”如果他们换个角度想,大家来了是客人,给大家添点水,就会其乐融融,增强幸福感。“这就是角色定位与价值定位”,梁耀辉说。

“其实富人也不容易,压力很大,虽然有钱,但经常也失眠”,梁耀辉说,社会各阶层应相互理解,摆正心态。虽然你是穷人,孩子可能没钱去国外上学;但有钱人家的孩子去



国外,也并非就是好事。“不要整天和别人比较,也不要患得患失”,“如果吃得安全、住得开心、用得放心,那这个社会就 OK。”梁耀辉说。

不过,他也不否认社会的确在某些时候、某些领域有不公平的事情发生。梁耀辉建议,这需要大家给社会一些时间去进步,给点空间让大家去接受。

推动中国葡萄酒生产商提高产品质量,从而拉近消费者和葡萄酒的距离。

如今,美国葡萄酒业像开拓30年前的日本市场一样培育中国市场。这需要做大量的教育工作,引导人们口味变化。目前,日本是美国葡萄酒第四大出口市场,仅次于中国。过去10年中,纳帕种植商协会(Napa Valley growers)一直定期邀请中国人参观酒庄,今年的活动定于5月份。

哈兰酒庄的葡萄酒被著名酒评家罗伯特·帕克誉为“世界上最深邃的葡萄酒”,Weaver 认为这样的葡萄酒未来在中国市场会有良好的前景。“现在日本已经是一个非常成熟的葡萄酒市场。”他说,“中国对葡萄酒的认知速度可能会更快,如果你到上海等城市看看,你会觉得一切皆有可能。”



上,根据各个国家不同的税率、营运成本等不同要素制定最后的价格指数。

一位业内人士亦对记者表示:“品牌基于市场的价格调控是奢侈品在中国价格昂贵的最主要因素,而这一调控正是基于不同市场消费者的购买力,中国市场很大,购买力也很大,中国市场的定价就比其他国家要高。”

该人士同时指出,基于所在国购买力的区域定价也正是为何印度的奢侈品关税很高,但价格却很低,部分货品价格甚至低于欧洲市场的原因。

从中国消费者的消费心理来看,某美国高档化妆品品牌中国区相关人士 Daisy 向记者透露,曾有消费者问她,为什么另一品牌的类似产品比她家的品牌贵100多元,是不是人家的产品比她家的产品好?“可见对于高档化妆品,对价格不敏感的消费者往往更希望买到更好的产品而不是更便宜的产品。”Daisy 说。

编读往来 | Biandu Wanglai

艺术鸣响 市场和声

《后意象书法受收藏市场热捧》一文被近百家网媒转发

2012年1月29日刊发于本报O4版的《后意象书法受收藏市场热捧》一文,在见报当日被传至本报网站后,即被搜狐网、新浪网、腾讯网、中国日报网、中国报道网、中国经济网、中国收藏网、中国美术网等近100家网络媒体转载,在社会各界引起不小的反响。

《后》文中,记录了由艺术家栗原小荻创立的“后意象书法”为书法界带来的创新之风,并多角度地分析了该类作品为何受收藏市场青睐的原因。据了解,该文作者余枫在一个偶然的机会认识了艺术家栗原小荻,便被他的后意象书法作品深深吸引,在1月初对这位身居成都的艺术家进行了采访,随后成文。

经本报刊登后,该文被各类网站转载,传播速度之快、规模之广令人惊讶。不仅有搜狐网、新浪网等门户类网站,也包括中国日报网、中国经济网、中国收藏网、中国美术网、中国书法网、中华珠宝网、中国文物网等一些政经类网媒和行业性网媒。各网站的点击率也逐日攀升。至今,仍有不少网站在陆续转载。但同时,我们也发现其中不和谐的现象:有少数网站将该文“调包”,除将栗原小荻及其作品换作了另一位“艺术家”之名之作品,并更改了相关拍卖公司、拍卖数据外,其余文字均未作改动,且未标注稿件来源和作者署名。

刊登的稿件受到市场及行业的关注,令我们感到十分高兴。今后,我们将一如既往地致力于给读者带来有价值、有意义的新闻资讯。((《经理日报·聚商》周刊编辑部)

研究者认为,上层受试者对贪婪的态度可能有助于解释违反伦理的行为出现程度的阶层差异。

富人与穷人 谁比谁“更坏”

现实生活中,上层社会的人可能比下层社会的人更有可能参与违反伦理的行为。这一观点来自美国加州大学伯克利分校的最新研究。

据东方早报报道,为搞清不诚实的行为与社会阶层的关系,美国加州大学伯克利分校心理学家保罗·匹夫和同事,为在互联网上招募的100到200名伯克利的本科生或成年人设计了一系列试验。

研究中,受试者们首先完成了一份关于其社会地位的标准问卷,包括收入、受教育程度以及是否有一个体面的工作。调查结果表明,特权往往诱发了不诚实的行为。例如,上流社会的受试者更有可能欺骗别人。为了赢得一张在线的礼品券,在5次表面看起来是随机的电脑测试中,3倍的上流社会玩家都报告说他们的总分高于12——其实这是一项经过操纵的游戏,其总分不可能高于12。

研究人员同时发现,作为穷人,当那些受试者被操纵着认为自己属于一个更高的社会阶层后,他们也开始表现出一些不道德的行为。在一项测试中,受试者被要求把自己与那些处于社会顶层和底层的人,例如地产大亨和无家可归者进行比较。他们随后被允许从一个表面上看是属于隔壁一间实验室的孩子们的大广口瓶中取走一些糖果。在这场角色扮演中,那些在自己眼中提升了社会地位的受试者比其他人多拿了两倍的糖果。

此次测试表明,自认为是属于上层的受试者比下层的受试者做出违反伦理的决定的倾向更明显,诸如拿走其他人的贵重物品,在谈判中说谎,用欺骗的方法增加获得奖金的机会,或者在工作中认可不符合伦理的行为。不论受试者的年龄、性别、种族、宗教信仰和政治倾向如何,这些表现没有改变。研究者认为,上层受试者对贪婪的态度可能有助于解释违反伦理的行为出现程度的阶层差异。(东单)