

有这样抠门的政府 想公款吃喝搞个腐败,难!

“空军一号”上没有“免费午餐”
每个乘客用餐都要自掏腰包
菜价贵,有奥巴马的跟班宁愿饿上一顿也不吃

据报道,在许多人眼中,能够乘坐“空军一号”跟随美国总统外出旅行,堪称是一种巨大的荣誉。然而鲜为人知的是,尽管“空军一号”升空后每小时的运行费高达18万美元,然而“空军一号”却并不为乘客提供“免费的午餐”,在许多情况下,“空军一号”上的每个乘客都必须为自己享用的每顿饭菜自掏腰包,包括美国总统奥巴马的雇员,由于“空军一号”上的菜价相当贵,一些收入不高的总统雇员出于经济原因,只好选择放弃吃午餐,干脆饿上一顿。

两种情况下不用自己买单

据悉,一般只在两种情况下,“空军一号”上的乘客不需要为自己吃下的饭菜买单,一种情况是乘坐“空军一号”跟随美国总统出国访问,这种情况下,美国国务院会为所有乘客的饮食费用买单;另一种情况是乘客乘坐“空军一号”跟随美国总统前往美国各地参加竞选连任战役时,“奥巴马为了美国”组织将为所有竞选阵营人员在“空军一号”上享用的美食买单。而在其他情况下,“空军一号”上的每个乘客,包括总统雇员都必须为他们享用的美食自掏腰包买单。



每人一天用餐费至少20美元

由于“空军一号”堪称是世界上最奢华的“客机”之一,所以它上面的菜价也毫不便宜。“空军一号”上每次的饭菜内容都毫不相同,而每次用餐时为乘客们提供什么饭菜,都由“白宫旅行办公室”决定,而所有菜肴都由飞机上的空军厨师们精心准备。“空军一号”的下层空间有一个大餐厅和两个具有现代化功能的“空中厨房”,可以同时满足100多人的用餐需要。

美国摄影记者马克·沃尔兹曾在一篇博客中披露过“空军一号”上的精美餐具和美味小

吃,所有菜肴都装在镶有金边的瓷碟中,所有玻璃器皿上都印有总统标志,即使连餐巾纸上也印有“总统飞机专用”的字样。“空军一号”上的早餐有时包括炸鸡、鸡蛋、饼干,还有草莓酸奶甜点等;飞机上的小吃则包括牛肉烤肉串、裹在熏肉中的扇贝、香辣土豆,此外还有各种饮料可供选择。在两顿正餐之间,“总统一号”还为乘客提供一碗水果、一碗糖果进行消遣。据悉,乘客搭乘“空军一号”旅行一趟,花在饭菜上的费用至少要超过20美元。

总统摄像师为省钱 宁可挨饿

据一名“空军一号”乘务人员称,美国总统奥巴马在飞机上享用菜肴的菜单和其他乘客的菜单完全相同。

每天大约20美元的“空军一号”用餐费对于跟随总统进行旅行的新闻记者来说并不算什么,因为他们各自供职的报社或电视台会为他们买单,但对于跟随奥巴马进行旅行的一些总统雇员,包括总统摄像师等人来说,就显得有点无法承受了。因为他们经常要跟随奥巴马乘“空军一号”旅行,一年下来,单是“空军一号”上的用餐费就可能高达数千美元。

为奥巴马当了两年半时间总统摄像师、刚于今年8月出版了回忆录《第一摄像师》的阿伦·乔德哈里称,对于像他这样只拿3万美元左右年薪的总统雇员来说,如果没有额外的补充收入,他们每年花在“空军一号”上的用餐费,就是一笔令他们相当头疼的开支。所以乔德哈里有时为了省钱,干脆不在“空军一号”上享用午餐,而是宁可饿上一顿。乔德哈里承认说:“对于我自己,我绝对会放弃享用午餐,仅仅是因为经济方面的原因。乘坐‘空军一号’的确是一项令人羡慕的荣誉,但我发现它的账单处理方式的确有点残酷。” 爱尔

“寒冬”转型国美大打“信”字牌 国美举办未来发展战略及新品牌发布会 高圆圆与冯绍峰代言国美,微电影阐述信任与爱



国美和“信联盟”企业共话2013年家电市场发展趋势

今后发展重心将向二三线城市转移

今年对于国美确实是不寻常的一年,外部大环境使整个家电行业陷入了前所未有的低迷。因此,国美方面对此次战略转型相当看重,国美总裁王俊洲,高级副总裁魏秋立、李俊涛、牟贵先、何阳青、宿献华,以及多年来与国美携手同行的几十家合作伙伴高层悉数到场。

“国美目前所遇到的正是传统家电连锁模式所共同面临的问题:家电大连锁长期以来的主根据地都是北上广深这样的一线城市,而统计数据显示:今年全国8700亿元的家电市场规模中,只有3600亿元来自一线城市,其余5100亿元都来自二三线城市,但这些市场正是包括国美在内的家电连锁的弱项。”王俊洲说,“因此重心下移、摆脱过度依赖一线城市将成为国美明年转型的重点。”根据新规划,国美明年将通过中心大店带卫星小店的连片开发模式,在国内二级市场新开200家门店。

据了解,为了配合此次转型,明年国美在广告投放策略上也将进行大幅调整,以往在报纸上铺天盖地的促销广告将大幅减少,取而代之的则是在电视等媒体上重金投入的形象宣传。在不久前央视广告招标会上,国美就曾以2.15亿元中标《新闻联播》报时的黄金时段,成为招标中的最大黑马。何阳青表示,国美广告思路的重大调整也是为了配合潜力巨大的二三级市场业务开发。

表面平静的国内部正在发生巨变。继不久前把旗下库巴网和国美网上商城强势整合,解决了长期存在的二者定位不明晰问题之后,12月25日,主题为“被信任是一种快乐”的国美未来发展战略及新品牌发布会又在北京举行,发布会上国美发布了实施战略转型的“新三年规划”,国美电器总裁王俊洲宣布启动国美新品牌理念“信”,这标志着国美正式拉开了企业战略和品牌理念相互协同发展的崭新篇章。记者 樊无敌 文图

未来线上线下将协同发展

在发布会上,王俊洲指出,市场现状决定了国美和国内零售业转变的方向,电子商务快速增长,已对实体店增长形成一定的压力。线上线下协同发展势在必行。这些结构性的变化,成为指引国美战略调整的关键点。

而在互联网时代,国美在电商方面也将充分满足消费潮流的变化和企业快速发展的需要。为此,国美将坚持线上线下协同发展的需要。为此,国美将坚持线上线下协同发展,使未来电商平台能够反哺实体店,而实体店线下的采购能够支持电商的发展,形成符合各自成本的盈利结构。目前,国美已经完成对旗下国美网上商城和库巴网两大平台的后台整合,将进一步降低电商经营成本,满足消费者差异化购物体验。同时在总部采购业务经营体系,整合现有线上、线下业务平台,拓展新业务模式,实现业务体系后台的统一管

高圆圆与冯绍峰成国美形象代言人

本次国美发布会现场,国美正式宣布高圆圆、冯绍峰成为国美电器新形象代言人。

据了解,这是高圆圆首次在公开场合代表国美亮相。国美集团总裁王俊洲直言,非常喜欢高圆圆和冯绍峰的电影作品,并表示两位代言人身上所表现出的年轻、健康、活力的特质,以及他们对艺术事业的进取心、负责任的形象和给公众带来的艺术享受,都与国美品牌未来发展非常契合。

发布会现场还播放了高圆圆、冯绍峰为国美拍摄的首个微电影《我的1876》,电影讲

理和资源共享。

在阐释国美的全新品牌理念“被信任是一种快乐”时,魏秋立表示,“信”是统领国美经营的核心价值观。她特别强调,“国美是一个领袖级的商业平台,经营的不是技术,也不是产品,恰恰是人的能力、态度和意愿。正是在这个意义上,‘信’是国美立身之本,是谓商道唯信。”

当天,国美、海尔、老板、方太、联想、索尼、三星、诺基亚等企业联合成立了“信联盟”。对此,有业内人士分析,如果把线上线下协同发展战略看作是国美面对市场变化做出的积极调整,那么“被信任是一种快乐”全新品牌理念则是其在新时期内自我约束和对行业树立的典范,凭借这种积极主动的蜕变,国美有望带领整个家电连锁行业走出寒冬。

述的是一对即将步入婚姻殿堂的恋人,因信任而产生深入骨髓的爱。

高圆圆表示,自己平时很注重生活质量,在她看来,好的家电就像生活当中的一分子,只有选择有品质的家电,才能够保证生活的质量,她很信任国美,所以选择代言国美。而当问及对微电影中“信”的理解时,高圆圆说:“我觉得,信任和被信任都是快乐的。正如‘被信任是一种快乐’已经成为国美企业文化和品牌理念,信任也是一种文化境界和社会责任。”