

下跪、脱裤、绝食…… 只为工资拿来 体坛讨薪好心酸

欠债还钱,天经地义!别以为职业运动员就腰缠万贯,其实在表面光鲜的背后,很多人还在讨薪的路上挣扎。今年夏天,国内体坛就连续爆出欠薪讨薪的事件,比如深足的欠薪风波,球员用尽各种方法仍无法讨回薪水,比如中国女篮的标志性人物李昕也通过法律途径进行讨薪。事实上在全球,饱受欠薪痛苦的球员还有很多,他们也想尽办法进行讨薪,有的下跪、有的脱裤子,甚至还有提及绝食的,各种奇葩的创意既展现着他们的智慧,也流露出无奈的心酸…… 南都供稿



集体下跪

创意指数:★★★★ 综合效果:★★★★

2009年初,西班牙丙级联赛格拉纳达与梅利拉一役中,格拉纳达俱乐部球员在开赛前提前集体下跪讨薪。此举在社会各界引起强烈反响,当地球迷纷纷慷慨解囊一共募捐了15058欧元给球员教练解困。



保持沉默

创意指数:★★★ 综合效果:★★

今年初,在西班牙国王杯比赛中,桑坦德俱乐部球员由于被拖欠3个月工资,比赛开始后,他们全部静默地站在各自的位置上,看着阿尔梅利亚队轻松倒脚,这一过程持续了

20秒。同样上个月的足协杯比赛中,深圳红钻球员也因没有拿到工资在开球后放弃进攻,背对进攻方向抗议,持续30多秒,但直到现在深足欠薪的问题依旧没有解决。

玩命自残

创意指数:★★★★ 综合效果:★★★★

2009年,葡萄牙第三级别的一家俱乐部球员,因为薪水被拖欠6个月,球员表示集体绝食直到拿到薪水,据

称这些球员每个月的薪水是500到750欧元,俱乐部总共需要4万欧元来应对这样的情况。

法律途径

创意指数:★★★ 综合效果:★★★★

腰缠万贯的皇马也赖账?是的,当年还在皇马效力的球星雷耶斯的薪水也被打了三折,夺冠奖金一直被拖欠,情急之下雷耶斯选择通过法律手段

解决,皇马立马将其薪水补齐。而之前唯一在CBA执教过的女主帅李昕,则是中国篮坛官司讨薪的第一人,目前事件还在进一步处理之中。

裸体讨薪

2009年,因为连续3个月没有拿到薪水,西乙球队贝加索的球员,在球队更衣室内集体脱去衣物,仅用一个印着银行账号的白色横幅遮住了私处,拍好照后寄给媒体。
创意指数:★★★★★
综合效果:★★

黑色幽默

创意指数:★★★★★
综合效果:★★★



2012年,葡超俱乐部莱里亚因为欠薪严重只能派出8人参赛,而这8名球员当中有4人还是从本菲卡租借的,于是就上演了足坛8打11的一幕。而今年3月,墨西哥二级联赛球队塞拉亚队的球员也被欠薪,比赛前球员们戴纸袋面具合影,讽刺俱乐部。

做内刊,也同样注重品质

《新田》受邀中国房地产内刊主编年会,荣膺“优秀内刊”



由中国房地产报社联合中国房地产业协会、全联房地产商会共同举办,凤凰房产联合主办的第七届中国房地产优秀企业内刊评选活动8月14日在天津圆满落幕。本次中国房地产优秀企业内刊评选活动由组委会邀请媒体专家、行业知名人士及广大网友进行公开公平公正的评选。新田置业企业内刊《新田》首次参与内刊评选,以7.9225分(满分10分)获“优秀内刊”奖项综合评分第一名。
郑州晚报记者 梁冰



评内刊,《新田》载誉归来

8月14日,第七届中国房地产优秀企业内刊评选活动在全国范围内70多家优秀内刊参与评选,参与单位来自北京、上海、广州、深圳、武汉等地,评委根据封面设计、版式设计、内容选题、可读性及品牌传播等评分细则分别进行打分,最终以各细则分数相加得出综合分,进行排名。与会各品牌代表在会上介绍了各自的企业内刊,向其他同行分享了自己品牌建设过程中的心得和体会。

我省老牌房企——新田置业的企业内刊《新田》首次参与内刊评选,以7.9225分(满分10分)获“优秀内刊”奖项综合评分

微时代,需要企业智变

本届中国房地产内刊主编年会的主题为“微时代的智变”,这个命题有划时代的深远意义。企业行为需要以无形的思想为纲领,内刊作为一个将企业纲领丰富化、日常化的重要手段,往往是一个企业长期健康发展的重要思想保障。作为内刊主编,平时是各自企业中的思想制造者,而当众多内刊主编相聚一堂之后,主编之间的碰撞则会为他们带来更丰富的思想。

第一名。不仅如此,新田置业品牌代表还在此次难得的盛会中分享了新田置业品牌近年来在探索中的大胆尝试和丰硕成果。新田置业不仅在企业内刊的运营上有自己独立的思考,更在新媒体兴起的今天顺应时代趋势,开通了企业及各分项目的微博和微信等新媒体平台,并将企业文化和营销信息用互联网思维包装,进行传播和推广。新田置业品牌代表的这一见解得到了现场品牌同行的一致共鸣,并依据互联网思维在内刊创作中的运用和启发进行了互动和讨论。

《新田》是河南新田置业有限公司的企业内刊,创刊于2012

年4月,季刊性质,至今已经连续出版9期。《新田》立足文化,注重品质,倡导“静”、“雅”的风格。杂志封面以白色和线装为特征,辅以手绘图案,风格醒目,特色鲜明。内容方面,《新田》开设有“冷闻”(时下社会热点)、“开卷”(品味书籍、电影、音乐等)、“读城”(城市生活百态)、“视界”(优秀摄影作品展)、“观企”(优秀企业经营)等栏目,每一期以不同专题贯穿,其中“形散而神不散”,确保杂志风格的稳定,传承中有变化,变化中有提升,将阅读欣赏和企业文化传播融为一体。《新田》自创刊以来,已经形成了自己的独特风格,并坚持将特立独行的文化审美发扬下去。

用更丰富的视角,更多元的体验,来重新审视新形式下的中国房地产企业内刊和企业精神。作为本届企业内刊年会中摘得桂冠的最佳内刊,《新田》企业内刊在颁奖现场受到了热捧,“《新田》这本杂志作为企业内刊,风格十分独特,让人过目不忘。从版式设计上,《新田》和平常的企业内刊有很大不同,封面线描文化气息浓郁,还采用线装装订,整体别具一格。”会场上一

位参会的设计人员对《新田》大为赞赏。大家纷纷索要《新田》,准备带回去研究学习。新田置业的参会代表也说:《新田》内刊注重的是品质,彰显的是企业文化、项目品位,在栏目设置方面并未直接诉说公司和项目,而是将其有机地融合到每一篇文章中,既有很强的可读性,也加深了读者的认识,提高了《新田》杂志作为企业文化读本公共属性。