



卡尔·阿尔布雷希特(左)和特奥·阿尔布雷希特

## 卡尔·阿尔布雷希特： 隐形的德国首富

93岁的卡尔·阿尔布雷希特去世了。这个不为人熟知的名字，在2014年的福布斯全球亿万富豪榜上名列第23位，其资产达260亿美元。他常年位居德国富豪榜首位，和弟弟联合创办的折扣超市阿尔迪，是全球最大的连锁超市之一。近一个星期之后，公众才得知他去世的消息。几十年来，包括兄弟俩在内的德国超级富豪们，一直隐匿在公众视线之外。

本报记者 张文 编译

### 沉默的大亨

7月16日，卡尔·阿尔布雷希特逝世。7月21日，在小型的私人葬礼举办之后，人们才看到关于这位德国大富豪的讣闻。

他和弟弟特奥·阿尔布雷希特出生在德国埃森市一个贫穷的矿工聚居区。二战后，兄弟俩从战俘营被释放回家，接手母亲的小杂货铺，建立起一家名叫阿尔布雷希特(Albrecht)折扣(Diskon)的公司，并取两个单词的前两个字母作阿尔迪(ALDi)。

阿尔迪从一家100平方米大小的超市，成长为全球最大的连锁超市之一，如今已有大约4500家店面，年销售额估计为390亿美元。据估计，德国大约75%的居民经常在阿尔迪采购。

和声名在外的阿尔迪相比，老板卡尔·阿尔布雷希特简直像个隐形人。这位商业大亨的生活和想法鲜有人知。德国媒体只能从他在1953年和1971年发表的两次语言平实的声明中，去寻找蛛丝马迹。

毫无疑问，卡尔·阿尔布雷希特是个沉默的公众人物。他种植兰花，也打高尔夫——当然是在他自己的私人高尔夫球场。由于很少出现在公众场合里，关于他的种种传说开始流传。

### 抠到骨子里

阿尔迪超市的前雇员们说，这对兄弟会用旧铅笔记账，那些

笔头短得都快握不住了。据说，有一次他们还有一名设计新商店的建筑设计师说，商店所用的纸张太厚。特奥·阿尔布雷希特如果觉得房间的光线充足，就会把灯关掉。

他们将成本压缩到极致。阿尔迪出售的食品一般都是罐头，因为存放新鲜食物会增加成本。就算是超市经理，也没有手机——有需要的话，他们得去最近的公用电话亭，甚至连货架都被认为太奢侈，因为货架就需要堆放商品，而堆货机需要花钱。

阿尔迪最初出售的货品只有300种。即使现在，它为消费者提供的商品也不超过2000种，这和其他连锁超市动辄拥有45000种商品的规模没法比。

物美价廉一直是阿尔迪最大的卖点。卡尔·阿尔布雷希特曾说：“我们在广告花费方面很节约，广告开支所占的比重甚至还不到0.1%。低价就是我们所有的广告，而且非常有效，以至于顾客们宁愿排长龙等候。”

1971年，特奥·阿尔布雷希特被绑架。经过讨价还价后，特奥最终以400万美元的赎金获释。后来在法庭上，兄弟俩还希望将赎金作为特殊支出，来抵消税金。

正是这种抠到骨子里的节约，让阿尔布雷希特兄弟走上通往超级富豪的道路。

### 大家都很低调

卡尔·阿尔布雷希特的竞争对手迪特尔·施瓦茨，也是个低调的人物。74岁的施瓦茨是德国

另一家大型连锁超市利德尔的董事长兼首席执行官，他以211亿美金的身价在福布斯2014年世界亿万富豪排行榜上排名第29位。他只有两张照片流传于世，其中一张还是黑白的。除了最亲密的小圈子以外，外界没人知道他的所思所行。

拥有宝马汽车公司的科万特家族也是如此。宝马汽车被认为是奢侈高调的象征，而其制造者却是沉默低调的代表。

拿德国女首富苏珊娜·克拉滕来说，她是赫伯特·科万特的女儿，赫伯特·科万特将宝马打造成今天的高级汽车。苏珊娜·克拉滕拥有宝马12.5%的股权，加上其它股份，她是世界上第49位富有的人，但其知名度并不高。当苏珊娜·克拉滕进入商界时，她在宝马的一家工厂从最基层的学徒做起，还用了个假名字。就连她的丈夫，也是直到二人关系稳定了，才知道她的真实身份。

### 沉默弱化矛盾

似乎很容易给德国沉默寡言的超级富豪们下个结论了。

在美国和英国，商界人士就是公众生活的一部分。沃伦·巴菲特会召开记者会，比尔·盖茨环游世界为消除疾病而奔走。每个美国城市，几乎都有一座博物馆、一个医疗研究中心或者一座大学大楼，用当地富豪的名字命名。

但是德国人对待金钱的方式是静悄悄的。他们节俭，低调，很少抛头露面。老一辈富豪并不支持年轻的百万富翁开着豪车轰鸣而过。他们制造保时捷和宝马汽车，是要卖给别人来发动和炫耀的。

节俭不仅仅是一个明智的选择，也是种美德。或许，在特奥·阿尔布雷希特遭遇绑架事件以后，隐居意味着富豪至少可能少遇到这类危险局面。

和欧元区其他国家相比，德国的私有财产分布更加不均。当德国1%最富有的人拥有的个人财产平均达到100万欧元(约合138万美元)时，四分之一的德国成年人没有财产，甚至负债。

但是，因为有钱人总是把头埋得低低的，沉默寡言，因此这个矛盾显得也就不那么尖锐了。

## 石田萌美： 安倍的保镖 是个萌妹子

在中国很不受欢迎的日本首相安倍晋三最近在日本的支持率也呈下降趋势，不过，安倍的一位身边人最近却突然爆红网络。据日本《日刊现代》7月26日报道，一位美女最近成了永田町(日本政府所在地)热议的话题，她就是日本首相安倍晋三的保镖石田萌美。

本报记者 王昱 编译



石田萌美

### 美女会武术，刺客挡不住

这位年仅二十五岁的女孩拥有酷似日本电视剧《保镖》中的女主角真木洋子的美丽外表。不过与演员不同，石田萌美并非花瓶，她出身武道世家，拥有剑道三段的实力。

石田萌美的父亲曾是担任过多位日本政界人物保护任务的著名保镖。受父亲影响，石田从小就懂憬继承父亲的衣钵。不过，在磨练自己的技艺之外，石田萌美跟许多平常女孩一样，她曾言自己的爱好是“购物与慢跑”。

2011年10月，年仅23岁的石田被招进东京警视厅警卫科，为前首相野田佳彦当保镖。野田下台后她又成为安倍的保镖。日本政府规定，内阁成员以上的官员，由警视厅所属的保安特警队派保镖贴身保护。据披露，这个保安特警队共有200多名队员，分为4个小组。

“保镖要求达到柔道或者剑道3段以上水平，同时需要具备卓越的射击能力、忍耐力、判断力、机敏性。对女性的要求也以此为标准。”日本警视厅的相关人员如此介绍。除此之外，如担任政界首脑的护卫任务，还需要有

相当的英文能力，以便遇到突发情况时及时协调沟通。

在日本警视厅4.5万名警察中，只有数百名精英能担任保镖(日称SP)的任务，他们必须经过所属警局局长推荐才有资格面试。而在受推荐者中，女性只占据5%的名额。20多岁就被选为保镖，即使对于男性来说也不常见，可见石田萌美的确堪称“精英中的精英”。

“保镖九成以上都是男性，年龄多为30至50岁。由于长时间工作的关系，因此男性会比较多，但并不是说女性就不适合(做保镖)。”曾经当过保镖、现任“贴身保卫学院”(专门负责首相和都知事的安保工作)讲师的伊藤隆太说，“保镖最重要的任务是在关键时刻发现可疑人员并切实保护‘主人’，而不是论武术有多强。随着女议员不断增加，日本对女保镖的需求将更大。”

这位讲师还介绍说，为了携带无线通话装置和手枪，女性保镖基本上会穿相对稍大的男性警服。外衣的纽扣之所以没有扣上，是为了(在万一状况下)迅速拿出装备。

### 有意来造星，警察也“卖萌”

在石田萌美爆红网络后，一些日本媒体曾试图进一步了解石田，但都被日本警视厅回绝。警视厅的答复是：“意想不到的走红已经让石田本人十分困扰了，我们难以安排进一步的采访。”的确，对于保镖这种需要一定隐蔽性才能正常工作的职业来说，被当成明星的确很难说是好事。

从日本警视厅三缄其口的态度看，石田萌美的走红也许仅仅是一个偶然。不过，在近十余年中，日本警界的女警官越来越多却是个不争的事实。曾经在警察等行业大搞性别歧视的日本，如今在增加女警比例上可谓不遗余力。日本警视厅近年持续公布的年度《警察白皮书》显示，日本警察中的女警人数近年来以每年1000人的增幅稳定攀升。在总体警力中的比例已经接近7%，警视厅还计划在2023年以前将这一比例增至10%以上。

女性警察在处理涉及妇女儿童犯罪问题时有着独特的优势，是女警比例在日本持续上升的直接原因。另外，在处理“电车痴汉”等难解决的性骚扰问题时，使用女警也往往能带来意想不到的效果。2011年，还发生过女警察上班挤地铁时“顺手”逮捕性骚扰者

的新闻，此举一度对该类犯罪起到了相当的震慑作用。

不过，除了现实需要外，日本警视厅增加女警的另一个考虑，恐怕是这样做能为自己的公众形象加分。相比于经常曝出丑闻的日本警视厅，干练的女警尤其是女特警、女保镖，很受日本民众追捧。日本警视厅近年来也通过支持一些影视剧对女警形象的“造星”，为自身形象加分。

文前所提到的《保镖》(原名《SP》)就是一例，该剧曾在日本连播四年，创下了300万人同时观看的“深夜档”高收视纪录。而该片主要的票房号召力就来自石田萌美所“酷似”的真木洋子，真木在该片中饰演警视厅警卫科四组的“红一点”笹本绘里，其穿梭于日本国会等著名场所与刺客明争暗斗的形象，迷倒了无数观众。而真木洋子曾在采访中暗示，自己饰演的形象在现实中有原型，并表示“我十分崇拜她”。巧合的是，此次走红的石田萌美恰好属于警卫科。由此看来，日本警视厅虽然拒绝了对下属直接曝光，但对于类似的形象，其实早已推销出去了。



早年的阿尔迪超市。