

文莱王子挪用近千亿公款 他这样成了世界上最挥霍的人

好莱坞影星尼古拉斯·凯奇曾花27万6千美元买下一副恐龙骨架,美国电视主持人杰·连侬收藏了超过150辆汽车和摩托车,已故流行音乐巨星迈克尔·杰克逊用8万多美元造了55尊孩童塑像……这些人都以挥金如土或收藏成癖著称,但比起文莱王子杰弗里·博尔基亚,他们的奢侈举动可谓“节俭”。来自世界最富王室文莱王室的杰弗里王子被控挪用文莱150亿美元(约人民币988.9亿元)公款,这笔天文数字的巨款让他过上了地球人都眼红的生活。近日,《名利场》杂志盘点了杰弗里是如何成为世界上最挥霍的人。

钻石

1969年,伊丽莎白·泰勒的第五和第六任丈夫理查德·巴顿从珠宝商卡地亚处买下一颗69克拉的梨形钻石,花费110万美元。这颗钻石于1966年在南非德兰士瓦省第一矿发现,被列为世界十大著名钻石之一。买下钻石博美人一笑后,理查德·巴顿给它重新取名为“泰勒·巴顿”。

2008年,杰弗里王子向文莱投资局交出5颗钻石,它们的总价值达到2亿元。这意味着平均每颗价值4000万美元。110万美元的“泰勒·巴顿”已是世界十大著名钻石,不知4000万美元的钻石会如何令人惊艳。



私人飞机

好莱坞影星约翰·屈伏塔拥有6架私人飞机。比起其他方面的对手,杰弗里王子没有让屈伏塔太难堪——他有9架私人飞机,只比屈伏塔多出一半。

稀奇玩物

有钱人总有些买稀奇东西的怪癖。好莱坞影星尼古拉斯·凯奇就曾经花27万6千美元买下一副恐龙骨架。杰弗里买的东西比恐龙骨架正常得多,但综合价钱对比,就会发现这举动同样神经——他花130万美元买了一支精巧的自来水笔。

女人

美国喜剧明星查理·辛因吸毒招妓丑闻而名声扫地,据说他为这一夜情的付费是3万美元。杰弗里王子妃嫔众多,有时也爱讨一下她们欢心,他曾花10万美元从拍卖行买下一条项链送给其中一位妻子。

控股公司

股神巴菲特创办的伯克希尔哈撒韦公司是著名的多元化投资集团,旗下有52家控股公司。先不论规模和实力,杰弗里王子控股的公司达到250家,几乎是前者的4倍。

镶金织物

泰科前CEO丹尼斯·科兹洛夫斯基曾经用股东的钱买了一幅7000美元的窗帘,那据称是用金线织成的。杰弗里王子也对精细奢侈品情有独钟,他有一张镶着真金的地毯,价值700万美元。

链接

挪用文莱150亿美元公款

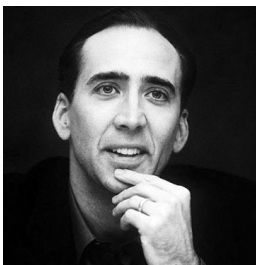
杰弗里王子是文莱国王苏丹的弟弟,曾担任文莱财政部长、文莱投资局主席。他因挪用文莱150亿美元公款罪名成立,2007年应英国裁决将名下所有资产交还给文莱国王苏丹。据法庭文件,杰弗里还需要交出变卖的财物,包括数十亿现金以及600栋分布在全球各地的豪宅,还有超过2000辆豪华轿车及百幅名画,他的厕所马桶都是镀金的。杰弗里王子私生活多姿多彩,他有三名妻子、离过两次婚,据称情妇多达40名。据《信息时报》

汽车

美国知名电视主持人杰·连侬是有名的狂热的汽车收藏爱好者,他收藏的汽车和摩托车数量超过150辆。这对于杰弗里王子不过是玩具。他和哥哥文莱国王苏丹拥有近3000辆各种款式的汽车,总价值40亿美元,其中包括8辆麦克拉伦F1,350辆劳斯莱斯,无数辆特别定制的宾利、法拉利、保时捷和奔驰。当中,属于杰弗里的汽车有2300辆。

私人雕塑

收藏和建造雕塑是表达内心、体现品位的最好方式之一。迈克尔·杰克逊曾用83300美元建造了55尊孩童塑像,表达他对无忧无虑的童年时光的向往。杰弗里王子也造了一尊惊世骇俗的塑像,那是一尊真人大小、表现一男一女在欢乐的性爱塑像。塑像面世后引起极大争议,杰弗里王子的律师辩称这与王子的私生活无关,只是一种艺术行为。且不论王子的艺术品位高低,这尊塑像花掉了80万美元。



商之都东城店携手九牧王男装启动“裤领天下——裤文化巡展”

6月9日至12日,九牧王男装“裤领天下——裤文化巡展”合肥站活动将于商之都东城店正式揭幕。人气明星胡兵将于11日现身展览现场,让民众近距离体验一把与明星现场交流的乐趣。

“今年的5月到6月,九牧王将分三条线,在杭州、沈阳、合肥、武汉、深圳、重庆、成都等全国14个重点城市推出大型‘裤文化巡展’活动。”九牧王股份有限公司品牌市场中心总监杜莹女士介绍,巡展主要包括三个方面内容:一是品牌精工时尚文化展示,二是九牧王2011春夏3D时尚秀,三是胡兵、张智霖、陈晓东、陈键锋等多位明星亲临“裤文化展馆”的各站巡展中,鼎力支持九牧王,并向现场观众介绍着装搭配。

裤文化展馆创意无限

6月9日,九牧王“裤领天下——裤文化巡展”合肥站开幕式将在商之都东城店广场门口隆重举行。6月11日,人气明星胡兵将出现在“九牧王裤文化展馆”,为VIP顾客及现场观众讲解平时着装搭配的要点,介绍男裤的面料、版型、工艺,与现场观众进行亲切的互动。

据了解,九牧王“裤文化展馆”让每一位亲临现场的顾客感受到品牌深厚的文化与内涵。其创意来源于“领跑”、“男裤”、“11年”。俯视“裤文化展馆”,它犹如奔跑向前的双腿,奔跑向前表达“领跑”,“双腿”则体现“男裤”、“11”。另外在展馆一侧的主出入口,耸立着“形象立体裤”,犹如巨大的男裤,创造非凡视觉。九牧王VIP顾客将其称为“奔跑的裤子”。

打造精工时尚品牌文化

九牧王“裤文化展馆”的“精工区”,108道工序,23000针缝制,30位次熨烫……这么一组数字让人印象深刻。通过“裤文化巡展”这样一个全国性大型活动,借助创意展馆的精工区、概念裤区、新品区等进行全方位的展示,再加上“3D时尚秀”、明星对九牧王男裤的理解,让品牌文化不再抽象。九牧王2011精致、典雅、大气的产品将通过3D这种高科技形式展现出来,势必会让很多进入展馆体验的市民收获惊喜。

此外,九牧王相关负责人表示,“通过巡展,九牧王的品牌文化得到广泛的传播,必将进一步巩固我们男裤产品的领先地位,同时有力提升品牌在各个重点区域市场的知名度、美誉度。”