

消除刻板印象 西班牙消费者对“中国制造”逐渐改观

以往,中国出口到西班牙的产品大多给人价格低廉、质量差的代名词。但是现在,中国的产品质量正在改变,尤其是一些科技产品,甚至已经成功在西班牙市场中拥有自己的粉丝基础。

中国商店依旧是西班牙消费者必不可少购物场所,这一点在刚刚过去的万圣节更是得以凸显。许多西班牙

消费者都在万圣节前夕,前往中国百元店购买节日需要的装扮,即便不是前往百元店,而是前往其他超市或商场中购买万圣节用品,也逃不过“中国制造”,相当一部分的商品标签上都写着“中国制造”。

这一现象在西班牙已不足为奇,作为“全球的工厂”,中国制造的商品遍布世界各地。有媒体称,中国

在商品出口贸易中的成功绝对不是一个偶然。移民到世界各地的华人总是有能力将中国的产品进口到自己的旅居国,并发展起自己的生意。

此外,中国方面对于新科技的投入也十分舍得,尤其是航空工业、电子传媒、材料科学、机器人领域、大数据等,都已经成为发展的重点,创新与提高品

质成为出发点。

尽管如此,一些刻板印象的形成与改变都始终需要时间,因此,目前中国产品与科技在西班牙消费者心中依旧有一些难以逆转的弊端。但是,中国的手机产品却成为扭转刻板印象的先锋,用自身在西班牙市场中的粉丝基础和销量说话。

(据西班牙欧浪网编译报道)

中文在卢森堡日益受重视 在卢华人数量不断增加

近年来,在欧洲小国卢森堡,学习中文和中国文化的人越来越多,当地的华人数量也在不断增加。

法媒报道,在卢森堡教中文的教师姚萍兰(音译)说:“卢森堡虽小,但却是欧洲的一个非常重要的国家。中国将卢森堡看做是通向全欧的大门。”2017 年 9 月,卢森堡已经有 6 家中学提供中文课程。

12 岁的利亚姆(Liam)表示:“拉丁语太无聊,英语又太简单。”利亚姆是卢森堡学习中文的学生之一。而对于利亚姆的同学雨果(Hugo)来说,“中文对金融界及政坛十分重要,中文是未来的语言。”

每个星期学习 6 个小时,经过三个星期的课程后,这些学生可以用中文进行自我介绍,并书写一些汉字。

卢森堡财政部部长皮埃尔·格拉梅尼亚(Pierre Gramegna)认为:“中文进入卢森堡的课堂是个好消息,这可以让卢森堡的年轻人更好地了解中国文化。”

据卢森堡国家统计局统计显示,卢森堡华人社区人数近 6 年来加倍增长,在这个拥有 59 万人口的国家,华侨华人数量已经超过 3200 名。

如果说,最初绝大多数中国人来到卢森堡是为了经营餐饮业,如今在卢中国人的职业则更加多样化,例如从事金融行业或技术领域。

除了当地的华侨华人,中国投资者也不容忽视。据某会计师事务所统计,2016 年,中国投资者对欧投资数额高达 750 亿欧元。格拉梅尼亚表示:“中国投资者为欧洲市场带来了很大的利益,这对欧洲来说是个机会。”

(据法国《欧洲时报》报道)

美茉莉塔市长用中文推介 希望吸引华人安家落户

美国拉斯维加斯河滨县茉莉塔市 (City of Murrieta) 于当地时间 11 月 3 日举行推介会,希望更多华人投资者在茉莉塔市投资设厂兴办教育餐饮等实业。市长吉布斯(Rick Gibbs)用中文推介城市概况,他表示多次到中国访问。前洛县警局局长李贝卡(Lee Baca)赞赏茉莉塔市治安情况良好,位列全美最安全城市之列,若能聚集更多华人,茉莉塔市的明天更美好。

市长吉布斯用中文向与会者问候,全程用中文推介茉莉塔市。他说,茉莉塔市人口 11 万多人,近 10%亚裔人口,平均年龄只有 34 岁,城市发展建设方面市府在五年内投资 15 亿美元用于建设公路桥梁,全市有三个高尔夫球场、50 个公园、两个大型运动公园、一个骑士公园,茉莉塔学区有 2.2 万名学生,很多即将进入大学就读。

他表示,在过去十年间,华资投资者在茉莉塔市投资逾 5000 万美元,开办酒店、购物中心及中餐厅,他也希望更多与医疗有关项目进驻。

李贝卡说,他的儿子就在茉莉塔市警局任警佐,对这座城市治安优良感触很深。他认为,如圣盖博谷许多城市一样,正是由于华人居民入住,华人投资者开发,让圣谷城市变得生机勃勃。茉莉塔市此次面向华人投资者招商引资,促进城市发展,希望也能吸引更多华人到这座城市安家落户,让这个城市变得更美好。

前茉莉塔学区助理总监罗密洛(Guy Romero)表示,近年来学区开办与中国交换学生计划,五年来已经有超过 200 名中国小留学生在当地就读高中。前核桃市市长林恩成(Joaquin Lim)在茉莉塔市开办国际教育项目,他认为茉莉塔市当地学区优良,非常适合中国学生在这里留学体验美国生活。

(据美国《世界日报》报道)



坦桑尼亚 “华助中心”揭牌

坦桑尼亚华侨华人互助中心(华助中心)11 月 4 日在达累斯萨拉姆揭牌。中国驻坦桑尼亚大使王克、坦桑尼亚中国和平统一促进会会长朱金峰与当地中资机构、侨团商会负责人和华侨华人代表出席揭牌仪式。

王克表示,为切实保障广大旅坦同胞的合法权益,驻坦使馆秉承“以人为本、外交为民”的外交理念,通过多种方式在坦华侨华人营造良好的工作生活环境。华助中心为全体在坦同胞搭建了一个分享信息、互

帮互助的平台。未来使馆还将加快推进警民合作中心的成立,以便在坦警务执法部门的配合下,更好地保障同胞们及时有效得到法律保护。

朱金峰说,华助中心将积极为侨胞服务,协助广大侨胞更好地融入当地社会,为当地发展作出贡献。

坦桑尼亚华助中心当天还向参加揭牌仪式的人员发放了指南手册,介绍在坦工作生活注意事项,帮助在坦中国人全面了解坦桑尼亚。

(据新华社达累斯萨拉姆电)

日本也蹭双 11 热度 中国商业节日成功逆输出

距离世界闻名的“双 11”购物节只剩下不到半个月的时间,中国各大购物网站已经做好了万全的准备,各家网店的经营者也从几周前就开始着手准备,共同迎接世界最大规模的购物狂欢节。近日,日本企业也宣布,要在日本国内蹭一把中国“双 11”购物节的热度。

当地时间 10 月 30 日,日本大型跨国零售集团永旺宣布,将在今年 11 月 10 日到 17 日间,展开为期八天的“双 11”促销活动。与以往日企参与中国

“双 11”购物节不同的是,本次促销活动只针对日本国内市场,同样以网购的形式进行。

永旺零售经营企划本部广报部长柏野博子在媒体上表示,在年末的圣诞节、新年之前,11 月的消费指数比较低,希望通过一系列的促销活动在日本创造出全新的购物文化。

关于“双 11”购物节这个日子,日本朝日系新闻栏目 ANN 还专门介绍道,虽然“双 11”在中国被称为“光棍节”,但无论是单身还是已婚,都可以尽情购买本次促

销的商品。

同时,日本雅虎也在“双 11”购物节期间推出促销活动的特价。

11 月的购物节正逐渐成为全球性的狂欢,美国及部分欧洲国家每年 11 月末的“黑色星期五”购物节本意也是为了在圣诞节前的感恩节期间“再赚一波”。事实上,美国的“黑色星期五”购物节从 11 月初就开始陆续启动了,为了和中国的“双 11”购物节合流,近年,美国四大百货公司均推出了中文版官

网,可以选择手机支付并直邮中国。

一位在日本就读经济学的中国留学生在接受《日本新华侨报》采访时表示,去年自己在日本的电视上看到媒体大幅报道“双 11”购物节的新闻时,就已经预感到日本商家肯定会有所行动。学校经济学的教授对这类商业节日的创造也赞赏有加。没想到日本商家这么快就要在国内大规模开展“双 11”购物节促销了,这也是中国节日逆输出到日本的成功案例。

(据日本《新华侨报》报道)

在印尼晋江同乡会“喝地瓜粥”

在印尼,如果有人请你“喝地瓜粥”,那是“最闽南”的乡情表达了。

5 日中午,众多旅居印尼的福建闽南乡亲汇聚在雅加达北区万登岸南街的晋江同乡会会址,在一碗“地瓜粥”中畅叙浓浓的乡情。

“每个周日,我们都有聚会,让乡亲们有一个互通有无、畅叙乡情的机会。”刚刚卸任晋江同乡会会长的许宗鸽说。

红焖猪脚、鲜笋鸡汤、萝卜干煎鸡蛋、咸菜豆腐……一道道闽南“古早味”家常菜,就着一碗地瓜粥,品味的是祖地乡情。

“乡亲们聚在一起,并不在乎吃什么,重要的是交流。”新上任的同乡会会长陈迺士看有那么多年轻人、小孩子前来,特别高兴。当天的聚餐,是由他出钱做东的。

年逾古稀的杨丽珍回忆起 10 多年前奔走筹备晋江同乡会的难忘时光。2004 年,杨丽珍和另外四名召集人一起,发起并促成了该会在 2005 年的正式成立。

10 多年来,晋江同乡会已成为印尼最具活力、最有成效的华人社团之一。看着会务蒸蒸日上,特别是有越来越多年轻人加入,杨丽珍称“感到欣慰”。

因为华文、华社、华校在印尼被人为禁绝了 30 多年时间,造成两代甚至三代的华人不会讲中文,因此,年龄老化、青黄不接是印尼华社面临的普遍困难。但在晋江同乡会,一股股“青春力量”的加入,令老一辈华社领导稍感放心。

印尼《呼声》杂志总编辑林超年带着 23 岁的小儿子前来参加聚会,刚从英国读完大学回来的小伙子能讲一口流利的中文。林超年说,“年轻人多参加社团活动,才不会忘了根”,他的另一个儿子在同乡会里担任了体育部副主任。

刚就任世界泉州青年联谊会印尼分会会长的刘伟福,是事业有成的“新侨”,一无所有来印尼打拼近 20 年后在此落地生根的他,特意带上还在读小学和幼儿园的一对宝贝儿子,前来接受“乡音乡味”的熏陶。

不久前晋江同乡会换届时,专门成立了“印尼晋江青年联谊会”,提拔年轻一代积极参与会务工作,促使该会后继有人。如今,这批年轻人正崭露头角。

(据中新社雅加达电)