留学海外

中国留学生遍布100多个国家和地区

□ 刘亢 陈席元

改革开放四十多年来,中国教育在"引进来"的同时大踏步地"走出去",通过引进优质教育资源,合作培养高层次人才等举措,包容、借鉴、吸收各种文明的优秀成果,加强人文交流,增进民心相通。

以开放的心态走出去

"刚到国外,身边所有人都在说英语,每个人都有不同的口音,连重音都不一样,听起来真的有点晕。"

"老师,那您是怎么适应的啊?"

"没有捷径,只能硬着头皮去听,就像做英语听力一样。一旦融入了,就很快能理解,包括里面的专业词汇。"

开学伊始,面对十多位研究生,哈尔滨工业大学航天学院副教授王超讲了一堂生动的"思想第一课"。

王超是材料力学领域的青年学者,一直关注材料和力学的相互作用等关键问题。几年前,他曾到澳大利亚悉尼大学攻读博士。

"有时候,国际交流是种很好的互补。联合科研,会让不同领域、不同国家的科技工作者产生'化学反应',迸发出新的研究成果。"王超说,彼此交流、相互学习能促进双方对科学问题产生全新的认识,从而打造更加开放、多元的国际科研生态。

博士三年级的赵一凡正在准备申请出国留学,这堂课她听得格外认真。"听了老师的故事,我想以后出国学习,也更加坚定了自己的决心。要努力开拓学术视野,积累科研经验。"

"有大担当才能成就大事业,科技报国是一代代科技工作者共同的追求和梦想。"王超说,眼下国家鼓励青年人才创新创业,给予的条件和环境都是前所未有的,"应当说,我们赶上了一个好时代。"

教育部统计数据显示,改革开放以来,国家公派出国留学人数从最初一年选派数百人,发展到2018年的3万余人;每年出国留学人数从不到千人,发展到2018年的66.2万人。

如今,中国留学生遍布世界100多个国家和地区。

时代正在见证新中国70年历史上规模最大的留学人才"归国潮",2018年留学回国人数达到51.9万,从改革开放至2018年底,留学回国人员总数达到365.1万,逾八成选择回国发展。

培育新时代的马可·波罗

"那是我的'高光时刻'。"回忆起收到习近平主席回信的那一刻,今年刚入学昆山杜克大学的齐远航说,"主席希望我们做新时代的马可·波罗,成为中意文化交流的使者。他的话我一直铭记在心。"

齐远航毕业于意大利罗马国立住读学校,今年初,他和同学们一起给习主席写了封信。"在我们学校,中文是必修课。"齐远航说,"给习主席写信,就是想告诉他,意大利有很多年轻人非常喜欢中国文化,并且在很努力地学习汉语。"

"在意大利,很多大学都有中文专业。"今年23岁的喜想来自威尼斯大学中文系,现在是苏州大学国际商务专业的研究生,本科的最后一年,她来到苏州这座有"东方威尼斯"之称的水城做交换生,最后干脆留下读研。

"一开始,我每天都会问自己,为什么要选中文专业,为什么会来中国?"喜想说,"我曾以为自己是为了工作,但后来我明白了,跟工作没有关系,我只是爱上中国了,我舍不得离开这里。"

"每次从威尼斯回苏州的时候,反而有一种回家的感觉。"喜想打算毕业后在苏州为意大利企业当翻译,她觉得,自己就是那个新时代的"马可·波罗"。

今年8月,在学校"金钥匙计划"的全额资助下,东南大学的经济困难生郑平洋前往意大利都灵,参加联合国青年领袖暑期精英班。

"很遗憾,我没有那么勇敢,没能用英语公开发言。"这个来自安徽农村的女孩不无失落地说,"也许是因为恐惧未知,也许是因为害怕失败,怕丢掉那点自尊心。但我看到了各个国家的优秀同学开朗、积极、勇于尝试,他们鼓励我大胆地走出自己的'舒适圈'。"

"这次经历大大拓展了我的认知半径,让我明白,要勇敢地迈出那一步,走向更广阔的世界。"郑平洋说。 (节选自新华社报道)

海外生活

华人服装业者走在时尚前沿

□ 张宏

华人艾群来美打拼近30年,用纸撕出一片"服装产业新天地",不仅为美国主流品牌做供货商,还自创服装品牌,获得好莱坞明星、歌手的喜爱。

初做生意遭遇降价危机

走进艾群位于库卡蒙加牧场的展示间顿觉眼前一亮,两边墙上挂满各式漂亮女装。艾群随手拿起一件服装说,这些衣服上面的珠片都是手工缝制的,衣服上的图案灵感有京剧脸谱、孔雀、有来自上世纪30年代上海的广告画,还有她在书店看到的锦鲤图案。

艾群1992年出国创业。她说,当时她和搭档到洛杉矶,两人没资金没客户,语言又不通,资金只有几千美元。花了2700元买了一辆老爷车,开始每天去洛杉矶时尚区卖中国丝绸服装。那时美国对中国丝绸不实行配额,所以中国各省市进出口公司都在做丝绸生意,且大打价格战,以至于货还没到洛杉矶就已减价。

她说,那时候每天都在做赔本生意,小厂家拼不过大厂,所以被打得很惨。她曾两次在同一地方吃罚单,第二次警察要开罚单时,她表示,每天送货,但客人欠账收不到钱,实在付不起第二张罚单。警察没开罚单。

艾群展示她的服装

参展打开销路 纸巾撕出灵感

艾群一度想过放弃,但一次偶然机会看上烂花丝绒生意才有了转机。她把这些围巾带到纽约展会上大受欢迎,因此吸引到Chicos买家的目光开始合作。艾群四处寻找围巾图案的灵感,请不起设计师,她就看时尚杂志看模特口红眼影的颜色来设定围巾的颜色,有一款产品做了120个颜色,在展销会订货排队能签下20万元订单。

艾群说,只有走多品种、少数量、深加工的方式才能挣钱。那时烂花绒材质多数是围巾,她在飞机上拿着纸巾想象围巾模样,怎么能将其改良成服装。她撕着撕着就找到了灵感,带着撕成衣服形状的纸巾给中国工厂的工人,让他们照此做衣服。这样的衣服款式简单且不同身材的人都能穿。

打入主流靠诚信和质量

艾群的主要合作对象就是精品店和主流品牌。她说,精品店量不大但利润高且稳定,全美合作的精品店,好的时候有3000多家,现在有2600多家。而Chicos、Free people这些大品牌则量很大,华人服装打入主流不容易,质量和诚信都很重要,2015年他们从Chicos全球500家供货商中脱颖而出,获得全球最佳表现奖。

她说,在美国做服装生意,不能原汁原味的中国风,要创新。她从周庄蜡染获得灵感,制作的一款衣服卖了1万件,一个美国模特还穿着作为告别舞台秀服装。Smithsoian博物馆也收藏她的衣服。

艾群创立了自己的品牌Airs.A,好莱坞歌手Cher曾穿着该品牌衣服拍摄唱片封面,还有奥斯卡影后Charlize Theron也穿着参加活动。

(据美国《世界日报》报道)

天下美食

华裔米其林厨师陈建太郎:

我在日本做川菜

□ 李明阳

日前,日本"四川饭店"米其林厨师陈建太郎到访马来西亚,以客席厨师身份为当地食客介绍了改良的四川美食。

据了解,陈建太郎出身于"料理世家",他的爷爷祖籍中国四川,被称为"日本的川菜始祖"。20世纪中期,陈建太郎的爷爷从中国来到日本东京,将传统川菜做了改良,并于1958年开设了"四川饭店"(Shisen Hansen)。当时,很多食客慕名而来,就为一尝他的"麻婆豆腐"和日本的"汤式担担面"。

陈建太郎表示,当年爷爷在日本煮川菜时,面临的困难很多。当时交通很不便利,中日两国也还没有邦交,想做麻婆豆腐,豆瓣酱、花椒、甜面酱都没有。但爷爷手艺精湛,就在日本搜寻食材自己制作。所以他觉得,自家的川菜是"在日本长大的味道。"

据陈建太郎介绍,正宗的四川担担面都是干捞面。初期爷爷做原版四川担担面,很麻很辣,日本人吃不惯,奶奶就站在日本人的角度上给爷爷提建议。日本人喜欢拉面与汤面,带汤的担担面会更受欢迎,于是'担担汤面'就出现了,如今许多日本餐厅都在卖。

对许多日本人来说,川菜就是陈家的"日本改良版"。比如"回锅肉"这道菜,因在当地找不到蒜苗,陈家就用了包菜取代。时间长了,如今日本人的川味"回锅肉"中,食材一定要有猪肉和包菜才算是"正宗"。

不过,"四川饭店"的成功并非完全靠祖荫照拂。陈建太郎的父亲陈建一凭借个人实力,获得了"中华料理铁人"的称号,到了陈建太郎这一代,"四川饭店"在新加坡开了第一家海外分店,并从2016年起,持续3年获评米其林二星级饭店的荣耀。如今,每年陈建太郎会带着自己的团体到四川寻味,并寻找好食材。

(据马来西亚《南洋商报》报道)

美国"中餐女王"江孙芸100岁生日

□ 李晗

江孙芸(左二)与孙女Marisa,以及三名曾孙子和曾孙女

在餐饮界享誉盛名的"中餐女王"江孙芸当地时间9月8日在众多亲朋好友和社会名流的陪伴下,庆祝自己的100岁虚岁生日。她的儿子、孙女和曾孙子女们均现身道贺,四世同堂同欢庆。

多年来她一直致力于推动中餐的发展,让大家知道什么是真正的中国美食。江孙芸表示,感谢自己的朋友一直支持自己,才能让自己活那么久。被问及100岁生日愿望,她说,"当然是健康,然后每天开开心心"。

早已是华人传奇的江孙芸,在餐饮界获奖无数。她最早将高档化的中餐带入美国,改变了以往西方社会对于中餐"杂碎"和脏乱差的观念。她曾经在旧金山开设"福禄寿"(The Mandarin)餐厅,也是一代口碑甚好的中餐厅佳话。

虽然已经百岁,但是江孙芸仍然身体硬朗,举着香槟和宾客们相谈甚欢。现场有众多餐饮界的知名人士,包括米其林星级大厨Michael Tusk,Patricia Curtan,Corey Lee,Mourad Lahlou,以及Marimar Torres,Molly Chappellet,Carl Doumani等品酒和酒庄界社会名流,还有前纪事报美食专栏作家Michael Bauer。纽约时报也派出记者前来采访摄影。

当天的生日蛋糕也是特别精心制作而成,由一个个泡芙点心搭建而成,而且伴有一只只的"小猴子"环绕在蛋糕上。江孙芸生于1920年,属猴。

(据美国《世界日报》报道)