

谁抢走了华人中介的生意?

本报记者 王丕屹

生活在希腊

- 请教高手wind卡
- 知情人提醒: 谢谢了
- 神奇消息
- 考虑买房移民, 咨询下大家, 谢谢
- 婴儿奶粉能寄几瓶回国?
- 驾照年检
- 有谁知道现在补护照要多久补出来
- 签证
- 居留过期出境时的罚款问题
- 雅典哪里可以买到台湾的食品?

出租转让

- 多下店面转让
- 饭店转让
- 寻店
- 零售店转让
- 房间出租
- 阿哈弄店面转让
- 房间出租
- 指路帖
- 零售店转让
- 老店转让

互联网!

原文回放

网络越来越影响着人们的生活习惯, 随着越来越多打工仔习惯使用电脑和智能手机, 打工仔们已兴起“网上找工”风, 轻轻一鼠标, 工作机会就来了。目前“网络介绍所”方兴未艾, 而曾经风光一时的华人职业介绍所面临着前所未有的冲击。

来美10多年的郑先生表示, 他以及身边的朋友现在都在网络上找工。“很方便的, 只要在搜索网站上输入中文‘餐馆工作’, 就能搜出多家网络介绍所。”郑先生说, 每个网站都设计得很方便, 可以按工作种类、所在区域等进行查找。不仅如此, 网络介绍所更优于传统的职业介绍所, 找工者自己也可以把资料传到网上, 如自己擅长做什么, 对工资和工作地点的要求等, 并附上联系电话, 老板要找工时, 通过网站也可以找到合适的人。除了找工, 这家餐馆网络介绍所还有多种功能, 如“餐馆租售”、“餐馆装修”、“餐馆厨具”、“餐馆送货”、“餐馆维修”、“餐馆杂项”等等, 几乎涵盖的餐馆的方方面面, 而且范围辐射全美。

在一家自助餐厅工作的刘烨霖表示, 自助餐厅的年轻人多, 每个人都有一部电脑, 工作之余, 就是上网。因此, 大家很容易接受网上找工作这个形式。第一, 不要介绍费。第二, 方便, 想换工不必像以前那样, 一定要回纽约。辞工前就可以找好下一家, 省去了长途来回奔波的麻烦。第三, 参考信息多。有的网站上还有“对这家餐馆印象”一栏, 找工作时看看前员工对老板、工作地点安全性、住宿条件等的评价, 还是很有参考价值的。

职业介绍所曾经是华埠支柱产业之一, 曾经收取中介费收到“手软”的老板们, 现在个个哀叹生意难做, “介绍费一降再降, 客源还是少。介绍一个工作才20-30美元介绍费, 而房租一个月就2000美元, 要不是我的人脉好, 信誉不错, 介绍所早关了。”纽约唐人街闽江职业介绍所的老板说。

(摘自美国《侨报》)

记者手记

行走在欧洲、北美、大洋洲的唐人街, 能看到各式各样的华人中介公司, 地产中介、职业介绍、留学中介、移民中介。与近年来, 华人移民、中国留学生越来越多相反, 华人中介公司呈现萎缩态势。

谁抢走了华人中介公司的生意? 那些曾经寻求中介公司帮助, 让中介公司赚钱的华人给出的答案是“互联网”。随便登陆互联网, 无论身在哪里, 都能找工作、找房子。前些日子, 中国人去澳大利亚置业火热, 随便在搜索引擎上输入“澳大利亚、地产”, 无数地产网站跳出, 身在国内, 能找到澳大利亚各个城市、各个档次的住宅。能在网络上看到房间各个部分的照片, 有技术先进的网站还能清晰地看到住宅的视频。这样找房子, 肯定比到唐人街一游, 听传统中介顾问夸夸其谈好得多。可见, 传统中介店铺在技术上输给了互联网。

另外, 传统中介公司的不够诚实守信也让很多客源流失至网络中介。如果在互联网上找“华人中介”新闻, 大多数是负面新闻, 如, 华人找工作被骗、买房子被坑。传统中介完善自身才能有立足之地, 加强科技实力、建立网站, 诚信经营才能走得更远。

华人中介是块大蛋糕, 很多“老外”也都试图进入。去年底, 针对中国投资者对美国房地产市场的兴趣不断升温的现象, 纽约州立大学孔子商学院特意在美国房产中介举办了一场如何接待中国大陆房产买家的培训课, 吸引了不少地产精英。纽约著名地产公司的经纪人和来自律师、会计师事务所的培训教师比较了中美房产中介的不同操作模式, 交流了中国投资者的特点。美国著名地产经纪人尼奇·福秀德透露, 自己2010年开始报班学习中文, 主要学习普通话和商业文化, 好接待来自中国的客户。

中介公司仍然有生命力, 传统店铺式中介公司受到互联网的挑战, 尽快转战网络战场是保住生意、开拓生意的唯一出路。

图为本报合作伙伴希希网首页下部刊登的中介信息。

南非华人: 改变形象爱上健身

晓文



南非德班街头的一辆老式汽车

相信很多在南非生活的华人都知道, 在南非出门大都是以车代步。特别是一些文职工作人员, 上班途中坐在汽车里, 上班时间在办公室里, 一坐就是一整天, 下班回到家里不是看电视就是上网, 一天的生活中非坐即躺, 长期生活在缺乏运动的环境之中。身体机能日渐下降。有的人甚至发现自己当年一口气爬个七八层楼都不喘大气, 而如今爬个二三层就扶着楼梯喊累。以前听南非当地的人说华人都健身, 这是实际情况; 但现在许多华人也开始慢慢地意识到缺乏锻炼的后果, 开始逐渐加入到健身的队伍中去。

为什么要健身, 其实很简单: 健身主要是为了健康、塑美、减肥。但是为什么要去健身房健身呢? 因为健身房拥有专业的设备和专业的指导。很多人有种误区, 认为健身就是活动身体, 那就大错特错, 健身和锻炼原则上不是一回事, 健身是为了塑造一个健康、合格的体态和身体, 而锻炼主要是为了增加某部位柔韧能力, 虽有对身体的固本作用, 但是如果长期缺少专业的指导和全方面的锻炼, 身体局部的锻炼过度或者锻炼不足可能会对整体锻炼效果构成影响; 获取专业指导是避免这种现象简单有效的方法之一。

在临近唐人街的一家健身房, 华人身影陆续增加, 华人不健身的形象也在悄然改变。每天傍晚时分在这个健身房里, 你会看到很多工作一天后前往健身的华人。健身房中有游泳池、跑步机、推举机甚至还有环绕整个健身房的跑道等。在你经过一场锻炼满身大汗之后, 不仅可以直接在健身房洗澡间里洗个舒舒服服的澡, 如果喜欢的话还可以到桑拿室里蒸一蒸, 促进血液循环, 有益身体健康。

那么怎样才能让您的“健身计划”发挥更大效能? 偶尔去健身房就可以了? 显然是不行的, 健身其实是一个比较“痛苦”的过程, 很多人在途中就放弃了, 因为他们在这痛苦的挣扎中缺少坚持下去的决心和勇气。要下定决心让健身和锻炼融为你生活的一个组成部分, 他们才能真正成为你健康体魄、幸福生活的守护神。相信随着华人生活水平的提高、社会地位的提高, 会有更多人加入到“健身一族”中来, 通过锻炼改善自己的身体和精神状况。

(摘自南非《华侨新闻报》)

观点

每年4月, 日本大学生都会从学校毕业走向社会。对于日本大学生来说, 今年是个不错的年份。在经历了找工作的漫漫长路后, 绝大部分日本大学生都找到了“东家”。日本厚生劳动省、文部科学省近日发布的2013年(4月1日)大学生就业率报告显示: 日本大学生就业率同比上升0.3个百分点, 为93.9%。与此同时, 中国留学生在日本的就职情况也大为改善。

日本法务省的统计数据显示, 2010年中国大陆留学生在日本就职人数为4874人, 2011年就职人数为5344人。在“3·11大地震”导致经济低迷的情况下, 中国留学生在日就职人数反而增加了9.7%。

为留住更多留学生, 最近, 日本文部科学省将对以亚洲为中心的20个国家和地区的学生实施入学“包分配工作”制度。目前这一计划已经进入细节探讨阶段, 将被写入文部科学省2014年度的预算中。此外, 日本京都府也决定年内向日本政府申请建立“大学特区”。申请被批准后, 在京都学习的中国留学生毕业后将可获得永久居住权。



日本为何要留住中国学生?

王鹏

各种迹象都表明, 日本开始通过各种方法, 将中国留学生留在日本工作。长期以来岛国心态根深蒂固、对外来移民一直持慎重态度的日本, 为何开始频频向中国留学生伸出“橄榄枝”?

日本“3·11大地震”后, 由于担心地震、辐射等, 赴日的中国留学生大量减少, 而很多日本企业的在华业务却在不断扩张。对于这些企业来说, 面对竞争日益激烈的中国市场, 同时熟悉中日两国文化的人才必不可少。而且, 进入2012年之后, 日本政府为了使经济早日复兴, 加大了公共投资及引进外资的力度, 国际型人才在日本国内的需求也大增。此种情况下, 中国留学生开始呈现出供不应求的趋势, 日本政府、企业通过各种方式留住他们也就在情理之中。

雇佣成本的降低, 也是中国留学生备受日本企业青睐的重要原因。前几年, 很多日本企业为了节约成本, 也曾采取就地录用的方式, 直接从中国当地雇佣工作人员。但他们和留学生在对日本企业文化认同度方面, 还存在着一定差距。近年来, 随着中国的经济发展, 很多中国留学生愿意被派回工作。而且, 由于国内人员工资上涨, 留学生和当地聘用人员的薪资差距不断缩小, “性价比”高的留学生自然成为日本企业的首选。

中国留学生自身的努力, 也是获得日本企业认可的重要因素。从总体上来看, 中国留学生在学校的成绩普遍处于中上等, 且大多数勤勤恳恳、吃苦耐劳, 获得奖学金的比例也远高于其他国家。很多日本大学教授和媒体都承认, 中国留学生已经在独立思考能力、学习成绩、社会活动能力等各方面超过日本学生。中国留学生的优异表现, 让他们成为了日本企业需要的“千里马”。

(摘自日本新华侨报网)

配图: 东京地铁站中的上班族

投资房产获居留 西班牙骂声一片

柳传艺

西班牙吸收富人移民在西班牙购房以获得居留权的移民投资招商战略正式在中国市场打响。西班牙政府于5月下旬正式在内阁会议通过了新的“创业法”, 备受海外移民关注的内容包括有“购买50万欧元房产可以获得在西班牙的居留权”等诱惑。

西班牙政府预先透露这个投资移民措施时, 曾明言说这个措施主要吸收新兴经济国家俄罗斯和中国的富人阶层来投资西班牙正变得非常有利可图的房地产市场, 为方便投资者的定居和出入便利, 政府特地设置创业和投资类型“特殊签证”, 让投资者及其家属获得合法定居权利。

西班牙的投资诱惑很快在中国打响, 5月29日, 由西班牙一群房产商成立的“置业西班牙”招商公司, 在西班牙商会在北京办事处的帮助和支持下, 在北京著名的富人会所举行了投资发布会, 并宣布官方网站正式开通, 为有兴趣投资西班牙的中国富人阶层代办一切投资移民手续。

“置业西班牙”旗下的“金色千年”公司的发言人刘西说: “这是一个海外置业和投资非常难得的好机会, 但同时不会是一个持久性的投资政策, 所



在西班牙南部的科尔多瓦, 悠闲的老人在窗口欣赏精心装点庭院。资料图片

以要及时抓住这个良机。”列西奥强调机会千载难逢的同时, 向中国富人提醒说“行动要趁早”。

西班牙之所以把中国和俄罗斯定为重点开拓的市场, 主要是在过去一两年以来海外投资者对投资西班牙的兴趣大增, 在2012年西班牙房产交易额里, 海外投资者占17%份额, 为50亿欧元, 不过相比于2011年份额达到的23%, 这个增幅显然在倒退。

故而当西班牙经济风险基本被排除后, 政府开始重新收拾海外投资者信心, 并与投资移民挂钩。同时, 西班牙银行业重组和健康化被纳入轨道后, 房产泡沫破裂后银行业手中的70万套库存住房正被利用为大促销以诱惑海外投资者。

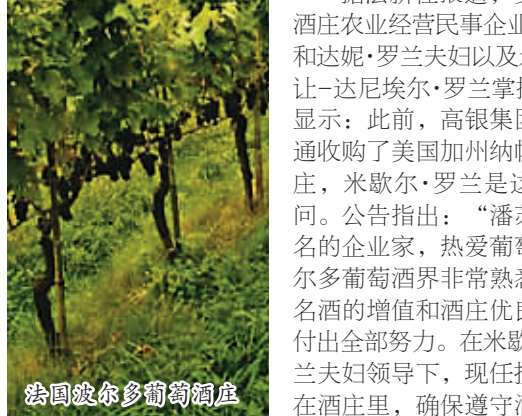
不过从西班牙民间反应则是骂声一片, 认为这又是一次“大规模地召唤移民涌进西班牙”。例如从《世界报》的一个投票调查可以看到, 反对这个移民投资政策的人远远高于支持者。

(摘自西班牙欧浪网)

中国买家爱红酒 高档区地价飙升

欧诗

法国著名葡萄酒专家米歇尔·罗兰家族日前宣布出售波尔多3家葡萄酒酒庄给中国香港高银金融集团有限公司。这3家酒庄位于波美侯和圣埃米里昂产区, 其中一家酒庄是波美侯著名的“好牧人”酒庄。



法国波尔多葡萄酒庄

据法新社报道, 卖家是“罗兰酒庄农业经营民事企业”, 由米歇尔·罗兰和达妮·罗兰夫妇以及米歇尔的弟弟达尼埃尔·罗兰掌控。卖家公告显示: 此前, 高银集团董事长潘苏通收购了美国加州纳帕谷的腓拜酒庄, 米歇尔·罗兰是这家酒庄的顾问。公告指出: “潘苏通是一位著名的企业家, 热爱葡萄酒, 他与波尔多葡萄酒界非常熟悉, 他准备为酒庄的增值和酒庄优良传统的延续付出全部努力。在米歇尔和达妮·罗兰夫妇领导下, 现任技术班子仍留在酒庄里, 确保遵守酒庄的家庭传

统和酒庄历史及名声的延续。”达妮·罗兰解释说: “家族为了解决财产共有的一个问题而出售股份。”

高银集团买下了总共15公顷的葡萄酒酒庄, 其中“好牧人”酒庄在波美侯占地6.62公顷, 罗兰·马耶酒庄在圣埃米里昂产区占地3.35公顷, 贝尔蒂诺·圣樊尚酒庄在拉朗德·波美侯产区占地5.5公顷。

交易价格尚未公布。去年12月17日的一个财务公告宣布了这个出售计划。高银集团当时表示愿意在这笔交易中或多或少出资1500万欧元来收购95%的家庭股份。达妮·罗兰证实这些数字, 只表示“估价尚未结束”。

近几年来, 波尔多已经有20来个酒庄落入中国投资者的手中。据法国全国乡村土地整理与设立企业联合会的数字, 2012年法国乡村土地交易市场和交易价格下降, 但高档葡萄酒产地的地价例外。“一般”葡萄酒产地地价价格停滞, 但高档葡萄酒产地的地价价格飞涨, 香槟产区地价每公顷价格飞涨21.5%, 法国干邑白兰地产区地价涨了10%。受原产地命名保护的葡萄酒园, 每公顷平均价格为13.17万欧元, 比一年前涨了13.5%。

(摘自《欧洲时报》)

中国游客: 住差吃廉拼命购物

张越



在韩国首尔免税店购物后的中国游客

中国游客赴美疯狂购物已经不是新闻, 但《洛杉矶时报》日前将中国游客的特点归纳为住烂宾馆、吃廉价饭也要省钱拼命买东西。

报道指出, 全球赴美游客中, 中国游客出手最阔绰, 去年中国游客在加州人均消费2932美元, 比第二名巴西游客高500多美元, 比日本游客高出近1000美元, 而全球游客平均在美消费额只有1883美元。从游客在全美国消费的数据看, 中国游客依然排第一, 人均消费超过7000美元, 而日本游客仅4500美元。

但中国游客的一大特点是只爱购物, 花费中有超过1/3是购物, 洛杉矶旅游局局长表示, 中国游客并不喜欢躺在海边晒太阳, 他们非常喜欢购物。导游陈小姐表示, 自己带团出去, 游客们对各种景点兴趣不大, 通常就是“上车睡觉, 下车拍照”的走马观花式旅游, 但如果去购物, 则都非常兴奋, 给一整天时间都余兴未了, 通常至少要一个小时才能把游客们全部从各个商店找回, 而他们的大包小包全部装进车里则要耽误工夫一个多小时。

而中国游客并不在乎食宿, 一心省钱购物也成了区别于其他国家游客的独特现象。陈小姐表示, 很多中国来的团住宿都很一般, 住汽车旅馆或相应等级的旅馆里, 吃饭则中餐自助餐最受欢迎。虽然洛杉矶有很多特色美食, 但大多数游客对此并不感兴趣, 即使带他们去吃, 也会因为口味不合甚至不提供热水等问题而导致游客不满。而且现在中国旅行社干脆推出“纯购物团”, 完全不去景点, 纯粹购物, 不过游客大都是以前就已经来过美国的人。

不但跟团游客爱购物, 散客也爱购物。圣盖博张先生表示, 去年大学同学带着全家来美国游玩, 负责接待。虽然同学在中国开公司, 每年赚几百万元人民币, 但令他傻眼的是全家入却住在每晚不到50美元的汽车旅馆, 而且只去迪斯尼乐园和直销购物中心, 至于海滨、好莱坞影城均没兴趣。张先生带他们去直销店购物, 同学大呼便宜, 从开门一直逛到吃晚饭。

(摘自美国《世界日报》)