

西班牙

安全亮红灯 华媒劝理性

本报记者 王丕屹

进入2014年以来，西班牙华人屡遭歹徒袭击，“华人该不该反抗”引发讨论。当地华媒劝告华人：在人身安全亮起红灯时，华人需要理性维权，不能“以暴制暴”。



安全形势 日益严峻

华人频遭 歹徒毒手

据西班牙新浪网报道，今年春节期间，一名年仅29岁的女侨胞在自己的店里遭到枪击，当场死亡。劫匪头戴黑色面罩闯进受害者李某的食品店里，掏出手枪进行威胁，要把她收钱机打开。在遭到李某拒绝后，歹徒朝着女店主开枪，致其当场死亡。

3月8日，一家位于格拉纳达南部地区的华人商铺遭遇两名歹徒持刀抢劫。华人店主在反抗中将劫匪当场杀死，而他自己也被利器击中，导致头部受到重创。

华人包先生在马德里市区经营一家百元店，5月的一天，包先生正拿刀子割开货箱的胶带，突然听到店外的妻子喊，有人抢东西。于是包先生头脑一热，拿着刀子就追了出去。包先生说，拿着刀出去也是为了保护自己的家人。两个抢匪在被包先生拿着刀子追了之后，到警察局报案，并起诉包先生。

西班牙《欧华报》分析，华人店主面临的安全形势日益严峻，这与西班牙目前金融危机深重以及法制宽松的大环境是分不开的，也与当地社会近几年对华人社会较为严重的丑化和排斥有着直接关系。由于西班牙媒体大量传播华人靠不正当竞争和违法手段聚敛财富的信息，所以华人有钱但并不光彩的形象就深入人心，如此，各种犯罪分子自然就会瞄准有钱的华人频频作案。

此外，随着一些西班牙人和有关机构，尤其是媒体对华人的不断丑化和诋毁，社会上排斥华人的气氛日渐浓厚。在这方面，各种排华涂鸦的出现，就是很好的证明。甚至对于华人的春节庆祝活动，一些激进的西班牙排华分子都要用涂鸦来“砸场子”。在这种华人日益受到排斥、仇视和非议的情况下，针对华人商家的犯罪行为自然会成比例地增加。

不要选择 以暴制暴

欧洲时报网报道说，侨胞的反抗导致华人在最近几年里经常会遇到这样那样的麻烦。那么到底该不该反抗？令人惊奇的是，对于这一问题，大多数侨胞都是持支持态度的，认为中国人不能被欺负，华人要硬气。侨胞已经对西班牙警方不信任，他们认为就算遇到了歹徒，也找不到警察，就算警察来了，也只是问一问，做个笔录然后就走，有些侨胞甚至说找警察根本没用。



图为西班牙华商聚集地埃尔切

当安全亮起红灯时，华媒提示，如果侨胞选择了以暴制暴，那么一方面可能给自己带来麻烦，另一方面也面临人身安全的威胁。华人要应对当前严峻的安全形势，除了注重自保，要求警方加强安全保护以外，还要从根源上努力改善自身的名誉和形象，同时更要采取措施，一点点赢得西班牙社会更多的尊重和更好的对待。只有在此基础上，一些不法之徒才会对华人一视同仁，不敢轻易地对华人伸出黑手。同时，西班牙有关政府机构和警方才能切实地加强对华人的保护，减少针对华人犯罪的发生。



图为“是拉差香辣鸡翼”

加拿大中餐馆 世界杯抢商机

微佳

世界杯开锣。世界杯举行期间，无数球迷日以继夜捧场，很多人都选择在有电视直播赛事的酒吧或食肆观赏，图的是与众多球迷一起观赏，更有气氛及刺激。为此，加拿大不少以华裔青年人为对象的港式餐厅，敞开大门迎接这批球迷“光临”，包括加装高清电视机及推出和世界杯有关饮品食物，让华裔球迷聚在一起，享受兴奋又刺激之赛事。

在万锦市旅游区城市广场的荷李活餐厅负责人郑永东说，该餐厅不少顾客是热爱运动节目的年轻人；而4年一度的世界杯是球坛盛事，加上该餐厅在过去若干届世界杯举行期间，同样有特别装饰及食物饮料推出，可说已有不少经验，今年也不例外。为增加气氛和吸引顾客，该餐厅内挂上不少参赛国的国旗及著名球队旗帜，又有整个球赛的详细时间表供球迷查看；另有近10部高清电视机现场直播，中文旁述，方便华裔顾客。此外，在世界杯举行期间，职员尽可能穿上不同球队的球衣。该餐厅还设计了多款以足球明星为名的饮品和食物。

郑永东说，特制“炸鸡薯条”一向是该餐厅的著名产品，连同啤酒，都是球迷的主要食物。今年主办国巴西属南美炎热国家，故此该餐厅今年特别设计了一款小辣食品，名为“是拉差香辣鸡翼”，吃起来有点刺激，既配合赛事又以巴西天气相似，相信会受到欢迎。

今年的世界杯举行时间颇配合多伦多时间，大部分赛事在上午和下午举行，因此估计今年观赏赛事的球迷会特别多。而到该餐厅观赏球赛的顾客，男性和女性之比例是7:3。配合为期约一个月的“世界杯”，该餐厅已订了多1倍的啤酒和鸡薯条等，相信生意会较平常多20%。

万锦市荔园餐厅负责人、飞扬体育会创办人表示，该餐厅虽是首次接触世界杯赛事，但刚举行之欧足联足球赛已招待过众多球迷。为配合世界杯，该餐厅在食物和饮品方面颇费心思。如食物设计有“意大利芝士肠”、“阿根廷咸牛肉三文治”、“德国烧鸡卷”、“日式石锅炒饭”、“法式西多士”、“葡国鸡饭”及“德国汉堡扒”等。由于今年赛事主办国巴西当地盛产水果，因此该餐厅特别设计的饮品有“森巴热情牛油果汁”，另有以巴西著名球星“尼马(内马尔)”为名的“尼马薄荷冰”等。

两位餐厅老板均强调，餐厅于世界杯期间安排上述的不少配合，并非以多赚钱为目的，最重要的是希望在这一球坛盛事举行期间，能为华裔球迷爱好者，提供一处来自同一语言及文化背景的球迷欢聚的场所，让他们一起尽情享受无拘无束投入刺激的赛事。

(摘自加拿大《明报》)

东京： 日青年企业家 做客中国使馆

邢熠

为了帮助日本企业家进一步了解中国，促进中日经贸发展，中国驻日本大使馆经济商务处近日邀请日语版《人民日报海外版》月刊采访的10多名日本企业家以及相关人士，举行了“驻日使馆与日本青年企业家交流会”。

中国驻日本大使馆经济商务公使吕克俭在致辞中首先欢迎日本企业家到使馆来做客，随后介绍了使馆经商处的人员构成和工作职能。在分析中日两国经贸交流现状时，吕克俭表示，中日互访为重要经贸合作伙伴。2011年中日贸易额达3429亿美元，比1972年两国恢复邦交正常化时增长了300多倍，实现飞跃式的发展。目前，日本在华投资企业约4.8万家，投资总额达943亿美元，中国对日投资也在快速增长。经贸合作给中日双方带来了实实在在的利益，应当倍加珍惜。然而近两年来，由于

众所周知的原因，两国关系处于十分困难的局面，无论是贸易还是相互投资都受到影响。日方企业家代表藤原洋在致辞中强调了中国市场对日本企业的重要性。他说：“2008年‘雷曼兄弟’破产事件发生后，日本依靠同中国的贸易才迅速走出金融危机阴影。之后，中国大陆和香港的对日贸易总额更是超越美国，一跃成为日本第一大贸易伙伴。现在，中日经济关系已经进入双边贸易和相互投资的新时代，中国的潜力还很大，保持与中国的良好经贸合作是非常重要的。”

日方企业家代表石川康晴在会上介绍了自己的服装公司在中国的发展，指出日本企业在国内发展，属于一种国内运动会的竞争，日本企业到中国发展，属于一种奥运会式的竞争。日本企业如果不甘落后，就应该到中国寻求发展的机会。

波尔多：

中国人收购酒庄热正褪去

依洛



▲图为波尔多的葡萄酒庄园

越来越多的中国投资者热衷收购法国酒庄。自2008年以来，近80家波尔多酒庄易主中国人。与此同时，中国已成为当地葡萄酒第一大进口国。近来屡有分析指出，这一收购热潮或有愈演愈烈之势。然而，波尔多地产代理商丹尼尔·卡尔玛涅却不这样认为。在他看来，“好时光”正在逝去。

据法国《西南报》报道，6年前，拉图拉甘酒庄被中国海集集团收购，拉开了中国投资者海外收购酒庄的大幕，这笔交易的负责人正是丹尼尔。“当时我原打算将酒庄卖给一个马耳他投资者，但中国买家不肯退让……我们与中方的谈判进行得很顺利。谁也没想到这件事引起了轰动，电视台甚至派记者来拍摄合同签署的全部过程。如今，收购酒庄的中国人越来越多‘低调’，他们反感大肆宣传，不过每次仍会引起媒体关注。”

针对目前的“中国收购热”，丹尼尔指出，“中国投资者对波尔多酒庄仍抱有浓厚兴趣，但目前的成交量很少。截至去年，公司每星期都会接待3到4名中国人。我

陪他们到波尔多，带他们参观葡萄酒园和酒庄。之前确实有一股‘收购热’，如今却缓和了许多。毕竟，严苛的公司法和天气风险‘挫败’了部分买家，还有一些人不了解酒庄运作。很多酒庄正是因为这些原因而转手出售。”

在丹尼尔眼中，中国投资者看重的是“波尔多”这个名号。“事实上，波尔多酒在法国并不好卖，但在中国却恰恰相反：原本3到4欧元的酒能卖到20到30欧元。中国人希望借助投资酒庄，赢得一个能在华增值的品牌，然后开店铺，办些小型沙龙。”

丹尼尔还分析，中国投资者分为两类：第一类是行家，他们规划明确，并亲自参与到酒庄运作中来，由于乐于经营，所以这类人不会亏本转卖；第二类是外行，这类人往往是挣了很多钱后就买下酒庄。当他们发现在法国管理酒庄太复杂时，就会试着把酒庄转给另一名中国人。他们永远不会承认这是“转卖”，因为不能“丢面子”。

(摘自欧洲时报网)



图为希腊雅典华人区中国城

希腊华商危机后重生

汪鹏 梁曼瑜

作出的贡献。

从2004年雅典奥运会上众人挥舞的五星红旗，到2007年为希腊遭受特大火灾积极捐款捐物，遵纪守法、自强不息的华侨华商用自己一个又一个实际行动创造着侨区建设的奇迹，赢得祖国人民和希腊人民的一声又一声喝彩。

金融危机华商受挫

从2009年底开始，希腊陷入了一场史无前例的债务危机之中。这场风云突变的债务危机也对旅居希腊的各国移民形成巨大影响，在当地求生存、求发展的华侨华商也面临着艰巨的考验。

2008年开始，虽然有全球金融危机，但中国货在希腊还是大行其道，因为中国货主要面向希腊中下等收入人群，这部分

消费者买不起奢侈品和名牌服饰，那正好是中国货大行其道的时候，因此，在一些地区，华人店面甚至还有扩大之势。总的来说，在希腊主权债务危机爆发初期，当地华商生意虽有下降，但大体还可维持。

然而，随着希腊债务危机的日渐加深，特别是希腊政府实施紧缩政策，导致了工资下降、物价上涨，民众购买力持续减弱，全国性大规模罢工游行成为了“家常便饭”。华商店铺生意一落千丈，大量商铺无法维持，只好关门歇业。希腊华侨华人总商会表示，自2009年以来，旅希腊华商营业额已大幅下降30%。这期间，在《中希时报》和希中网上发布最多的便是店铺转让信息。从希腊主权债务危机爆发至今，希腊华人商铺已关闭了数百家。有约20%-30%的华商觉得生意越来越不好做，离开了希腊。目前，旅居希腊的华侨华人总数约1万人。

逆水行舟奋力坚挺

在一部分华商离开了希腊的同时，越来越多的希腊华商也渐渐在经济危机的影响下理清思路，开始寻求创新改变，谋求重生。众所周知，希腊在某些产业上具有

得天独厚的资源，橄榄油、红酒、大理石等一系列希腊本土产品在全世界市场，尤其在消费力日渐提升的中国市场具备相当的优势。因此，部分希腊华商采取多元化发展的战略，大胆探索贸易新路子，利用欧元贬值带来的价格优势，将希腊的特色商品出口到中国，占领中国市场。

在危机中稳住了阵脚的希腊华商已经逐渐打开局面，通过对华出口希腊本土优势产品扭转困局，绝望中见希望。希腊华商纷纷通过这样的方式走出小商品贸易的模式，往更加高端和国际化的平台发展。这样的逆向贸易也是希腊华商自救的手段。

另外，希腊还有一项不得不提的产业，就是占到希腊经济15%、对GDP有7%直接贡献的旅游业。在希腊经济触底回升之际，希腊华商在希腊旅游界的发展也大放异彩。随着到希腊旅游的中国游客数量激增，旅游服务业的需求将越来越大，要求也越来越高。这也为希腊华商提供了更多机会。如果说，前面所提到的红酒、大理石、橄榄油等发展模式是逆向思维的可持续发展模式，那么旅游业的大力拓展则是具有深厚文化底蕴的商业交流。

(摘自希腊《中希时报》)

十余年风雨移民路

2005年和2006年是希腊华商发展的黄金时期，华人商铺开张成为了一种风潮，这时候在雅典和萨洛尼卡的华人批发商行

发展到500多家，而分散在希腊各城镇、岛屿和乡村的零售店约2000家。在最高峰时，旅居希腊的华侨华人总数一度达到3万人。

年轻的华人族群在该国人口所占比例不到1%，但他们为希腊各级政府提供了有力的税源，为广大的低收入希腊民众提供了大量质优价廉的日用消费品。希腊政府官员以及各地方政府和移民局官员等多次肯定希腊侨胞以及华商为该国经济繁荣、促进希中两国经济合作和文化交流所