

华文媒体聚焦热点：

中企“出海” 掌声一片

本报记者 王丕屹



中国汽车销售至海外

欧洲经济放缓，各国欢迎中国企业“出海”。理由很多：经济不景气、欧元大跌、地缘优势等。旅居欧洲的华商希望越来越多的中国企业“走出去”，自身经营也迎来新机遇。

欧元大跌提供良机

法国驻华大使顾山日前在接受《欧洲时报》记者的专访时表示，中国企业的生产型投资也逐渐在法国落地开花，“布列塔尼的圣元奶粉制造工厂、与加拿大合作收购图卢兹机场等项目都取得了成功。”顾山认为，“在经历了初期的适应阶段后，随着时间的推移，中国企业在法投资已经越来越得心应手。”

3月初，人民币兑欧元的汇率跌破了“7”元大关。顾山不忘提醒中国投资者“在当前欧元下跌的情况下，抓住这个机遇。欧洲长期以来一直希望欧元下跌刺激经济的复

苏，这是投资法国千载难逢的机会。”

顾山还称，法国不仅欢迎中国企业来法投资，还愿意与中国企业一起进行“海外”投资：“法国拥有得天独厚的地缘优势，除了地处欧洲中心位置，还可以辐射到地中海、北非以及西非国家。法国与这些国家有良好合作的传统，愿意与中国合作伙伴携手在这些区域进行投资。”

英中贸易更加深入

英国华文媒体《英中时报》报道，由英中贸易协会举办的“2015年中国商业大会”日前在伦敦举行。经济“新常态”是目前中国热

门话题，也是本次大会上各界人士的关注焦点。

面对有关对中国经济放缓的焦虑，英中贸易协会主席沙逊勋爵仍然很乐观：“中国正处于向新常态发展的深化改革阶段。英中两国间的贸易和投资关系正在进一步加深，双方在世界各地的合作契机也在深化。对于英国企业而言，这无疑将会为他们带来新的机遇。”

英国财政大臣奥斯本则表示，2014年，中国对英投资超过30亿英镑，成为英国第六大出口市场。自2010年以来，两国贸易翻了一倍，而这些增长都与英国长期以来不断加深与中国合作的努力密不可分。英国已成为欧洲国家里最受中国资本青睐的投资对象。在英国企业的

收购者中，中国公司的身影越来越多。中国资本“出海”时，常常将英国作为在欧洲发展的根据地，通过这个稳定、安全的老牌资本主义国家，将服务和产品输送到其他国家。

华商融入海外战略

在世界经济减速和金融格局动荡的背景下，“走出去”已成为当下很多中国企业的战略选择。然而，由于缺乏对境外法律法规和文化习俗的了解以及对当地社会关系和市场信息的掌控等因素，不少中国企业海外生存略显“水土不服”，在经营中常常处于被动。

为了更好地参与中国企业的

海外战略，华商摆出了自身优势：海外华商熟悉驻在国国情和市场运作规则，可以帮助中国企业把握投资方向，避免盲目投资；海外华商商业网络比较成熟，可以帮助中国企业更加顺利地进入当地市场，迅速打开营销渠道；海外华商了解驻在国民风民俗，可以帮助中国企业融入当地主流社会，消除文化差异，减少投资摩擦；海外华商具有国际经营管理经验等优势，可以帮助中国企业提高管理水平。

旅英华商林道明表示，中国加快实施“走出去”战略，对华商而言是重大机遇，华侨华人可以在其中发挥桥梁作用，助力中企“走出去”。在建设“一带一路”战略构想中，华商可大有作为。

最新数据显示，亚裔美国公民过去25年来在收入和财富上都有明显增长，正在赶上、甚至超过白人，成为最富有的群体。

据美国全国广播公司财经频道报道，圣路易斯联储银行的最新研究报告按照族裔分类列出收入增长，发现白人家庭的收入仍然排名第一。但是，亚裔美国人的财富自从1989年以来出现“戏剧性变化”，他们当中的中等收入比例已经超过白人。这主要归功于最近几十年来亚裔年轻人教育程度的提高。

圣路易斯联储银行经济学家埃蒙斯说，亚裔美国人也许在今后几十年成为全国最富有的族裔。他说，“如果亚裔财富不在今后25年超过白人，我会感到吃惊。”

导致亚裔财富可预测变数的因素就是教育，但那并非唯一因素，也不全部呈线性趋势。但亚裔方面的进展的确提出如下问题：教育带来他们的财富增加，还是财富保证他们接受更多教育？埃蒙斯感觉是后者。“你越是有钱，你就越是能投资教育。”

亚裔财富超白人 重视教育是主因

王恒瑞

在35-39岁年龄组，73%的亚裔2013年都有高中以上的学位。这一比例明显高于白人的54%，更2倍于黑人的36%，3倍于拉美裔的23%。如果进一步查看4年大学学位以上的比例，差距更大：亚裔65%，白人42%，黑人26%，拉美裔16%。这种教育程度差距影响深远，也带来某种循环性发展。教育程度差距加大财富积累差距，后者再驱动教育差距。

皮尤研究中心拉美裔趋势项目副主任科查尔说，金融知识能帮助人们致富，而财富又能帮助人们获得金融知识。他还说，财富也因为个人所处的经济生活环境而受到推动。如果人们从来没有接触重大的财务选择——比如低教育程度的人当大巴售票员，一直依靠政府救济项目，就从来没有机会学习如何有效地管理资金。

埃蒙斯将分析数据集中到62岁以下的亚裔人群中，中位数财富和中位数收入均已超过白人同龄群体。他说，这意味着年轻的亚裔人口财务上超过同龄白人的亚裔。老一代亚裔和同龄白人相比，财富上要弱一些。

布鲁金斯学院儿童家庭中心主任哈斯金说，亚裔家庭和年轻人的财富差距不正常。通常财富系数都是另一走向：老年人财富高于年轻人。但是，亚裔人口当中却是年轻人更富有。年轻亚裔通常都是移民子女或者本身就是移民。哈斯金说，许多亚裔都是从零开始，几乎把所有东西都留在美国。

除了储蓄能力之外，财富积累可能同储蓄的激励因素相关。埃蒙斯说，富有者有较大的激励因素来学习金融制度及积累财富，因为他们需要把收入转入退休账户。较低收入阶层可能没有这种动力，因为他们更多依靠政府的退休项目。

(摘自美国中文网)

西班牙

华人传统店铺饱和

致远



马德里唐人街的华商店铺

小李是到西班牙马德里已3年的大学生，但是，他没有能够完成大学学业，而是靠母亲帮助拿到家庭居留权，但他并不想打工；小李的女朋友和小李同时来到马德里，也没有完成大学学业，两人与家人商议之后，决定开一家手机维修店或者百元店。因为最近西班牙政策鼓励青年人自主创业，“开店”有很多优惠政策，如果开自己的店既可以解决收入问题，也可以解决女朋友的居留问题。“开店”似乎是最明智、见效最快的选择。

小林5年前来到马德里，一直在各处打工，目前在一家仓库跑业务，收入不错。他已到了要结婚的年纪，也找到了女朋友。此时，小林的家人都劝说他，打工不安心，

不如开店吧。

在西班牙的大街小巷，只要是有人居住的地方肯定会有华人的店面，从餐馆、百元店、食品店再到手机维修店和酒吧等。从目前的状况看，“开店”几乎成了旅西华人唯一的投资增值方式，简单、实用、收益高、见效快，有钱的华人投资开店，没钱的华人借钱开店。

投资开店是七八年前，西班牙经济最好时华人的投资选择。市场繁荣、西班牙居民的购买力强，很多华人都是开店获得了巨大的收益。然而，随着大家从事的行业市场饱和程度不断加深，以及竞争的激烈，尤其是近几年受到金融危机的影响，“开店”作为华人首选的投

资方式，所能带来的利润已经日益减少，风险却越来越高。虽然现在政府鼓励年轻人自主创业，但是华人开店似乎就是食品店、百元店和手机维修店这几种单一的模式。

开店有诸多优势，也是华人传统盈利的方式。根据西班牙劳工、个体、企业组织联合会公布的数据显示，在过去7年的金融危机中，华人个体商户登记人数从2008年的2万人增至2014年4万多人，这就意味着在19万旅西华人中，有1/4都在“开店”。

然而，当街头巷尾处充满了华人店面时，市场竞争非常激烈，于是产生了华人商家之间的恶性竞争。许多华人在抱怨，自己在某个地段开的店面本来生意非常好，盈利很高，但是在其他华人看到后，立马在他店面的对面或者周边开店，和他抢生意，周围的店面越来越多，大家就都赚不到钱了。挤在一条船上的华商只能靠拼价格、拼地段、拼面积等手段竞争。行业过于单一，但是大家又不肯做出让步，谁都要开店、谁都要争，恶性竞争自然不可避免。

年轻一代华人怎么办？鉴于华商传统开店模式已经完全饱和，竞争激烈，年轻人应该有更开放的思想、更宽阔的眼界和更新颖的理念，勇于接受新事物、涉足新领域。面对西班牙旅游、金融证券等领域所带来的投资良机，新一代华人可以将目光转向买房投资、购买有价证券、介入旅游服务业等方式，增加投资的选择面，不要只在“开店”这个小圈子里打转转。

(摘自西班牙欧浪网)

中国人购置波尔多酒庄的数量日前超过了100座这个象征性大关，成了该地区外国投资者人数最多的一群，超过比利时人。每年波尔多地区有上百个酒庄出售酒庄，30多笔买卖成交。现在买主占比最大的是中国人和法国人，各占1/3。

中国人购置波尔多酒庄历史不长，最远的也就是2008年8月。2009年购买了两座酒庄，2010年



中国人购酒庄个性密码：重庄轻酒偏爱田园

王赞

仅购一座。2011年速度开始加快，2012年购买数量猛增为27座，2013年是25座。2014年趋缓，只买进10座酒庄。酒庄数量虽然逾百，但也只占波尔多地区大约7000座酒庄的1.5%。

波尔多业内人士对中国人着迷于酒庄满心欢喜，认为是件好事，给波尔多葡萄酒增了光，证明波尔多葡萄酒名气就是大于其它葡萄酒产地，同时也使葡萄酒园地产市场蓬勃发展。波尔多酒庄历来吸引外国投资者，先是英国人，随后是荷兰人、比利时人、日本人，现在是中国。

中国投资人虽然成了最大的外国买家，但购进的名酒庄为数极少，如圣爱美浓产区的列级酒庄贝勒丰，玛歌产区的卢克·杰邦酒庄，还有葡萄酒工艺学家罗明出售的波美侯酒庄。其它酒庄名气都不大，价格也不高，每公顷谈判价介于1.5万到2万欧元之间。而素享盛名的酒庄每公顷低的也要20万欧元，高的则达100万或200万欧元。

中国商人投资起点一般为500

万到1500万欧元，多数购置好几座酒庄。他们把酒庄生产的葡萄酒销往中国市场，在中国，他们有自己的销售渠道，自产自卖。

在法国业内人士看来，这些新买主购置酒庄，主要看重的是酒庄的建筑。城堡、城堡主塔、法式对称建筑或法式花园，成了中国商人青睐的王牌。他们打算用“一片法国田园”使自己的资产多样化。对葡萄酒的兴趣则在其次，也有人推测他们想借酒庄发展旅游业。

虽然中国市场拥有增长潜力，很快将变成世界葡萄酒消费的领军者，中国人已经是第一大红酒消费市场，但波尔多葡萄酒出口市场却停滞不前。2014年中国虽是波尔多葡萄酒出口的第一大市场，但销售额却下降了17.5%，销量下降了9%。

行家指出，市场多样化是葡萄酒生意的基础。这些新买主应考虑进口商、零售商和顾客的多元因素后再出手。现时中国葡萄酒市场变得更加成熟，盈利没有以前多了。

(摘自《欧洲时报》)

图为华商在波尔多展示公司经营的葡萄酒。

澳大利亚敞开怀抱

用“你好”迎中国游客

魏明

随着数量众多的中国游客不断涌入，澳大利亚悉尼及墨尔本等城市的居民也学会了中文打招呼的用语“你好”。最新报告显示，这些澳大利亚居民说“你好”的次数到2023年预计将翻倍。

《悉尼晨锋报》日前援引洲际酒店集团与牛津经济研究院公布的全球调查报告显示，有一定数量的中国家庭的年收入已经超过4.597万欧元，足已支付得起海外旅行的费用，而预计到2023年，中国家庭的年均收入将增加两倍。报告还指出，预计到2023年，墨尔本中国游客的人数将上涨109%，悉尼中国游客的人数将上涨98%，而布里斯班与黄金海岸的中国游客人数

将分别上涨90%与86%。

据了解，在2013年，澳大利亚是中国海外消费的第九大市场，其中，大多数中国游客到澳是出于旅行目的，而不是参加商业活动，此外，游客更倾向于城市游，而不是乡村旅行。为了吸引中国游客，澳大利亚更加青睐自由行的中国游客，因为他们往往具有更高的消费能力。报告指出，目前中国已经成为澳大利亚入境游客的第二大来源国，仅次于新西兰。同时中国游客的消费能力最高，平均每年消费额达50亿欧元，预计在随后10年间，该数字将升至130亿欧元。

然而，最新的报告却指出，在

2013年至2023年，中国游客增长预期排名的国家榜单中，澳大利亚并未排到前10名。根据该榜单，到2023年，美国预计年增长340万名中国游客。法国排第二位，预计年增长120万名中国游客，而英国预计年增长29万名中国游客。相较于2013年的70.9万名中国游客入境，预计到2023年，澳大利亚将迎接100万名中国游客。

澳大利亚旅游局局长奥苏利文对此指出：“可以看出，如此多的国家正在与澳大利亚竞争中国旅游市场，这就意味着，我们必须去主动了解中国的假期及中国游客的需求以发展我们的旅游业，去更好地适应中国游客的需求和期望。”

洲际酒店集团澳大利亚执行官表示：“目前，全澳近半数酒店都获得了‘中国，准备好了’的认证。”据悉，这些酒店覆盖悉尼、墨尔本等各大城市，这些酒店拥有会说中文的员工及训练有素的中国厨师，此外，还支持银联支付及提供中文电视节目。

(摘自澳大利亚澳洲网)



中国游客必到之地——悉尼歌剧院