

海内外侨讯

福建

侨联特聘专家与企业论道新能源

本报厦门电(杨璐璐)3月27日上午,第四届海西(厦门)国际新能源产业博览会暨高峰论坛在厦门国际会展中心开幕。此次展会以“新能源”为主题。在本次高峰论坛上,来自中国侨联特聘专家委员会的30余名专家与新能源领域的企业家们各抒己见,展开了热烈的交流和讨论。中国侨联特聘专家委员会自2010年创建以来,为助力地方经济做出了巨大的贡献。在本活动中,专家们对当前的研究现状和前景做出了分析,为当地相关部门提供了更为宏观的思路和认识。



中国侨联特聘专家与新能源企业代表探讨新能源技术。 杨璐璐摄

山东

东营将提高困难归侨补贴标准

本报电 日前,山东省东营市外侨办与财政局联合出台了《关于调整归侨生活困难补贴标准的通知》,4月1日起,将对归侨的生活困难补贴分别由原来的每月30元提高到260元,150元提高到300元,调整后补贴标准水平位于山东省前列。

根据通知,1978年底以前回国,在国有和县以上集体所有制企业工作的退休归侨职工,退休后每人每月生活困难补贴由30元调整为260元;居住在东营并有东营市户籍,凡男性年满60周岁、女性满50周岁,且无退休收入的归国华侨,每人每月生活困难补助由150元调整为300元。归侨生活困难补贴所需经费由原渠道解决,区县侨务部门负责发放。通知从2015年4月1日起开始执行。(蔡文龙)

近日,一组上世纪四五十年代拍摄的旧照片在媒体上传开。照片中的青年是生于越南的华侨陈恒生,他那时正求学于香港达德书院。如今,大半个世纪过去,85岁高龄的陈老先生翻出这些泛黄的旧照,希望有生之年这些照片能帮他找到那些曾一同奋斗的同学和战友。

据报道,1949年5月,陈恒生怀揣爱国赤心回到了广东,投身祖国的解放大业。随后,他被党组织安排到新高鹤游击区。在一张被磨损了一半的照片上,进步青年陈恒生及其多位同学的炯炯目光依然清晰。他们一同参加了由粤中部队举办的青年干部培训班,后在广东鹤山一带工作。此外,照片还记录了他参加“土改”时的生活。

对于每位华侨而言,虽然时间可能会让他们与亲朋好友分散,但旧照片是助他们找回亲友的线索,串起的是对过往的眷恋和对重逢的期



待。而对于整个华人群体来说,保留下的旧照片更是弥足珍贵的历史档案。

最近,“维多利亚唐人街:加拿大华裔史源图片展”在广东省立中山图书馆举办,呈现了华人在加拿大史称“小广州”的维多利亚唐人街打拼的早期故事。照片由加拿大皇家不列颠哥伦比亚博物馆与档案馆珍藏。在采访了当地4个来自不同阶层的华人家庭后,档案馆收集了不少旧照片及华人20世纪初在当地生活和成长的故事。“不列颠哥伦比亚省和广东省分享着一段重要的历史,这是应该让更多人知道的事情。”档案馆首席执行官杰克·洛曼说。旧照片的展出拉近了祖(籍)国与侨居国之间的感情,也揭示了华人在建设侨居地时所做出的贡献。

比起文字,在光影中探寻华人的历史脉络,更易唤起华人群体深藏心底的文化记忆。“赤子丹心”华侨与抗日史料展中,一幅幅旧照片将观众带回到二战期间,众多在菲律宾的华侨英勇抗敌、争取菲律宾民族自由。据了解,很多照片是在支持祖国抗战和菲律宾抗日运动中牺牲的在菲华侨的资料,有关人士通过反复和菲律宾同乡会、社团联系,并亲自到菲律宾才找到。

华侨华人在海外颠沛流离、奋力打拼的过程中珍藏下来的旧照片带给他们的影响,将并不输于所记录下的时光。

海外华人:旧照片弥足珍贵

刘丹丹



华人奢侈品代购,迎来了“冬天”?

杨子岩 刘思艺

价格调整影响有限

在巴黎的香榭丽舍大街、纽约的第五大道抑或香港尖沙咀海港城,这两年顾客们排队等待进入LV、Prada、爱马仕或是香奈儿门店的镜头早已司空见惯。

中国市场有着巨大的消费需求。对于这些顶级品牌来说,全球经济持续低迷的这几年,中国消费者已经成为最有实力的买方群体。仅过去一年,中国人就买走了近4000亿元人民币的奢侈品,其中近70%都发生在海外。

香奈儿缩小地区售价差距的声明在中国市场引发连锁反应。范思哲等顶级大牌也有意调整价格。

有人说,欧元升值的定价策略肯定对打价格差的海外代购形成致命打击,但大多数海外华人代购的态度比较乐观。

“调价主要是几款包包,衣服鞋子应该调整不多。法国即使涨价,价格还是偏低”。一位在法国长期做奢侈品代购的华人对记者如是说。那这千百块的小额差价还会有竞争优势吗?“真有钱的不会计较那一点,但是,所有给中国市场的货都是最差的,最好的货都是供欧美的”,这才是海外代购的优势所在。

专柜价格也不是一成不变的。国外有一些专门的奢侈品折扣店,有时会针对旺季产品打折。“正价再怎么调整,打折的也还是更便宜”。如果客人要买的是打折的新款或者经典款,那么海外代购可以节省的差价还是不少。

还有代购认为这其实是香奈儿的“营销策略”:“跟几个顾客聊天,发现价是降了,可是你买不着啊!”排两小时

中国国内奢侈品价格远超国外曾经是不争的事实。鉴于这种巨大差距,不少中国消费者将目光投向海淘、代购,于是催生出庞大的海外代购群体。然而,香奈儿将于4月8日降价的一纸声明让其他奢侈品也加入了降价行列。这是否是一个标志性事件,意味海外奢侈品代购的冬天?本报独家连线长期从事的海外华人代购,告诉您一个来自一线的答案。

进去了发现要买的卖完了,只会越买不到越想买。“昨天接了5个单,国内要是能买到他们也就不找我了。”

总的来说,奢侈品海外华人代购认为,他们的利润会受到价格调整的影响,“但是也不会太夸张”。

去哪儿另谋出路

香奈儿的销售人员表示此次调价并不是暂时性的,说明其原因应该不只是应对目前欧元汇率走低,而是为了稳定品牌在全球范围的价格体系而做的长期策略安排。

作为奢侈品行业的标杆品牌,如果香奈儿的调价带动了整个奢侈品行业的价格体系变化,那么“一只包包的差价都够从上海直飞巴黎两三次”的时代确实有可能会过去。

如果失去了价格优势,海外华人奢侈品代购们会走向哪里?

首先是转向限定款、断货商品的销售。“亚洲价格降低会导致供不应求,也就是说,经典款热卖款在中国国内可能会买不到。(调价的)影响是一定会有的,但代购如何应对估计要看国内库存”,住在巴黎的法代分析道。前文英代也提到“最好的货都是供欧美的”。即便价格的差异被消除了,区域限定的差异、质量的差异仍然是代购的生存空间。

“还有客人的适应程度吧。有的客人仍然会找代购,因为这是他们的一种购买方式,就像网购一样”。国际物流和跨境电商的发展已经帮助人们养成了对海外代购的接受度和依赖度,代购作为一种常态化的购物方式不会莫名其妙地消失。

夹缝中的生存

采访过程中,几乎每个海外华人代购都说了同一句话——“代购其实很辛苦”。

近年来,很多外国人和一些地区的人无法理解中国人对海外商品太大量的消费需求,对华人海外代购也非常不理解甚至如蝗虫般反感。

iPhone6刚上市的时候,美国导演尼古拉斯甚至拍摄了纪录片《排队中的iPhone6黑市》来讽刺华人水客。片中的美国警察更是对因争购iPhone6在苹果专卖店外斗殴的华人水客“直言不讳”:“你们臭死了”。做法代的女孩也对记者吐露:“拿着各种奢侈品袋子去挤地铁其实很累很尴尬”,“在奢侈品店拍照被保安请出去的情况几乎所有的代购都遇到过。想让客户满意,没那么简单”。

近年,中国海关也越来越严格地管控其他国家和地区寄往中国大陆的包裹,要求邮政、快递行业配合打击越来越严重的水客现象。代购货品通关时“被税”的情况也无法逃避。

而同时,我们也不难看到官方和民间在贸易上的多方努力,中韩自贸协定的签署,巴宝莉、亚马逊进驻天猫……国人会有越来越多的途径买到质优价廉的进口商品,而海外华人代购群体也会面临更多的考验和挑战。



海内外华人齐聚陕西韩城 万人共祭司马迁

3月29日,2015乙未年民祭“史圣”司马迁大典在陕西司马迁故里韩城举行,来自海内外的众多民祭代表、司马迁后裔、专家学者及游客等上万人齐聚韩城,共缅“史圣”司马迁。

图为乐舞表演。 张远摄(中新社发)

种族隔离? 华人有点“冤”

此前,针对此争议,有当地居民认为这些“抗议活动”有些小题大做;也有部分居民认为,华人既然身在加拿大,就应入乡随俗,使用官方语言英语和法语,华人这种做法会增加种族隔离的现象。

对于当地华人来讲,“中文广告招牌会增加种族隔离现象”这种说法,实在是有点冤!

经营的公司商店等进行了解,不少华人商家表示,他们的语言选择是与其商业活动针对的顾客群体相关联的。无论是广告招牌设计、业务或商品介绍以及员工,均会考虑顾客的语言差异,并未有“隔离种族”之意。但也不否认有部分商家因为自身原因,将客源局限在华裔群体中,致使招牌和服务语言全部都选择了使用中文。

庞燕

没有太大影响,也不会有很多人关心此事。

多元社会还需相互包容

卑诗大学教授希伯特指出,招牌其实只是问题的一部分,应从深层次探讨问题。

正是由于争议的出现来自族裔的多样和文化的多元,所以最终归宿点还是回归到社会和文化的融合。华人社区应该对这一争议进行相应反思,庞燕说,华人需要和原有族群搞好关系,尊重不同族裔社区的习俗和风俗,共同形成多元文化的和谐社会。

英文既是国际通用语言,又是加拿大官方语言,具有更高的相容性和沟通性。有分析认为,合理使用中英文,尊重其他族裔语言使用习惯,提高民众对于语言上的辨识度,有助于华人融入主流社会,也有利于不同族裔互相交流、包容、理解和尊重,最终实现多种文化在当地的融合。

日前,就此问题,列治文市府举办了一场社区对话活动,邀请公众探讨当地广告招牌语言使用的影响和建议。当晚有百位社区代表和民众出席。代表们提交的意见在集结成报告后,将交由市议会进行讨论,希望找到解决争议的可行性方案。

列治文的小招牌 怎引发大争议

张冀北

据多家加拿大西部媒体报道,近日,围绕加拿大列治文市广告招牌“中文过多,英文不足”的问题再次在当地社会和华人圈中引发热烈讨论。

小招牌也能惹争议

中国侨联海外委员、加拿大《中华时报》社长庞燕女士在接受本报采访时说道,这事很早就发生过,是老问题了。

一个小小的广告招牌也能引起如此大的争议?这与列治文市的人口族裔构成不无关系。

列治文市,北美地区唯一一个华人人口比例超过40%的城市,是加拿大族裔最复杂的城市之一。

事实上,早在2010年就有该市居民对当地广告招牌“中文过多,英文不足”产生抱怨声,认为中文过多的招牌会增加种族隔离现象,不利于多元文化在当地的融合,对不懂中文者十分不便。有市民发起联署请愿运动,要求市府就此问题出台相关限令,规定招牌上至少应该有一半英文。此后,围绕该问题的争议一直未间断。

然而经当地市府的调查发现,当地仅4%左右的招牌中完全没有英文。列治文市府发言人和市议员在接受电视采访时也都曾表示:“市政府认为此问题并没有什么严重性。”同时,该市并无相关法规,市府采取强制限令又存在不妥之处。所以针对此争议是否引入附例做出相关规定,列治文市府至今仍未给出一个明确的答复。

加拿大中国工商业协会会长朱德修先生在接受本报采访时表示,按照加拿大法律规定,选择使用的语言是加拿大公民的权利。商家选择使用何种语言和文字是他们的权利,别人无权干涉。商家会按照自身的商业行为、业务方向以及顾客需求采用适当的语言和文字。

除了市府对当地招牌进行调查,发现真正只有中文而没有英文的招牌其实只是很少一部分,当地媒体也曾走访该市部分华裔

说:“列治文市的华人越来越多,不可避免地改变了城市的种族结构,原有族群里自然会产生各种不同的反响,也难免会有少数人‘心有不爽’,常提出一些针对华人的‘问题’,但并不存在多大的矛盾。”朱德修也表示,这对当地华人社会

