

条件“相对宽松”

名额“上不封顶”

效果有待检验

海外“港二代”

港府喊你回家!

本报记者 张盼

人才新政瞄准海外“港二代”

香港保安局局长黎栋国日前公布“港二代”回流的进展——从今年5月4日开放申请,截至11月底,香港当局共接获190宗申请,已处理其中的100宗。申请人主要来自美国、加拿大、英国、澳大利亚等国家,年龄主要分布在21岁至35岁。

根据香港政府年报,港人移民目的地主要集中在美国、澳大利亚和加拿大。据估计,2014年香港居民约有6900人移居海外,其中大部分流向美国(2200人)、澳大利亚(1900人)和加拿大(800人)。而在过去数十年间,移居外国的港人约有80万人。

香港《东方日报》社评指出,上世纪以来,香港多次出现移民潮,昔日移民子女如今已是青壮年,大都受过良好教育,拥有国际视野,语言能力也较突出。而相关人数有数十万之众,不失为重要人才宝库。

据香港入境处助理处长罗振南介绍,移民海外港人的子女申请来港,首年不需事先获聘,但1年后需已从事一般由学位持有人担任、薪酬达市场水平的工作或已创业,居港7年便可获居留权。

加拿大多伦多大学社会学教授兼香港中文大学访问学者方伟晶表示,香港特区政府努力吸引移民海外“港二代”是件好事,但还要看这项新计划的吸引力有多大。“香港的房价非常贵,租金也很高,还有交通、人口密度、环境等问题。香港政府有没有提出完整的配套方案,吸引包括第二代海外香港人在内的优秀人才?”

香港政务司司长林郑月娥称,赴港的海外人才主要关注三方面问题,包括国际学校的学位、空气质量

和房屋租金。她说现任政府在这些方面已做了不少工作,如今香港是全亚洲国际学校入学名额最多的地方,数量超过4万个。

“争饭碗”还是“补缺位”?

除了推行吸纳海外“港二代”的试验计划(全称为“输入中国籍香港永久性居民第二代计划”),香港今年还叫停了“资本投资者入境计划”,并对现行的人才入境计划进行优化,包括放宽根据“一般就业政策”、“输入内地人才计划”及“优秀人才入境计划”来港人士的逗留安排等。

新增的海外港人二代回流“绿色通道”,被港媒评价为“条件相对宽松”,再加上名额“上不封顶”,对于有意回港发展的海外“港二代”无疑是重大利好,但因推出时间较短,效果尚不明显。而此番调整的几条传统申请渠道,又曾为香港人才输送做过哪些贡献呢?

“优秀人才入境计划”于2006年6月推出,截至2014年底,政府共批出3097个名额。该项计划设有每年1000名的配额,由于条件较严格,虽申请人数逐年增加,但通过者每年不过两三百人。与引进海外“港二代”试验计划相同,“输入内地人才计划”不设配额,从2003年7月推出至去年底,已有高达74456名内地优秀人才通过此计划获准来港工作。

通过传统引才渠道进入香港的人数众多,在为当地提供高品质劳动力,缓解人口危机之际,外来人才与本地青年“抢饭碗”的争议也随之产生。港府新政为外来人才入港提供更多便利,是否会进一步推高质疑的声调?对此,香港入境处助理处长罗振南认为,有关人士怕是多虑了。

罗振南说,优才和专才是国际争相招揽的目标,希望此次引进措施优化后,能让他们在港发展有更大的空间和自由度。截至去年底,经“一般就业政策”及“输入内地人才计划”留港的总人数分别约为7万人、1.3万人,只占香港整体劳动人口1.9%和0.4%。获批来港者同样必须是香港缺乏的人才,而非从事低技术工作者,不会与本地青年“争饭碗”。

回流意愿受多重因素影响

港府此次特意敞开大门迎接海外“港二代”回流,异乡游子们如何回

应?明年将在英国华威大学商科毕业的杨展鹏坦言有兴趣申请来港,在他看来,香港是亚洲地区重要金融城市,回港有助于事业发展,同时能更近地接触内地经济。但另有移民加拿大的“港二代”称,习惯了国外的优美环境,很难说服自己回到香港去承受那样狭窄的空间,还有那样大的工作压力。

今年毕业的大学生何肇展在加拿大出生,但在香港长大,直到读大学时才重返加拿大。她近日面试成功,顺利获得加拿大帝国商业银行的职位。“我不愿回香港,虽然我妈还在那里。加拿大这边环境好,地方大,朋友更多,工资更高。我如果回去,可以和



资料图片

妈住在一起,但将来根本买不起楼,连租楼都困难。”何肇展说,许多香港同学留在加拿大的原因也和她相似,而愿意回去的同学,主要是因为家人还在香港。

《东方日报》社评称,吸引人才计划是双向选择。海外港人子女的回流意愿,受到多重因素影响。比如习惯了西方生活之后,未必能适应本港局促的居住环境,楼价及租金又超过了一般年轻人的承受限度。而香港产业结构较为单调,英雄恐难找到用武之地。香港科技人才虽屡有发明创造,但缺少将其商业化、市场化的条件。更何况,香港社会近来泛政治化,由经济之城变成政治之城,连一向被视为象牙塔的高校也被政治入侵,难免让人心生犹豫。

在本月初香港立法会人口政策会议上,有议员直指“港二代”回流成效欠佳。林郑月娥回应称,香港官员外访时都会与当地港人见面,并介绍有关回流香港的试验计划,海外港人对此“整体反应正面”。“计划只推行约半年,难以评定申请反应是炽热或冷淡,因为回流香港不是简单决定,需一段时间考虑并评估状况。”

有专家担心台湾青年对中华文化不够认同,但这就像某些台湾青年不承认自己是“中国人”一样,属于政治问题而非文化认同问题。所以与其在台湾青年与中华文化密不可分的事实中,无谓地纠结台湾青年是否认同中华文化,不如探讨如何在中华文化复兴的过程中,构建两岸一家亲认同的真问题。

声音



如何促成两岸青年一家亲?

王裕庆

随着两岸青年交流日渐频繁,笔者发现台湾青年对中华文化的认同,并非如部分专家所担心的那样排斥与陌生,而是已根深蒂固无法取代。他们还将中华文化在生活实践中发扬光大,散播四海。

比如,具有中华地方特色的台湾小吃、电音三太子和野台戏文化,都已在台湾青年的生活中得到实践,国外包括“探索”在内的电视频道以及旅游杂志,都乐意来台湾体验与记录。台湾青年由此不仅成为中华文化的传播者,还能得到小确幸的工作机会。

关于如何在中华文化复兴的过程中,促成两岸青年一家亲,笔者有如下建议。

首先,在两岸青年的交流上,应该秉持一家人不说两家话的原则。让两岸青年从关乎切身利益的议题,再到中华文化复兴的问题,开诚布公地表达看法,并收获共识与默契。这种一家人不说两家话的思维,能让许多关于两岸关系的谣言不攻自破,两岸同胞由此变成“谣言终结者”。

其次,推动两岸青年广泛参与中华文化的传播。让两岸青年用自己的方式参与推广中华文化的工作,尤其鼓励就家乡的在地文化进行交流,让他们感受到中华文化与家乡文化距离并不远,使两岸同胞拥有相互沟通的文化语言。

同时,不应低估两岸青年对中华文化的热爱,不能仅认为在校学习“高大上”的文化课程才是参与中华文化复兴,从而使他们与文化复兴工作有了距离。应该用开放的态度,鼓励两岸青年一起参与中华文化复兴工作,即便是推广承载自己家乡文化的美食,对于中华文化复兴来说,也是全民性的努力。

再者,大陆可以在招收台生来高校就读时,效法美国、加拿大等国免费“高校先修班”制度,让他们在学习高校专业课的前一年,免费选修任意3门关于大陆政治、法律、历史、地理、文化、高校汉语等方面的课程,使他们从课堂中学得原汁原味的大陆基础教育内容。此外,以学分鼓励的方式,让他们深入参与大陆社会工作与公益活动,以利于他们深入了解大陆。

总之,台湾青年并没有排斥中华文化的问题,更不缺乏复兴中华文化的热情。在关注两岸青年参与文化复兴的问题时,应通过呼吁广泛参与,让他们对此产生亲切感、消除距离感;再用“一家人不说两家话”的方式以及教育与招生制度,来为两岸青年的沟通增添默契与共识,由此促成两岸青年一家亲。

(作者是北京大学国际关系学院博士生,台生)

台北“陶朱隐园”获国际奖

王连伟文/图

台湾威京总部集团与旗下中华工程及亚太工商联倾力打造的节能建筑——“陶朱隐园”,继入围2015年“世界建筑奖”之后,近日又荣获“2015年世界高层建筑与都市人居学会(CTBUH)设计创新奖”,其以卓越的创意表现,为台湾夺下此项国际殊荣。此前,两岸三地的北京中央电视新址、香港环球贸易广场和台北101大楼曾获此殊荣。

据介绍,“陶朱隐园”是台湾威京总部集团以奉献社会为己任,推动节能环保观念,采用法国年轻建筑师Vincent Callebaut的“城市之树”旋转建筑设计,并遵循陶朱公范蠡“利己、利邻、利天下”的公益理念,在当前全球暖化对人类造成伤害及威胁时,对台湾社会做出的实际贡献。

据悉,“陶朱隐园”建筑内外共种植4万余棵树木,并特别设计出“一户一树林庭园”,在楼中种植大型乔木,以达到抗暖化和自我生态平衡的目标,在公共空间设置太阳能排风管道,力争将该建筑打造成永续传承的环保级艺术品住宅。



台湾「陶朱隐园」效果图

台湾“大选”中都有哪些商机?

雷蕾

其实,台湾人从“大选”中挖掘商机的历史由来已久,最初的形式是“选举团队”为募资而推出的“选举商品”,始自陈水扁。1998年,陈水扁竞选连任台北市市长,专门邀请台湾知名漫画家水瓶鲸鱼召集成立创意小组,推出“扁帽”系列产品。虽然



距台湾地区领导人选举的决战之日越来越近,台湾街头的选举气氛也日益“升温”。据台湾《联合报》报道,有些脑筋动得快的店家,看准了“大选”里蕴藏的商机,用“馒头”等文创商品抢攻市场,竟赢得一片好评。

台湾南投县埔里镇的“古记素食烘焙”店,最近推出2016“大选”参选人Q版人脸造型馒头,3款Q版馒头分别依序放入“尚爱台湾”台湾地形图包装礼盒。产品刚摆上货架,消费者的眼球就被吸引,直呼“像极了!”

消费者陈菊雪说,宋楚瑜最像,尤其是那道粗眉毛。蔡英文很可爱,朱立伦笑眯眯,让人看了爱不释手。埔里镇民刘先生,没想到传统馒头也能做成这样,会买来收藏或当伴手礼。烘焙店的馒头师傅古仁政则介绍,这款产品的烘焙情是用天然的竹炭、红曲食材当颜料,“保证手工纯天然”。

还有商家推出“大选”特辑T恤,3组参选人都有的,写上参选人姓名,搭配可爱版人物,支持者很捧场。问到哪组参选人T恤人气较旺,商家说“都很好”,各有拥护者,也有人3组T恤都买,看重



曾经风靡一时的“扁帽”。李仲维摄

竞选连任没能成功,但造型时尚的“扁帽”一时在岛内成为流行品。1999年,“扁帽”还登记成为专利品牌。

“扁帽”的走红,让之后的参选人,特别是蓝营参选人看到了“选举商品”极好的经济效应和宣传效果,他们也开始推出有趣的个性化“选举商品”。2012年“大选”时,马英九阵营推出的缩小版书包,可爱又实用,第一天就卖到缺货,成为台湾新流行。

“大选”中的商机有时甚至会漂洋过海来到大陆,让大陆企业也从台湾的“选举季”中分得一杯羹。早在2004年,BBC中文网的报道就曾提及,“台湾很多制造业的厂商都转到大陆去设厂了,所以不管是阿扁还是连战阵营的竞选商品,不少是‘大陆制造’的”。

除了大陆企业,“大选”也让负责造势的公关公司和艺人捞足了油水。候选人还要印宣传单、制作宣传片,这也带动了台湾的印刷、排版、动漫设计和影视制作等行业的发展。还有电信产业、广告业、出版业,甚至卡车改装厂的生意都因“大选”而增加三四成。

“选举季”还有一门特别有意思的生意——“租椅子”。候选人一场的造势大会,动辄上万人参加,一办一两个小时甚至更久,总不能都要民众站着听吧,所以需要大量可以搬动的轻便塑料椅。而且不只椅子数量要够,搬得快,还要考虑怎么摆“场面”才会“好看”。做这行的生意人说:譬如1万人的活动,大约摆个八九千张,让有些人有位子坐,有些人没位子坐,站在周围,看起来就会很“热闹”。

选举早已成为台湾人生活的一部分,而这些由选举衍生出的商机,也成为台湾选举文化中极为有趣的风景。有岛内学者甚至说:“台湾的文化创意产业,有一部分就是通过选举而来的。”连很多到台湾自由行的大陆民众或者赴台求学的陆生,在遇到选举活动时,也会忍不住买点时尚文艺的竞选物品回家呢!

题图:台湾“大选”候选人Q版造型馒头。(图片来源:《联合报》)