纸上“唐人街”

——看伦敦中国城变迁与华媒转型

《英国侨报》记者　**王文硕**

华媒故事（16）●英国

每个在伦敦的中国留学生，大概都少不了去市中心的唐人街。中餐馆、理发店、摄影室、工艺品店、华人超市，换汇、买机票、找算命先生……应有尽有，俨然一个“小中国”。“唐人街”，也有人惯称“中国城”，虽然是几条街也没有围墙，但是拐弯进去后，感觉更像“城”。华人们走进这几条街，会有种回到国内的错觉，“身在异乡为异客”，唐人街是华人异客在异乡的一种慰藉。

几年前，我和千千万万的大陆留学生一样，来到伦敦念书。学校在市中心，离唐人街十几分钟之遥。每次经过唐人街，我都会拿几份风格不同的华文报纸来看。翻阅华文报纸，除了文化亲切感，也有一种好奇心——好奇华社对所在国家时事的反应，也好奇和自己一样黄皮肤黑眼睛的华人在这里的生活。

以至于后来，只要身在异国，无论停留长短，我都会留心找来当地的华文报纸看一看。记得在南非开普敦机场，我拿到一份繁体华文报纸，各种南非主流社会和华社的奇闻异事充满了各个版面，写作风格也带有浓厚的“编译腔”。休闲生活版还有复古的“开心一笑”小豆腐块，令人有穿越的感觉，仿佛看到上世纪90年代互联网普及前所流行的传统报纸风格。

华人移民遍布世界各个国家，其地域文化和社会差异造就了不同的华社形态，因而华文报刊也风格迥异。每个国家的华文报纸，俨然是“纸上的唐人街”、“媒介化的华人群体”，反映了当地华社的酸甜苦辣以及唐人街的历史变迁。

比起同时期的国内主流报纸，一些华人报刊规模有限，加之身处离散的少数族裔文化圈，或多或少地使其内容、版式都要守旧一些，以至于让人觉得时光好像在这里凝固了，反而散发出独特的“异域风情”。

在伦敦，“中国城”的“城”，除了含有西方社会对神秘东方的好奇和向往，也在某种程度上反映了海外华人的一种“聚集的封闭”、“团结的孤立”——很多偷渡而来的移民哪怕一生不会讲英文，也可以生存下去；“城”中的人们，不必太过关心周围发生了什么，吃苦耐劳做好各自的生意，也可以安身立命，发家致富。

然而，唐人街也面临着变化的世界。伦敦唐人街的标志性大楼“红砖屋”被新的开发商购走，将进行改建。这意味着占唐人街约1/5的“红砖屋”将人去楼空，原来的华人商铺必须要寻找新地址，而改建后恐怕会租金飙升。很多店主感叹，这一别不知何时才能重回唐人街。

伦敦唐人街的改建每每提上议程时，总会引起不少华人扼腕。很多人担心唐人街的“中国味道”被稀释或被改造得面目全非。

与此同时，华文报纸这条“纸上唐人街”，也面临着媒体世界的“改建”。海外华文媒体的未来是什么样？华媒从业者都在思考。我想，无论人们习惯在什么地方阅读，读到的内容才是关键。内容好了，任何平台都会服务读者，好比华人商铺经营策略好了，离开唐人街也还会是旺铺。在这一过程中，华文媒体仿佛纸版的唐人街，用层出不穷的故事，呼应着唐人街的世代变迁。

前几日，《英国侨报》专访了伦敦的一对年轻华人夫妻，他们为了爱情留在伦敦打拼创业，开办了一家网上东方杂货铺。从没有订单到现在忙不开手脚，他们的店铺在短短一年之内，成为伦敦年轻上班族和“宅男宅女”口口相传的网购便民超市。这对夫妇没有唐人街的实体店铺，但“隐形的他们”的的确确是“唐人街”的一部分。

时至今日，“唐人街”作为一个象征，更多地指代整个海外华人社会和中国移民在异国他乡打拼时勇敢、坚忍、牺牲、团结、创新的强大生命力。其实，不必过于悲戚于唐人街衰落、中国味变淡，因为它们在某种程度上反映着新一代移民更加融入当地文化，迎接创业浪潮，拥抱互联网思维。

“红砖屋”搬迁，西敏寺的唐人街规模可能会缩水；但与此同时，华文媒体将华人的故事用中文记录，在各种平台呈现传播。“唐人街”被媒介化，被搬到了纸上和屏幕上，走出了西敏寺的那几条街，走进了更广阔的世界。见证、记录、服务这段伟大的历程，是“纸上唐人街”的独特价值与使命。

题图：在2015年习主席访英期间，伦敦唐人街挂出大红灯笼和中英两国国旗。　**中新社**发

▼左右图分别是历史上和今天的伦敦唐人街街景，右侧的楼是将要改建的“红砖屋”。　**王文硕**供图

●西班牙

新生代崛起 华人形象改善

随　辩

随着近年来旅西华人的大量到来以及中国游客的增加，特别是中国对西班牙投资的大幅增长，西班牙华人的形象在短时间内发生了巨大的变化，从以前的“百元店主”变为现在的“大型企业领导者”。

对于华人形象的突变，连当地西班牙人也感到有些惊讶。以前，很多旅西华侨华人都是餐馆和百元店里的小老板或辛苦劳作的工人；现在，中国新投资者越来越多地出现。尤其是近几年，各种规模的华人投资如潮涌般而来。

现在，让西班牙人印象深刻的华人包括拥有巨额财富的大型企业主，在西班牙大举投资的投资客以及在当地经营生意和企业的创业者等。对于这些新华人或是华人的新形象，西班牙人描述称，“他们普遍有着较高的学历，岁数不是很大，同时在企业经营领域经验丰富”。

新华人在西班牙的立足点基本是经济发达的大城市，如马德里、瓦伦西亚、巴塞罗那以及安达卢西亚大区的一些城市等。

最近公布的一项统计结果中，有关华人形象的调查结果与以前相比，已经发生了不小的变化。虽然“小店主”的老形象依然还在，但新型企业家和投资者的形象正在快速地建立和深化。

其实，有关华人形象变化的统计结果与近几年来中国对西班牙投资增长的统计数据是相辅相成的。也正是由于投资的快速增加，带来了新的旅西华人，也由此改变着华人在当地的构成和形象。西班牙经济部门的统计结果显示，中国的投资从2012年开始出现跳跃式增长，并且其持续走高的势头一直延续到现在。

据统计，从2000年到2015年，中国对西班牙的投资超过了26亿欧元。在这些投资中，超过90%都是在2012年以后实现的。现在，中国在西班牙投资的企业已经超过了2000家。随投资而来的大量投资客、管理工作人员改变着旅西华人的构成。

在投资热度持续走高的同时，旅西华二代的成长以及原有华人依然强劲的创业势头，也在一定程度上助推华人形象的改变。

据西班牙有关部门统计，旅西华人从上世纪90年代开始大量进入西班牙。当年跟随父母过来或是在当地出生的华二代，如今已都是二三十岁的青年人了。他们在父母已有的打拼基础上，继续创业发展，取得的成绩令人瞩目。

这些华二代的形象与现在西班牙当地人对华人新形象的判断基本吻合。他们中的很多人受过良好的教育，会讲多门语言，有的已成为新型企业的领导者。随着越来越多的华二代崭露头角，他们父辈在西班牙留下的形象已经开始慢慢褪色，相比较之下，新华人的新形象变得更加清晰而深刻。因此可以说，旅西华人形象的改变是社会发展的必然趋势。

华人形象的转变对旅西华人来说是一件非常有益的事情。对此，华人要通过自身的努力，推动这种正面形象的确立和深化，这是每一个华人的责任。大家都要尽职尽责，定会获益匪浅。

（摘自西班牙《华新报》）

●美国

近日，强暴风雪“乔纳斯”在连续肆虐美国东海岸多地后终于离开，“染白”了东海岸大部地区，并至少在3座城市创下降雪纪录。美国首都华盛顿与弗吉尼亚州、马里兰州、纽约州等10个州宣布进入紧急状态。

从1月22日夜间开始，鹅毛大雪倾注不止，一直持续至23日傍晚仍未有雪霁之意。布碌仑银装素裹，大街小巷皆披霜戴雪，连平日最为繁华的八大道华人社区也被暴雪征服，店铺歇业，行人寥寥，静寂有如“冰雪幻城”。

就对八大道华商的影响力而言，暴风雪“乔纳斯”击败了圣诞老人。华人商家一向以勤劳、能吃苦著称，几乎从不因感恩节、圣诞节或元旦新年等节日关店休息，但23日肆虐布碌仑的暴风雪终于迫使华商纷纷暂停营业，等待天气好转。

暴雪袭纽约 华埠变身“冰雪幻城”

高诗云　陈　辰

《侨报》记者在八大道看到，从57街到64街之间的华社核心地段几乎店店关门、家家闭户，歇业商铺多达十之八九，卷帘门代替了店家的灯火和热情，让北风呼啸的八大道更添寂寥。部分坚持开张营业的店铺也因为顾客稀少而选择早早收摊。

25日，纽约市迎来雪后返工第一天，公交车延误、地铁或挤爆或改线、电召车一车难求，糟糕的交通状况令通勤族苦不堪言。

许多有车一族因为大雪埋车和道路湿滑等原因无法开车上班，因此，搭乘公共交通出行就成了不少人的选择。

居住在皇后区的黄先生无奈地表示，“凌晨上班的我一脚深一脚浅地走到巴士站，等了至少40分钟，上网一查才知道本应24小时运营的巴士取消了。我只能给公司打电话，申请临时换班。”

当公共交通出现状况时，方便快捷的电召车便成了不少通勤族的应急选择。然而大雪过后平日随叫随到的华人电召车，也变得一车难求。　（摘自美国《侨报》）

题图：湿滑的华埠街头。　**陈　辰**摄

●阿根廷

阿出现疑似寨卡病毒感染者

阿根廷日前出现疑似寨卡病毒感染者，该名患者是罗萨里奥市人，近期刚刚去过巴西。目前，寨卡病毒已经引发全球关注，随着这名罗萨里奥人被感染，寨卡病毒泛滥的版图也蔓延到阿根廷。

寨卡病毒通过埃及伊蚊传播，目前已经造成巴西数千名婴儿脑畸形。此前有报道称，寨卡病毒可能造成胎儿畸形，使婴儿在出生时大脑比正常婴儿小。

寨卡病毒是埃博拉病毒之后爆发的又一个全球性威胁，已在巴西、哥伦比亚、萨尔瓦多、危地马拉等21个国家被发现。据报道，疫苗的研制，至少还需要3到5个月。

（摘自阿根廷《新大陆周刊》）

图为1月23日，在巴西里约热内卢，一名狂欢者手持提醒人们预防寨卡病毒的标牌参加游行。　**新华社**发

●法国

欧洲人三招练就“中餐功夫”

当前，中餐的市场变得愈加广阔，为不少欧洲人带来了商机，他们已从方方面面开启“掘金模式”，希望做得一手地道中餐，更好地服务、吸引中国消费者。

饮食习惯：组团赴华“取经”

在留学生眼中，英国大学食堂所提供的食品一向是“恶评如潮”。学生在食堂吃的不是烤豆子、披萨，就是薯条和意大利面，而且价格高、质量差、选择少。

为了满足每年为英国带来百万美元学费的中国留学生的需求，校园里的厨师正在酝酿一场“菜谱革命”，这一举动来源于几个英国大学的大学备办食物者组织对中国的实际调查。

该组织主席、布莱顿大学食宿和接待办主任表示，“虽然我们的教育水平是世界级的，但我们的食物就像一个笑话。这部分源于我们试图复制国际性美食的主张，而从中国调查回来之后，我们发现一直把它搞错了。”

该组织通过调查发现，英国大学提供给中国学生的一种传统菜粥中，竟没有使用香菜、辣椒等作料，在大学食堂向学生收取筷子费也是不对的。

另一名代表说，大学生每天的早餐一般是牛奶面包和早餐谷物，这是中国人不喜欢吃的。同样，焗豆、蛋和香肠，他们也没有一点兴趣。

烹饪技能：传授拉面技巧

2009年2月，法国巴黎9区一条街上开了家名为“活着的面条”的兰州拉面馆。这家餐馆从不提供刀叉，只有筷子，鼓励法国客人抛弃使用刀叉的习惯。虽然坚守着“将正宗进行到底”的美食文化观念，这家店却聘请了不少法国本地员工，不但向他们传授拉面技术和秘诀，甚至还帮助其创业。

由于拉面的专业技能非常强，该店便从中国聘请了一些拉面师傅来法国。后来，为了更好地融入法国社会并创造就业机会，老板开始聘请法国员工，将拉面技术传授给法国年轻人。

“除了从中国招员工外，我们也聘用了当地的法国人，还有突尼斯人、斯里兰卡人、孟加拉人。”店老板表示，这对法国社会和企业形象都很有意义。

中国食材：进入主流市场

在德国大型连锁超市雷阿尔的中国食品专柜内，水灵灵的白菜、茄子、扁豆等被包装成小盒子，豉油、蚝油以及各种香料、水果罐头等整齐地摆在柜台上，不少德国顾客正仔细地挑选。据售货小姐称，中国食品的消费者大多是居住在大城市的中上层人士，“尤其是那些年龄在60岁以下，家里有子女的德国人，越来越热衷于中国食品。”

目前，中国已取代泰国成为亚洲向德国出口食品数额最大的国家。此外，由于中国美食越来越流行，也改变了当地人的烹饪习惯，市场对各种用以烹调亚洲菜的炊具需求也相应增加，例如电煎锅炉具、火锅炉具及电饭煲等。

（摘自欧洲时报网）

中国蔬菜在欧洲超市并不罕见。　资料图片