

经济遇冷

意大利华人青年就业有招

卢嘉琦 张 锐



很多经营零售店的旅意侨胞都开始抱怨生意难做。(资料图片)

21世纪初的前10年，意大利华人群体迅速增长。根据意大利统计局的数据显示，截至2010年底，有超过20万华人居住在意大利。虽然此前有不少华裔因金融危机选择离开，但随着来意渠道日益增多，旅意华人及中国留学生数量仍在逐年递增。

2015年下半年，意大利就业市场明显回暖，青年失业率降至40.3%，但仍处于较高水平。不过，华人群体独特的分布与构成，使得华人青年在极为严峻的就业市场中，并未感受到太大压力。

华企创业成首选

对于有着子承父业传统思想的华人家庭而言，不少孩子在离开学校后，会选择在家族企业内开拓、发展个人事业。

1993年出生、今年23岁的周捷，目前已是自家经营的贸易批发公司的总经理了。年纪轻轻就接管家族企业，对这样的华人青年来说，这是一条顺理成章的就业道路。而家庭的支持加之浙江一带特殊文化背景的熏陶，对于旅意华人青年来说，自主创业早已是一件极为普遍的事。

对于没有继承家族企业或是自主创业的华人青年来说，因语言沟通障碍或移民身份等因素，更倾向于在华人企业就职。

今年即将毕业的罗马智慧大学建筑系

研究生王婷，在当地一家华人设计公司找到了一份广告设计的工作。她说：“如今，意大利本国年轻人的就业情况确实非常不好，有些人找到超市收银员这类的工作就已经非常好。”

王婷介绍，像她这种意大利语水平无法达到母语级别的留学生，其实很难在意大利企业获得较好的职位，此外，意大利企业的签工程序也极为缓慢，而这些问题在华人企业都能得到较好解决。

双语技能有优势

随着时间的推移，越来越多的华二代、三代移民在意大利出生成长，他们没有语言障碍，对于当地社会的融入度也较高，许多人在毕业后希望能在意大利企业中谋求一份工作。不少人表示，其实华人在许多行业里很受欢迎。

“很多人觉得华人在意大利企业找工作很不容易，但事实上没有想象得那么难。”在意大利土生土长的华二代孔梦瑶，目前在一家意大利律师事务所担任兼职助理。“首先要解决的当然是沟通问题。我认为能说一口流利的意大利语，无论在中国人的企业还是在意大利人的企业里，都是同等重要的。第二，如果会英语的话，那是绝对加分的。”

孔梦瑶表示，很多意大利人的第二外

语是法语或西班牙语，选英语的反而不多，在这一点上，华人留学生具有极大优势。如今，意大利许多行业正在发展各类对外项目，需要与中国企业有所接触，越来越多地使用英语及中文，因此不少行业十分愿意招纳华人员工。

“比如律师、会计师事务所，许多旅行社、奢侈品店等都特别需要能说中英双语的员工。但另外一些行业，比如手工业制造业就比较排斥华人。还有许多家族小企业也不太愿意招纳移民。”孔梦瑶说。

而谈到华人的“移民身份”，孔梦瑶表示：“这是长期以来客观存在的问题。”她说，即便自己的意大利语说得比中文更加流利，但对于一部分意大利人而言，一张“亚洲面孔”就可以成为他们拒绝的理由。

白手起家不容易

而对于很多“白手起家”的在意大利人而言，仍希望在一派阴霾中，找到自己的“异国归宿”。

几年前，居住在意大利南部的小陈开了一家服装零售店，生意不算太好。但每个月所得除去全家生活开支后还能余下一小笔钱。随着欧债危机的到来，小陈的生意开始走下坡路。那段时间，很多经营零售店的旅意侨胞都开始抱怨生意难做，小陈经营的店铺也是一样的情况，顾客数量

减少，购买力大幅下降，店铺经营状况一天不如一天。有时小陈的店铺还会“吃鸭蛋”，整整一天一个客人都没有。

无奈之下，小陈联系了房东，希望他能降低房租，以缓解自己的压力。听到小陈的叙述后，房东表示非常理解，同意把月租金在原有基础上减少200欧元。好心的房东还给小陈提了一些基于当地人生活习惯的销售建议。

房租虽然降了，但店铺的收支缺口依然很大。小陈只得把此前每周一次的上货时间改为每两周一次，并辞退了店里的营业员和仓库管理员，变成了名副其实的“家族企业”。

不过，一家人的日子仍然过得紧紧巴巴。最终，小陈狠下心，决定改变经营方向。他把店里的存货全部清仓处理，亏损了近3万欧元。同时，小陈在当地旧货市场购置了一批超市淘汰下来的货架，又找亲戚朋友借钱到批发商那里购置了一批电子产品以及周边产品。经过这一系列调整，小陈的生意逐渐有所好转。

目前，小陈一家的整体支出并不高，他的压力相比以前也小了许多。但随着父母一天天长去，孩子一天天长大，小陈仍对未来充满迷茫。他希望意大利经济能够尽快复苏，让他的生意好起来，毕竟用钱的地方还有很多。

(据法国《欧洲时报》)



修心养性 希腊公园练太极

林庆华 梁曼瑜

希腊也有广场舞？非也。这是一场在雅典举办的“公园武”。近日，一些来自各行各业的中国功夫爱好者齐聚希腊国家公园，在武术老师亚尼指点下练习太极拳和八卦掌(左图)。

亚尼是一名希腊人，他从1989年第一次接触武术，他对中国功夫的热爱就有增无减。除了自己习武之外，亚尼也热衷于在业余时间指导功夫爱好者练习太极拳、八卦掌、形意拳等。

有太极拳练习者认为，希腊人在经济危机和难民问题中备受煎熬，学习中国功夫可以缓解内心的焦虑，是修心养性的一种好方法。

(据希腊希中网)

近来，关于南非人开枪打死劫匪的消息以及由此引发的一系列讨论受到越来越多华人的关注。对此，中非翻译集团负责人马士琴表示，合法持枪者在遇到危险时开枪，若没有充分证据证明自己是正当防卫，有可能因此遭受牢狱之灾。

在南非这个持枪合法的国家，关于枪支的使用到底是利还是弊，南非民众一直都持有不同观点。有些华人认为，自己拥有合法枪支，遇到危险时只要开枪都属于正当防卫。

抢劫时，大多数时间都没有反抗的余地，警方和媒体也一直告诫大家切勿反抗，毕竟生命的安全比任何东西都重要。但是，哪些行为能进一步减少伤害呢？

马士琴建议，在遇到拦路抢劫或入室抢劫等突发情况时，一旦被抢匪用枪控制时，尽量不要有手臂的动作，以免让抢匪以为受害者试图拔枪，在惊慌失措中开枪。

南非有一种说法——“带枪的人比不带枪的人死亡率更高”。因此，马士琴建议持

枪非万能

在非华人防卫须有据

马士琴提醒，当事人生命受到威胁时，如果子弹从正面射击，属于正当防卫。如果从身后开枪，法庭或许会判断当事人的生命没有受到威胁，当事人甚至有可能因谋杀罪被起诉。

马士琴说，几年前，一名南非警察在商场购物，突然一个人从警察的身边飞奔而过，看到飞奔的人手里抱着珠宝，警察马上意识到商场的珠宝店被抢了。由于职业习惯，警察迅速拔出随身携带的手枪对劫匪开枪，致其当场死亡。结果，这名警察由于谋杀罪遭到起诉。

对于在南非生活的华侨华人来说，遇到

有枪支的华人不要随意声张。有一则案例，一对华人父子遭抢，抢匪事先早已摸清父亲随身带枪，为了减少作案时间，匪徒在抢劫过程中先将有枪的父亲杀害，再对儿子进行抢劫。

从这些血淋淋的案例中可以看出，在南非，持有枪支并不是什么值得炫耀的事，也不是用来吓唬人的武器。它可以成为自我防卫的工具，也可能是伤害自己的罪魁祸首。使用枪支的前提是了解南非的法律中对于枪支的管理和正当防卫的规定，它才能成为安全的保障。

(据南非《非洲时报》)

引领潮流

西班牙媒体为“中国制造”正名

致远



中国服装设计师郭培的作品亮相2016春夏巴黎高级定制时装周。

张由琼摄(新华社发)

早先，“中国制造”对于很多欧美国家来说，是“质量差”和“冒牌货”的代名词。然而，随着中国经济的飞速发展，中国一直在改变人们对“中国制造”的负面印象。

最近，西班牙《国家报》刊登报道为“中国制造”正名。文章提到，“亚洲巨人”中国一直在时尚界进行一场“战争”，以降低外界对中国商品的刻板印象。

如今，越来越多的中国本土时装设计师和品牌开始跻身国际行列。由于具备了本土化理念，加之成功的营销手段，很多中国本土时装品牌成长迅速。

中国某流行品牌总经理向媒体表示，该公司每两周都会举行大型会议，参考国际流行趋势，并结合中国特色生产出更具有竞争力的平价服装。他说：“更低的价格并不意味着质量差，它反

映的是服装企业的经营管理模式。”他认为，自己的公司是在用质量和口碑赢得客户。

很多“中国制造”的品牌不仅物美价廉，而且极具中国特色，如今的中国年轻人也开始追捧“中国制造”，而不是像之前一样崇洋媚外。

“中国制造”概念已经和以往完全不同。过去，中国放弃发展高端奢侈品牌的生产，并追逐欧美的流行趋势，将它们“复刻”成中国本土的中低端品牌，不少服装都是借鉴或者抄袭西方的设计理念。

而现在的“中国制造”已经逐渐变成国际流行趋势，成为国际时尚人士和明星追捧的新流行。2018年，中国将会成为全球第三大时尚国，届时“中国制造”将再上一个高度。

(据西班牙欧浪网)

有钱难买 中国电商为何难从日本进货

陈言

其实，日本企业并非不相信中国电商有钱，也不是不想更多地把产品卖到中国，他们也有自己的难处。

几年前见到日本企业的人时，他们大为感叹中国企业“在钱”上的拖拉，不按合同付款现象比较多。这两年，中国电商兴起，很多人怀揣大把美元去日本购物，然而却发现即使先付款，日本企业也不愿意和电商签合同。中国企业解决了钱的问题，却依然没有解决在日本的“信任”危机。

目前中国的跨境电商中，大约有一半的商品来自日本，因为不想让多余产品砸在自己手里，到日本亲自采购便成了大多数电商的共同选择。到各种廉价店以蚂蚁搬家的方式购买当然可以，但是要真正维持跨境电商的发展，为广大的中国消费者提供纯正的日本产品，蚂蚁搬家显然不能解决问题。

带着诚意来日本，中国的跨境电商从业者却发现，这里与他们走过的很多国家不同。日本厂家很少接待陌生的国外电商，批发商也基本没有考虑过给外国供货，即便看到大把美元堆在桌上，也很难动心。找熟人帮忙，在中国是一回生二回熟，第二次见面该是老朋友了，但日本人并不这么看，他们往往需要几年甚至十几年、几十年的友谊。

其实，日本企业并非不相信中国电商有钱，也不是不想更多地把产品卖到中国，他们也有自己的难处。

日本的大企业在国外都有自己的销售网络，让企业重新构筑一个新的网络，以日本人的做事态度，至少得用上几年的时间。最后做决定时，该是风潮已过，几乎只剩下他们实践该如何退出的时候，这时才会顶风冒进。

小企业也有小企业的困难。过去为本地几十户、上百户人家生产商品的企业，如果偶尔作为土特产拿去送人还好，但为13亿陌生的邻国生产，企业主会十分犹豫，不敢做决定，更不愿意为此进行设备投资。

所以，有钱不一定能在日本采购到如意的货物，特别是中国电商蜂拥到日本抢购，更让日本厂家戒备起来。

(据日本新华侨报网)



中国超市内的日本食品专柜。新华社发