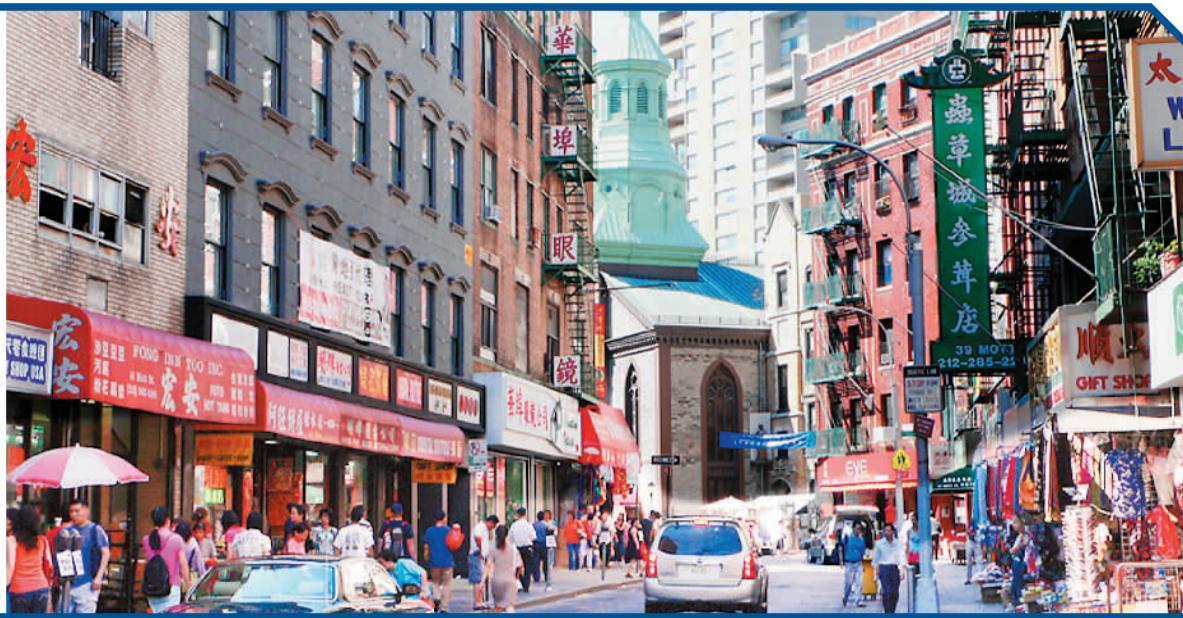


侨界关注

据美国媒体报道,近日,旧金山“金门饼食”、“永兴饼家”和“华声乐器”这三家华埠老店在当地小商业委员会上获得确认,成功入选“传奇商业”。

2015年初,旧金山第九区的市议员甘大为起草了这份推动保留历史性小商业的“传奇商业登记”提案。在2015年11月选举中,该提案获过半选民投票通过,并于今年年初生效。据悉,近一年来,已有15个商业单位提出申请。对于正处于“病榻”中的华埠老店来说,这一提案是一剂“良药”,更是一个提醒,让更多华侨华人关注华埠老店以及整个华埠的未来。



旧金山“传奇商业”再添新成员 站直了别趴下,华埠老店

严 瑰 周丹丹

华埠经霜渐萧条

“传奇商业登记”提案的提出不是一时兴起。在美国,作为华埠文化的一个重要符号,华埠老字号总体经营低迷,已经成为难以否认的事实。据美国《世界周刊》报道,近年来全美华埠老店接连关闭,很多店面都难逃“不过三代”的命运。

此次旧金山“传奇商业登记”提案的提出就是为了保护旧金山的一些老店。“旧金山的房屋租金在全美房地产市场中均价是最贵的,而华埠老店大多是小规模经营,很难担负高昂的租金,再加上近年来越来越多高科技公司进驻旧金山华埠,将房屋的租金哄抬得更高了,很多老店面临被迫搬迁的压力。”美国旧金山湾区中国统一促进会第一副会长蔡文耀在接受本报采访时指出,这是这一提案的重要背景。

事实上,这一情况不只存在于旧金山。“居高不下的物业资金以及经济不景气是将老字号们推下悬崖的‘黑手’。”洛杉矶中华总商会会长庄佩源在接受本报采访时如是说。

地税高、租金涨、成本贵,许多经营几十年的中餐馆逐一被迫关门,就连有半个多世纪历史的纽约曼哈顿华埠老式粤菜餐馆“新莲香”都难逃被淘汰的厄运,于

几个月前宣布停业,令不少同行慨叹生意难做。

离开的不仅是老店。如今,留在华埠的年轻华裔也越来越少,而继续经营华埠老店的年轻人更是少之又少。

“第二代和第三代华裔离开华埠是一件正常的事情。新移民刚来到美国,由于语言不通、生活不惯等各种困难,开餐馆、开店铺成为他们主要的选择,但他们一定不希望自己的子女继续从事同样的工作。”长期关注美国华裔移民社区的纽约城市大学亨特学院教授邝治中这样认为。

现居住在耶鲁的美国人徐德清则指出:“不同于传统的老移民,这些新移民文化程度更高,生活方式更加现代,因而对主流社会的融入度很高,自然没有兴趣继续经营华埠老店。”

良药虽好难治根

“传奇商业登记”提案正是为了保护创业30年以上的传统商业不被淘汰。据悉,店铺若想成为“传奇商业”,需要向旧金山市历史文化局提出申请,并获得小商业委员会的认可。获颁“传奇商业”的店铺每年可得到当地政府拨款赞助,按员工人数计算,一名员工拨500美元,最多100名员工。而向“传奇商业”出租店铺的业主,须提供10年或以上的租约。

“每人500美元的拨款对于小业主来说并不是小数目。”蔡文耀指出,“10年以上的租约规定则大大地缓解了业主遭遇加租和搬迁的压力。”

“政府拨款补贴和确保较长租约可以大大地鼓励华埠老店经营者继续做下去。”居住在加州圣地亚哥的美国华人联合会副会长廖中强在接受本报采访时也认为,对于华埠老店经营者来说,这一提案无疑是一个喜讯。“登记成功的华埠老店会成为政府的重点推介对象,进而成为城市旅游的一个标志和亮点。这让我想起位于西雅图的第一家‘星巴克’。起初,这个店并不起眼,但地处渔人码头,因而招来很多游客参观。渐渐的,‘星巴克’的声望越来越大,店铺也遍地开花。其实,有些华埠老店也可以借助品牌优势发展壮大。”廖中强说。

对于旧金山这座城市来

说,这一提案同样意味可喜的商机。“不论是在纽约、旧金山还是洛杉矶,华埠老店都是亮点。”廖中强指出,“它们的存亡关乎当地城市旅游经济的兴衰,因而当地政府希望保存富有中华文化特色的华埠老街和老店,吸引更多驻足观赏的游客。”

徐德清认为:“美国是一个历史短暂的国家,几十年历史的东西对于美国人来说弥足珍贵。美国号称是种族‘大熔炉’,华裔是美国社会的重要组成部分,而华埠老店作为华裔的特色文化符号,也是美国文化不可分离的一部分。”

解题还需新思路

毋庸置疑,这一提案对华埠老店能够起到一定的保护作用。但不少华人认为,不能因此就对华埠的未来过于乐观。庄佩源认为,提案“不会起到根本性改变作用”,甚至他指出,“华埠老店如今走进了死胡同,如果不改革创新,就没有出路。”

廖中强也对华埠老店的发展忧心忡忡,他说:“如果华埠老店没了,中餐馆没了,东方特色的建筑没了,那唐人街还和美国其他地方有什么区别?”

华埠老店不能消失,保护华埠老店则需要更多的新思路、新药方。

蔡文耀认为,当前旧金山华埠老店业主大多受教育程度不高,欠缺经营管理知识,为此,华埠的社团或者华商总会等组织可以为华埠老店业主出谋划策,帮助他们提高经营管理水平。另外,当地政府机构可以进一步提供更多更好的福利,例如零利息的贷款等优惠措施,来帮助华埠扩大规模,进而获得更大盈利。

除了“传奇商业登记”提案之外,在此之前,一些城市的唐人街也曾自发成立经济发展管理委员会,对华埠老店的结构、装修、治安、卫生等做了很多改善工作。

谈及华埠老店未来的发展,徐德清用4个字概括:“老干新枝”。在他看来,华埠老店在保持老风格的同时还要探索新味道。

纽约华埠共同发展机构行政总监陈作舟将希望寄托在下一代身上。“年轻的一代进来,用一种新的方法,找到一个新的市场定位,就会有新的市场。”如他所说,新一代年轻华裔正以自己的行动创造着一个崭新的华埠。

近日,新任总裁邝瑛瑛带领老字号“珠江百货”重返纽约华埠。“过去,珠江百货给顾客带来很好的体验,现在我们尝试与亚裔设计师和企业家合作,把珠江百货的独特零售体验转换到电子商务的平台上,以便能让更多人接触珠江百货。”对于未来,邝瑛瑛充满希望。

大图为纽约华埠唐人街街景。 资料图片



图为入选“传奇商业”的旧金山“金门饼食”老店。

来源:美国《世界日报》

侨情乡讯

福建引侨资侨智参与精准扶贫

中新社南平电(闫旭)福建省侨办广泛发动海外社团、侨商参与精准扶贫,筹资170万元在南平市5个扶贫开发重点县开展助学扶贫,每个县选取10户因学致贫的贫困户,连续4年每年资助1万元。

13日,福建省侨办主办的南平市省级扶贫开发重点县内外架桥暨精准扶贫对接会在松溪县举办,海外社团代表、侨商向松溪、政和、浦城、光泽、顺昌5个县的受捐大学生发放了助学金。

除助学精准扶贫之外,福建省侨办还在征询海外侨商投资意愿、了解各扶贫开发重点县招商需求的基础上,邀请了来自15个国家和地区的50位海外侨商参加南平市省级扶贫开发重点县项目对接和实地考察。

200名海外华侨青少年山东寻根

中新社济南电(记者李欣)近日,200位来自澳大利亚、新西兰、马来西亚、印度尼西亚、新加坡等5国的海外华侨青少年在山东济南开启为期14天的“中国寻根之旅”冬令营。

齐鲁文化是中华文化的重要组成部分,具有鲜明的地域特色。山东省侨务办公室副主任孙西忠在开营仪式上表示,文化是民族发展的源泉动力,是人类交往的桥梁。海外华文教育是希望工程、留根工程,华裔青少年是海外华人社会的未来和希望。

海外华侨青少年“中国文化之旅”夏(冬)令营由国务院侨务办公室和中国海外交流协会共同举办。此次冬令营将组织海外华侨青少年学习汉字、中国文化、民俗、篆刻、面塑、剪纸、武术、国画等课程,并游学曲阜三孔、蓬莱阁、牟氏庄园、张裕葡萄酒文化博物馆等。



海外侨商走进安徽“侨梦苑”

近日,“2016海外博士和青年侨商走进安徽(合肥)侨梦苑”活动在安徽合肥拉开帷幕,共吸引近200名海外博士、青年侨商、海外华侨华人专业人士及港商等参加。活动旨在以安徽“侨梦苑”为载体,为海外华侨华人量身打造项目对接、签约落地等全链条特色服务,促进海外侨界高科技术项目的项目、技术、资金落户“侨梦苑”。图为海外博士和青年侨商走进安徽省合肥市高新区,与机器人“佳佳”面对面交流。

中新社记者 韩苏原摄

近日,由浙江省侨联组织的“亲情中华2016浙江美食走进纽约品鉴会”在美国纽约举行,让浙江美食与纽约的各界人士来一次亲密接触,让美国民众品味舌尖上的魅力,感受到活色生香的中国。

来自中国驻纽约领事馆及纽约市相关政府部门的官员、纽约地区中餐界及纽约烹饪学校代表、纽约地区主要华侨华人社团负责人及对华友好知名外籍人士、美国本土美食评论家、美食社交网站、美食协会等相关人员近200多人参加品鉴会。

品鉴会上,G20专用厨艺大师团队及G20各国首脑的菜品成为活动的亮点。一道道做工考究、形色精美、醇香浓郁的菜肴相继上桌,嘉宾们细细品鉴、赞声不绝,许多本地美食家还进行了现场点评。全场评选出一道“我最喜爱的浙江菜”和“专家最值得推荐的浙菜”。美国华人餐饮业协会给两位厨师颁发了“浙江美食国际文化交流大使”证书;浙江侨界中餐业交流合作促进会还与美国中餐培训基地签署了中餐人才培养战略合作协议,为下一步双方的人才互输、文化交流、业务提升打下了良好的基础。



走进纽约

■朱小敏 陈俊贤

“食在中国,味在浙江”。浙菜是中国八大菜系之一,起源于7000年前的河姆渡文化。改革开放以来,一大批浙江籍侨胞走出国门寻求发展,凭借精湛的厨艺绝活,展示了“味道浙菜”的独特魅力,打拼出了一片新天地,不仅有力地促进了当地经济社会发展,也有效地推动了中外经济文化合作交流。特别是G20杭州峰会的成功举办,向世界各国人民充分展示了西湖风光、江南韵味、中国气派、世界大同。富有特色的浙江美食,作为浙江文化的一张名片,也让各国嘉宾留下美好、深刻、难忘的印象。

据悉,2016浙江美食走进纽约品鉴会,是以G20杭州峰会各国首脑的主打菜为特色,由G20国家元首晚宴设计者、西子国宾馆行政总厨朱启金和新新饭店行政总厨陈建俊两位大师领衔,代表了当今浙菜特别是杭帮菜烹饪的最高水平。这次品鉴活动“以食为媒,以食为桥”,通过技艺表演、视频介绍,现场品鉴等形式,全面展示浙菜的博大精深和独特魅力,让美国民众和浙江的美食来一次“零距离接触”,体验舌尖上的中国美食文化。

有关人士表示,今后浙江省侨联将全力帮助、支持侨胞自发开展的“海外万家中餐馆”行动计划,组织更多的浙江美食团组赴海外举行不同类型的品鉴活动,邀请更多的海外团组来中国内地培训辅导,推进中餐走向世界,实现“中国美食,全球共享”。通过美食文化的“涓涓细流”,汇聚成中外经济文化合作的“汪洋大海”。

从流传千年的针灸、推拿,到使用英文品牌打响西方市场的保利中医药业,海外华人助推中医药国际化的步伐一刻都未停止。无论是身体力行,举办讲座,推广中医药文化,还是推动中医药企业转型,开拓海外市场,世界各国华侨华人都在共同努力,让中医药更有“国际范儿”。

卢林1990年就来到美国得克萨斯州,开设诊所,担任中医针灸师。多年来,在为当地患者治病的同时,他经常利用休息时间,为针灸师、中医爱好者及华人社团举办针灸与医学讲座,还在当地多家报刊撰文介绍中华医学,甚至走进美国的广播电台、电视台,畅谈中华医学的博大精深。正是因为卢林对于中医药的宣传推广,越来越多当地的美国人甚至南美洲人、东南亚人前来向卢林求医。

像卢林这样的华人医师在海外还有很多。让人耳目一新的是,华人创办的中医药企业还结合最新营销理念——数码营销,来拓展海外市场。

31岁的胡鼎仁作为新加坡中医药家族企业保利药业的第三代接班人,不断探索,勇于创新,最终实现了企业的成功转型。5年前,当胡鼎仁加入时,保利药业依然处于传统运营模式。他在加入之后便开始着手聘请年轻人,改变员工的思维模式,积极推行数码营销。他提倡采用现代包装,用英文推出新品牌,使得拥有几十年历史的老字号最终成功转型,进军海外市场,在国外打响了本土品牌。

在助推中医药企业转型的同时,海外华人也没有忽视各个地区中医药行业的规范和整治。

美国发龙药业董事长曾立品表示,“美国中医药行业呈现小、散、弱、乱的局面,没有一个龙头企业来带动。我们愿意搭建一个平台,共同推进中医药在美国发展壮大。”他提出,先做一个公共服务平台,开设中药制剂中心。医生开完处方后直接通过网络传给制剂中心,然后病人就近到取药点取药。这样一来,医生的负担降低了,诊所的诊疗效率提升了,药品质量更有保证,患者也得到了方便。

在各国华侨华人的努力之下,如今中医药已成为中国文化最具代表性的元素之一,在海外拥有越来越多的“粉丝”。

华人助推中医药国际化

张 兰