

华裔新生代:

创业新思维 爱拼才会赢

张永恒 郝源

侨情乡讯

商务部与国侨办签署合作协议

据商务部网站消息,2017年12月26日,商务部部长钟山与国务院侨务办公室主任袁媛平举行工作会谈,共同研究落实中共十九大精神,推动形成工作互动、资源共享、优势互补的“横向协作”合作新格局,更好发挥商务工作促进侨务事业发展的积极作用。

双方将通过加强政策指导沟通,建立协商协调机制,打造服务平台,帮助华侨华人及时了解和准确解读国家发展战略及相关政策,增强华侨华人回国创新创业、参与“一带一路”建设等的向心力和凝聚力,提升侨资企业经营发展能力,促进国内外华商企业联系与合作,助力国家发展和中国企业“走出去”,推动提升我国对外经贸合作水平。

会谈后,钟山和袁媛平共同签署了《商务部与国务院侨务办公室合作框架协议》。

(据中国侨网)

北京华文教育基地评审结束

2017年12月26日下午,2017年华文教育工作总结暨北京华文教育基地评选工作会在京举行,中国传媒大学、北京青年政治学院、北京市第八十中学、北京国际汉语研修学院4所学校被评定为第二批北京华文教育基地并接受授牌。北京市政府侨办副主任史立臣、北京市教委副主任黄侃出席会议。

据悉,为加强对北京华文教育基地的建设管理,不断提高新时期华文教育工作的专业化水平,自2018年起,北京市政府侨办、市教委将每五年组织开展一次全面系统的综合考评,对表现优秀的予以表彰奖励,对未能发挥应有作用的予以摘牌。

(据中国侨网)



图为北京市政府侨办副主任史立臣、北京市教委副主任黄侃为新增的4所学校授牌。资料图片

侨资侨智汇聚成苏州发展动力

日前,苏州市举行了市海外交流协会四届三次常务理事暨市侨商投资企业协会理事大会,总结近一段时间的工作成果,并对下一阶段的工作做出安排。

苏州市委副书记、统战部部长朱民表示,在苏州改革开放的过程中,侨资侨智贡献了巨大的力量,在苏州引进的外资中,侨资占据了大头。近年来,随着苏州产业转型升级和招才引智的力度不断加大,到苏州创新创业的华侨华人在数量和质量上都有了很大的发展。

截至目前,在苏州投资的侨资企业达近万家,累计利用侨港资634.97亿美元。2017年全年牵线搭桥直接间接引进侨资项目334个,实际利用侨资18.7亿美元。

(据中国侨网)

侨界关注

《欧洲时报》近日发文称,法国华裔第二代正走进公众视野,他们的创业思路与老一代华裔有着根本不同。他们组建年轻团队、创立特色品牌、主动寻求商机。不仅在法国,目前越来越多的华裔新生代不断地开拓进取,转变思维,改变传统的经营模式,为华裔新生代正名。



图为法国巴黎时尚中心华人商圈最年轻“华二代”创业者温大维 《欧洲时报》记者 孔帆摄

转变思维 打造品牌

自2015年起,国务院侨务办公室大力倡导并推动“万侨创新”计划,希望广大侨商和科技人士抓住“十三五”时期各种战略机遇,实现自身事业的更大发展,助推中国经济创新发展。

国侨办主任袁媛平表示,传统侨企和新侨专业人士之间应该搭建交流合作的桥梁,促进新老侨资企业“二次创业、协同创新、转型升级”。

法国巴黎是世界时尚之都,也是全世界最讲究穿农品位的群体,人们对时尚的推崇也造就了当地服装产业的兴盛。

当你在法国巴黎时尚中心走一圈,会发现几乎被“华二代”占领了。22岁的华裔温大维,组建起一个5人年轻团队,团队中最小的只有19岁。就是这样一个年轻团队,他们设计服装,寻找客商,参加展览会。两年多时间,他们这个面向16-30岁年龄层的品牌就在欧洲有了一定的市场。

在巴黎从事眼镜行业的华二代陈崇,开办了一家高端专业眼镜店,打造出自身特色,吸引了大量法国客户。目前正计划去北京、上海开设分店。他说:“做我们这一行的,要跟着潮流走,改变老一代华裔传统的经营方式。要学会转变思维,打造出属于华裔新生代年轻的品牌。”

此外,在意大利、美国、英国等地,华裔新生代秉承创新理念,改变传统的经营模式,生产中高端产品,打造特色品牌,融通多元市场,华人商圈正悄悄发生变化。

“我从生产副线产品,转到经营高端特色产品,聘请年轻设计师,打造属于自己的服装品牌。”在意大利从事服装生意的张小扬接受本报采访时说,“我父亲当初就是开服装加工厂起家,采取薄利多销的营销策略,但现在也到了瓶颈期。所以我要打造出属于自己的服装品牌,打通主流市场。”

转型升级 扩大市场

“我认为,知识改变命运。对于我们华裔新生代来说,大部分受过高等教育,思维比较开放和活跃,比较关注国内外高科技的发展趋势。”在美国华盛顿从事川宗中餐创业项目的傅子龙接受本报采访时说,“传统的实体产业要与新兴的科技产物,比如人工智能、大数据这些高科技结合,积极的进行转型升级,这样才有更大的市场空间。而老一辈华裔比较注重产业规模,却缺少创新思维。”

“我从事服装批发进出口贸易几年后,深切体会到转型升级的必要性,一直积极探索新的经营模式。”在法国巴黎从事服装设计的王世煜接受本报采访时说,“除了聘请知名设计师外,我找一些年轻面孔代言产品,打造潮流服装。此外,还要有新媒体思维,我通过国内外社交媒体平台进行宣传推广,将线上和线下结合起来,让更多的人知道我们品牌。”

华裔新生代别出心裁地创业思维,独具一格的经营模式,新颖的销售策略,在各个领域走出了一条转型升级之路。

“父亲总告诉我,门面大了,店面多了,钱就好赚了。其实不然,我觉得服装行业中‘质’的重要性要大于‘量’,薄利多销模式已经过时了,要学会转型。要细分市场,找准定位,锁定目标客户群。要在快速发展的服装行业中寻求变数,在进货渠道、服装质量、款式设计、销售模式、售后服务等方面不断摸索和改进。此外,还要延伸产业垂直链,加入体验店营销,加大文化产品的打造。”在意大利米兰从事服装高端定制做的周琪接受本报采访时说。

此外,华裔新生代逐渐学会融合多元市场,认识到国际交流与合作的重要性。

“我从事女装行业有5年多了,我认为要在‘大同’

的服装行业中找到‘大不同’。在英国伦敦从事服装行业的年轻华裔张琛在接受本报采访时说,“创店之初我就开办了官方网站,从韩国首尔、法国巴黎、日本大阪等潮流前沿地将最新款服装空运至伦敦,并与一些潮流服装品牌保持联系,时刻了解各国服饰潮流,通过国际间多元合作,不断扩大市场。”

政策支持 中西搭台

据法国BFMTV电视台报道,在欧洲,各国对纯电动车发展的支持力度不尽相同。法国以高额的公共补贴成为全欧典范。据法国全国电动汽车发展协会统计,购买纯电动车可一次性减免2.5万至3万欧元,每次充电还可获得2欧元补贴。

在巴黎北郊从事摩托车、电动车进出口贸易的蔡杰克发现了这一商机,开始发展电动汽车、电动摩托车业务。“欧洲摩托车的需求不断上升,我开始将‘中国制造’的电动汽车、摩托车引进法国,销量不错。”蔡杰克说。

“华商一些协会也开始研究法国和欧洲的一些政策措施,里面有很多商机。比如大巴改造计划,有没有华商可以提供的产品?不能老在传统行业里打转,现在中国的产品技术含量很高,只要符合欧盟标准,就能引进来。中国电动汽车正在制定国际标准,欧洲也许要跟着中国走。现在我正准备在中国国内拓展事业。”蔡杰克说。

“我们在海外有比较多的产业资源,也有很多创新的想法和营销策略。希望能够将优势资源与中国的市场结合起来,打破信息和资源的不对称,从而获得商业上的成功。”在美国从事人工智能行业的邱翊翔接受采访时说。

华裔新生代敢为人先,积极带动传统华裔转型升级,发现市场中暗藏的机遇,用开放、多元、创新的思维,打破传统华裔的刻板印象,积极探索,努力进取,为华裔新生代正了名。

美籍华裔建筑师张铭

吸纳中西文化 成就卓越人生

崔依依 姜洁冰

他是新中国唯一的一位获得美国建筑师学院院士的大陆人;他被誉为当代小贝聿铭,受到过中国领导人访美时的亲切接见;他曾是全美前10大建筑设计公司的总裁……早已功成名就的他仍然保持着一颗平常心,他就是建筑师张铭。

结缘建筑:初出茅庐,拔得头筹

和许多淘金者不同,张铭是因为自身的优秀来到美国。1986年,张铭考取公费留学美国。回忆起初来的经历,张铭还是能记起许多细节,“那时候我刚大学毕业,一个月工资才拿60元钱,也没有任何海外亲戚,所以只能靠公费出国。”国家一次性给出的出国费用,对当时的张铭来说无疑是一笔巨款,他没有舍得全部自己留下,而是将几乎一半的钱留给了妈妈。而他自己初来美国,为了省钱,就租在一个蟑螂、老鼠特别多的“鬼屋”公寓里面。

张铭一直是个非常能吃苦的人,在留学生涯中,他并没有利用国家每个月给的300美元补助去胡乱花费,而是有计划的节省下来,除了必要的房租和生活开销,张铭每个月都能存至少100美元。一年半之后,张铭用节省下来的钱给家里买了八大件。提起这段,张铭说当时就挺有成就感,“那个时候像进口冰箱都要指标,在国内买不到,不过我们可以去出国人员服务部,可以拿外汇指标买八大件。”

在建筑行业初出茅庐的张铭,很快就展现出了他的与众不同。张铭说,在建筑这个行业,创业之初只能通过设计竞赛来表现自己的能力,因为如果公司没有一定的资质,没有相应的信誉,别人就不会找上门来。张铭的优势之一就是曾经代表美国的大公司在中国做了很多客户的项目设计,有资源,很多人都认同张铭的个人品牌。“他们都要求我参加当时叫做‘厦门江头高层建筑群’的国际设计竞赛,当时有四十几家参加竞赛,竞争很激烈”,张铭抓住了这个机会,拔得头筹,脱颖而出,获得了一等奖。年轻的张铭凭借初生牛犊不怕虎的精神,在之后的数次竞标中接连获胜。

痴迷设计:天人合一,中西合璧

在张铭看来,“设计”一词可以拆分为解,设计就是设计,计就是计划。设计本身就是有一定的前瞻性和战略意义的创意过程,落实到建筑和产品上,目的是为了产品更受使用者的欢迎。张铭的设计理念就是人性化的天人合一

的设计,尊重使用者的感受,尊重当地环境和文化,不仅让使用者在里面感到舒适,还要有跳跃性的地方抓住特定需求。很多人在上海新天地流连忘返,因为它既结合了上海老里弄的元素,功能上又完全现代化,这就是新的人性化的商业体现,也可以说是它的亮点。好的设计应该是“去设计”的设计,是一个升华的过程。

张铭介绍说,2006年他设计微软公司所在城市雷德蒙市政厅,这个政府项目需要公开设计招标,当时邀请到十几家很有名的设计公司参与。张铭他们并没有很多政府项目经验,没想到当时13个评委无记名投票全部投他们为第一名,市民评选也是第一。张铭觉得这对他来说鼓励很大,第一次在不擅长的领域战胜这么多有经验的国际性品牌公司,这也充分反映了好的创意绝对能获得大家的赏识。这个项目的创意就是将中国的天人合一元素结合在其中,在体现政府威严的时候,也融合亲民的元素,让大家有亲切感,真正把政府变成服务社区的地方。

由于很好地吸收了中西建筑文化的精髓,在高层建筑、城市综合体的开发规划、民用建筑、公司总部、高科技园区以及总体规划等方面,张铭显示了卓越的设计才华。不仅在美国设计了许多著名的建筑作品,他率领的团队在参与中国市场之后,仅用10年时间投标25个项目就中标20个项目。至今张铭已在中国60个城市完成了100多个项目的设计,包括华为北京科技环保园,上海张江集电港,好几个华润万象城,湖南健康产业园,福州海峡青年交流营等。他的合伙人曾经称赞他为“最具有天赋、最具有天才、最具有创意”的设计师。

看待成就:初心不变,回归平常

张铭身上始终有一种谦谦君子的气质,这或许得益于他有一位教语文和国画的父亲。早已功成名就的张铭,在被问及如何看待自己的成就时,只是淡淡的说,“我是个很平常的人。我只要不出差,就争取每天送儿女上学,尽量做一个称职的爸爸。没有觉得我自己有什么成就,就是喜欢做设计。设计这个行业竞争非常激烈,不进则退。怎么看待自己和别人怎么看待你,是两回事。”

回忆起当初为什么选择建筑行业,张铭认为和小时候的两个经历有关。他10岁的时候跟祖父去上海看姑奶奶,那是他第一次看到人民广场边的国际饭店,有24层楼,在上世纪70年代的时候太少了。“当时想都没想到,像我

们南京也就是七八层高了不得了,所以看到24层在小孩子眼中觉得就是个奇迹”,张铭认为自己之所以后来选建筑,这是一个因素。另外他小学有个同学的叔叔外派到联合国,寄了一张纽约的明信片回来,上面的帝国大厦有100层,张铭觉得不可思议,原来世界上还有这么高的建筑。张铭认为,就是当初的好奇心让他与建筑结缘。而他从小就文理艺术各科全面发展,这为他后来的建筑师生涯打下良好的基础。

对于现在的年轻设计师如何培养独立精神和创新精神,张铭给出的建议就是,做设计独立思考很重要,但一切都需要平衡。他觉得,在独立思考的前提下,一定要有开放的思维,就是要能接纳别人的观点,并延伸出灵感。设计师要有团队观念,不仅是设计师团队内部的合作,更是和开发商、顾问团队以及政府等的合作。随着技术的不断完善、信息量的激增,年轻设计师的前途无限。



图为张铭近影

图片来源:作者提供

华人教子 先要选对方法

梁异

中国有句古话,“棒打出孝子”。以打骂方式管教孩子,似乎成为华人教育孩子的特色。而此理论放到有些国家实践,可能给家长带来大麻烦。

纽约华人母亲吴女士,因6岁儿子逃学,一气之下用藤条打了他两下。儿子回校上课,被老师发现伤痕。老师向纽约儿童福利局举报,吴女士被控伤害儿童等八项刑事罪名,身负保护令,不得接近儿子,被迫搬出家中。

意大利一位华人奶奶则被“热心”邻居送进警局。起因是其6岁小孙子调皮,老人动手打了孩子。邻居听到孩子的哭喊声报了警,警方赶到发现孩子脸上有伤,就以实施家暴为由将老人逮捕。

类似事情屡见不鲜,在中国文化中看似合理的教子行为,在国外竟可能触犯法律。华人教子方式为何与国外社会如此格格不入呢?

英国华人朱俊华夫妇选择在家教授孩子。“在家上学”流行于英国很多家庭。为何在家上学?原因竟是,为学中文。

“女儿中文本来很好。上小学后英文在班里出类拔萃,但中文却退步很明显。”朱俊华介绍,女儿每天在家吟诵《弟子规》《三字经》等中文经典,学习汉字。

美国华人母亲雷雷也有一套“育儿经”。她的儿子是西点军校学生,2017年6月获西点军校综合得分第一名。雷雷是美国华人基金会创始人,常常告诫孩子要有感恩的心。鼓励孩子参与公益,在海滩捡垃圾,暑期到中国贫困地区与农民同吃同住同劳动,在实践中锻炼毅力。

“华人船王”赵锡成曾说,让孩子长进,一定要得法,父母需要和孩子“契合”。

他说,家庭教育原则之一就是团体意识。赵家女儿们除打扫自己房间,周末还帮助整理花园、草坪、清理游泳池。就连家门前的柏油路面,都是五姐妹在父亲指挥下铺成。

可见,在教育这件事上,方法尤为重要。家长发挥创意是一方面,重要的是,要选择适合孩子的方式。(据中国侨网)