

◆ 丝路文化

马来西亚：新兴的多元化国家

■ 本报记者 栾鹤

马来西亚是东盟的创始国之一，也是传统的穆斯林国家。“斋月”期间，马来西亚的穆斯林在白天会自觉远离食物，直到黄昏日落，方可开斋用餐。每天，要在日出前先沐浴完毕，再吃东西，以应对一整天的禁食。整整一个月，穆斯林心甘情愿地省略物质享受，而留出足够的时间来关照精神世界。

经过了斋月的禁食煎熬，开斋节上，人们一方面放开来大吃特吃，一方面心无芥蒂地交流感情。吃得高兴，聊得投机，人们相互间的感情和信任不知不觉就加深了。

每到开斋节，马来西亚的州长和议员们都敞开大门，宴请宾客，欢迎当地居民去家里免费用餐。这是州长和议员的亲民方式之一，人越多表明人缘越好，当然，这也是拉选票的一种方式。

受伊斯兰教传统影响，马来西亚人认为用食指指人或物是不礼貌的行为，因此在任何情况下都应使用右手的拇指代替食指，无论是指向人或物。使用左手同样被认为是不礼貌的行为，因此在递东西或接东西都应该用右手。

在商业交往中，马来西亚人更喜欢用较宽松和非正式的方式，礼貌、耐心的态度非常重要。商业会谈可以在马来西亚生意伙伴的办公室或一家餐馆进行，如果搞得生意味太浓，马来西亚生意伙伴会觉得你傲慢，所以幽默感和良好的关系更能带来积极的结果。

马来西亚人喜欢以面对面商讨的方式解决争端，而不愿意使用传真或电子邮件。在合同谈判的最初阶段，让律师在幕后比直接参与谈判要更为明智。在许多马来西亚人看来，律师的存在是缺乏相互信任的表示。

许多马来西亚人都喜欢讨价还价，因此谈判者在开价或是提出报价单的时候要留有一定的余地。一些有经验的谈判者都会为了达到最终交易目的而在价格上作出一些小小的让步。

马来西亚人不习惯亚洲主要城市——香港、东京甚至新加坡的快节奏，在与马来西亚政府部门及其机构打交道时，不要期待能够立即得到结果。相比之下，马来西亚私营部门的员工则相对较为守时、答复快而有效。

在马来西亚，华人是仅次于马来人的第二大族群。华商经营基础稳固，经济地位举足轻重。华商大企业行业分布广泛，保有强大实力，在马来西亚经济中扮演着不可或缺的角色。

吉隆坡的茨厂街，与世界其他地方的“China Town”(中国城)一样，竖立着明艳的牌坊，相邻巴生河流域的巴士总站和火车站，街上人流不断。

逾百年的老茶楼、洋货店、纸扎铺、老客棧以及中医跌打馆，都有“说旧时依昔”的趣味。从骑楼下的老伙计、老顾客、老街坊的面孔中，依稀可以看出当年“下南洋”的华人在这里落脚讨生活的艰辛。

初到马来西亚的华人，在完全不同的族群和生活环境中曾遭受各种挑战，他们牢牢地把握着自己族群文化的根基，沿袭世代相传的姓氏。在华文教育方面，马来西亚是坚持得最好最彻底的国家。马来西亚拥有完整的华校体系，中文教育完全不需要依靠海外中文师资的支援。

马来西亚华商对中国的投资始于1984年，郭鹤年的郭氏兄弟公司通过旗

下的香港嘉里集团，同中国有关机构合作，先后在北京营建中国国际贸易中心和北京香格里拉酒店，在杭州投资兴建杭州饭店。

当时，马来西亚华商选择香港作为中转站向内地投资，一方面是因为香港是亚太地区重要的金融、贸易中心之一；另一方面，通过香港间接投资中国内地，可以避免来自马来西亚国内关于华人资本外逃的指责。

上世纪90年代后，马来西亚政府开始实行开放的经济政策，一改过去批评和阻止华商到中国投资的做法，并且为本国华商投资中国提供各种支持和便利，包括税收优惠、舆论支持，高级官员频频访华，为华商投资中国牵线搭桥，鼓励华商投资中国。

郭氏集团通过嘉里粮油，打造规模庞大的粮油食品生产加工体系，旗下金龙鱼、胡姬花等品牌家喻户晓。马来西亚钢铁大王钟廷森名下的金狮集团在北京、上海、广东、武汉、青岛、成都等地设立了数个工业园区，旗下的百盛开启了中国内地高端百货的先河。

尽管安倍经济学不断受到质疑，但是“猫咪经济学”却在日本大获成功。据统计，2015年，跟猫相关的各产业共为日本经济贡献超2.3万亿日元，约合1323亿元人民币。近日，日本高调庆祝了第30个“猫之日”，感谢猫咪为日本经济做出贡献之余，更多的商家又借着节日赚得盆满钵满。

2月22日，是日本的“猫之日”。在日语中，2念作“ni”，而日本人认为猫的叫声是“nyanya”的，因此，一些爱猫人士把2月22号读作“nyanyanya”，这也就成了“猫之日”的由来。“猫之日”的最初设立是在1987年，当时有一大群爱猫人士特别成立了“猫之日执行委员会”，并表示要借“猫之日”的设立，感谢猫咪和人类一起生活，给人类带来幸福。

今年是“猫之日”设立30周年的大日子，日本各地都举行了各种庆祝活动：在东京有商家推出了猫爪型的面包，与之配套的还有做成猫咪形状的冰淇琳，还有咖啡店在普通的拿铁咖啡上面用奶泡打出一个大大的“hello kitty”形状，而所有这些跟猫咪相关的饮食全都实现了大卖。推出猫咪形状冰淇淋的店主在接受日本媒体采访的时候，坦然承认自己其实对猫毛过敏，但是即便如此，看到猫咪能够给店里带来这么多的生意，他还是很感谢猫咪。位于广岛县的尾道市，是日本有名的“猫之城”，每年都吸引大量游客来体验和猫咪一起生活的乐趣。在“猫之日”当天，众多爱猫者把脸化成猫的样子，头戴猫耳朵，手拎猫袋，特地从日本各地赶到尾道市和猫咪们一起拍照过节。

猫咪的魅力还不止于此。前不久有日本媒体报道，东京一家经营不善的高级公寓，在请来猫咪帮忙后生意大好。原来公寓的房子很多都空着，老板很是着急，于是跟野猫收养中心联系，把自己的公寓改造成为连猫一同出租的公寓。所有人住公寓的人，搬家的时候不仅可以得到一般公寓都有的全套家具，还能额外得到一只猫咪，当然从外面带猫入住也是允许的。不仅如此，老板还对公寓的布局进行了改造，专门安装了供猫咪攀爬的楼梯和悬在空中的猫咪休息板。租户在解约搬出的时候，可以选择带走猫咪，也可以把猫咪留在公寓里。据说，这一举措一经推出，整个一座楼就被预订一空，现在想要入住还需要排队。已经入住的住户很少有人解约，就算不得不解约，也大多舍不得猫咪而把它们一同带走。后来，这座公寓周围的100多家小公寓也纷纷效仿，现在那一片已经成为了名副其实的“猫乐园”。日本一家电视台前两天进行了一项有趣的民意调查，数据显示，超过20%的日本青少年认为，应该把“hello kitty”的形象印在日元纸币上。

据日本关西大学名誉教授官本胜浩调查，2015年，养猫人用在猫身上的钱，诸如买猫、买猫粮、购买宠物用品和带猫咪看病等的花费约为1.1万亿日元，日本人购买各种猫造型的食品、物品和以猫为主题的画册书籍的消费约为30亿日元，花在各种猫咪主题的旅游路线上的费用约为40亿日元……零零总总计算下来，猫咪共为日本GDP贡献超过2.3万亿日元。因此，日本现在已经有人正式提出“猫咪经济学”的提法，认为猫咪经济学为近来表现低迷的日本经济平添了一抹亮色。

说到日本人为什么对猫咪情有独钟，孤独和忙碌可能是最重要的两个原因。首先，很多在东京工作的年轻人其实都是来自外地，在东京亲友并不多，辛苦一天回到家里，不希望再面对空荡荡的四壁，这时候养一只猫咪就成了重要的心理慰藉。而他们的父母在故乡可能也面临同样的孤独，很多日本独居老人都喜欢养猫作为自己的陪伴。其次，日本上班族大多早出晚归，有时甚至忙得回不了家。跟需要每天照料散步的狗相比，独立自主的猫咪自然成为了上班族们宠物的首选。在接受日本媒体采访的时候，不止一位女性表示，希望可以成为像猫一样，独立而优雅的存在。日本媒体预计，在今年年底，猫咪即将超越狗，成为日本家庭里豢养最多的宠物。可以预见，在未来几年，猫咪还将对日本经济做出更多贡献。

『猫咪经济学』在日本一枝独秀

■ 朱曼君



连日来，河北秦皇岛海港区太阳城“岛上书店”受到读书爱好者的青睐。据悉，岛上书店目前藏书5000余册，供读者免费阅读，多功能的阶梯阅读区可供40人读书，为读者在假日休闲提供好去处。

中新社 曹建雄 摄

50家中国旅行社代表团访法

近日，50家中国旅行社组成的代表团抵达巴黎进行为期3天的访问，由大巴黎地区旅游委员会(CRT)接待。2015年11月13日巴黎发生恐怖袭击后，中国旅客担心赴法旅游安全、人次减少，法方希望借由此次参访互动向中方团体保证巴黎恐袭后的旅游安全。

法新社消息称，2015年赴法的中国旅游客人数猛增，而且前往巴黎旅游的人数前所未有地增长了46%。旅游人次增长尤其是加速发签证、改善信息获得及在法国的落地接待等新措施引起的成果。不过，巴黎恐怖袭击减缓了这一增长率。

报道指出，在CRT网站上显示即将公布的由法国旅游发展组织(ATOUT)所做调查指出，2016年第一季度中国旅游签证申请案数量明显减少，降低了30%，其主要原因是中国游客担心法国的安全状况。

台湾旅行社组团到新疆“踩线”

近日，沉浸在新春氛围中的新疆迎来由50家台湾旅行社组成的“踩线”团队，开启了新年旅游业“开门红”之旅。

由新疆旅游局和新疆旅游产业联盟共同邀请的台湾旅行社团队，此次将乌鲁木齐及周边地区作为主要考察区域，包括天山天池、新疆大剧院、丝绸之路国际滑雪场、吐鲁番、达坂城、新疆国际大巴扎等知名旅游景区及景点。在实地考察之后，台湾旅行社团队还将与新疆旅游同业举办“新疆—台湾旅游资源对接会”，交流洽谈，签署合作协议。

近年来，新疆和台湾之间的旅游往来逐渐增多，台湾成为新疆游客首选的出境旅游目的地。今年春节长假期间，赴台湾旅游的新疆游客占新疆出境游总数的三成。同时，新疆也吸引了越来越多的台湾游客。

离境退税 点亮北京入境游

近日，记者从2016年北京旅游工作会议上获悉：北京去年实现旅游收入4607亿元，旅游接待2.73亿人次，旅游业增加值占全市GDP比重达到7.5%，旅游餐饮和购物消费额占社会消费品零售额比重达到22.4%，百货类企业155家，超市35家，老字号企业21家，购物中心和奥特莱斯各5家。

立足首都国际交往中心功能定位，北京将提升旅游国际影响力，加大对美国、欧洲、韩国和日本等重点客源地的特色旅游产品推广力度，今年将在20多个国家和地区的200家海外中餐馆开展旅游宣传推介。

(本报综合报道)

德媒：“大众香肠”销量超汽车

德媒称，不要以为德国大众只会造汽车，其在肉食品生产领域也是出类拔萃。一份最新报告显示，尽管去年大众汽车的销量有所下降，但“大众香肠”的销量却大幅上升，仅2015年就卖出超过720万根。

据德国之声电台网站近日报道，大众汽车也生产香肠这并不是玩笑，而且历史悠久。德国多家媒体报道称，2015年德国大众自主生产的“大众香肠”的销量再次超过汽车的销量。

报道称，在大众位于德国沃尔夫斯堡的总部有一个部门叫大众肉制品加工厂，该厂生产的香肠去年的销量为720万

根，比2014年的630万根增加近100万根。而大众汽车2015年的销量为582万辆，比2014年的612万辆有所减少。

此外，除了大众香肠，大众还生产一种与香肠搭配的番茄酱。大众肉制品加工厂的一位发言人对德新社记者表示，2015年番茄酱的产量为60.8万公斤。

报道称，大众肉制品加工厂生产的香肠早已名声在外，不过当初这个工厂的成立完全是“迫不得已”。据称，当大众公司1938年决定在沃尔夫斯堡落户时，沃尔夫斯堡还是一个仅有数百人的小镇，而大众员工却高达数千。由于无法从外面获得充足的供应，公司只能自行解决工人们

的食宿。当时工厂不仅有肉厂，还自己养牛、种蔬菜。随着城市的发展和工厂规模的日益扩大，大众早已不再养牛种菜，但肉制品加工厂却被保留了下来。

报道称，大众香肠可以说是该公司的秘制香肠，香肠的配方只有小范围几个人知道。其秘诀是配料新鲜和独特的脂肪含量配方。

此前，大众一位高层曾对媒体表示，大众香肠是企业文化的一部分。但遗憾的是，大众香肠是肥水不流外人田，目前只在大众在全球各地的工厂食堂和个别零售商店、超市才能买到。

(环球)

“购物天堂”变“港囧”

访港旅客人次连跌7个月

■ 张燕

近日，香港迪士尼披露2015年业绩，全年净亏1.48亿港元，为2012年来首次亏损。受到旅游业寒潮影响的不仅仅是迪士尼乐园，香港的另一家大型主题乐园——香港海洋公园日前发布报告称，在刚刚过去的春节期间，海洋公园内地旅游团人数录得双位数跌幅。报告同时指出，2015年全年该园入场人数跌幅达到14%。

仍将持续的旅游寒冬

由内地游客减少而引起的这一场寒潮可谓旷日持久。自2014年第三季度以来，香港的旅游业开始每况愈下。根据香港旅游发展局2016年1月29日公布的最新数据显示，2015年访港旅客有5930.7万人次，比2014年下跌2.5%；其中，内地旅客为4584.2万人次，相比2014年下跌3.0%，内地过夜旅客人次则下跌5.7%至1799.6万。整体访港旅游人数已经持续7个月下跌。

尽管旅游业在香港四大支柱产业中占比最小，但自2003年内地居

民赴港“自由行”开放以来，香港旅游业的增加值和就业人数增幅长期占据四大支柱产业之首。香港零售管理协会主席裴瑞琼日前表示，香港过去太习惯于动辄十几个百分点的增长，目前甚至可能仍要持续旅游寒冬，对港人来说，可谓是一个不小的挑战。

2003年7月，为了支持香港应对非典疫情的冲击，发展经济、改善民生，中央政府应港府要求推出了内地居民赴港“自由行”，首批试点4个城市。此后几年，“自由行”逐步扩大到内地49个城市。2009年，为帮助香港应对国际金融危机，内地又开放“一签多行”，即允许符合条件的深圳户籍居民申办一年多次往返香港签证。

根据香港出入境的统计数据，每年访港的游客接近6000万，其中，内地访港游客数量2003年至2013年每年增幅在10.1%至34.5%，平均每年增长23.6%。其中，持“一签多行”签证的游客由2009年的150万人次增长到约

1200万人次，占据全部内地访港游客的一半左右。

旅游业的蓬勃发展给香港的零售行业带来了黄金时期。根据香港统计处的数据，2003年，香港批发及零售业的生产总值为351.4亿元，占当年GDP的2.9%。10年后的2013年，香港批发及零售业的生产总值达到1102亿元，占当年GDP的5.3%。零售业就业人数也以平均每年2.2%的速度稳步增长。

即使有漂亮的数字作为最有说服力的成果体现，“自由行”政策带给香港的“痛痒”也不可忽视。旅游人次带来的零售利润使得大量的金铺、药房取代旧日的茶餐厅、平价老店涌入繁华街道，当地人的日常生活节奏受到一定程度的影响。将原来在香港出售的产品带回内地贩卖从而赚取差价获利的“水货客”也开始变得日渐猖獗，香港部分物价开始上涨，本地出现物品不足难以满足港人需求的现象，旅游设施也开始出现接待能力不足的

问题。“自由行”暴露出的问题让双方都无法回避。

2015年4月，深圳市公安局出入境管理部门开始停止向深圳市居民签发香港“一签多行”签证，改为“一周一行”。诸多因素影响下，访港人数随即有了显著变化。从2015年6月开始，访港人数连续出现7个月跌幅。

哪些因素削弱了香港旅游业竞争力

中国银行(香港)有限公司高级经济研究员蔡永雄表示，过去访港旅客人次持续大幅增加，加深了本地社会对香港旅游业承受能力的忧虑，零团费强迫购物、“限奶令”、反水货运动、售卖假货、欺骗旅客等，均难免会影响内地旅客访港的热情，并对香港旅游业的声誉造成打击。

香港旅游界立法会议员姚思荣表示，香港旅游业自2014年第三季度开始便已走上下坡路，除却香港本地少数人的不友好态度外，日本、

韩国等邻近国家签证放宽，服务水平高、港府年初由“一签多行”改至“一周一行”，在一定程度上导致内地游客在“黄金周”考虑转往其他周边国家旅游。

多方努力 香港旅游业能否力挽狂澜

为了应对旅游业发展低潮，香港特首梁振英在近日公布的施政报告中指出，政府将向香港旅游发展局拨出8000万港元，并另外拨出1000万港元的配对基金，支持旅游景点在海外市场宣传。

早前为吸引游客，香港旅游发展局曾推出了长达半年的促销活动，不仅为到达香港的旅客准备了欢迎礼包，还联合香港本地零售及餐饮商户、景点及酒店提供了超过240万份的奖品来吸引到港旅客消费。此外，香港政府联合旅游业界整顿旅游团乱象，加强“零负团费”内地入境团的规管工作，目的是减少“零负团费”衍生的不良效果。