

基层贸促机构“两学一做”重在学用结合

■ 金志伟

开展“两学一做”学习教育,是加强党的思想政治建设的重要举措,是当前乃至今后一段时间内的重要政治任务。针对基层贸促机构的工作对象、环境和性质具有特殊性,开展“两学一做”需要把握以下四个方面。

学是先导,学用结合

结合任务学。着眼“两学一做”任务,认真学习党章党规,学习《廉洁自律准则》《纪律处分条例》《党员权利保障条例》,了解具体内容,自觉按党章党规办事。认真学习《习近平总书记系列重要讲话读本》《之江新语》“八八战略”,准确把握基本精神、基本内容、基本要求,自觉拥护和支持改革,始终与党中央保持高度一致。

带着问题学。贸促工作具有国际性、知识性和前瞻性的特点,对队伍建设提出了更高要求。要加强外语知识的学习,重在经常,贵在坚持,达到无障碍交流。要加强法律知识的学习,掌握国际法的基本内容,主动为外贸企业提供法律服务。要加强贸易规则的学习,了解基本程序,了解贸易动态,主动为企业提出意见建议。

着眼效果学。搞好筹划,制订计划,分层次按步骤推进学习落实。坚持领导领学、个人

自学、支部带学、网络辅学、团队帮学相结合,活跃形式,提高效果。要搞好保障,从时间、经费、资料等方面提供便利,确保学习不流形式,取得实效。

心无旁骛抓落实

“两学一做”关键在做、重在实干,不干半点马克思主义都没有。要把贸促事业当作必生追求,强化三种意识,处理好三种关系:

强化责任意识,处理好“小家”与“大家”的关系。展览工作、对外联络、法律服务、“外贸服务超市”建设等任务重、要求高,要增强事业心责任感,昂扬精神,履职尽责,干出业绩。

强化标准意识,处理好“过得去”与“过得硬”的关系。今年台州市提出了“拉高标杆、争先进位”的新要求,贸促工作如何适应新形势新任务,实现新突破新跨越,迫切需要过硬工作,提高质量。要着眼全局,开阔眼界,跳出台州看台州,找准短板,固强补弱,提升整体水平。要确立“满意”标准,坚持群众满意、领导满意、自己满意,查找差距,改进不足。

强化效率意识,正确处理“来得及”与“等不得”的关系。效率就是商机。要抓好知识储

备,了解贸易动态,搞好研判,及时作出正确决策。要加强工作的计划性,严格按时间节点推进工作落实。

积蓄能量把生活作为一种历练

处理国际贸易讯息和出国参展是贸促工作的两大特点,面临的新情况新问题多,需要贸促人加强历练,积蓄能量,妥善应对。

保持乐观向上的生活态度。国际贸易随形势的变化而变化,受制约因素多,有时困难重重,要乐观面对,冷静处理,始终掌握主动权。要保持阳光心态,善于从正面看问题,不断激发正能量。

培养健康有益的生活情趣。这对促进交流、赢得商机十分有利。要养成读书、看新闻、锻炼身体的良好习惯,持之以恒,久久为功。要培养摄影、书法、音乐、垂钓等方面的兴趣爱好,丰富生活,陶冶情操,在贸易活动中展现聪明才智。

营造轻松积极的生活氛围。弘扬积极因素,乐于助人,奉献爱心,以自身的正能量影响和带动周围的同志。要择善而交,畅谈人生理想,相互学习,取长补短,让正能量涌动朋友圈。

两岸文创产业合作合制推动中华文化复兴

台湾文化创意产业联盟协会荣誉理事长李永萍日前表示,“一带一路”战略为两岸文创产业的发展带来新机遇,大陆与台湾的文创产业应当超越交流的阶段,进入合作合制的阶段,以早日推出可以代表华人整体水准的文化产品。

李永萍近年频繁往来两岸,力推两岸文创产业融合。她认为,两岸的文创产业,应当从交流阶段迈入实质性的合作合制阶段,同时需要细致的操作来克服差异、实现互补,携手推动中华文化的复兴。

一方面,台湾文化创意产业起步较早,而大陆在文创产业发展策略、人才培养等方面还存在着一些不足;另一方面,台湾岛内市场狭窄,而大陆则拥有广阔的市场。双方存在着合作合制的可能性与必要性。

“Old is New”——这是李永萍常说的一句话,也是她对于中华传统文化的观点,即需要对传统文化进行创新,寻找其与现代文化的关联点。在这方面,台湾文创产业有诸多案例可供大陆借鉴。

在李永萍看来,中华优秀传统文化再塑造的策略可以简单地分为两类。她举例说,一类是“中学为体,西学为用”,如根植于中华传统文化的国光剧团、闽南歌仔戏、汉唐乐府等,通过新的表达方式获得新的生命;另一类是“西学为体,中学为用”,如云门大舞、无垢、当代传奇剧团等,将西方现代艺术对接中国文化元素。

“希望两岸携手把中华文化纳入全球化的文化语汇当中,增强中华文化的生命力,扩大中华文化的影响力。”李永萍说。

李永萍表示,文创产业的根源是年轻的活力和创意,不能过于偏重产业层面而忽视了对人才的培养,应当多支持年轻人及小微型文创企业,以保障年轻人有更多的机会。在这一方面,文创街区和园区是很好的选择。

李永萍介绍,在以华山文化创意园区、松山文化创意园区、西门红楼等为代表的台湾文创品牌聚集地,创意市集、原创音乐、跳蚤市场、创意涂鸦、街头艺人等一应俱全,每周都有多种多样的活动,吸引市民前往,原创精神与大众消费实现了无缝交流,文创产业消费市场也因此得到很好的培育。

李永萍期望,台湾和大陆在文创街区和园区打造方面能够合作合制,为两岸人民体验中华创新文化提供橱窗,展示最新的创意成果。“如果年轻人有一样的文化经验和生活理念,就不用担心两岸的未来,因为他们心已结合在一起。”李永萍说。

(尚 昊)

动

近日,随着第十二届中国出境旅游交易会(COTTM)在北京举行,美国腾荣观光实业在董事长于嘉莹的带领下,再次向中国及来自世界各地的游客做观光美国的高端定制之旅的推介,其主要目标是在面对变化的市场和机遇时,与国内大型在线旅游供应商以及传统旅行社商洽谈新的模式合作。

2016年,恰逢中美旅游年互动的特殊年份,拥有28年服务欧美主流高端旅游历史的腾荣观光实业,长期往返于中国和美国旅游线路,而且连续3年由董事长带队参加COTTM展览。今年展会上,腾荣观光会向国内提供更多更全面更优质的产品。特别推出的一站式“一对一式的管家式服务”,以满足世界各地真正有品位、有修养的玩家。

2016年初,美国腾荣观光即与中国力量合作组织、北京清华酒店总裁班等单位进行意向合作。在出境游展会期间,深度整合了美国当地酒店教育、国际品牌酒店、创新酒店等优质资源,制定了详细的组织考察学习与接待方案。同时,借中美旅游年契机,“200名中国酒店人看美国”酒店游学考察活动,将在9月出发第一团。(杨代宗)



竹韵(国画) 周梦麟

作者简介:周梦麟,1934年生于北京,祖籍天津。1950年考入北京京华美术学院绘画系,1954年毕业于中央美术学院实用美术系,同年分配至中国贸促会出国展览部,从事出国展览设计工作,曾任设计处业务处长。中国美术家协会会员,中国贸促会书画研究会理事长。

中

《印度教徒报》日前报道,中国正沿丝绸之路发展软实力,深入挖掘文化根基,以便为顺利重振古丝绸之路提供坚实基础。

在古丝绸之路上的沙漠绿洲城市敦煌,数十名工作人员正在敦煌研究院授权下耐心修复莫高窟的无价艺术品。这些洞窟内充满描绘佛教生活、思想和更多主题的巧夺天工的壁画和雕塑。它们是不同的文化交流融汇的象征,几百年来,曾通过古丝绸之路的支路为中印关系带来勃勃生机。

今年9月,成千上万的人将莅临敦煌参加首届丝绸之路(敦煌)国际文化博览会,而莫高窟将成为该文博会的标志。组织者表示,这是受到中国与丝绸之路沿线众多民族

和文化交流互鉴传统的启发,届时将有72个国家和地区的代表受邀参加这场盛大活动。

中国举办该活动并非偶然。相反,许多人认为这是战略性地行使软实力。分析人士表示,中国希望通过借助文化影响力向世界传达信息,即中国领导人倡导的“一带一路”互联互通项目,是中国1000多年来与欧亚地区沿丝绸之路“超级大道”互利共生和平交往的自然延续。以中国为支点,北京希望在重振古丝绸之路的基础上将亚欧大陆连在一起。

在敦煌所在的甘肃省,丝绸之路所隐藏的包容性信息——一种根植于和谐传统的国际行为规范——在当地官员中引起强烈共

文化

鸣。“丝绸之路(沿线)拥有共同的传承,不仅包括中国,还包括印度、俄罗斯和意大利等许多其他国家。”甘肃省博物馆馆长俄军说。

在敦煌,在建的文化基础设施的规模令人惊叹。一排排黄色起吊机正夜以继日地运行,身着蓝色制服的工人正争分夺秒地建造包括会议中心在内的三大建筑。

显然,该市对文化和旅游业的重视,也与中国旨在优先发展服务业和消费的经济“新常态”相吻合。敦煌市副市长吴光林表示,去年“文化产业”对该市GDP的整体贡献率已超过55%,随着基础设施开发计划落到实处,该数字有望继续上升。

(王会聪)

◆ 贸促文化

广州市贸促委举办 贸促青年岗位练兵活动

为纪念“五四”运动97周年,近日,广州市贸促委团委支部举办了“贸促青年岗位练兵活动(第一期)”,活动旨在提高青年干部的业务水平及工作能力,积极发挥传帮带作用,加强部门间沟通交流。广州市贸促委副主任王福春、党总支副书记王小燕出席了活动,展览部副调研员梁卫华为青年干部讲授了展览业的发展及创新等知识。

王福春回顾了五四青年节的历史及节日意义,并寄语勉励青年干部职工积极投身贸促事业。他指出,青年干部最重要的是“成长与发展”,广州市贸促委将会为青年干部的成长积极创造有利条件。同时,他对青年干部提出了要求:一是要有“实干”的精神与作风,贸促委是一个服务部门,为此,青年干部要有“实干”作风,要发挥“钉钉子”的精神;二是要脚踏实地,青年干部在各自的岗位上既要“脚踏实地”,也要“仰望星空”,要有远大的理想抱负,有坚定的理想信念,更要踏踏实实干好本职工作;三是要注重细节,青年干部在工作中要更加注重细节,特别是在推动广州市贸促委规范化、制度化建设上下功夫。(文 丽)

浙江贸促会 成立“老干部之家”

近日,浙江省贸促会举办了浙江省贸促老干部活动中心的授牌仪式。浙江省贸促会党组书记、会长吴桂英表示,为了给老干部提供一个固定、宽松的活动场所,会里建起了浙江省贸促老干部活动中心,这是为老干部打造的集活动、学习、生活服务功能于一体的“老干部之家”,欢迎老同志们经常来走走,来看看,也希望老同志们对贸促会的发展多提宝贵的建议。她要求,负责老干部工作的同志要强化服务意识,经常了解老干部的情况,认真做好老干部工作。

仪式结束后,浙江省贸促会副会长许勇带领老干部们乘坐地铁前往钱江新城开展“喜迎G20,展示新风采”主题活动。

蓝天白云下的市民中心、杭州大剧院、国际会议中心、城市阳台等标志性建筑显得气势恢弘,大家不禁连声感慨新城的豪迈与大气。走进展览大厅,一幅幅图片展现了钱江新城的建设过程,跟着解说员,大家驻足在钱江新城和奥体中心的模型前,为杭州从“西湖时代”迈向“钱塘江时代”的巨大变化感到由衷的喜悦。在城市阳台的临江平台上,老干部们纷纷拿出相机、手机,拍下两岸的风景。

“今天的收获很大,不仅看到了单位的变化,也亲身体验了G20给杭州城市建设带来的巨大推动作用,我们为贸促老干部,应该以更加饱满的精神,为G20大会,也为贸促会的发展贡献一点余热”。活动结束后,离退休支部书记王玉传不无感触地说道。

(毛 雯)

匈牙利华商:危机中华丽转身

■ 张 红

上世纪80年代末90年代初,大批国人坐上东方列车,穿越广袤的西伯利亚,踏上陌生的匈牙利国土。他们大都起早贪黑练过摊,很多人都在曾经的“四虎市场”中完成了资本的原始积累。如今,在欧债危机的冲击下,在“一带一路”带来的机遇面前,转型成为他们共同的选择。

曾经,那些吃过的苦

“你说坐十几个小时的飞机累,那是因为你没坐过9天9夜的火车。”在匈牙利打拼了20多年的马文军说。

上世纪80年代末90年代初,匈牙利成为欧洲对中国人唯一免签的国家。成千上万的年轻人怀揣淘金梦离开了祖国。

“一块口香糖刚上车时卖一卢布,几站之后就可以卖到10卢布。在车上时间越久,价格越高。坐火车对沿途的当地人而言几乎不花什么钱。所以他们通常上车买东西,几站就下车。什么都不愁卖。”马文军说。

到达匈牙利后,练摊是当时很多人的选择。当时的匈牙利商品奇缺,商机无限。因为护照和钱包被偷而被困在布达佩斯的朱云平就走上了练摊之路。

有付出就有收获。马文军的“雨露”稳稳占据了匈牙利雨伞雨具市场的半壁江山,并辐射到周边国家。朱云平的餐馆生意和机械贸易也做得有声有色。

转型,那些审时度势的思考

2008年,欧债危机袭来,匈牙利整体经济状况变糟,在匈华商不可避免地受到了冲击。

转型,才能继续生存。在匈华商开始冥思苦想。

“身边的人都开始尝试转型。一部分人由贸易转为服务性工作,比如旅游服务;一部分人开始尝试‘互联网+’,由原来的单门店销售改为建网站、个性化定制等;一部分人由原来把中国商品出口到匈牙利改为双向贸易;还有一部分人,这些年在匈牙利积累了一定的人脉,语言也比较好,开始整合手头资源,在中匈两国企业之间牵线搭桥。”朱云平正是在自己原有的业务之外增加了一项业务:牵线搭桥。2013年,朱云平的名片上多了一个头衔:“匈牙利经济部工业委员会中国投资者事务部主席”。“简单来说,我的工作就是把匈牙利的科研成

果和中国的企业、市场进行对接。”朱云平说,“目前,我有3个项目在洽谈。”

还有一部分人选择了回到中国发展。“2008年北京奥运,我响应号召回国看看。”马文军这一看,就找到了商机,“当时我和我妹妹的孩子都还小,比较关注亲子教育。回国后就发现,国内这方面还是有机会的。”2009年,马文军和妹妹成立了亲子教育中心“家盒子”。从那之后,马文军就开始逐渐收缩匈牙利的雨伞生意。如今,他的大部分精力已经转回了中国。“家盒子在国内已经开了7家店。匈牙利的雨伞生意也已经处于收尾阶段了。”他说。

未来,那些年轻的华商

朱云平和马文军把那些上世纪80年代末90年代初到匈牙利做生意的人称为“老移民”“老华商”。如今,20多年过去了,匈牙利华商群体也在悄然发生着变化。新一代的华商已经成长起来。

“唐人街”在匈牙利指的不是华人聚居区,而是一位老华商——宋万军开发的批发中心。2009年,“唐人街”正式投入使用。这里聚集着从事服装、鞋帽等小商品

贸易的华商。如今,“唐人街”的总经理是宋一楠,宋万军的儿子。

作为一名年轻的华商,宋一楠有着自己的思考。“匈牙利的华商经历了一个高速发展期,如今进入了‘新常态’。传统贸易进入瓶颈期。如今,匈牙利市场已经饱和,而且,国内生产成本上升,人民币汇率也不利于出口,利润空间越来越小。”

不过,他依然看到了很多机会。“一方面,中国的‘一带一路’战略带来了许多机会。越来越多的中国企业‘走出去’,到匈牙利的也非常多。另一方面,几年前,匈牙利开始了一个国债移民项目。”根据该国国债中心的官方数据,过去3年,有超过3000个中国家庭申请了国债移民项目。“这意味着匈牙利的华人和企业成份都有了很大变化,我们必须考虑怎样转型适应这些新团体的新需求。”宋一楠说。其实,从“唐人街”的变化就能看到在匈华商的转型努力。比如,原来大家只需要把中国生产的東西卖到欧洲,现在则开始考虑把欧洲的东西卖到中国。“‘唐人街’里开始有人开店做物流,欧洲的母婴产品、休闲食品等成为‘新宠’。”