

海外各国华商复工之路艰辛 合作防疫 不打无准备之仗

2020年07月05日

来源：中国侨网微信公众号

新冠肺炎疫情持续数月，许多国家的经济一度陷入停滞。为应对疫情“新常态”的挑战，各国积极出台分阶段、分地域逐步解禁防控措施。华商们也积极努力实现复工复产，在依然严峻的经济形势中，用毅力和智慧谋求突围。

谨慎复工

做好防疫“不打无准备之仗”

海外华商对复工往往抱着十分慎重的态度，生意重开之前，各项防疫准备必须先做好。

梁绮梅在墨西哥经营一家华人超市，出于安全的考虑她缩短了营业时间，开设了顾客通过微信等订货的服务，由工作人员送货上门。她介绍说，当地大部分华人餐厅也比较谨慎，目前只提供外卖业务。

在西班牙马德里经营功夫主题餐厅的谭悦表示，应当当地政府的号



图为华盛顿市中心的唐人街街景。

召复工后，店里定时消毒清洁，每个员工都是全套防护设备。为了减少员工与外界的接触，他每天接送他们上下班，购买食材也是“无接触配送”。

“开门的前提是控制住疫情。”在意大利罗马经营中餐厅的何建锋介绍说，除了遵守当地政府的卫生防疫要求，他们还向客人提供免费的手套、洗手液和口罩，询问记录顾客的个人资料与体温。

意大利服装厂老板陈正溪也同样谨慎。按照政府的规定，工厂内严格保持防疫距离，细致到员工进出大门时的间隔。

在长达三个月的歇业后，纽约不少华人美发美甲业者在复工后预约爆满。虽然有很多迫不及待的顾客，但大多数店家都没有冒险多接订单，他们严格履行预约制度，做好防控措施。

在纽约华埠经营理发店的王子荣说，店内专门隔出小房间，分时段接待预约客人，客人入店前需进行全身消毒，店家还会免费提供一只口罩给有需要的顾客。

洛杉矶的美甲业者陈女士表示，自己打算近日复工，但要先购入隔离板，对店面消毒，为重新开店做好万全准备之后，再迎接顾客回归。

共渡难关

互相扶持才能走更远

面对疫情和经济寒冬的双重压力，华商们互相帮扶，同舟共济。

罗马封城期间，何建锋的餐厅为当地中国企业供应食堂餐食。考虑到疫情期间大家的生意都遭到打击，他特意

免去了配送费。在何建锋看来，“救人也是救己，互助才会互利。”

英国伦敦华埠商会主席邓柱廷联合多家侨团，向华埠各店铺分发了宣传防疫海报和口罩等防护物资。为方便存取和发放华商们筹来用作公益的防疫物资，他还主动把自己的餐厅贡献出来，用作物资储存仓库。

伦敦中国城的地产公司Shaftesbury PLC的发言人也透露，疫情期间一直通过社交媒体等平台与顾客互动，帮助华埠招揽人气。他们还筹划中国城重新开张的相关活动，包括各项防疫消毒措施，好让民众放心来玩。

日前，意大利佛罗伦萨省一工业区发生火灾，区内62家华人皮具加工厂的设备和商品被烧，影响了超过200多个华人家庭。中意青年联合会会长郑再生说，大家刚刚熬过疫情，正是经济压力最大的时候，受灾侨胞的生计成为当地华人社会的关注焦点。在佛罗伦萨中国食品店的帮助下，中意青年联合会向1000多名受灾同胞分发了食品、粮油和蔬菜等生活物资。

危中寻机

拓宽业务开辟新跑道

虽然面对着生意停滞、入不敷出、整体经济氛围遇冷等重重困难，但海外华商们不忘从逆境中寻求商机的变革精神，开发新产品、寻找新渠道、拓展新平

台，积极自救。

纽约华人超市业者发现，疫情暴发后，顾客到超市买东西较以前更为理性，特价品受消费者青睐。多家华人超市调低了商品价格，推出特价商品，并针对受民众青睐的口罩、手套与酒精等商品加大折扣力度。

在美国经营连锁餐饮的陈洁群(Michael Chen)说，此次疫情大幅改变美国顾客的餐饮习惯，许多原本注重传统室内餐饮的中餐厅开始向外卖转型，研发适合外送的菜品。

日本长崎中华街的老店“会乐园”在复工首日推出的新菜品“午餐便当”不仅方便携带，而且考虑到疫情期间民众经济来源减少，主打“物美价廉”，一经面市就广受好评，当日销售额达预计4倍之多。

西班牙华侨华人协会常务副主席郑春雷介绍说，疫情改变了民众的生活方式，服装业的华商们也在“危机”中发现“商机”，越来越重视线上销售，这次复工后他的公司接了不少网络订单。

意大利服装厂老板陈正溪及其团队也将目光投向线上运营，计划接下来通过发展微商与原创设计，与淘宝、抖音等电商或直播平台合作，开发应用程序展示商品详情，以实现后疫情时代的转型升级。

(稿件来源：中国侨网微信公众号)



加拿大多伦多一家华人超市的工作人员在入口处对顾客逐一测量体温。