

La Merkato



- Vortoj al la legantoj (*John Huang*)2
- Kie estas nia merkato? (*Ĉielismo Wang Tianyi*).....3
- Analizo de rilataj konceptoj de kampara turismo kaj la disvolva stato kaj tendenco de kampara turismo de Ĉinio (*Ludoviko Zhao*).....6
- Bazaj Terminoj en Internacia Komerco (*John Huang*).....14
- Prezentas la mondon de Wix Wix-Partnero (1) (*Yas Kawamura*).....18
- De butikoj al bazaro (*Andy Blair*).....23
- Reklamoj.....26

Vortoj al la legantoj

Nia kara revuo **La Merkato** havas sian gloran historion. Ĝi estis eldonita de 1984 ĝis 2011 kun 100 numeroj. Multaj pioniroj, inkluzive de nia honora prezidanto Roland Rotsaert kaj prezidanto Chielismo Wang Tianyi faris grandajn kontribuojn al ĝia kresko. Lastatempe okazis diskutado inter estraranoj de IKEF pri reaperigo de **La Merkato**. Prezidanto Chielismo Wang Tianyi proponis al mi preni la taskon. Aliaj estraranoj subtenis la proponon. Tial mi kun honoro akceptis la taskon. Dank'al la grandaj subtenoj kaj kontribuoj de niaj karaj IKEF-anoj, nun la 101a numero de **La Merkato** finfine renaskiĝis!

Mi komprenas ke bona revuo estas esenca por la sukceso de faka asocio kiel nia IKEF. Mi petas daŭran subtenon de vi ĉiuj, niaj karaj IKEF-anoj kaj samideanoj. Bonvolu sendi al ni viajn artikolojn, prelegojn, bildojn, komercajn reklamojn ktp. Temoj povas esti jenaj:

1. Internacia komerco;
2. Merkataj novaĵoj kaj recenzoj;
3. Ekonomio laŭ landoj kaj regionoj;
4. Komercaj reklamoj por viaj produktoj aŭ servoj;
5. Apliko de Esperanto en ekonomio kaj komerco;
6. Investado kaj financo;
7. Turisma ekonomio;
8. Elektronika komerco;
9. Historio de ekonomio;
10. Juraj aferoj kaj politikoj en komerco kaj monda ekonomio;
11. Intelektaj proprietoj;
12. Aliaj temoj rilataj al IKEF.



Viaj valoraj kontribuoj estas varme kaj ege bonvenaj. Se vi sendas artikolon, bonvolu ankaŭ sendi al mi sian resumon kaj vian mallongan biografion. Vi povas kontakti min pri iu ajn demando. Mi certas, ke kun viaj valoraj helpoj ni kune povas fari **La Merkato**-n kiel bonegan revuon!

Koran dankon!

John Huang

A handwritten signature in black ink that reads "John Huang". The signature is written in a cursive style.

Redaktoro de **La Merkato**; Prezidando de IKEF-Nordameriko (info@ikef.net)

Provleganto: Enkhee Chimendtsere (Ĝenerala sekretario de IKEF)

Kie estas nia Merkato?



Ĉielismo WANG Tianyi
Prezidanto de IKEF

Mi naskiĝis en 1957, kaj estas profesia komercisto internacia per Esperanto pli ol 20 jarojn. Mi estas direktoro de Xi'an Da Vinci Importa kaj Eksporta Kompanio LTD, Prezidanto de IKEF, kaj Prezianto de Xi'an-a Esperanto-Asocio.

Esperanto devenis de idealo el cerbo de la pola okulisto Zamenhof. En origineco ĝi havis neniun merkaton, aŭ ĝia merkato interesis neniun komerciston krom lia kandidata bopatro Aleksandro Silbernik, posedinto de malgranda saporfarejo en Kaŭno de la okcidenta regiono de la rusia imperio. Aŭ nur Aleksandro Silbernik deziras akcepti la superkondiĉon ke la bopatro devas doni duoblan doton, per kion la juna okulisto Zamenhof povos fondi novan familion ankaŭ eldoni sian libron "Lingvo Internacia". Certe tia kondiĉo forigis normalajn komercistojn fariĝi bopatra kandidato de Dr. Zamenhof, ĉar ili deziris investi novan familion ĝuste por sia filino, sed ne por la fantazia ideo "Lingvo Internacia"! Alivorte la judo ne havas sian nobelon kun hereda trezoro, ĉiuj peze vivas per metio aŭ servo. Tamen Zamenhof senkondiĉe kunligis la du aferojn, eĉ la dua estu pli grava ol la unua, ĉar de sia knabeco li jam havis ian misian senton de neŭtrala lingvo por la homaro. Feliĉe Zamenhof trovis tian bopatron, kian li volas trovi delonge en sonĝo, kaj trovis tiun, kiu kredas investindan merkaton de la internacia lingvo. Ĉu vere ekzistas tia merkato de Esperanto, kiun Aleksandro Silbernik investis antaŭ ol ĝia publikigo per Unua libro?



Jes, sed ne nature kiel nacia merkato preta por sia popolo aŭ fremda komercisto ne depende de iu ajn volo aŭ malvolo. Kvankam la merkato de Esperanto ekzistas, tamen ĝi ne estas nature preta kaj ĝia merkato dependos de nia volo kaj konstruado. Unue, ni ikefanoj devas lerni de Aleksandro Silbernik, kiu kredas merkaton de Esperanto. Se iu ne kredas je merkato de Esperanto, ĉia volo kaj konstruado de la merkato estos sensignifa antaŭ ili. Fakte en Esperantujo ne mankas tiaj esperantistoj, kiuj ĉiam apartigas Esperanton de la merkato kaj movado, kvankam ili estas komercistoj, tamen ili rifuzas profesion kunlaboron per Esperanto, aŭ silentas antaŭ alvoko de IKEF. Ili devas scii, ke Esperanto esence estas normala lingvo kiel aliaj lingvoj. Ĝia idealo kaj movado estas aldonitaj kiel naciaj lingvoj ŝatas aldoni al sia lingvo propran kulturon kontraŭ aliaj lingvoj. Tamen iu ajn lingvo populariĝas ne pro sia kulturo, sed merkato, kiu povas liveri al pli multaj homoj la panon kaj profiton. Sendube, se Esperanto ne povos liveri tian panon kaj profiton, ĝi neniam povos konvenki la plejpartan popolaron, ĉar nur la bela idealo ne estas sufiĉa por Esperanto kaj la homaro. Kion fari niaj ikefanoj?

Malgraŭ ĉio ĉiuj ikefanoj havas subkonscion kredi merkaton de Esperanto, se ne, ili ne aliĝas kaj ne deziras resti en informa retgrupo de IKEF. Komprenite pli multaj estas atendemaj kaj ne aktivaj precipe kiam ili konas iun nacian lingvon potenca kaj praktika por sia profesio. Tio estas normala laŭ ekonomia kalkulo, sed Esperanto ne estas kalkulebla laŭ tia maniero. Kiam ni faras ĝian merkaton, ni ne devas nur ekonomie kalkuli nian elspezon. Ni devas ankaŭ kalkuli nian kontribuon por konstrui la merkaton de Esperanto. Sendube, ni kiel komercistoj devas profiti de sia laboro. Se foje ne profitis, ni komercis per Esperanto, ni ankaŭ gajnis kontribuon por Esperanto-merkato. Se foje profitis, ni komercis per Esperanto, ni duoble gajnis de tio. Neniam ekzistas senvalora laboro ĉe Esperanto. Kia bela komerco per Esperanto! Ekz., dum mia komercado internacia ĉirkaŭ 25 jarojn per Esperanto, mi skribis multajn kontaktajn leterojn al apenaŭ ĉiuj profesiuloj rilate kun komerco kaj entrepreno, kiujn mi povis trovi el Jarlibro de UEA aŭ Esperanto-revuoj kaj nia pasinta Merkato.

Certe ne ĉiuj respondis aŭ kutime ili silentas kontraŭ leteroj nekoncernaj kun sia profesio. Tamen mi ne riproĉas je tia silento, ĉar mi opinias ke miaj ĉiuj kontaktoj estas kontribuoj por konstrui merkaton de Esperanto, same kiel TV reklamas por serĉi dezirajn klientojn, ne ĉiuj vidis vian reklamon, devas esti viaj klientoj. Alie, per pli vasta kontakto tra Esperantujo mi gajnis vastan konecon, sendube mi havis pli multajn ŝancojn ol atendemantoj. Nun la formata revuo Merkato organo de IKEF denove aperas antaŭ ĉiuj ikefanoj kaj interesantoj. Kion vi povos fari por la Merkato?

Mi proponas al vi kapti ŝancon, ke ĉiuj ikefanoj povos kontribui al la Merkato sian oferton eĉ simplan serĉon por sama profesiulo. Por iu ajn komerco unue estu konatiĝo kun deziraj klientoj. Se vi estas konata, vi havos pli da ŝancoj. Por pli da ŝancoj kial vi ne ofertu vian profesion servon sur la Merakto? Tio donos al vi F kaj IKE ambaŭ- gajnon. Kaptu ĉi tiun ŝancon ke ni kune kontribuas al konstruado de nia Merkato! Okaze mi refoje mencias ke IKEF ne estas simpla komerca-ekonomia organizo. IKEF celas konstrui mondan Esperanto-aplikan sistemon, kio influos progreson de Esperanto.

Ni ĉiuj ikefanoj devas havi misian senton. Per tia sento ni laboru kuraĝe kaj senlace antaŭ nunaj malfaciloj de Esperanto-movado, cele por ekspluati novan vojon kongruanta kun hodiaŭa socio, kiu populare jam ne interesiĝas pri iu ajn ismo ankaŭ idealo de Esperanto, kaj cele per utileco de nia lingvo interesi novajn generacianojn. Ĝuste por la celo ni petas vian kontribuon al la Merakto organo de IKEF. Antaŭdankon!

Fine de la kuranta jaro, nome de IKEF mi deziras al vi kaj viaj familianoj la feliĉan Novjaron 2023! ankaŭ al via profesio kaj komerco sukceson kaj prosperon en la nova jaro! Vivu la Merakto de IKEF!



Analizo de rilataj konceptoj de kampara turismo kaj la disvolva stato kaj tendenco de kampara turismo de Ĉinio

Enkonduko

La kampara turismo de mia lando ĝenerale prenas la unikan kamparan popolan kulturon kiel animon, kamparanojn kiel la ĉefan administradon kaj urbaj loĝantoj kiel la ĉefan celmerkaton. La disvolviĝo de kampara turismo havas grandan ekonomian valoron kaj socian signifon por realigi la duan centjaran celon kaj ĉiuflanke antaŭenigi la grandan rejuniĝon de la ĉina nacio kun ĉinstila modernigo.

1. Analizo de rilataj konceptoj de kampara turismo


1.1 Difino de kampara turismo

Eksterlandaj kamparaj turismaj akademiaj rondoj dividas kamparan turismon en tradician kamparan turismon kaj modernan kamparan turismon.

Tradicia kampara turismo aperis post la industria revolucio, ĉefe de kelkaj urbaj loĝantoj de la kamparo en la formo de "reveno al sia hejmurbo" por ferio.

Kvankam tradicia kampara turismo havas kelkajn valorajn ekonomiajn efikojn al la loka ĉirkaŭaĵo kaj pliiĝas ŝancojn por urbaj kaj kamparaj interŝanĝoj, tamen ĝi estas tre malsama de moderna kampara turismo, plejparte reflektita entradiciaj kamparaj turismaj agadoj estas plejparte faritaj dum ferio. Ili ne pli efike antaŭenigas lokan ekonomian evoluon. Ankaŭ ili ne pliiĝas lokajn laboreblecojn kaj plibonigas la lokan financon medion.

Fakte, tradicia kampara turismo ekzistas vaste en multaj evoluantaj kaj evoluantaj landoj en la mondo. En Ĉinio, tiu tradicia kampara turismo estas ofte klasifikita kiel familia vizitturismo.



S-ro Zhao Chenghua (Ludoviko)

Doktoro pri Ekonomiko,
Gastoprofeso,
Vicprezidanto de la Internacia Komerca kaj
Ekonomia Federacio (IKEF),
Fama fakulo pri kampara turismo de Ĉinio,
Vicprezidanto de Liaoning-a Scienca
Disvolva Esplora Asocio,
Vicprezidanto de Liaoning-a Reforma kaj
Evoluiga Esplorinstituto,
Vicprezidanto de Liaoning-a Agrikultura
Industria Ĉambro de Komerco ,
Honora Prezidanto de Liaoning-a Disvolviĝa
Strategia Alianco de Agrikultura Socialiga
Servo.

Telefono, Voĉato: +86-13940024891.



Moderna kampara turismo estas nova speco de turisma modelo, kiu aperis en kamparaj lokoj en la 1980-aj jaroj. Precipe post la 1990-aj jaroj, ĝi rapide disvolviĝis, Ekzemple: la liĉia festivalo kaj plukĝardeno okazigitaj en Shenzhen, la turisma bieno en Daxing, Beijing, la moderna agrikultura zono en Sunqiao, Shanghai ,ktp. La kampara turisma rolo de modernaj kamparaj turistoj evidente diferencas de tiu de tradiciaj kamparaj turistoj revenantaj al siaj hejmurboj.

La kontribuo de moderna kampara turismo al la kampara ekonomio reflektiĝas ne nur en la pliiĝo de loka fiska enspezo, sed ankaŭ en la kreado de lokaj dungaj ŝancoj, samtempe ĝi injektas novan vigecon en la lokan malfortigitan tradician ekonomion.

Moderna kampara turismo havas pozitivan rolon en antaŭenigo de la ekonomia disvolviĝo de kamparaj areoj, kun la rapida kresko de modernaj karakterizaj kamparaj turistoj, moderna kampara turismo fariĝis efika rimedo por disvolvi kamparan ekonomion en la nova epoko.

Nuntempe ne ekzistas plene unuigita difino de kampara turismo en akademiaj rondoj en- kaj eksterlande. Ĉinaj akademiuloj ĝenerale opinias, ke kampara turismo estas kampara familimadmaniero de operacio kun farmistoj kiel la ĉefa korpo de operacio, uzante la teron, ĝardenojn, monkultivaĵojn kaj lokajn resursojn posedatajn de farmistoj por specialeco, kaj servante turistojn kiel rimedon de operacio. Fakte, temas pri ia koncepto de "biena restado". En la Internacia Forumo pri Kampara Turismo okazinta en Guizhou en 2017, ĉinaj fakuloj formis relative unuecan opinion, ke la kampara turismo de mia lando devus almenaŭ inkluzivi la jenajn:

Unu estas preni la unikan kamparan popolan kulturon kiel animon, por plibonigi la guston kaj abondecon de kampara turismo.

Du estas preni kamparanojn kiel la ĉefan parton de administro, kiu plene reflektas folkloran karakterizaĵon "loĝi en farmdomoj, manĝi farmajn manĝojn, fari farmajn laborojn , aĉeti farmajn produktojn kaj ĝui farmajn plezurojn".

Tri la celmerkato de kampara turismo devas esti ĉefe poziciigita kiel urbaj loĝantoj, por renkonti la deziron de urbanoj, ĝui la kamparan pejzaĝon kaj reveni al simplaj popolaj kutimoj.

Laŭ tio, ni povas difini kamparan turismon kiel: ĉiujn agadojn kiuj okazas en kamparaj areoj kaj uzas kamparan naturan paŝtistan pejzaĝon aŭ kamparan popolkulturon, kamparan ekonomian kulturon, ekologian kulturon, grupan kulturon kaj loĝkulturon kiel turismajn allogaĵojn por allogi turistojn. Vojaĝa Agado.

La rapida disvolviĝo de kampara turismo iom post iom montras la amplekson de la industrio kaj la diversigo de produktoj.

La ĉefaj specoj de eksterlanda kampara turismo estas:

1. Agrikultura turismo.
2. Farma turismo.
3. Verda turismo.
4. Tradicia kulturo kaj popolkultura turismo en foraj vilaĝoj.
5. Kampara turismo en periferiaj areoj, ktp.



La bazaj specoj de enlanda kampara turismo ĝenerale inkluzivas la jenajn kategoriojn:

1. Vizitado de kampara turismo kun la temo de verda pejzaĝo kaj paŝtista pejzaĝo.
2. Ĉefe farm- aŭ farm-turismo, inkluzive de libertempaj bienoj, vidindaj fruktoĝardenoj, teĝardenoj, ĝardenoj, libertempaj fiŝfarmoj, agrikulturaj edukaj parkoj, agrikulturaj popularsciencaj pruvparkoj ktp, reflektante la ĉefan temon de kampara turismo de libertempo, distro kaj kreskanta scio.
3. Kampara turismo kun la temo de kamparaj popolaj kutimoj, etnaj kutimoj, tradicia kulturo, etna kulturo kaj loka kulturo.
4. Distra kampara turismo kun la temo de resaniĝo, taŭgeco kaj distro.

1.2 La ekonomia valoro kaj socia signifo de ekspluatado de kampara turismo

La raporto de la 20-a Tutlanda Kongreso de la Komunista Partio de Ĉinio proponis antaŭenigi verdan disvolviĝon. Kampara turismo estas la ŝlosila ligilo por realigi la "tri verdaĵojn", nome verda vivo, verda laboro kaj verda industrio, kaj efika rimedo por realigi la transformon de verda akvo kaj verdaj montoj en orajn montojn kaj arĝentajn montojn.

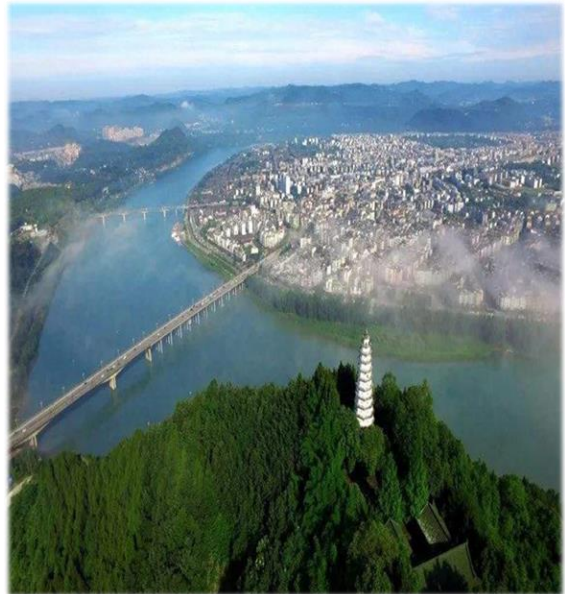
En la pasintaj dek jaroj, la institucia sistemo de ekologia civilizacio en mia lando fariĝis pli kaj pli perfekta, kaj la ekologia medio-protekto suferis historiajn, turnajn kaj ĝeneralajn ŝanĝojn. mia lando ne nur atingis gravajn surscenigitajn atingojn en preventado kaj regado de poluo, sed ankaŭ atingis elstaran progreson en la kampoj de verda industrio kaj verda konsumo. Ĝi iom post iom establis verdan, malaltkarbonan, cirklan kaj daŭrigeblan produktadon kaj vivstilon, kaj ĝi faris gajnis enlandan kaj eksterlandan certe.

La ekonomia valoro kaj socia signifo de kampara turismo manifestiĝas almenaŭ en la sekvaj aspektoj:

(1) Plivastigi la kanalojn por pliigi la enspezojn de kamparanoj

Kampara turismo estas turisma agado, kiu plene uzas kamparajn rimedojn, la rimedoj, sur kiuj ĝi dependas, estas ĉefe naturaj pejzaĝoj, kamparaj pejzaĝoj kaj agrikulturaj rimedoj ĉirkaŭ urboj kaj en relative malproksimaj lokoj, la posedantoj kaj kreintoj de ĉi tiuj rimedoj ĉiuj estas kamparanoj. Kampara turismo emfazas la partoprenon de lokaj komunumoj kaj kamparanoj, kutime la disvolva procezo de kampara turismo estas la procezo, en kiu lokaj kamparanoj rekte partoprenas en la disvolviĝo de turismo kaj ŝanĝas sian propran ekonomian disvolvan modelon.

- Farmistoj povas uzi ordinarajn vivrimedojn kaj produktajn drimedojn, konvertita en operaciajn aktivojn, ĝi havas la karakterizaĵojn de malpli investo, malgranda risko, malalta sojlo kaj fleksebla operacio. Samtempe, farmistoj ankoraŭ konservas la proprion de ĉi tiuj operaciaj aktivoj, la kosto de administrado estas malalta, la kombinaĵo de instigoj estas simpla, kaj la reveno de posedraĵoj estas rekta. Farmistoj estas la triunuo de posedantoj, funkciigistoj kaj laboristoj. La laborforto estas kombinita kun tero kaj kapitalo por investi en memfunkciado, kreado de riĉeco, kaj traktado de la problemo de reveno al malriĉeco aŭ neegalaj profitoj pro la okupitado de tero kaj resursoj en turisma ekspluatado.



La disvolviĝa procezo de kampara turismo en multaj landoj povas pruvi, ke ĝi ludis tre gravan rolon por antaŭenigi la disvolviĝon de kamparaj areoj kie la ekonomio estas en recesio. La kuranta situacio de disvolvo de kampara turismo en ne malmultaj lokoj en Ĉinio jam pli montras gravan signifon por forigi malriĉecon kaj riĉiĝon en kamparaj lokoj. Ekzemple: en 2021, estis pli ol 13 000 kamparaj turismo-funkciigistoj en la provinco Guizhou, pli ol 160 milionoj da turismohomoj ricevis kaj la operacia enspezo estas preskaŭ 20 miliardoj da juanoj. Per disvolvo de kampara turismo en la provinco Guizhou, iuj homoj ekis la vojon al riĉeco, kaj samtempe la kamparo revigliĝis.

(2) Sorbi kamparan troan laboron

La kampara industria strukturo estas relative simpla, la dungado de kamparanoj estas ege nesufiĉa, kaj ili estas delonge en stato de "kaŝa senlaboreco", rezultigante grandan nombron da kampara pluslaboro, kaj en totala pluso kaj laŭsezona pluso. La multiplika efiko de turismo permesas al kamparanoj reveni al laboro sen forlasi siajn hejmurbojn kaj grundojn. Ekzemple: la kampara turismo-agadoj estas faritaj dum la festivalo fariĝis ne havebla parto de la semajnfina vivo por multaj urbaj loĝantoj. Ĝi ne nur certigas, ke kamparanoj ankaŭ povas akiri enspezon dum la agrikultura monata superrigardo, la troa laboro estas efike uzata, kaj la kaŝita danĝero de malstabileco ankaŭ estas forigita.

(3) Pligrandigi la aldona valoron de kamparaj produktoj kaj industrioj, kaj antaŭenigi la sciencan disvolviĝon de kamparaj produktoj kaj industrioj

Kampara turismo radikas en la kamparo kaj proksime rilatas al kampara produktado, agrikulturaj produktoj estas rekte orientitaj al konsumantoj, kaj produktoj povas transsalti la cirkuladligilon kaj rekte atingi konsumantojn. Tio ĝustatempe solvas la problemojn de la neperfekta komerca sistemo de lokaj agrikulturaj produktoj en mia lando. La postulo de kampara turismo ankaŭ rekte pliigas la postulon de agrikulturaj produktoj, pliigas la aldona valoron de kamparaj produktoj kaj industrioj, antaŭenigas la alĝustigon de kampara industria strukturo, kaj metas bonan fundamenton kaj provizas bonan platformon por la disvolviĝo de kampara ekonomia industriigo.

(4) Plibonigi la kamparan medion kaj plibonigi la vivnivelon de kamparanoj

Plej multaj turistoj tre zorgas pri la manĝaĵoj kaj trinkaĵoj en kamparaj turismaj cellokoj, la sanitaraj kondiĉoj de loĝejo, la nivelo de akceptaj servoj, kaj la sintenoj de loĝantoj en la turisma celloko, precipe la pli altaj postuloj por higieno kaj sekureco. Ĉi tio neeviteble instigos kamparajn turismojn por pliigi investon en infra-strukturo por plibonigi la vivmedion kaj plibonigi la kamparan socialservan sistemon, Ekzemple, akvo-provizado kaj drenadkonstruado, plibeligo kaj purigado, plibonigo de vojoj, renovigo de loĝejoj, konstruado de necesejoj, forigo de vivrubo, vivaj detaloj ktp, por ke lokaj loĝantoj povu objektivite ĝui la modernan vivon.

(5) Antaŭenigi la ligan de urba kaj kampara spirita civilizacio

Dum la turisma procezo, kamparanoj neeviteble partoprenos en la altgrada spirita serĉado de turistoj, tiel riĉigante sian propran spiritan mondon kaj kulturan vivon. Por plibonigi la nivelon de akceptaj servoj, kelkaj lokoj okazigas trejnajn kursojn pri kampara turismo por trejni praktikistojn lerni akceptetiketon, parolan fremdlingvan konversacion kaj aliajn konojn kaj kapablojn de turismaj servoj, efike plibonigante la ampleksan kvaliton de kamparanoj.

(6) Profita al la protektado de la origina ekologia kulturo

La ekologia medio en kampara turismo estas la komenca instigo por allogi turistojn. Konservi kaj reliefigi la naturajn specialecojn de kamparaj regionoj kaj ties primitivaj kaj simplaj kutimoj estas la baza kondiĉo de kampara turismo, ĝi ankaŭ estas la ĉefa respondeco de la vilaĝanoj.

En la normigita kampara turismo-ekspluato, per profunda elteriĝo, savo, resturno, propagando ktp-movado, la historiaj tradicioj kiuj estis origine malmulte konataj, sur la rando de formorto kaj ne plu reproduktitaj estis disvolvigitaj kaj altigitaj. Kampara turisma ekspluato igis lokajn loĝantojn realigi la valoron de historio kaj kulturo, plifortigis senton de fiero kaj stimulis ilian memkonscion pri protektado de sia tradicia kulturo kaj ekologia medio.

(7) Profita al praktikado de la spirito de la 20-a Tutlanda Kongreso de la Komunista Partio de Ĉinio



La disvolviĝo de kampara turismo plu profundigos la efektivigon de la "du montoj" teorio, tio estas, la spirito de "lukaj akvoj kaj abundaj montoj estas oraj montoj kaj arĝentaj montoj", kaj antaŭenigos la daŭran novigadon kaj disvolviĝon de ekologia civilizacia ideoj en la estonteco, plu profundigu la efektivigon de ekonomia ekologio, ŝanĝu la originalan disvolvan reĝimon, ĝustigu la industrian strukturon, fidu sciencajn kaj teknologiajn novigojn, antaŭenigu la verdan cirkulan produktad-reĝimon por enradikiĝi, reliefigi la ekologian valoron de "verda akvo kaj verdaj montoj", disvolu rilatajn industriojn, transformu ilin en ekonomian valoron, akcelu la ritmon de konstruado de ekologia civilizacio kaj eniru altnivelan profundan novan ŝtupon, senĉese moviĝi al altkvalita ekonomia disvolviĝo, kiu estas ekologiema kaj inkluziva, plu akcelos la plenumon de la historia tasko konstrui bonhavan socion en ĉiufanka maniero, atingos la duan centjaran celon kaj ĉiuflanke antaŭenigos la grandan rejuniĝon de la ĉina nacio kun ĉinstila modernigo.

2. Disvolva stato de kampara turismo en Ĉinio

La disvolvo de kampara turismo de Ĉinio fokusiĝas al kamparaj produktoj, industrioj, popolaj kutimoj kaj ekologio, kaj iras al la direkto de malaltkarbona, cifereca, saĝeca kaj teknologia novigo, kaj al sperto de turisma, esploro, lernado, partopreno, libertempo, feriado, distro ktp por ampleksa direkto de evoluo.

Projektoj pri kampara turismo kun relative alta partoprenprocento kaj revenprocento de enlandaj turistoj estas popola doganturismo kun la enhavo de "loĝi en farmdomoj, manĝado de farmdomaj manĝoj, farado de kamplaboroj, aĉetado de farmdomaj produktoj kaj ĝuado de farmdomaj plezuroj". Ekzistas ankaŭ pluraj aspektoj kiel ekzemple kampara festivalturismo, popolaj tradiciaj festivalaj agadoj bazitaj sur rikoltado de diversaj agrikulturaj produktoj.

Esploristo Wei Xiaoran de la Ĉina Akademio de Sociaj Sciencoj opinias, ke nuntempe en mia lando jam formiĝis kvin modeloj de kampara turismo:

Unue, "farmdomoj" en antaŭurboj de grandaj urboj.

La dua estas la altteknologia agrikultura turisma parko.

La tria estas la nova agrikultura vilaĝo, kiu estas karakterizita de evoluanta ekonomio kaj la disvolviĝo de kampara urbigo konscie igante ĉi tiun vilaĝon unika turisma celo.

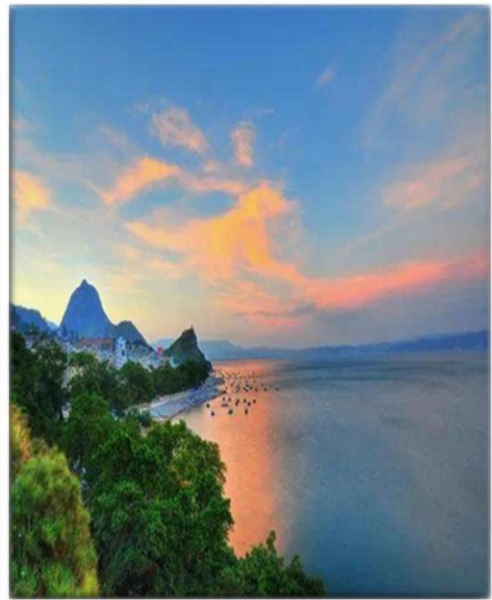
Kvare, la ekspluato de antikvaj vilaĝoj en kamparaj lokoj.

La kvina estas la bonega pejzaĝo kaj grandioza pejzaĝo de agrikulturo, ekzemple: la Longsheng-teraskampoj en Guilin kaj la Yuanyang-teraskampoj ktp en Yunnan.

En la pasintaj kelkaj jaroj, la kampara turismo de Ĉinio rapide disvolviĝis, la konsuma grupo de kampara turismo pligrandiĝis, kio fariĝis elstara de enlanda turismo. Kvankam la kampara turismo de Ĉinio havas mallongan tempon, kun la rapida vastiĝo de skalo, la transform-rapideco estas tre rapida, kaj ĝi jam grande sukcesas.



Ekzemple:kampara turismo fariĝis la plej dinamika ekonomia kresko-punkto en la turisma industrio de Guangxi kaj grava forto por kampara revigligo. Laŭ statistiko, en la unuaj tri kvaronoj de 2021, Guangxi kampara turismo ricevis ĉirkaŭ 322 milionojn da turistoj, pliiĝo de 81% jaro post jaro,kampara turisma konsumo estas ĉirkaŭ pli ol 230 miliardoj da juanoj, jaro post jaro pliiĝo je 97%.



3.Evolua tendenco de kampara turismo en Ĉinio

3.1 Pliigi gvidadon de loka registaro

Enigi kamparan turismon en la ĝeneralan planadon de turismo kaj kampara ekonomia disvolviĝo, kaj koncentriĝu pri subteno kaj kultivado de ĝi kiel nova kresko-punkto por turismo kaj kampara ekonomio.Kelkaj lokoj ankaŭ enkondukos specialajn evolupolitikojn por subteni la disvolviĝon de kampara turismo.

3.2 La tendenco de investa diversigo fariĝas pli kaj pli evidenta.

En la komenca etapo, kampara turismo estas ĝenerale farata de kamparanoj kun certa forto, profesia scio kaj altnivela konscio.

Kun la kontinua ekspansio de la kampara turismo-merkato, investunuoj tendencas esti diversigitaj,ekzistas ne nur mem-dungitoj aŭ partnerecoj, sed ankaŭ vilaĝa kolektiva investo kaj disvolviĝo, kelkaj potencaj firmaoj, grupoj kaj aliaj urbaj ĉefurboj kaj eksterlandaj (eksterlande) firmaoj ankaŭ okupiĝas pri kampara turismo-evoluo.

3.3 Kampara turismo komencas koncentriĝi pri produkta diferencigo, specialiĝo, rafinado, markado kaj skalo

Plejparto de la unua aro de kampara turismo-programistoj finis sian originan amasiĝon, unuflanke, ili bezonas plifortigi kaj vastigi la kamparan turisman industrion, aliflanke, ili ankaŭ sentas la premon de konkurenco, noveniritaj investantoj estas ĝenerale pli fortaj, se ili volas akiri malfruan avantaĝon en la nova konkurado, ili devas komenci de alta deirpunkto kaj adopti strategion de disloka konkuro.

3.4 Kampara turismo eniris novan epokon de malaltkarbona, cifereca, saĝega kaj teknologia novigo, montri viglan vigecon en kampara turismo kaj kamparaj industrioj certe plibonigos ekonomian disvolviĝon kaj antaŭenigos daŭrigeblan kaj altkvalitan ekonomian disvolviĝon.

Kampara turismo estas de granda signifo por la disvolviĝo de kampara ekonomio kaj la protekto de kulturaj rimedoj. Tial ni devas plivastigi nian pensadon, igi malaltkarbonan ciferecan saĝegon kaj teknologian novigon en la disvolviĝo de kampara turismo en la nova epoko, antaŭenigi la maksimumigon de sociaj kaj ekonomiaj profitoj, kaj finfine atingi daŭrigeblan disvolviĝon de la kampara medio kaj socio. Faru pozitivajn kontribuojn al la revigligo de la kamparo, la realigo de la dua centjara celo kaj la ampleksa akcelo de la granda rejuniĝo de la ĉina nacio kun ĉinstila modernigo.

Mia parolado finiĝas, dankon!

La dek unua dato de septembro en la jaro du mil dudek dua (En la okdek unua Dimanĉa Kunveno de IKEF per Zoom kaj Voov)

Referencoj

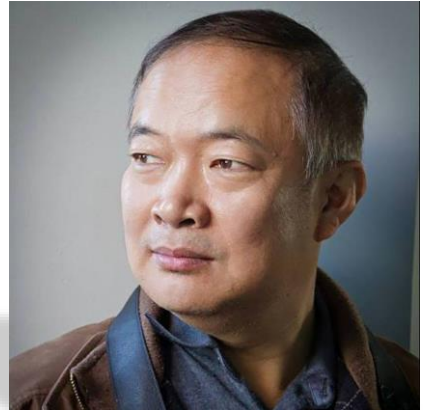
1. Wang Zhiyi, analizo de kampara revivigo el la perspektivo de kampara turismo. "Guangdong Serikulturo". 2021(12): 146-148
2. Qin Lu, Esploro pri la disvolva direkto de kampara libertempa turismo industrio en Liaoning-provinco. "Agrikultura Ekonomio" 2022(3): 97-98
3. Wang Funi, Esploro pri la strategio de turisma produkto-novigo por antaŭenigi kamparan revigligon. "Agrikultura Ekonomio" 2022(3): 139-140
4. Guo Xinying, ktp, Analizo de la spaca distribuo kaj influfaktoroj de ŝlosilaj kamparaj turismaj vilaĝoj en Ĉinio. "Ĵurnalo de Shanxi Normala Universitato" 2022 (3): 144-120
5. Zhang Xiaohan, Esploro pri celita malriĉeco mildigo per kampara turismo en la "post-malriĉeca mildigo epoko". "Anhui-a Agrikultura Scienco" 2022 (5): 228-230, 233



Bazaj Terminoj en Internacia Komerco

John Huang

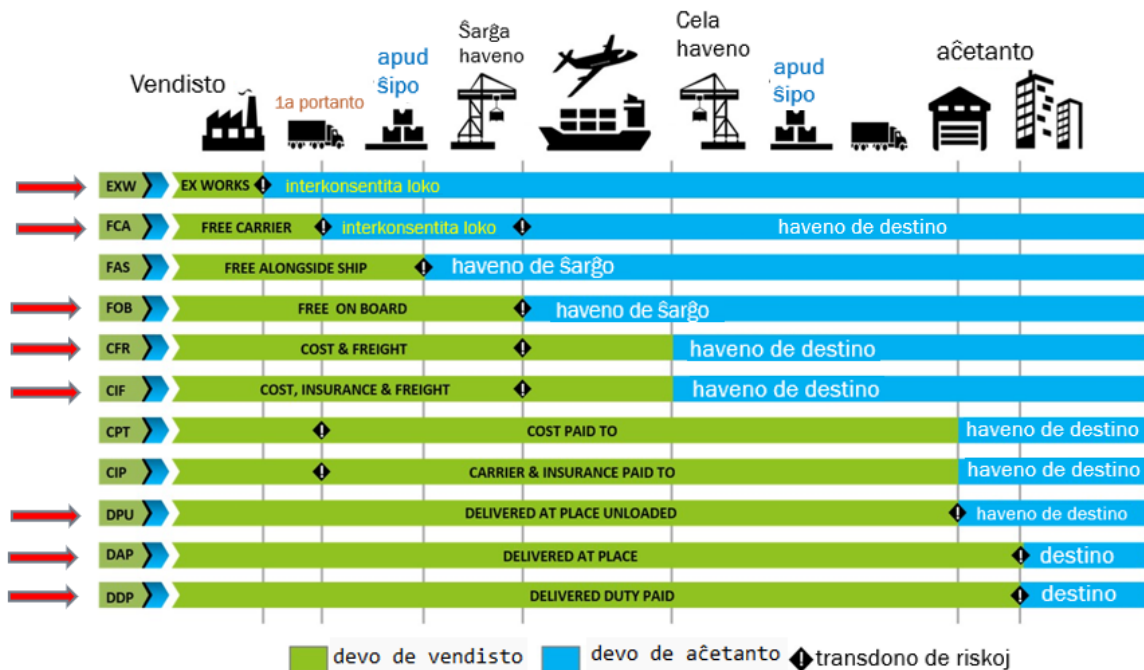
Prezidanto de IKEF Nordameriko



Naskita en 1964 en Ĉinio, John Huang studis nuklean fizikon ĉe la ĉina universitato NUDT kaj diplomiĝis en 1985. Poste li laboris kiel esploristo kaj publikigis kelkajn librojn pri scienca esploro kaj edukado. En 1984 li eklernis Esperanton. En 1993 li debutis en internacia komercado, poste li fondis la kompanion Bela Ajlo (Pretty Garlic) kaj akiris mondan reputacion en sia kampo. Liaj komercaj sukcesoj estis priskribitaj de Wall Street Journal, Fortune kaj adoptitaj kiel studa kazo en la lernolibro pri Internacia Komerco de usonaj universitatoj. En 2006 li kaj sia familio migris al Kanado. Li estas membro de UEA, KEA kaj prezidanto de IKEF Nord-Ameriko. Li estas la oficiala fotisto de UK 2022 en Montrealo.

Internacia komerco (International Trade) estas la interŝanĝo de varoj (kargoj) kaj servoj inter landoj. La bazaj terminoj de internacia komerco enhavas gravan parton nomitan Inkotermoj. Inkotermoj, aŭ Internaciaj komercaj terminoj, estas aro de 11 reguloj eldonita de Internacia Komerca Ĉambro (ICC), kiuj difinas la respondecojn de vendistoj kaj aĉetantoj. Ĝi specifas, kiu respondecas pri pagado kaj administrado de la sendo, asekuro, dokumentaro, dogansenigo kaj aliaj loĝistikaj agadoj. En ĉi tiu artikolo ni diskutas 8 ofte uzatajn terminojn.

1. EXW (Ekde fabriko, Ex Works): La vendisto devas havi la varojn pretaj por kolekti ĉe sia fabriko aŭ magazeno. La aĉetanto respondecas pri ĉiuj postaj kostoj kaj riskoj, inkluzive de ĉiuj eksportaj proceduroj, komencante kun ŝarĝado de la varoj sur transporta veturilo ĉe la loko de la vendisto.



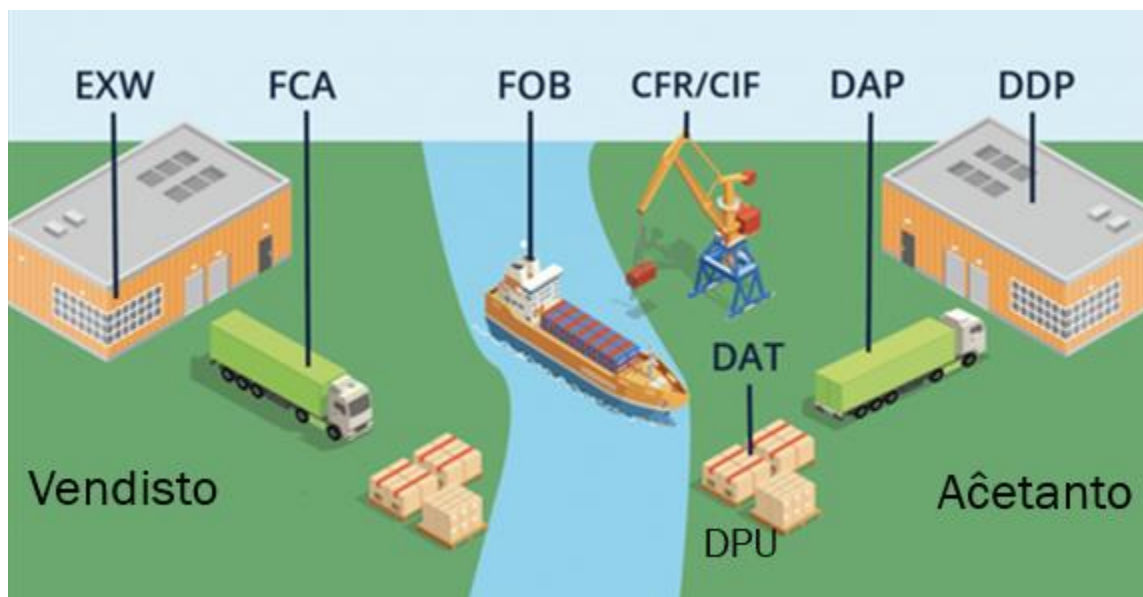
Punkto de livero kaj transdono de riskoj

2. FCA (Fri Transportisto, Free Carrier): La vendisto deklaras la varojn ĉe dogano por eksporto kaj liveras ilin al la respondeca transportisto specifita de la aĉetanto (ekz. ekspedisto, shipper) por preni varojn ĉe la vendoloko.

3. FOB (Fri surŝipe, free on board): Fri surŝipe, aŭ FOB, signifas ke la vendisto respondecas pri ŝarĝo de la aĉetita kargo sur la ŝipo, kaj ĉiuj kostoj asociitaj. La punkto, kiam la varoj estas sekuraj sur la ŝipo, la risko transiĝas al la aĉetanto, kiu prenas la respondecon de la resto de la transporto. Plejofte, FOB signifas FOB-originon aŭ ekspedan punkton (FOB shipping point). Ekzemple, FOB Qingdao.

4. FOB-celloko (FOB destination): En iuj landoj oni uzas la terminon "FOB-celloko". Ĝi signifas, ke la vendisto konservas la riskon de perdo ĝis la varoj atingas la aĉetanton. Se ĝi estas "FOB-celloko, ŝarĝo kolektas (freight collect)", la vendisto respondecas pri la varoj ĝis ili estas liveritaj, kaj la aĉetanto respondecas pri ŝarĝoj. Se ĝi estas "FOB-celloko, ŝarĝo antaŭpagita (freight prepaid)", la vendisto respondecas pri varoj ĝis liverado kaj la vendisto respondecas pri la frajtokostoj.

5. CFR (Kosto kaj Frajto. Cost and Freight): Vendisto eksportas la varojn kaj liveras ilin kiam ili estas sur la ŝipo ĉe la haveno de sendo. Vendisto portas la koston de ŝarĝo al la nomita haveno de celloko. Aĉetanto supozas ĉiujn riskojn por la varoj de la tempo kiam la varoj estis liveritaj sur la ŝipo ĉe la haveno de sendo.



- **6. CIF (Kosto, Asekuro, Frajto. Cost, Insurance and Freight):** CIF respondas al CFR, sed la vendisto devas ankaŭ pagi por transporta asekuro por transporto surmara. Se io okazas al la kargo antaŭ atingi la havenon de malŝarĝo, la asekuro kovros la perdon. La aĉetanto respondecas pri ĉiuj kostoj asociitaj kun malŝarĝado de la varoj ĉe la celloka haveno kaj deklarado de varoj por importado ĉe la dogano. Risko pasas de vendisto al aĉetanto post kiam la varoj estas sur la ŝipo ĉe la haveno de sendo.
- **7. DPU (Liverita ĉe Loko Malŝarĝita, Delivered at Place Unloaded):** Riskoj estas transdonitaj de vendisto al aĉetanto kiam la varoj estas malŝarĝitaj. Ĉi tiu estas la nura regulo, kiu postulas, ke la vendisto malŝarĝu la varojn por plenumi la transdonon. La aĉetanto respondecas pri importado kaj ajnaj aplikeblaj lokaj impostoj aŭ importaj impostoj.
- **8. DAP (Liverita ĉe Loko, Delivered at Place):** La vendisto respondecas pri dogana deklarado de la varoj por eksporto kaj portas ĉiujn riskojn kaj kostojn asociitajn kun liverado de la varoj al la interkonsentita celloko ne malŝarĝita. La aĉetanto respondecas pri ĉiuj kostoj kaj riskoj asociitaj kun malŝarĝo de la varoj kaj deklarado de dogano por importi la varojn en la landon de celo. Notu: DPU estas la sola Inkotermo en kiu la varoj estas liveritaj malŝarĝitaj ĉe la celloko. En DAP la varoj estas liveritaj pretaj por malŝarĝo.
- **9. DDP (Liverita doganimposto pagita, Delivered Duty Paid):** Por DDP ekspedado, la vendisto aranĝas la tutan sendon, inkluzive de importdogano.

Jen mi resumu la Inkotermojn al listo sube. La malsamaj koloroj indikas la punktojn de livero kaj transdono de riskoj.

Inkotermoj 2020	EXW	FCA	FAS	FOB	CPT	CFR	CIF	CIP	DPU	DAP	DDP
Ŝarĝado ĉe origino	A	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Eksportdogana deklaro	A	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Transportado al haveno de eksporto	A	A/V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Malŝarĝo de kamiono en haveno de eksporto	A	A	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Ŝarĝado sur ŝipo/aviadilo en eksporthaveno	A	A	A	V	V	V	V	V	V	V	V
Transporto (mara/aera) al haveno de importo	A	A	A	A	V	V	V	V	V	V	V
Asekuro	A	A	A	A	A	A	V	V	V	V	V
Malŝarĝo en haveno de importo	A	A	A	A	A/V	A	A	A/V	V	V	V
Ŝarĝado sur kamiono en haveno de importo	A	A	A	A	A/V	A	A	A/V	V	V	V
Transporto al loko de celloko	A	A	A	A	V	A	A	V	V	V	V
Importi doganan deklaro	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	V
Importa impostoj	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	V
Malŝarĝo ĉe celloko	A	A	A	A	A	A	A	A	V	A	A

Notu: A=Aĉetanto; V=Vendisto

La ĉefaj diferencoj inter Inkotermoj 2020 kaj Inkotermoj 2010 estas: La DAT-regulo (Delivered At Terminal) estis renomita DPU (Delivered at Place Unloaded). Ĝi signifas, ke livero povas okazi ie ajn, kaj ne nur ĉe transporta "terminalo". Inkotermoj 2000 enhavis 13 Regulojn, kiuj estis reduktitaj al 11 esprimoj en Inkotermoj 2010. DAP (Liverita ĉe Loko) anstataŭigas DAF, DES, DEQ kaj DDU.



Prezentas la mondon de Wix: Wix-Partnero (1)

Yas Kawamura (Vicprezidanto de IKEF)

Wix Partnero povas krei multajn diversajn specojn de retejoj per la platformo Wix. Wix ofertas solvojn por ĉiu speco de retejo: kompanio, interreta butiko, fotoj, eventoj, blogo, biletujo kaj multe pli. HUGO YASS estas listigita, kun sia japana nomo "Yas Kawamura" kaj lia kompanio "@ planning, LLC" kiel agenteja partnero, kiel unu el Legend-nivela partnero sur "Wix Market Place", kie ĉiu uzanto de Wix povas dungi ilin: Legend-nivelo havas 5 steloj sur oficiala insigno de Wix Partonero.

Mia Historio kadre de Wix

Spertinte diversajn okupojn. Ekde 2007, li respondecis pri plan-administrado kaj interreta produktado en ĉiuj industrioj. Krome, dum li funkciigis la EC-retejon, li eksciis pri SEO-mezuroj kun "sento, kiu kvazaŭ trapenetas la korpon".

En 2013, li renkontis Wix esplorante plurajn SMC por respondi la demandon de konato, "Ĉu ekzistas facila maniero krei retejon?"

2013 WixPro-registrado: komencis produktadaj mendoj plejparte de retejo de "Wix Arena". 2015 WixWebmaster-taŭgeco: finta testo "Wix SEO".

2015 Wix-Atestita Trejnisto-taŭgeco: finta testo "Wix SEO-instrua trejnado".

2016 WixWebmaster 2015 Stela Atestado

2017 WixWebmaster 2016 Super Stela Certification

2017 WixAmbasadoro por Kyoto kaj Kansai-regiono atestado

2018 kapitano de WixAmbassador atestado

2018 WixPro⇒WixExpert⇒WixPartner-atestilo

2021 Pli ol 370 projektoj respondecaj ĉe Wix Market Place: Nr.1 en Japanio, 19-a en Mondo (la 3a de februaro 2021)

2022 Aldone al kultivado de produktantoj kaj instruistoj, komenciĝis senpagaj sonprelegoj por instruado de scipovo.

1: Komenco

Vi venis al la ĝusta loko por krei vian propran profesian retejon. Ne gravas kian retejon vi bezonas: ni estas ĉi tie por helpi vin fari ĝin okazi. Jen ĉiuj manieroj, kiel vi povas uzi Wix por konstrui vian retejon kaj vian komercon:

Komenci kun Wix

Wix Redaktoro: Elektu el pli ol 800 mirindaj ŝablonoj aŭ komencu de nulo. Agordu ion ajn per intuicia tren- kaj faligi teknologion por aspekti ĝuste kiel vi volas. Faru vian retejon elstari per dezajnaj funkcioj kiel amaskomunikilaro-galerioj, videofonoj, paralaje rullibro, animacio kaj pli.

Redaktoro X: Majstri vian dezajnon kun plena kontrolo kaj respondeco. Kun Redaktoro X vi povas difini la precizan pozicion kaj konduton de ĉiu elemento ĉe ajna rompopunkto kun altnivelaj aranĝoj, profesiaj stilaj iloj kaj kutimaj interagoj.

Wix ADI: Respondu kelkajn simplajn demandojn kaj Wix ADI kreos profesian retejon por vi, kiu aspektas mirinda en ĉiu aparato. Vi povas redakti kiel via retejo aspektas kaj publikigi kiel estas, aŭ transiri al la Wix-Redaktilo por akiri eĉ pli da dezajnlibereco.



Wix Partner Legend
WixyLand: Yass KAWAMURA



Velo de Wix: Konstruu fortigajn retejojn kaj kutimajn retejojn kun Velo Wix. Konstruu enhavoriĉajn retejojn, aldonu laŭmendajn formojn, ŝanĝu retejo-kondukon per niaj API-oj kaj aldonu vian propran kodon. Ĉio kun la mirindaj dezajnaj funkcioj de la Wix Editor. Ĝi estas senservila, senĝena kodigo.

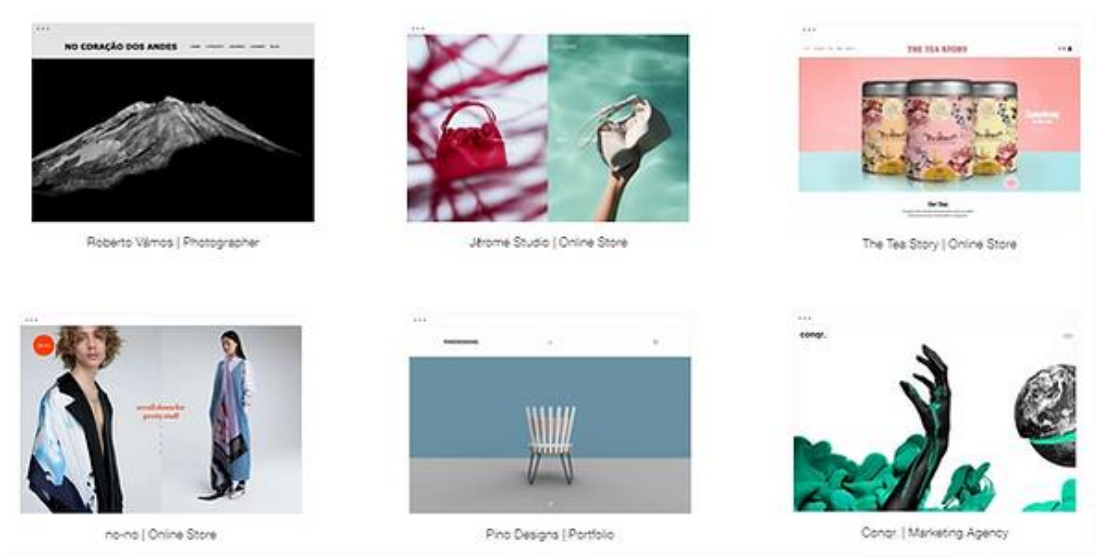
Wix Enhavo-Manaĝero: Aldonu datumbazajn kolektojn al via retejo por helpi vin konservi, administri kaj ĝisdatigi vian retejan enhavon efike. Poste kreu dinamikajn paĝojn por aŭtomate plenumi enhavon de via Datumbaza Kolekto, uzante nur ununuran desegnan aranĝon.

Administru kaj Kresku Vian Komercon Interrete: Wix ofertas pli ol 250 Apojn kaj servojn, kiujn vi povas aldoni al via retejo, kiel Wix Bookings, Wix Stores, Wix Forumo, Wix Restaurants, Wix Events, profesia retpoŝta merkato kaj pli. Ne gravas kiaj estas viaj retejoj aŭ komercaj bezonoj - administru ilin ĉiujn de unu loko.

Dungu Wix Partneron: Malkovru 100-ojn da talentaj dizajnistoj. Esploru biletujojn kaj dungu Wix Partneron por krei la retejon, kiun vi volas.

2: Inspiriĝu de Mirindaj Wix-retejoj

Ĉu vi bezonas dozon de inspiro pri retejo? Trarigardu ekzemplojn de unikaj retejoj por ke viaj kreaĵoj fluu. Retejoj montritaj sur nia Esplora paĝo apartenas al realaj uzantoj. Alklaku iun ajn el la bildoj por viziti la realajn retejojn kaj malkovri kiom ellaborita kaj impona povas esti Wix-ejo! Ne forgesu klaki la langeton de "Designer Showcase" por pliaj ideoj.



3: Ĉefaj Kialoj Por Elekti Wix

Wix estas senpaga, uzebla, retejo-konstrua platformo. Nia intuicia teknologio kaj potencaj enkonstruitaj funkcioj donas al niaj uzantoj la liberecon facile desegni profesiajn retejojn, kiuj aspektas mirindaj en iu ajn aparato. Wix estas pli ol retejo, tamen. Ni ofertas kompletan aron da iloj por konstrui vian interretan ĉeeston, de troviĝi en serĉiloj ĝis konstrui vian komercon.

Kreado por ĉiuj

Niaj facile uzeblaj redaktiloj permesas vin krei vian retejon ĝuste kiel vi volas. Ĉi tiuj estas la 2 plej oftaj manieroj krei:

- [Komencu de nulo](#) kun malplena ŝablono aŭ malfermu iun ajn [desegnitajn ŝablonon](#) faritan por redaktilo. Poste uzu treni kaj faligi teknologion por aldoni elementojn (ekz. bildojn, tekstojn, kontaktformularojn, ktp.) kaj metu ilin kien vi volas en vian retejon.

- Provu nian aŭtomatan retejo-konstruilon, Wix ADI (Artefarita Dezajna Inteligenteco). Post kiam vi demandis kelkajn demandojn pri via retejo kaj viaj stilaj preferoj, Wix ADI tiam kreas plene desegnitajn retejojn kun laŭmenda enhavo kaj bildoj enkonstruitaj por vi.

Ĉu vi serĉas altnivelajn kreaĵojn ilojn?

Desegnu respondemajn retejojn uzante flekseblajn kradojn kaj plenan paŭzpunkton-kontrolon on [Editor X](#).

Wix estas senpage

Kutime, la kosto konstrui kaj prizorgi retejojn uzante profesion programiston kurus centojn aŭ milojn da dolaroj. Wix estis desegnita por ke ĉiu kun komputilo povu konstrui sian propran retejojn—senpage.

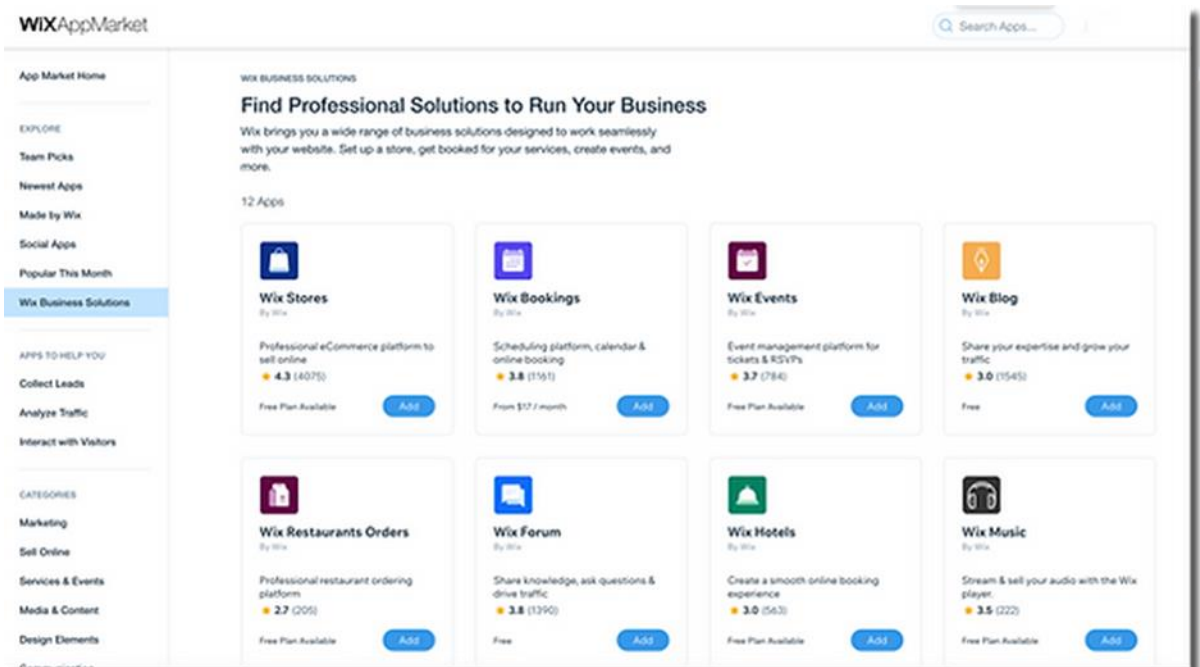
Vi bonvenas uzi Wix senpage, tiom longe kiom vi volas, kaj krei tiom da retejoj kiom vi volas. Por akiri eĉ pli por via retejo aŭ komerco, vi povas ĝisdatigi al unu el niaj [Premium Plans](#), kiuj permesas vin konekti vian propran domajnon, forigi Wix-reklamojn, akcepti interretajn pagojn kaj pli.

Wix havas ion por ĉiuj

Ne gravas, kion vi venis al Wix por krei, ni havas la kutimajn dezajnojn kaj ilojn pretajn por helpi vin fari ĝin okazi. [Trovu retejajn ŝablonojn](#) por gamo da temoj kaj industrioj, de interretaj butikoj ĝis konsilantaj agentejoj, kaj de biletujoj ĝis personaj blogoj.

Ĉiu ŝablono estas kreita de dizajnistoj ĉe Wix, kiuj uzas ĝisfundan merkatan esploron por aldoni la plej utilajn enkonstruitajn funkciojn por la temo, krom ĉiuj plej novaj stiloj.

Aldonu kion vi bezonas al via retejo kun la [App Market](#), kiu ofertas pli ol 250 profesiajn solvojn, kiujn vi povas uzi por personecigi vian retejojn. Trovu [potencajn komercajn ilojn](#) por helpi vin kolekti kondukojn, analizi vizitantan trafikon, okupiĝi kun klientoj kaj pli.



4:Aliĝi al Senpaga Wix-Konto

Registriĝi por Senpaga Wix-Konto

-Por registriĝi:

1. Iru al la aliĝpaĝo de [Wix.com](https://www.wix.com) .
2. Registriĝu kun via retpoŝtadreso, Facebook-konto aŭ Google-akreditaĵoj.
3. Alklaku Registriĝi kaj vi estas preta.

Elektu vian plej ŝatatan kaj konstruu vian retejon per nia Redaktoro aŭ respondu kelkajn demandojn kaj perfekte [kreu la retejon por vi perfekte](#) .

Kreu kaj publikigu tiom da retejoj kiom vi deziras, kaj se vi volas aliri la plenan gamon da komercaj funkcioj, vi povas [ĝisdatigi al Premium Plano](#) .

Ĉu vi pretas konstrui vian retejon? Lernu kiel [krei vian retejon en 4 facilaj paŝoj](#).

Notu: Via Wix-konto ĉiam estos senpaga, kaj vi povas havi tiom da senpagaj retejoj kiom vi volas. Vi povas nuligi senpagan Wix-konton iam ajn. Por konekti propran domajnon, forigi Wix-reklamojn, kaj multe pli, kontrolu nian elekton de Premium Planoj, kiujn vi povas trovi ĉe la retpaĝo.

5: Konstruante Retejon Senpage

Ĉu vi estas establita komerca posedanto aŭ ĵus komencanta, Wix havas ion por vi. Kiel senpaga uzanto de Wix, vi ricevas aliron al tunoj da iloj kaj funkcioj por via retejo, inkluzive de:

Registriĝi por Senpaga Wix-Konto

Konstruante Retejon Senpage

Ĉu vi estas establita komerca posedanto aŭ ĵus komencanta, Wix havas ion por vi. Kiel senpaga uzanto de Wix, vi ricevas aliron al tunoj da iloj kaj funkcioj por via retejo, inkluzive de:

- Centoj da plene agordeblaj ŝablonoj faritaj de fakuloj pri dezajno.
- Nia ampleksa aro de dezajnaj funkcioj kaj riĉaj bibliotekoj de senpaga vida enhavo, de kutimaj koloraj paletoj ĝis travideblaj filmetoj kaj vektora arto.
- Senpaga kaj sekura retgastigado por konstrui vian interretan ĉeeston
- Enkonstruitaj profesiaj solvoj por promocii vian komercon, kiel retpoŝta merkato, potencaj SEO-iloj, klientadministrado kaj pli.
- Poŝtelefono optimumigita versio de via retejo, do via retejo aspektas mirinda por viaj vizitantoj en iu ajn aparato
- Centoj da senpagaj aplikaj integriĝoj por via retejo kaj komerco en la Wix App Market
- 500MB stokado kaj 1GB bendolarĝo
- Senpaga Wix-domajno en la formo de: uzantnomo.wixsite.com/siteaddress
- 24/7 funkcias subteno en nia Helpcentro

Kiel Komenci: Komencu legante nian komenci gvidilon kaj tiam prenu iom da tempo por kaj poste prenu iom da tempo por vi. Vi povas elekti krei retejon per la Wix Redaktoro, Redaktoro X aŭ ADI (Artefarita Dezajna Inteligenteco).

Konsiloj: Por helpemaj ideoj pri retdezajno, kontrolu nian gvidilon pri elstara dezajno .

Se vi serĉas plian stokadon kaj bendolarĝon, aŭ aliajn avantaĝojn kiel forigi la reklamojn de Wix aŭ konekti vian retejon al via propra domajna nomo, vi ĉiam povas ĝisdatigi al Premium Plano. Komparu planojn por trovi la plej bonan Premium Planon por vi .

(daŭrigota en venonta numero)

Pri Yas Kawamura: CMO por @planning,LLC.

Vicprezidanto kaj Ĝenerala sekretario de IKEF, Ĝenerala sekretario de IKEF-JP, Wix Ambasadoro, Wix Eksperto, Cseh-Instruisto

De butiko al bazaro

Andy Blair

Andy Blair estas komercisto kaj jura konsilisto pri enmigrado, kiu esperantistiĝis en 2020. Li estas 'komunuma koreografo' de la esperanta movado en sia lando, helpante lokajn klubojn organizi rete kaj reklami Esperanton. Andy loĝas kun lia edzino kaj filinoj en Halifakso, Nov-Skotio, Kanado.



Por nova esperantisto kiel mi, la Universala Kongreso en Montrealo estis mirinda aventuro. Mia unua en-persona internacia evento en Esperantujo, mi havis la privilegion helpi organizi partojn de la Kongreso, inkluzive de organizado de la Butiko. La Kongresa Butiko furoris, kaj ni tute elĉerpiĝis de multaj vendaĵoj.

Kongresanoj aĉetis preskaŭ ĉiun T-ĉemizon, poŝtmarkon, kongresŝnuron kaj ombrelon, kiujn ni havis. Ni vendis multajn Esperantajn roverspinglojn, flikojn, glumarkojn, bildkartojn, librojn, kompaktdiskojn, akvobotelojn, aĉetsakojn kaj pli. La apetito por esperanto-tamaj aĵoj foje ŝajnis nesatigebla. Du aferoj helpis:

- Unue, bonkvalitaj reuzeblaj varoj estis kreitaj anstataŭ pli malmultekostaj varoj kiuj ne daŭrus, aŭ kiuj estos forĵetitaj;
- Due, ni vendis ĉion kontraŭ malaltaj prezoj.

Nia celo estis ne nur gajni iom da mono por la kongreso, sed instigi kongresanojn kunporti hejmen esperantajn varojn, kiuj helpas reklami la internacian lingvon en siaj hejmlandoj. Avantaĝa situacio por ĉiuj!

Tia situacio bedaŭrinde okazas tro malofte por esperantistoj. Neniu esperantisto povas marŝi strate al sia loka Esperanto-butiko. Se ili volas, ekzemple, EO T-ĉemizon, la nura loko el kiun ili kutime povas akiri, estas la Interreto ...kontraŭ tre alta prezo, kaj aldonu al tio prezo importimpostojn kaj sendokostojn. Eĉ se ili estas riĉaj kaj la kosto ne estas problemo, Esperantaĵoj ofte estas tre malfacile troveblaj, eĉ en la interreto. Tial gravas vendi kiel eble plej ofte Esperantaĵojn ĉe EO-Kongresoj: donas al la esperantistoj ŝancon montri sian fierecon pri nia lingvokomunumo, reklamante Esperanton kaj subtenante nian komunumon.

De butiko al bazaro



Dum mi administris la Kongreson-butikon, venis en menso multaj ideoj por plibonigo. Ĉefe inter ĉi tiuj estiĝis kiam kelkaj esperantistoj alportis siaj propraj muzikdiskoj, mempublikigitajn librojn aŭ EO-temajn kreaĵojn al la Butiko por ke ni vendu por ili (kompreneble, ni jesis). Mi demandis min: Kial esperantistoj kiuj interesiĝas, ne povas havi propran kioskon apud la Butiko, kaj vendi iliajn proprajn kreaĵojn? Kial nur unu Butiko?

Kongresa Butiko estas bona ...sed Kongresa *Bazaro* estos eĉ pli bona. Vigla, bunta Bazaro kun multaj kioskoj vendantaj multajn diversajn Esperantaĵojn. Jes, estus defioj: Necesas homo dediĉita al administri la vendistojn kaj aprobi ĉion, kio estas vendota. Vendsistemo estus bezonata por faciligi vendistojn vendi varojn. Kongresaj lokoj kun sufiĉe da spaco por bazaro estos bezonataj. Kaj iuj reguloj devus esti faritaj unue - ekzemple, 10% de ĉiuj prezo iras al la Kongresaj organizantoj (20% se aĵoj estas simple donataj al la oficiala Kongresa Butiko por vendi, anstataŭ venditaj de la vendistoj mem). Tamen, se ĉi tiuj defioj povas esti sukcese traktitaj, Bazaro dum Kongresoj ofertas multajn avantaĝojn:

- Pli da vario: Mirinda vario de varoj el multaj landoj povas esti ofertitaj al kongresanoj;
- Malpli kosto: Ĉi tiu miriada de vendotaj varoj estos preskaŭ senkoste por la organizantoj de la Kongreso;
- Pli vigla UK: Kongresa sperto pliriĉinda per aldono de interesa Bazaro;
- Profito por la UK: Gravaj enspezoj estos liverita al Kongresaj organizantoj por repagi parton de la Kongreskostojn;
- Profito por EO-kreintoj: Bazaro kreas ŝancon gajni enspezon por Esperantistaj artistoj, metiistoj, aŭtoroj, muzikistoj kaj kreintoj;
- Pli spertaj vendistoj: Kiu estus pli bona por vendi varojn en Kongreso, ol la kreintoj mem de tiujn varojn?
- EO-Reklamado: Pli da reklamado de nia Internacia Lingvo, kiam kongresanoj alportos siajn T-ĉemizojn ktp hejmen.

De butiko al bazaro



Sendube, organizi bazaron por kongresanoj necesas laboron. Ĉu indas? Estas vero ke oni jam povas aĉeti memoraĵojn en la UK-urbo. Sed nur en Bazaro vendas *Esperantajn* metiojn kaj suvenirojn. Se oni volas Esperanton flagon, diskon de Esperanto-muziko, T-ĉemizon, aŭ aliajn Esperantaĵojn, la Bazaro estas la loko por trovi ilin. Homoj butikumos kaj interagos kun la vendistoj en Esperanto, aldonante alian dimension al sia UK-sperto, kaj pagante samedianojn por siaj propraj kreaĵoj.

Por mi, unu el la plej grandaj avantaĝoj de la Bazaro estus, ke ĝi permesos al Esperanto-artistoj, muzikistoj, verkistoj, kreintoj kaj vendistoj ĉiujare gajni monon per Esperanto - bedaŭrinde tre malofta oportuno en Esperantujo. Tiel ni povas helpi konstrui komonumon kiu subtenas unu la alian. Se la Bazaro fariĝos sukcesa, ĝi eble estos ripetita en regionaj aŭ landaj kongresoj, donante pli da ŝanco vivteni en Esperantujo, kaj per Esperanto.

Vigla kaj bunta Kongresa Bazaro estas, ĝis nun, nur ideo. Necesas la volon provi novajn aferojn, kaj por novigo, flanke de deciduloj laŭ UK-organizantoj. Ĝi postulos entrepreneman spiriton inter kelkaj EO-metiistoj, artistoj, muzikistoj kaj kreintoj. Sed konstrui komonumon postulas penon, kaj mi kredas ke indas provi Kongresan Bazaron por krei pli plenan kaj daŭrigeblan Esperantujojn. Mi esperas vidi vin en la venonta Universala Kongreso de Esperanto.

Kontaktu lin per ahblair@yahoo.com

Andy Blair

Halifakso, Kanado

+1-902-717-2639

De butikoj al bazaro

Faka Produktanto de LED Lampo por la Lokomotivo

Xi-an NoReja Elektra Kompanio

*Kompare kun la hejma lampo la lokomotiva lampo postulas sian lampon kontraŭ la vetura vibreco, alttensia elektroinfluido kaj nestabileco de galvana elektrado en la trajno... Pro tio ĝi estas speciala produktaĵo.



Serio de fronta lampo XNL3-Q2



Fronta lampo XNL3-Q3



Fronta lampo XL2-22C1



Fronta lampo XL2-22C2



Adr.: Huoju Lu 4#, B510 shi, CN-710043 Xi'an, China
Tel.: 029-82622952 / 15009245863
Kontaktanto: Chielismo WANG Tianyi Skype: chielismo
E-mail: chielismo@davinci-china.cn



Bela Ajlo de Ĉinio

Fondita en 2000, Yafod International Limited estas grava profesia ajlo-eksportanto en Ĉinio. Ni havas nian propran bazon de produktado de ajlo en Shandong, Ĉinio. Ni kolektas, prilaboras, pakas, konservas kaj eksportas multajn mil tunojn da ĉina ajlo al la mondo ĉi jare. Tra la jaroj, ni ricevis tutmondan reputacion por nia marko **Pretty Garlic** (Bela Ajlo). En marto 2010, jardekon post ĝia naskiĝo, **Pretty Garlic** estas komentita fare de la fama *Fortune Magazine* kiel la "ekvivalento de la industrio de Nike aŭ Koka-kolao". La plej famaj ajloj, kiujn ni provizas, inkluzivas: normala blanka kaj pura blanka ajlo de Shandong, altmonta organika purpura ajlo kaj unuopa ajlo de Yunnan. Ni certigas la plej bonan kvaliton, renkontante EEC Cat.1-normon. Ni ŝarĝas ajlon en 40' HQRF-reefer-ujoj kun kontrolo de temperaturo kaj humideco. Ni havas nian propran stokejon de 8,000 tunoj, do ni povas eksporti ajlon tutjare. Niaj ajlaj produktoj ankaŭ inkluzivas diversajn specojn de senhidratigita ajlo-pulvoro, ajlaj flokoj, ajlo-pasto, freŝa kaj frostita senŝeligita ajlo, ajlaj grajnetoj, ornamitaj ajlaj plektaĵoj, ktp.

Krom ajlo kaj ajlaj produktoj, ni eksportas diversajn aliajn lokajn agrikulturajn produktojn - kiel zingibro, kapsiketo, spico, arakidoj, kaŝtanoj, pomoj, zingibro, pomelo, piroj, cepoj, faboj, tomatopasto kaj pli.



Yafod International Limited

"Pretty Garlic",
 2-2-1501, No.113, Jiangxi Rd., Qingdao, China
 266071
 Phone No.: +86-532-66563168;
 Mobile/WeChat: +86-13602543020
 Fax No. : +86-532-85787901
 WhatsApp: +1-902-488-2588 (John Huang)
 E-MAIL : info@prettygarlic.com
 URL : www.prettygarlic.com
 Facebook: www.facebook.com/prettygarlic88/