



# 目录

<b>【封面故事】</b> .....	1
初探西华清新型文创公司	/1
<b>【实践采风】</b> .....	7
认识在沪外国人眼中的中国	/7
市场调研之地域信息部分	
——了解客观条件是基础	/9
激流勇进，夹缝中求生存	
——探访中山市南头镇家电家居企业乐宜	/11
<b>【行间笔墨】</b> .....	13
直面小微企业家，探企业生存之道	/13
一带一路之中国文化在重庆	/15
<b>【微言大义】</b> .....	18
<b>【人物传真】</b> .....	20
承前启后 书写新篇章	/20



## 封面故事

### 初探西华清新型文创公司

（古城新容 供稿）在陕西西安诸多的新型文化产业公司中，我们选择了前往；西华清文化创意公司进行关于“一带一路”相关的文创产品的调研。

为了使现场调研采访的效果更好、对双方的时间消耗更少。在前往公司之前，我们对想要了解的方面进行了讨论、总结和记录。首先



是公司的起源，在我们的初期调查中，这是一家新开业的公司，而随着进一步的了解，明白了这是华清宫文化集团的下属子企业，专攻具体的文创产品方向。其次是文创产品的具体形式和内容，在调研之前，我们对文创产品的印象还停留在景区的纪念品上，所以在这一方面，我们对华清文创公司的产品内容十分好奇，并将其列入了调研环节的重头戏。最后就是在公司的构架方面，对于这种大集团下属的子集团，其实是屡见不鲜的，但作为一个新型文创公司，他的人员组成、人员招募等方面都是值得我们调研的方面。

在离开华清文创公司之后，我们在公司楼下的咖啡厅对此次公司调研进行了讨论。由于对方态度非常友善，



而且由于在职者多为年轻人、公司氛围较为轻松活泼，我们的实践在对方的配合下顺利的结束了，我们的疑惑得到了解决，而且还获得了许多新的知识。首先是公司的文创产品具体内容：根据华清宫历史背景设计发售的实物纪念品造型新颖并紧跟当前人们的需求，不仅有单纯的仿制微缩，还有根据“萌系”需求设计的一系列卡通人物公仔、钥匙链等，非常可爱且具有纪念意义。不仅如此，在具体的发售方面，华清文创也结合当前的物流和商务模式提出了与 O2O 接轨进行线上交易：游客可以通过线上订购，而公司会设立密集的物流网点，实时派货或邮寄上门。然后是公司构架方面：公司均为年轻人，活力高创意足，并且强调专业对口或技术对口，并对学历要求十分之高。

在这次调研结束后，我们对文创产品有了新的理解：不仅仅是要单纯设计出可发售的实物，更多的是要将当前人们的观念同文物遗迹所传达出的理念相结合，在传承文化的同时发扬发展它，使丝绸之路所经过的、具有悠久历史并经历过大唐盛世的西安文化广泛传播。扩大古文化的影响范围和影响力，使外地游客、外国游客了解中华文化的美妙之处，并将其传递给子子孙孙，世代相传我们的文化薪火。

在与华清文化创意有限公司商量好参观时间后，我们小组于 7 月 28 日下午赶往西安市曲江新区进行参观学习。华清公司的办公地址位于一栋大厦的 12 层，办公室



仅占一百多平米，员工也不多，但是给人一种精致高效的感觉。

在我们提供学生证、学院证明等身份证明后，公司的营销主管黄女士热情接待了我们，我们也按照之前准备的内容进行提问。

Q1：华清公司的概况

A1：华清公司属于西安华清宫旅游公司的子公司，对内及对外提供文化创意产品设计及旅游管理等服务，下设产品部、营销部。公司于去年建立，是一个朝气蓬勃的年轻公司。

Q2：文创产品的设计

A2：在公司中，专门有一个小空间设置了展柜，里面展示了公司收集和自行设计的各类文化创意产品，琳琅满目。里面有以唐玄宗李隆基和杨贵妃为原型的可爱瓷人，也有挂坠扇面、古书雕像。在设计方面，产品部的员工会进行大量的文献查阅和市场调查，根据委托公司的要求进行创意设计，尽量使产品既传递出独特的文化底蕴，又能符合当代人们的审美喜好，从而达到较好的商业价值。在生产方面，公司派专人前往东南沿海的各类工厂进行考察，选择合适的工厂为自己的产品代工。

Q3：旅游管理服务

A3：在参观学习的过程中，我们了解到华清公司还提供有特色的旅游管理服务。相比于有形的文化创意产品，旅游管理服务则是一种无形的文化创新产品，是第三产业



中的典型服务产品，符合当今转变经济结构、激发经济活力的高附加值产业。随着人民生活水平的提高、中国旅游业进入了新的快速发展时期。各地的旅游开发商会找到华清公司，让它为自己设计旅游线路、票务定价、纪念品等一系列事项，以最大化旅游资源的经济价值。例如华山票务以及山西乔家大院都寻求过该公司的帮助。

Q4：人才需求

A4：在最后，我们提出了大学生最为关心的问题——公司对人才的选择是怎样的。由于公司成立不久，很多员工是高薪从其他地方聘请过来的人才，具有相关的工作资历与经验。公司只进行过一次人数很少的公开招聘，要求专业对口，且至少为研究生学历。

在本次活动中，我们为了更好地做出文创产品，就西安当地一些特色景点进行了参观，其中重点参观了位于潼临县的秦兵马俑和位于市区的典型文化景点华清池。

1974年3月11日，兵马俑被发现；1987年，秦始皇陵及兵马俑坑被联合国教科文组织批准列入《世界遗产名录》，并被誉为“世界第八大奇迹”。先后已有200多位国家领导人参观访问，成为中国古代辉煌文明的一张金字名片。我们的兵马俑之行可以说是大开眼界。在去之前，大家就显得非常激动，因为我们队员之中没有一个人事先去过，却从幼时就听说过西安兵马俑的“大



名”。

我们进去之后，立马就看见千军万马扑面而来，虽然这些兵马俑有的残缺不全，但气势丝毫不减。虽然年代久远，但在刚刚发掘出来的时候还依稀可见人物面部和衣服上绘饰的色彩。在手法上注重传神，构图巧妙，技法灵活，既有真实性也富装饰性。正因为如此，秦兵马俑在中国的雕塑史上占有重要的地位。从已整理出土的一千多个陶俑、陶马来看，几乎无一雷同。

做文创产品的研究，兵马俑就是最好、最典型、最能让人产生创意灵感的素材。我们可以从人俑和马俑出发，汲取其中的艺术灵感和文化元素，结合当代与社会，进行符合中国特色社会主义核心价值观的文化创新，与时俱进，为人民群众所喜闻乐见，这样的文创产品才是我们需要去完成的优秀成果。

南依骊山，北临渭水的华清池，是以温泉汤池著称的中国古代离宫，周、秦、汉、隋、唐历代统治者，都视这块风水宝地为他们游宴享乐的行宫别苑，或砌石起宇，兴建骊山汤，或周筑罗城，大兴温泉宫。白居易、杜牧等诗人在诗作中均有提及。我们的华清池之行更是多姿多彩。虽说天气炎热，但华清池的雍容之气已弥补了天气的不适，我们在其中参观，目不暇接。

景区仿唐建筑大气恢宏，园林风光别具一格。主要有唐华清宫御汤遗址博物馆、西安事变旧址、九龙湖与芙蓉湖风景区、唐梨园遗址博物馆，有飞霜殿、昭阳殿、



长生殿、环园和禹王殿等标志性建筑群，有体验皇家温泉的以澜汤殿、御汤苑、星辰苑、尚食苑、长汤苑、少阳苑、香凝阁和御膳阁为主的华清御汤（精品）酒店。2007年4月推出的大型实景历史舞剧《长恨歌》，成为中国旅游文化创意产业的成功典范。2012年5月推出的多媒体影像剧《玄境长生殿》，成为传统博物馆数字化改造的新模式。这种现成的文创产业链可以说是我们的直接的老师。

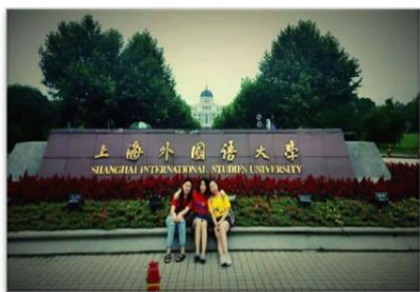
在本次活动中，我们明白了绿水青山就是金山银山，文化遗产就是我们民族宝贵的财富，年轻人的创意思维就是国家不断前进的动力。我们发现有许多东西还要学习，还要等我们去探索发现。



## 实践采风

### 认识在沪外国人眼中的中国

（先锋实践团 供稿）中国，一个以五千年文明为积淀，以百余年磨难为基点，以五十余年发展为基石，发展成如今这只浴火重生的凤凰。在当今开放的世界里，我们一直注重着吸收外来文化，但是不要忘记，更为重要的是大力弘扬华夏五千年的优秀传统文化，因为注入了中国文化的世界文化才会充满生机活力。



今年暑假，我们小组参与了“一带一路”中国形象主题的社会实践。我们的目标是，调查在沪外国人对“一带一路”的了解情况并

且弘扬中国传统文化。做了充分的前期调查之后，我们小组决定兵分两路——我和两位同学前往松江大学城，采访与我们年龄相近、知识储备量较大的上海留学生；其余同学将目标放在上海市内的外国人。同时，为了更好地进行实践，我们提前查了相关资料并准备好了中英两版的问题。

6月30日，我们来到上海松江大学城，前往上海外





国语大学，上海对外经贸大学和东华大学。因为暑假的来临，很多外国人已经回国，我们特意来到留学生宿舍。在采访的留学生中，大部分人表示虽然学习了一段时间的中文，但是对“一带一路”了解甚少。我们小组成员向他们介绍了“一带一路”的内容和战略意义，留学生们都很感兴趣并且表示在以后的学习中会更加注重对相关背景知识的研究。很幸运的是，我们在田子坊遇到了一个对中文文化了解很多的欧洲人，在和他的对话中，我们对外国人眼中的中国形象有了更深入具体的了解。他提到因为他的女朋友是在中国长大的，所以他对中国的历史有所了解并着重强调了丝绸之路经济带对亚欧经济发展的促进作用。这位外国朋友说在他们的国家更加注重每一个个体的意义，来到中国对中国形象最大的认知是和谐，社会治安非常的好，大家生活得非常快乐，经济的发达程度也超出他的预料。采访结束后，他开心地说一定会把在中国的所见所闻将给朋友。

现如今，中国在注重基础建设外越来越注重“软实力”——积极推动自己的文化、价值观，同时在大力发展教育。通过这次实践活动，我们了解了外国人眼中的中国形象，也在弘扬中国文化的同时深深感受到了民族责任感。



## 市场调研之地域信息部分

### ——了解客观条件是基础

(泰国实践小队 供稿) 众所周知,跨境电商行业正处在飞速发展的时代。近些年,不断有卖家加入跨境电商的行业。但是,随之而来的问题是,很大一部分人在最初进入这一领域时都相当茫然,不知道什么样的产品合适,也不知道哪个市场相对而言更好发展。

为此,我们泰国实践小队在决定进行这一主题实践后,为之进行了不少研究和讨论,也最终对这一内容真正有所体悟了解。我们将一部分一部分进行整合叙述,将我们实践中得到的体悟、经验进行分享。

跨境电商,市场定位非常重要。我们大部分时间还是身处国内,所以对于海外市场和海外的消费者存在不够了解的问题,可以说市场定位是一个跨境电商调研的盲区。对于海外市场和海外消费者需求的了解,我们几乎无法和国内相提并论。作为卖家,如果想要做好定位,调研必不可少,重要的是要培养对买家需求的敏感度。

在对国外市场的调研阶段,卖家需要关注市场国的总体物价水平和销售产品所属行业的价格水平。这一切,所依赖的一个基础无非就是——市场国。对于市场国的条件进行完善地分析,更好地了解市场国地域、文化等因素的差别,还有海外消费者地购物喜好,这在整个调研过程中都是非常基础也非常重要的环节。

在这种情况下,我们需要灵活运用此前在人文地理



中学到的知识来进行分析。分析地域信息的要点，可以概括为“PEST”。“P”即“political”，政治环境；“E”为“Economic”，经济环境；“S”为“Social”，社会环境；以及“T”，“Technological”，技术环境。

跨境电商，毫无疑问是以区域经济为基础，以跨国家经济圈为依托开展的电子商务。基础是地域，那么选择地域就显得非常关键。同时，也需要了解目标人群的地域差异、性别差异、年龄差异、收入差异等等，这一切都包含在地域信息的研究中，需要充分运用人文地理的分析手段，逐条列举，尽量做到完善。



例如，就我们查询所得的数据，我们可以了解到，近几年，从交易地域分布来看，亚太地区将超过北美地区成为世界第一大 B2C 电子商务交易市场。就此，初涉跨境电商业务的卖家，就可以在亚太地区多多进行关注，将地域信息的研究重点放在亚太地区一些极具潜力和购买力的发展中国家。

同样，在地域信息的研究中也有研究的重点，例如不同国家和地域的消费者，消费习惯也会有差异。以俄罗斯网购用户问卷调查为例，调查发现俄罗斯顾客和国内顾客有着很多差异，主要体现在对重点信息的需求、支付的安全问题上面。这也是在地域信息研究中需要重



视的问题，

综上，我们不仅对于我们需要研究的地域进行了全面的信息查询和总结，也对于地域信息的研究方法有了更深的体会，了解到了地域信息对于市场调研的重要性。

## 激流勇进，夹缝中求生存

### ——探访中山市南头镇家电家居企业乐宜

（岭南小分队 供稿）2016年8月8日岭南小分队一行人来到了广东省中山市南头镇进行实践，实践的主题是：关于小微企业如何解决投融资难的问题。我们联系了当地比较知名的家电家居企业乐宜嘉。通过亲身到企业内部进行了解探访，我们能从第一线了解到小微企业生存及发展状况以及对于融资难问题的解决策略，积极思考“一带一路”战略对其发展的契机以及政府政策实施过程所存在的问题的解决方案。

乐宜嘉 Nca (HK) 是一家专业从事家居家电事业的知名企业，其营销管理中心本着“为更多人提供多元生活”的理念，创建了一种全新的商业运营模式，以橱柜、衣橱为载体，通过对家具配套一体化的电器、五金件、厨具及各类家饰的人性化整合，针对客户的个性化需求，提出整体家居配套解决方案。其生产管理中心下辖 Nca 乐宜嘉(中山)家居设备有限公司和 Nca 乐宜嘉(合肥)家居设备有限公司，拥有全套优良的厨卫电器生产线和橱



柜、衣柜加工机械，全面实施 ISO9001 质量管理体系和 ISO14000 环境管理体系，公司主要生产设备由德国、意大利、瑞典等国全套引进，同时引进绿色环保的优质材料，为全球消费者打造安全舒适的居家环境。但令人意想不到的是目前发展前景如此之好的一家家居企业，其最初却只是一家仅靠生产普通家电、橱柜衣柜的劳动密集加工型企业。

在有着多家知名家电家居巨头企业横行独霸的市场，乐宜嘉夹缝中求生存，用差异化优势作为自己的生存王牌，在家具家电市场中风雨徘徊，直至今天终于迎来一片艳阳天。而在这生死徘徊的过程中，乐宜嘉的市场和发展战略就显得尤为重要，以及其应对融资难问题的解决方案也值得我们去深入探寻。



## 行向笔墨

### 直面小微企业家，探企业生存之道

（魔都小分队 供稿）暑期社会实践活动为大学生提供了投身社会、体验生活、服务大众的契机。今天，我们来到了上海智盈建筑工程技术有限公司进行暑期社会实践，采访公司的负责人，由此对企业的发展状况和建筑工程行业的市场情况有了一定程度的了解。尽管仍然是从一个大学生的视角出发，但在同企业人员的交流之中，我们深深感受到了社会市场氛围与大学生活氛围的不同。



公司负责人首先向我们介绍了企业的运作现状。智盈是一家科技型的集建筑、装饰、结构设计、技术开发和施工服务为一体的综合性公司。公司成立于90年代初，顺应了中国改革开放，高速发展的潮流，逐渐发展壮大，博得了众多客户的信任和满意。负责人表示，当前公司业务主要来源于政府和相关甲方提供的项目和少数公司自行发展的业务项目。

在当前市内建筑施工行业疲乏的大环境下，如何谋求企业的发展是公司当前的重要议题，而如今企业也将



业务拓展到了其他城市，包括苏州、张家港、温州、武汉、重庆等地，市场占有率稳步上升，声誉不断提高。对企业而言，要想在日益激烈的市场竞争之中脱颖而出，准确的定位非常重要。负责人告诉我们，近几年来，公司逐渐定位于著名品牌快餐连锁店的建筑装潢设计，钢结构改造加固设计及施工。由此可见，除了企业自身的实力，准确定位市场需求，顺应时代发展需要对企业自身的生存和发展来说至关重要。而于我们大学生自身而言，除了提升自身综合实力，了解就业市场对雇员各方面能力的需要，适应时代的变化，以将自己的能力和特长最大程度地进行发挥。而负责人也表示，在招聘职员的时候，除了相关资质证明，员工与政府、甲方等相关方面的沟通能力等也很重要。

谈及负责人自身时，他表示自己曾经在设计院工作，后来来到智盈。事实上，在过去几天的社会实践之中，我们发现，许多建筑行业的人都曾经在设计院等单位工作过。于他们而言，设计院的工作相对平稳，民营企业的工作压力较大，企业运作也更为复杂，但更适合需要磨砺，发挥自身能力的人。这也为我们未来就业时对企业性质的选择提供了启发与思考。

经历了数天分别在常州和上海的社会实践，我意识到，在不同发展阶段的城市，于不同性质和规模的企业而言，各自面对的问题和发展模式也存在着差异，而我们大学生也需要考虑自身更适合的就业环境，进行准确



定位，以发挥自身的能力。离开了学校的校园生活，通过与社会中的人员进行交流和对企业的调查，也让我对社会市场有了更深入的了解，收获颇丰。

## 一带一路之中国文化在重庆

（重庆GOGOGO叶 供稿）8月1日上午，在乘坐了一天的火车之后，我们团队终于从北京赶到了我们的实践目的地——重庆。抵达重庆北站后，我们小队的成员乘坐重庆特有的公共交通工具——轻轨，前往我们下午将要进行实践调查的目的地——重庆江北国际机场。今天下午，我们小组成员将通过问卷调查以及面对面沟通的方式来调查外国友人们心中的中国形象，来切实的体会外国友人对中国提出的“一带一路”伟大战略布局的感受与态度，来聆听他们对我国提出的“一带一路”伟大战略布局的真切建议。

到达重庆江北国际机场以后，我组成员在机场候机厅内寻找正在候机的外国友人，通过问卷调查和面对面沟通的方式与他们进行真切的交流。我们采访了来自不同国家不同民族的外国友人，他们都十分热情的接受了我组成员的采访，在采访过程中他们流露出了对中国的喜爱，







我们深切的体会到了外国友人们对中国人民的热情，他们普遍认为中国是一个友好、有担当、负责任的大国，他们普遍都表示认为中国在国际舞台上的所作所为会促进各国的友好发展。

在采访的过程中我们小组成员也遇到了一些困难，由于“一带一路”沿线国家民族众多，所以“一带一路”沿线国家的人民所说的语言也众多，由于语言沟通上的障碍，我们在调研过程中遇到了一些困难，我们小组成员通过使用简单的英语以及丰富的肢体语言同他们交流，比较好的克服了困难，取得了有效的调查问卷，同时也比较明确的理解了被采访人的看法与观点。

经过了几个小时的采访与沟通后，我们比较圆满的完成了我们今日在机场的采访与调研任务，结束了机场的采访任务后我们团队乘坐轻轨来到了重庆的中心—解放碑，准备在这里进行团队聚餐并寻找机会在该地继续采访外国友人。到解放碑后，我们小组在寻找聚餐地点的时候也在努力的寻找外国友人进行采访调查，在采访过程当中我们小组遇见了一位意大利的阿姨，她是大使馆的翻译，我们对她进行了友好的采访，采访结束后，她使用滴滴打车但是她找不到司机约定的接她的地方，而且不是特别熟悉重庆的路，我们小组的成员在了解了她的困难之后，我们小组的家乡是重庆的成员凭借自己十几年对家乡的熟悉，热情的带着这位阿姨找到了出租车司机，这位阿姨事后特别感谢我们小组成员。我们认



为此举展现了我们中国热情好客的传统美德，给外国友人留下了深刻的印象，有助于增强外国友人们对中国人民友善的性格与中华民族优秀传统文化的理解。之后我们小组成员在进行聚餐以后大家回到住处休息。

今天是我们小组到达重庆进行实践的第一天，今天我们的实践活动虽然很辛苦，但是大家也在实践过程当中收获了很多，大家也在共同实践的过程中增进了相互之间的友谊，今天总体来说是非常顺利的一天，希望明天的实践活动也能顺利进行。



# 微言大义

**@印象青海 2016:** 近来两天研究关于盘绣、堆绣、酥油花、唐卡等青海特有东西的文字，发现每个名族特有的艺术品都蕴含着其民族的发展与生产生活习性，要从当地特色工艺品中找到合适的点切入，才能赋予我们所设计的文创产品生命力！



**@黑土新声:** 今天，黑土新声实践团来到了“het 易商电子商务有限公司”。易商公司是黑龙江最专业的电子商务公司之一，他们从专业科学的视角为我们分析了中俄跨境电商发展的条件、现状、不足和前景，让我们对于中俄新丝路发展有了更深的了解。



他们从专业科学的视角为我们分析了中俄跨境电商发展的条件、现状、不足和前景，让我们对于中俄新丝路发展有了更深的了解。



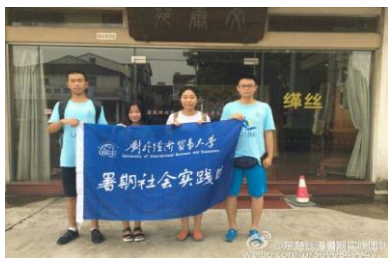
**@小寒 inbeijing:** 此次社会实践让我收获更多的却是难得的友谊。因为合作，所以相识；因为相识，所



以信任；因为信任，所以快乐。是炎炎烈日下的相互关照，笑着看防晒霜化进眼里，哭出的是泪，还是笑容：这个假期，注定了它的不同——吃了手抓羊肉，尝了新疆葡萄，不忘大盘鸡的正宗，寻觅火焰山的79度。

**@东楚丝语暑期实践团队：**

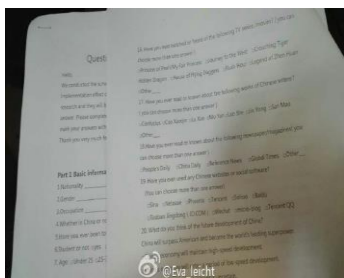
根据采访了解到，公司目前还没有自己的网店，网上营销存在很大发展空间。但因为缙丝制品需要



完全手工制作，价格很高，目标人群狭窄。不仅是缙丝业，整个绣品行业都存在这一问题。

**@ Eva\_leicht:经过昨天的实**

践，队员们进行了总结和反思，考虑到问卷内容较长，这两天重庆高温，随机采访到的外国人也比较匆忙，讲



问题一个一个地解释会耗费太多时间。所以我们决定采用英文版问卷的方式对外国人进行调查，所以今天我们齐心协力讲中文版的问卷进行了从头到尾的翻译和校对工作，并将最终的版本拿去打印成英文纸质版问卷，以方便明天继续展开对外国友人的问卷调查。



## 人物传真

### 承前启后 书写新篇章

（寻访校友小分队 供稿）正值对外经济贸易大学建校 65 周年，“寻访校友小分队”为寻找贸大精神，也开展了为期一周的“寻访校友成长经历，规划个人职业生涯”暑期实践活动，如今已经圆满落下帷幕。

此次的社会实践，我们采访了上海鸿涵投资管理有限公司首席投资官呼振翼校友。校友丰富的专业素养，艰苦卓绝



的奋斗精神和面对困难永不言弃的进取精神，让我们看到了一代又一代贸大人的求索精神。同是贸大人，我们的到来让校友感到学生时代的亲切感，我们与校友聊起了学校的变化，不禁感慨起了学校这几十年来风雨历程与变迁。作为一名成功的商业人士，呼振翼校友更像是一名亲切的学长。面对我们的提问，他都一一耐心地解答，既一针见血，又面面俱到。我们针对问卷里贸大同学所提出的疑问，事先整理出了一份提纲。呼振翼校友感叹现在教育质量的提高，也指出了就业与创业的优劣各自所在，同时给予我们具体的建议与帮助，来明确我们的内心与克服自身的短板；同时呼振翼校友也鼓励



大家勇于丰富自己的大学生活，并提出了殷切的希望与祝福。与呼振翼校友短短的一席话，令我们醍醐灌顶。

呼振翼校友指出，链条化是当今社会不断发展的必然趋势，而金融经济领域就像润滑各行各业的润滑剂。我们只有不断明确自己的内心，明确自己的角色定位，才能在这个竞争日益激烈的社会中稳稳扎根。同时，呼振翼校友指出，就业是为创业所进行的前期准备，包括资金、人脉，更重要的是经验的准备。但是绝大多数的人不适合创业，这个社会也需要有各司其职的人存在。无论是就业和创业，最重要的都是要考虑好自己的心之所向，就像困难无法将你真正的打到，只要你的内心够强大。

昨日今朝，已是一代人的岁月。如今的贸大，在65岁的华诞，也必将迎来新一轮的青春绽放。校友，作为连接在校师生和社会的纽带，起到了深化了我们与学校联系的作用。他们身上的优秀品质，便是受到贸大“博学、诚信、求索、笃行”八字校训熏染的真实写照。而我们作为新一代的贸大人，也必将不忘前人教诲，承前启后，书写出贸大人的新篇章！

本期完