

百年航程 有“侨”精彩③

华侨将军叶飞

侨务立法凝聚侨心

密素敏



叶飞将军

资料图片

叶飞1914年5月7日出生于菲律宾的一个华侨家庭，幼年回中国求学。1928年5月，他在厦门加入中国共产主义青年团，从此走上革命道路。在革命战争年代，叶飞出生入死、战功卓著，为民族独立和人民解放作出重大贡献，为新中国的诞生建立了不可磨灭的历史功绩。中华人民共和国成立后，他为中国的建设、改革的多项事业建立了不朽功勋，其中，他在侨务立法工作上倾注了大量心血。

改革开放后，叶飞任全国人大常委会副委员长兼华侨委员会主任，受中央委托，同时兼管侨办、侨联及整体侨务工作。叶飞把握十一届三中全会精神，不仅在宏观上推进侨务法律政策的完善，更亲力亲为抓具体项目。他与时任广东省省长梁灵光研究协商，决定在深圳特区专门划出一块地方，建设“华侨城”，作为华侨回国投资的一个窗口，以更好地吸引海外侨胞回国投资。他亲自为这个窗口取名“华侨城”。1989年10月，在华侨城内兴建的“锦绣中华”项目正式竣工，这是中国第一座缩微景观旅游景区，不到一年就收回了全部投资。此后，新的主题公园旅游景区“中国民俗文化村”“世界之窗”“欢乐谷”等也相继建成开放，取得可观效益。

与此同时，改革开放后，回国投资、探亲、工作、就学等的海外侨胞越来越多，中国面临着落实侨务政策、保护归侨侨眷权益等多种问题。当时，中国的侨务法律还是空白。在党和国家推进法制化工作的背景下，关于涉侨立法的呼声也很高。有着归侨身份、时任全国人大常委会副委员长、华侨委员会主任的叶飞对侨务立法非常重视。1985年12月，全国人大华侨委在厦门召开工作座谈会，叶飞在会上提出“依法治侨”“依法护侨”。他说：“侨务政策已基本落实了，侨务工作需要逐步转向依靠法律办事，纳入法制的轨道，用法律手段来保护归侨侨眷权益、凝聚侨心。”由于涉侨立法的政策性很强，需要多部门协同，难度较大，还可能引起侨胞住在国政府的警惕。为此，叶飞提出了“先后后难、先国内后国外、先简单后复杂”的思路。此后，我国第一个侨务法律《归侨侨眷权益保护法》的起草制定工作启动。

起草组在叶飞同志领导下，坚持广泛听取意见，深入开展调研，短短两年内七易其稿。为促进《归侨侨眷权益保护法》早日出台，1989年10月，全国人大华侨委又在华侨历史悠久的侨务资源丰富、引进侨资最多的广东省召开座谈会，进一步坚定了推进侨务立法的方向，吸收了广东侨务工作实践中的宝贵经验和建议。

1990年5月，《归侨侨眷权益保护法》立法工作进入关键时期，叶飞亲自到我国另一侨务工作大省福建主持召开座谈会，根据讨论的意见对草案进行修改、定稿。其后，全国人大华侨委紧锣密鼓地征求有关部门负责人、法律专家、有关学者的意见并积极做解释、疏通工作，于6月提请全国人大常委会审定。

1990年9月7日，第七届全国人大常委会第十五次会议审议通过《中华人民共和国归侨侨眷权益保护法》，于1991年1月1日起施行。这一法律的颁布和施行，在海内外侨界产生了很大反响，受到了普遍关注和拥护。此后，各省、自治区、直辖市根据该法的有关规定，结合本地实际，制定出相应的实施办法。国务院也于1993年制定并颁布了实施办法。

1999年4月18日，叶飞同志因病在北京逝世，享年85岁。叶飞逝世后，菲律宾在叶飞的家乡建立了“叶飞将军纪念馆”和“叶飞学校”，在公园里竖立了一比一高的叶飞铜像，铜像的座基上并排刻上两行字：“菲律宾的儿子中国的英雄，中国的儿子菲律宾的英雄。”

金恒丰科技集团董事长施乾平——

让中国品牌在世界上更好立起来

杨宁 陈晨

庆祝中国共产党成立100周年

侨胞说·祖国在我心中⑤

在喷印行业打拼了几十年，施乾平始终怀着一个梦想：让中国品牌在世界舞台上立起来。从坚持走“中国造”的品牌化道路，到大胆研发新技术，抢占国际发展前沿，他从未轻言放弃。疫情期间，他紧急转产防疫物资，全力以赴抗击疫情。

以下是他的自述。

勇敢追梦 不负韶华

我20多年前到美国创业，开阔眼界的同时也接触到各种不同的声音。那时，在外国的眼中，中国品牌意味着品质低劣，中国产品就是假冒伪劣产品的代名词。这种评价听多了，心里逐渐产生一种冲动，一定要在自己的领域把中国品牌立起来，让外国人看着中国产品也可以做得很好。后来这变成了我的一种执念，一种梦想。

1999年，我在北京中关村创立了北京金恒丰科技有限公司，着手开拓中国工业打印机的自主制造领域。即便一开始从一家小厂房、几个工人做起，我也坚持走品牌化之路，坚持把产品质量放在第一位。渐渐地，凭借真诚和品质，我得到了客户的信任，逐步打开市场。

在企业由弱变强的过程中，来自利润、市场等方面的诱惑层出不穷。这些年来我对于工业打印机制造事业的专注，不只是因为兴趣，更因为一个清晰的目标——做全球细分市场的行业领军，打造细分市场的中国品牌。正是在这种目标的指引下，经过20多年发展，金恒丰科技集团已成为全球细分市场的行业标杆，终结了海外品牌占据高端工业打印机市场主流的历史。

我始终认为，将“中国造”的技术产品、文化精神传递给世界，让全球消费者建立起对中国品牌的信心，是我们这一代华人企业家的历史使命和责任担当。只要我们每一个科技企业，都能在众多细分市场做专、做实、做强、做长，就一定能在世界舞台上脱颖而出，为中国品牌内亮世界一分力。

伟大是熬出来的

2006年，我发现欧美国家开始陆续颁布法令，要求生产节能环保的打印机。我认准环保是未来工业打印发展的必然趋势，所以将目标锁定在当时国际市场上技术更为先进、更为环保的高精度UV环保打印机。

这个决定是大胆、冒险的。因为，当时正值国内喷绘机市场的“黄金时代”，环保打印机因为



施乾平（右）在工作中

受访者供图

价格高昂不被国内市场认可。很多人反对我的选择，认为做喷绘机已经非常赚钱了，没必要再冒险去走一条艰难而前景不明的路。

但我认为，企业要想发展壮大，不能只看到今天的辉煌，看不到明天的危机，选择了就必须坚持。2008年，机会终于来了，受金融危机冲击，业内许多国际知名大公司减薪裁员，我抓住契机招揽了一大批业务精湛的技术骨干和管理高手，为研发团队注入大量新鲜血液。2010年，公司率先研制出5米宽幅UV环保打印机。

然而，我们自主研发的技术突破了，高端的产品造出来了，市场却不买账。当时只有进口打印机才能卖100多万元人民币一台，国产机都是卖20万-30万元一台，而我们的产品售价则已经达到了128万元一台。虽然成为展会的焦点，但是当时的客户却不能接受一个国产品牌卖到100多万元，我们的产品在两年内没有销售出去一台。

公司长期承受研发投入的“零回报”，公司内部对企业发展方向争执不断、众说纷纭。面临这些困难，我也曾摇摆不定，信心不足，甚至可以说是举步维艰。

那段时间，我看了多部红色影视剧，读了很多党史资料。中国共产党在苦难中成长、在挫折中奋起、在奋斗中壮大的历程，给了我极大的触动和启发。

我从新中国成立之初的中国外交历程中汲取了巨大精神力量。企业再难也难不过当时的新政权，市场环境再恶也恶不过当时的国际形势。既然认准了道路，就要坚持下去，决不后退，伟大一定是熬出来的。

2013年8月，我邀请了400多位喷印行业的业内专家和客户，在泰山脚下举办了喷印行业环保发展高峰论坛“泰山论道”。我们把国内外设备打印的作品去掉标签，现场比对。最终让大家相信，成像品质毫无差别，金恒丰的打印品质甚至更胜一筹。

通过这次活动，我们最终卖出了6台设备。随后，我们暂停销售全力帮助这6家客户开拓市场，当年就使他们跃升成为当地业内最成功的企业，牢固立起了行业标杆，金恒丰“以卓越的产品和服务助力客户成长”的口碑在业内广为传播。

随后几年，随着一系列高端产品渐次推向市场，金恒丰连续在国内外多个城市举办30余场大型行业发展、绿色环保、企业联盟发展等论坛，不遗余力推介国产品牌，不断定义行业标准。开始有越来越多的知名工业打印机企业与金恒丰合作。2020年，我们联合多家国内顶尖科研机构成立工业打印机研究机构，进一步布局抢占国际行业发展前沿。

国之所需 责无旁贷

2020年年初，面对突如其来的疫情，我在捐款和筹措防疫物资的同时，考虑如何发挥自身优势，为抗击疫情发挥更大作用。农历年初三，我召集召开董事会，决定暂停金恒丰主营业务，利用20多年沉淀的技术、运营经验积累，全力以赴紧急转产口罩和口罩机。

金恒丰从全国各地紧急调集40多位工程师汇聚济南，展开抗疫会战。历经7天7夜，全新的全自动口罩机设计出炉。克服种种困难，一个月之内，生产500台口罩机，筹建70条高速全自动口罩生产线，建设2000平方米的十万级无菌净化车间和6000平方米生产加工车间，形成日产500万口罩的生产能力，最高峰时日产800万片……

因为在抗击新冠肺炎疫情的贡献，我荣获了2020年度中国侨界贡献奖和致公党抗击新冠肺炎疫情先进个人等荣誉。

2020年9月8日，我受邀在人民大会堂参加全国抗击疫情表彰大会。聆听习近平总书记的重要讲话，回顾惊心动魄的抗疫大战，回想助力抗疫期间的种种煎熬和艰难，回想起同事们不眠不休复工复产、在寒冷的冬夜和衣而眠等一幕幕场景，我不禁热泪盈眶、激动不已。

今年7月，我很荣幸作为侨界代表受邀赴北京参加庆祝中国共产党成立100周年系列活动，充分感受到中国共产党带领中华民族追求复兴的百年奋斗，极大地增强了中国人的志气、骨气、底气。

作为一名沐浴着党恩雨露成长起来的侨商，我一定不负时代、不负韶华，更加踏踏实实立足本职岗位建功立业，把企业发展融入党和国家事业大棋局，为一域争光、更为全局添彩。

月是故乡明

睿加 李慧

月是故乡明，对于很多华侨华人而言，传统佳节不仅是游子思念故乡的节日，也是追宗溯源、传播文化的契机。

举办歌会，人们会同当地人一起唱歌。这不仅可以让游子更好地感受节日的氛围，同时也让心灵有了更多的归属感。

寄托情感 赓续传统

贺栋2014年来到新加坡，目前在一家中资企业从事风险管理工作。作为一名华侨，他说：“中秋赏月，还是更加期待与家人团圆。不管走到哪里，祖国永远是根，故乡只有一个。”

对海外游子而言，传统节日也许没有地道的家乡菜，但有对祖国的思念。贺栋不愿意错过每一个传统节日，因为每一个节日都在提醒他来自何方。他坦言，“在国内时，过节更多的是期待着放假、吃节日美食，而今在国外，对节日背后所积淀的传统文化兴趣更加浓厚。”

新加坡是个多民族的国家，社会整体包容开放，对各个民族的节日接纳度都较高。多元文化中，贺栋讲：“其他民族的节日也许只是了解，但自己的节日一定要过，哪怕中秋只是吃一块月饼、元宵节只是吃一碗汤圆，也要过。”因为节日的背后寄托的不仅是思乡情感，更是对自己身份的确认。

意识强烈 氛围浓厚

在说到如何过中秋时，贺栋说，“以前在国内，并没有感受到节日氛围那么浓厚，可能是习以为常，不足为奇的缘故。”在新加坡，很多华侨华人反而更加重视传统节日的仪式，如中秋节不仅会有基本的赏月、吃月饼，也会去逛花灯会，十分热闹与隆重。可能这真的是因为物理空间越是遥远，内心越是感到难得。在这里，大家焦点不在于去消费节日，而是用真心去感受节日文化。

很多在中国国内逐渐消逝的民俗传统在新加坡都能够看到，特别是一些广东、福建的民俗节日。比如新加坡华人很重视农历七月，在晚上大家会

佳节出海 共情共鸣

张奇是阿根廷布宜诺斯艾利斯大学孔子学院的中方院长，2018年9月，她来到这里教学，3年的时间，她亲眼见证了传统节日文化对于布大孔院及中阿友谊的重要作用。

在谈到这几年来她在海外过节的情景时，她说：“节日之所以幸福，是因为团聚，节日时我会更加思念祖国与亲人。我们的祖国日益强大，外国友人对我们的节日也非常关注，这让我感到我们的工作很有意义，可以冲淡我的思乡之情，激励我更加努力地传播中国传统节日文化。”

中国传统节日不仅寄托海外游子的思乡之情，也是中国文化传播的重要途径。在布大孔院，每年都会围绕清明节、端午节、中秋节、春节等传统节日向当地民众开展相关活动。

张奇说：“最受欢迎的节日当属春节，春节期间，击鼓传红包、包饺子、贴春联、拜年等活动都受到了阿根廷民众的喜爱。他们通过活动更好地了解中国传统文化中家庭团圆的美好，这也与阿根廷当地节日文化中的‘团聚’相吻合，能够跨越文化差异，引发人们共鸣。”

当提及中国传统文化如何在海外传播时，张奇谈道：“不仅要通过活动、美食等方式吸引大家，更要以当地民众喜闻乐见的方式呈现。如阿根廷当地很多民众喜欢阅读，布大孔院就举办关于中国传统节日文化的知识讲座，讲解节日起源，让大家不仅知其然，更知其所以然。比如老师对中秋节的讲解，从古时神话中的嫦娥奔月到如今中国航天事业的蓬勃发展，让当地民众不仅了解到中国传统节日文化背后蕴含的美好寄托，更看到了今天中国的美好前景，进一步加深其对中国更加全面立体的认知。”

共鸣源于共情。国之交在于民相亲，民相亲在于心相通。世界各地文化虽不同，但人类对生活的热爱、对烟火气和人情味的欣赏却是共通的。



侨乡新貌

10月2日下午，在福建泉州非物质文化遗产馆里，市民们在观赏之中感受泉州非遗文化的魅力。

图为市民正在观赏泉州的非遗文化。

林升摄（人民图片）