



## 中国 该如何 留住人才?

美国《侨报》近日刊文说，独特的“移民效应”使美国得以迅速崛起。美国之所以成了人才的汇集之地，不仅是因为其具备相当雄厚的经济实力，更是因为他们有激励创新的良好制度。中国究竟要靠什么吸引人才、造就人才并留住人才？如果中国的商业环境、教育质量、社会风气和法制环境在今后都得到改善，相信那时候自有答案。

### 文章摘编如下：

中国富裕阶层和知识精英正成为新一轮移民的主力军，移民人口组成也日益偏向中产阶级。有关数据显示，80%以上申请人最直接的移民原因是子女教育。报告认为，这些申请人担忧中国的教育水平落后于西方发达国家，培养出的学生缺乏想象力和创造力，而世界排名前500大学中，仅有12所在中国。

此外，中国转型时期社会制度、体制的漏洞以及法律、道德与文化的缺陷，造成了一些人获取财富的手段不合法，保障财富安全是投资移民考虑的第二大因素。而大陆商业竞争环境的不规范导致中小企业生存困难，也导致了“移民潮”。

美国学者克里斯托弗·詹克斯等人在《谁将领先》一书中，通过对美国社会分层的研究，得出结论：一个青年人的最终地位和工资收益的最明显可见的预兆就是他的受教育年限。正因为越来越多的人认识到了教育和收入的密切相关性，才有了越来越多的有钱人选择让子女出国留学，这说明目前大陆教育水准不能满足财富精英的需求。当然，现实绝非应试教育与素质教育的转化那么简单，出国留学的背后有着更深层次的隐忧。移民群体实际上是要追求自身和子女更好的发展空间。

中国不少亿万富豪已移民，财富如此轻易地流失海外，中国未来怎么办？不妨看看美国的经验。

美国是一个典型的移民国家，自1607年英国在北美建立第一块殖民地——詹姆斯敦以来，各国移民就开始源源不断地涌入美国。美国社会经济所取得的每一次巨大飞跃，几乎都伴随着大规模的移民活动。正是这种独特的“移民效应”使美国得以迅速崛起。笔者想说的是，美国能够吸纳全世界大多数顶尖人才的原因，不仅仅是因为它的硬件基础，更主要是因为它比世界上任何一个国家都更重视关于人才的态度与制度，有着完备的法治环境，保障了人才的报酬、生活和成长环境。

不难看出，美国之所以成了人才的汇集之地，不仅是因为其具备相当雄厚的经济实力，更是因为它有激励创新的良好制度。中国究竟要靠什么吸引人才、造就人才并留住人才？如果中国的商业环境、教育质量、社会风气和法制环境在今后都得到改善，相信那时候自有答案。而各级政府只有加快推进基本公共服务均等化进程，创造更加自由的学术氛围、更加民主的政治体制和更加公平的竞争环境，才能改变当前公民尤其是财富精英“用脚投票”的尴尬。

(郭立场)

# 助力中国软实力提升 海外侨胞释放文化正能量

本报记者 张红

## 中国元素的跳跃

中国元素越来越受欢迎了。海外华裔青少年和外国朋友正在通过各种方式与中国文化亲密接触。

前几天，参加“第十五届世界海南青少年冬令营”的海外华裔青少年们刚刚结束了他们在海南师范大学的中国传统文化课程。其中的剪纸课引起了营员们的极大兴趣。看着一张普通的纸能剪出那么多图案，营员们个个兴致勃勃。海南冬令营活动自从2000年开办至今，已成功举办14届，有来自世界各地的华裔青少年超过1000人参加。而这个活动只是海外华裔青少年“中国寻根之旅”系列活动的一部分。

不久前，由中国国务院侨办、中国海外交流协会主办，广东省侨办承办，禅武中心协办的“第二十三期海外华人文化社团中华才艺(狮艺)培训班”在广东禅武中心文化馆举行结业典礼，来自10个国家的40名学员经过20天的禅武狮艺培训学习圆满结束。在20天的课程里，学员们了解了禅武文化，学习了狮艺理论、基本步型及套路，领略了中国的禅茶、书画等艺术，聆听了中医文化等讲座。

作为中国文化的载体，汉语的推广也取得了越来越大的成绩。据加拿大《星岛日报》报道，在华人聚居的大城市里，不少老外为方便与华人沟通，不仅精通汉语，更是学而优则

教。他们通过出书、办学或其他方法教授其他外国人学习汉语。汉语专家指出，老外教中文，充分体现了汉语走向国际化的趋势。

说起海外的中国元素，自然离不开各种传统节日。如今，中国的春节、端午节、中秋节等传统节日已成为许多外国朋友津津乐道的盛事，唐装、红灯笼、中国结等成为他们喜爱的物件儿，舞龙、舞狮、赛龙舟等成为他们热衷参与的盛会。

## 文化基因的魅力

这些中国元素如音符般跳跃在世界舞台上，其反映的正是中国软实力的提升，而海外侨胞在其中做出了独特的贡献。

不久前，由华侨大学与社会科学文献出版社联合主办的《华侨华人蓝皮书/华侨华人研究报告(2012)》(以下简称蓝皮书)在京发布。华侨大学华侨华人研究院特聘教授王志章对“软实力”的理解是“一种认同感、吸引力”。海外侨胞在一定程度上既是中国文化的承载者，又是祖(籍)国形象的代表者。他们长期或短期居住在国外，或是已经加入他国国籍，这种特殊背景使他们成为住在国了解中国的一扇窗户，成为世界了解中国的一座桥梁。

对海外侨胞在提升中国软实力方面所做的贡献，王志章进行了一番梳理。他指出，首先，他们促进了中国发展模式在海外的传播。这其中，海外华商的桥梁纽带作用不可忽视。由于

受到中华文化的熏陶和在直接参与中国经济发展中所积累的经验，华侨华人常常会在经营和管理中将中国发展的文化理念植入自己的企业精神之中，带到住在国，产生扩散效应。换言之，成功的华商在践行中华传统文化价值的过程中，把中国发展的新理念带到了世界，让世界更加了解中国。其次，推动了海外学习汉语的热潮。第三，以文化为媒架起了民间交往的桥梁。第四，借助华文媒体提升了中国的“声誉资本”。第五，凭借社团组织增强了华侨华人的凝聚力。

蓝皮书指出，传统价值观念可以被认为是“一种民族文化遗传基因”，中华民族的归属与认同是凝聚华侨华人的“磁石”。带着这种文化基因走向世界各地的华侨华人在释放文化能量的同时，也在不断吸收他国文化，实现文化的融合与创新，构建中国软实力的新元素。

## 为了更好的明天

“十二五”规划中提出了“增强中华文化国际竞争力和影响力，提升国家软实力”的目标，强调了提高国家文化软实力的重要性。作为中华民族的重要组成部分，海外侨胞在提高中国软实力方面的作用不容忽视。

不过，蓝皮书指出，目前海外侨胞的作用受到了一些限制。比如，文化“赤字”现象突出，无法满足华侨华人对祖(籍)国文化了解和传播的需求；国家软实力建设模式单一，海外华文媒体整体实力不强，缺乏针对

性；华侨华人优势资源整合不力，群体形象仍未得到彻底改变等。

针对这些问题，国家相关部门已经在努力了。比如，国务院侨办精心打造“文化中国”品牌，其中包括“四海同春”、“名家讲坛”、“中华才艺”、“中华医学”、“中华美食”、“中华武术”等特色文化活动。这正是国侨办应海外侨胞日益增长的精神文化需求，重点打造的侨务文化品牌。

不过，在强调海外侨胞为提升中国软实力做贡献的同时，有些问题需要多加注意。中国社会科学院世界历史研究所研究员邱立本在蓝皮书中强调，不能把华侨华人简单地说是中国的软实力，更不能把他们当成中国的代理人，以免授人以柄。此外，王志章还在蓝皮书中建议，要为华侨华人在构建国家软实力中发挥作用提供法律保障；建立预警机制，高度关切海外侨胞的人身安全；建立健全侨情信息反馈机制等。

左图：近日，“第二十三期海外华人文化社团中华才艺(狮艺)培训班”在广东禅武中心文化馆举行结业典礼。图为学员汇报演出现场。

中图：中国茶在韩国受欢迎，华人茶艺师于首尔教授健康饮茶。图为中国上海黄浦区茶艺师魏磊2012年在首尔新罗酒店表演中国普洱茶茶艺。

右图：正在教汉语的加拿大老师。



每年纽约庆祝农历新年的重头戏是在唐人街举行的“新春花车大游行”，许多美国政界人士也乐于参与其中。图为2012年春节盛况。



来自西班牙马德里华侨华人妇女联合会的参赛选手在2012文化中国·全球华人中华才艺(舞蹈)大赛颁奖晚会上表演获奖节目《红梅赞》。

## 海外侨胞节日消费掀新篇

# 狂欢不忘理性

滕红真

每年感恩节之后的第一个星期五，都会准时拉开美国最疯狂圣诞打折季的序幕，这股购物风一般会持续到元旦假期结束。不过，对于海外华人来说，元旦之后中国年的到来将拉长其节日季的购物线。狂欢之下，海外华人的消费是大手大脚还是趋于理性？



节日狂欢下华人购物趋于理性选择

## 买东西精打细算

节日里入乡随俗，海外华人也在忙着购买礼物，送给邻居、同事及亲人，以表示祝福的心意。美国零售业协会 NRF 的调查显示，2012年美国华人节日购物的平均花费将比全美平均水平高60多美元。

据美国《侨报》报道，不少华裔人士表示，除了在节日时购买必须的礼物之外，犒劳自己的购物通常都在节后促销时买。来自上海的汪先生表示，美国的促销降价是真正的降价，那时才是出手抢购的真正时机。

此外，不少海外华人选择网上消费。他们认为，这不仅节省排队的时间，更是在节省花费。北美华人折扣信息网站 DealMoon 于2012年11月发布的调查报告显示，2011年，70%左右实体店体的感恩节促销产品在网都可以以同样或是更低的折扣买到。而2012年的调查数据则显示，会在网上参与感恩节促销的美国华人占89%，只准备在实体店抢购的仅占5%。

## 花银子做长远打算

据加拿大《明报》报道，今年海外华人在购物时较多选择实用物品，例如上学用的背包、文具、帽子、手套、拖鞋、计算机等。多伦多华裔表示，这不像往日经济好时，只要是小孩

子喜欢的，即使是不实用的公仔，大人也会买给他们。

经济的不景气影响了海外华人的购物选择。年关将至，海外华人成为典当物品的大买家。有专家指出，看得出来，不少人是在做长远打算。

据美国罗斯密市布朗当铺的华人工段女士透露，当品往往以低于市场价一半甚至2/3的价格出售，华人买家一般会选购保值性高的名表、珠宝，很多华人将此举作为一种投资，通过卖出所购当品获取差价赢得利润。

英国《泰晤士报》称，在英华人常常选择在折扣店内消费。有店主表示，不同于西方人“及时行乐”的消费习惯，居住在英国的华人更倾向于保守的理财观念，他们乐于存钱并倾向于将钱花在电子设备或其他保值性高的物品上。此外，旅游也是近年来在英华人消费的重要领域。

## 理性消费折射心态变化

对奢侈品趋之若鹜、过于追逐品牌、将信用卡刷爆……已成为传统媒体对华人购物的主要印象。其实，那些在海外生活并定居的华人的消费非常务实。据美国《侨报》报道，有华裔表示：“起大早排队抢购便宜货，其实是得不偿失。所谓的便宜能比平时便宜多少呢？”

当然，收入的差异也会影响海外华人的购物对策。有媒体报道，不少海外华人会定期关注打折网站，寻觅想要购买的“猎物”，并在折扣力度较大时将其“拿下”。这已经开始成为一部分人的消费习惯，这种习惯反映出华人买家的谨慎选择和耐心观望。

海外华人在购物热潮中开始坚持理性消费，这从侧面反映了他们心态上的变化。分析指出，不再依靠物质表象为自身代言，海外华人正变得越来越自信。他们不再过于依赖名牌“包装”自己，而是通过教育、文化及工作真正提升自身的地位，并逐渐融入当地社会。



华裔书法家谭超得到加拿大邮务公司的邀请，为其即将发行的2013“蛇年”邮票题写中文吉祥语句。(本版图片均为资料图片 张敏整理)