

第九次全国归侨侨眷代表大会（简称“九代会”）期间，笔者仔细翻阅了中国侨联和各地侨联的所有资料。它给笔者一个强烈的印象是，从有形到无形，从侨界到非侨界，从国内到国外，侨联用行动证明，“侨文化”从未离开过我们身边。

记得在2012年4月中国侨联在山西太原召开的文化工作会议上，中国侨联主席林军就指出，“侨文化”的渗透力很强，能影响到海内外的各个领域、各个层面。“在如此重要的舞台上，我们当然应该有所作为。”

他们是这么说，也是这么做的。可以说，这也从某种程度上解释了海内外“侨文化”活跃的原因。

小侨联大视野

说起中国侨联，可谓机构小，人员少，这是他们的现状。但面对国内和海外，他们联系着几千万海外侨胞和几千万国内归侨侨眷，舞台不可谓不大，联系面不可谓不广，这也是中国侨联的性质和特点。这样的舞台，给中国侨联在文化方面做大事提供了无限的空间。

有舞台，有空间，首先需要有大气势。“如果把文化工作的思路仅仅局限在依托侨界开展文艺演出等活动，这肯定是不够的。”林军认为，“文化包括人类社会在发展进程中所创造的物质财富和精神财富，弘扬中华文化，必须联合各方面的力量才有可能做好。”

所以，中国侨联提出了“大文化”的战略思想。这个战略思想简单地说，就是借助社会各方的力量，不断充实文化工作的载体，开展具有侨特色的、内容丰富、形式多样的各种文化活动。

2011年，围绕着“纪念辛亥革命100周年”，中国侨联借助各界力量，举办了多场有社会影响的活动。其中有：在澳门举办了华侨华人纪念辛亥革命100周年大会；在北京举办了全国侨史学界纪念辛亥革命100周年学术研讨会；与宁夏侨联在北京联合举办了左右任书法展；与西部电影集团公司等单位联合摄制电影《钱学森》；作为《辛亥革命》电影拍摄支持单位之一，与致公党中央等联合举办《辛亥革命》电影招待会和海内外侨界座谈会。

中国侨联举办的“纪念辛亥革命100周年”图片全球巡展活动，还走进联合国总部，邀请了联合国副秘书长、我驻联合国副代表、外国使节、当地政要以及众多海外侨胞参观，在海内外引起了强烈反响。

在中华文化传播方面，中国侨联将华裔新生代学习中华文化作为长远着眼点，积极推进海外华文教育和侨界青少年交流。多年来，中国侨联与有关单位合作，在广大海外侨团和海外华文学校的参与下，连续14年举办“世界华人学生作文大赛”，参加人数逐年递增，海外影响力持续走强。2013年，第十四届作文大赛共吸引五大洲近30个国家和地区的700多万华人学生参加比赛，50余名获奖学生及指导教师受邀来中国参加“世界华人学生作文大赛获奖师生夏令营”。

林军指出，要努力把这一活动办成一个展示海外华文教育成果的盛会，一个编织海内外中华儿女文化亲情纽带的盛会。

为进一步推动侨界文化大发展大繁荣，中国侨联利用自身优势，整合海内外资源，于2012年11月与中央电视台联合摄制《客家足迹行》大型系列电视片。该片采用“纪实+体验”的“快速纪录片”拍摄手法，以记者行走体验的形式，探寻客家迁徙历史，发现客家文化传承，以国际眼光、华人视角去观察这一独特民系的自然景观和人文风貌，展现客家人开疆拓土、爱国爱乡、勤劳刻苦的精神气质。为做好拍摄工作，中国侨联组派8个工作摄制组分赴印尼、新加坡、泰国、马来西亚、毛里求斯、南非、英国、荷兰、美国、加拿大、澳大利亚、新西兰等五大洲近20个国家和地区进行走访和录制。2013年4月1日，节目在央视国际频道一经播出，就在海外侨界引起强烈反响。

年鉴是国家各级机构编纂出版的反映年度工作情况和各方面发展情况的资料性工具书，具有权威性、系统性、科学性、知识性和实用性，具有“资政、教化、存史”的功能。为忠实记录侨联事业的发展、新经验、新成就，为各级侨联工作提供理论政策指导，向社会各界展示中国侨联的突出成绩，为中国侨联的发展存证，中国侨联已编辑出版《2011中国侨联年鉴》、《2012中国侨联年鉴》和《2013中国侨联年鉴》。

为了进一步开展华侨华人研究，中国侨联于2011年推出“中华全国归国华侨联合会课题”研究项目，广招国内专家学者展开研究，这是中国侨联第一次推出的课题研究项目。开展这项工作，一方面旨在集聚国内侨史学界力量，共同推动华侨华人学术研究事业的发展；另一方面期望能获得具有较大学术价值和社会影响的研究成果，繁荣我国社会科学领域，为党和国家的侨务工作提供决策依据。2011年共25个课题获得立项，2013—2015年度中国侨联课题于近期公布了立项课题名单。

中国华侨历史研究所于2011年开始启动“侨史工程”，广泛组织国内外华侨华人研究专家学者围绕各住在国、各省市区的侨史做一个系统的梳理，并就相关重大理论问题和实际问题展开深入研究，已编辑出版《贵州侨史》、《浙江华侨史》等。

中国华侨出版社在中国侨联领导下，不断坚定改革方向，锐意进取，走出了一条社会效益和经济效益协调发展的出版道路。中国华侨出版社2012年在全国图书零售市场的排名，已经由2011年的第21位上升至前10位，2012年的出书品种已经突破千种，目前拥有3亿元的市场销售份额。

中国华侨出版社还把研究、建立外向型的“走出去”工作机制当作重点来抓。目前已经与香港勤+缘出版社、台湾万卷楼图书股份公司、台湾龙文出版社等港台出版单位开展了相关版权和出版业务合作，准备伺机建立海外分社。

在做强主业的同时，中国华侨出版社注重文化软实力潜能的发掘，积极拓展出版产业的边界，向发展出版实业的战略目标进军。中国华侨出版社正与澳门国际展览有限公司共同筹备举办“亚洲文化创意产业与艺术品投资交易会”，展示和推广国际文化创意产业的新成果、新方向、新趋势，多层次地传递国际文化创意产业及艺术品市场发展的最新理念和成功经验。通过参与筹办会展，将与文化创意产业项目团队及机构建立深度合作关系，形成在文化创意产业领域的经营竞争能力。

中国华侨历史博物馆主体建筑结构已于2013年1月10日正式封顶，预计2014年竣工。建成后的中国华侨历史博物馆，将以服务国家，服务侨胞，服务社会为中心工作，以收藏华侨华人社会的历史文物，展示华侨华人社会的产生与发展，宣传党和国家的侨务工作方针、政策，针对侨的特点开展文化交流为基本功能。

四年多来，中国侨联的公益慈善工作一手抓慈善，拓展“侨爱心工程”项目，形成了“侨爱心小学”、“侨爱心卫生所”、“侨爱心图书室、电脑室”、“侨爱心学校校长培训班”、“珍珠班”、“树人班”等慈善项目；一手抓公益，以建立公益专项基金为平台，形成了涵盖科技教育、文化体育、医疗卫生、低碳环保、应急救难等诸多公益项目。各级侨联累计接收捐赠（款物）折合人民币11亿多元，开展了形式多样的具有“侨”特色的公益活动。尤其是高质量完成北川中学援建任务，新北川中学荣膺“2013年中国建筑设计奖”，成为全国瞩目的抗震救灾标志性建筑，成为侨界情系桑梓、和衷共济、共克时艰的爱心丰碑。

通过开展“西部阳光”、“微笑行动”、“爱童中国医疗”、“侨帮侨”等公益行动，创办“侨爱心365基金”，帮助贫困地区少数民族地区及困难群众的病患者累计20多万人次，捐建“侨爱心小学”、“侨爱心卫生院”、“侨爱心图书室”等265所（个），捐赠图书200多万册，资助教育、文化、体育等公益项目2000多个；“珍珠班”、“树人班”项目已帮助3万多寒门学子回到课堂，其中已毕业的1万多名学生全部圆了大学梦。

中国侨联公益机构及常态项目稳步发展，新成立省级侨联、地级侨联基金会15个，中国华侨公益基金会新成立专项基金25支，这些公益专项基金涉及诸多领域，延伸了公益事业的手臂，而且吸引了更多的人直接感受公益、参与公益、奉献公益。如弘扬京剧国粹、“侨爱心全国青少年足球邀请赛”等项目引起有关部门的重视。“珍珠班”、“树人班”等固定慈善品牌；各级侨联开展的“百侨助百村”和“送科技、送项目、送医疗”等活动，在社会上产生了广泛影响。

海外巡演，用盛大的节日欢庆烘托助力公共外交。“亲情中华”海外巡演不仅面向广大海外侨胞，而且力求融入当地主流社会，主场演出外国观众普遍达到30%或以上，大批政要和各界嘉宾纷纷出席演出现场。如“亲情中华”艺术团在美国达拉斯的演出，不仅吸引了当地市长、国会议员和众多知名企业家出席，美国前总统布什也专门发来贺信；“亲情中华”在斐济的演出，总统夫妇、总理夫妇及内阁成员打破外交惯例，同时出席晚会上观看演出。“亲情中华”在智利的演出，总统代表宣读了总统的贺信，有十几名内閣部长观看了演出。“亲情中华”在乌干达的演出，乌干达总理亲自出席并致辞。2010—2011年，“亲情中华”在美国中西部10个城市举办演出，时任驻芝加哥总领事黄屏亲临每一处演出现场，遍邀当地主流嘉宾观看，并借机遍访各州政要，开展深入高效的公共外交。他说：“中华文化具有非凡的亲力和影响力，‘亲情

「侨文化」

为何如此活跃？

聂传清

中华’是我开展对外工作的特殊平台。”

小群体大胸怀

相对于全国13亿人来说，相对于其他群体来说，侨界群众人数不是最多。但小群体并非不可以有大作为。

近年来，面对海内外侨胞思想观念多样化、精神需求多元化的发展趋势，浙江侨联组织以“亲情中华·书画巡展”为平台，贴近侨胞“送”文化；以“亲情中华·文艺巡演”为载体，凝聚侨心“建”文化；以“亲情中华·文化寻根”为契机，立足侨乡“种”文化；以“亲情中华·刊网并进”为手段，携手合力“强”文化，努力探索具有浙江特色、新侨特点的文化宣传工作新路子，取得了可喜的成果，实现了从“单项突破”向“整体推进”的转变。2011年5月，省侨联专门成立了浙江侨界文协，下设侨界书画院等3个专门机构，发展侨界会员200余名。先后投入50多万元，兴建了侨界文艺书画走廊。省侨联还专门设立浙江侨界首个文化发展专项基金，首期募集资金500余万元，组建侨界艺术团，加强中外文化交流。

广东省侨联和广州市侨联联合举办了第五届（广州）华人文化艺术节，吸引五大洲20多个国家和地区的侨胞参加。为配合文化强省建设，广东省侨联以文化阵地建设为突破口，推举出十个“侨界文化交流基地”、十个“侨资企业文化特色之星”和十个“海外文化交流中心”，初步搭建起文艺演出、书画交流、摄影展览等侨界文化交流平台。

青岛市侨联坚持在大局中思考，在大局中谋划，在大局中运行，着力唱响“三台戏”，即搭台唱戏、同台唱戏、借台唱戏，使侨联文化工作成为青岛市文化工作的重要组成部分。

中国华侨国际文化交流促进会是中国侨联开展国际文化交流的重要平台。文促会目前共有理事476名，包括国内理事99名、海外理事377名。海外理事分布于80个国家和地区。自新一届理事当选以来，文促会组织了多项文化活动。2011年6月，文促会承办的“亲情中华”海外侨胞祭祖暨革命圣地红色之旅活动在甘肃、陕西举行，海外理事在甘肃天水公祭中华人文始祖伏羲，同时组织安排文化、旅游、体育、商务会展等重点活动20余项，签约一批招商引资项目。

中国华侨摄影学会是中国侨联又一重要文化社团，现有会员579人，与世界各地数十个华侨华人摄影团体和众多华侨华人摄影家建立了密切的联系。2011年12月，由中国华侨摄影学会、台湾文化艺术界联合会牵头联合举办的《五代同堂——海峡两岸摄影名家精品联展》在北京中华世纪坛中心展厅拉开序幕。影展展出了20世纪以来200位中国老、中、青五代摄影家的200多幅精品



斐济总统、总理在观看“亲情中华”演出后接见艺术团全体演员并合影。



“亲情中华”走进台湾。



“亲情中华”在澳大利亚演出。

力作。展览从郎静山大师的《百鹤图》起始，到宋长青先生的《百麋图》结束，藉此寓意“百和、百美”。此次参展的作品来自海峡两岸，既有郎静山、吴印咸等老一代大师，也有年仅20岁出头的青年摄影新锐，从年龄层次上正好可以分为五代，因此冠名为“五代同堂”，同时蕴含着期盼两岸携手向前，共谋中华民族伟大复兴的民族福祉。

同月，中国华侨摄影学会、上海华侨摄影协会、美国洛城摄影学会、台湾摄影学会等联合主办的2011上海国际“郎静山摄影艺术奖”颁奖典礼暨获奖作品展览在上海举行。“郎静山摄影艺术奖”是目前国际上奖项规模最大、获奖人数最多的国际性摄影艺术奖，该活动得到了海内外广大摄影团体、摄影家和摄影爱好者的广泛参与和大力支持，至今已举办了五届，得到社会各界的好评。该摄影展于2012年3月又在美国洛杉矶国际摄影节上公开展出。

2012年9月14日，由中国侨联、中国文联、中国美术家协会、中国书法

家协会共同主办的“亲情中华——世界华侨华人美术书法展”在中国国家博物馆隆重开幕，全国政协副主席、中国文联主席孙家正出席开幕式并剪彩。中国侨联主席林军、中国文联党组书记、副主席赵实代表主办方讲话。60余位专程回国的海外艺术家和数百位国内书画界、侨界、新闻界人士出席开幕式。此次展览收到来自国内和海外39个国家和地区的近3000件作品。本次展览评选出“佳作作品”83幅，“入选作品”193幅。同时还特邀39幅作品参展，其中包括欧阳中石、黄永玉、范曾等大家的作品。

赵实指出，中国文联、中国侨联在开展中外文化交流方面各自具有独特的优势，应该以此次展览为契机，整合资源，加强合作，更好地为广大学术艺术家和广大侨胞服务，共同为中华文化的大发展大繁荣贡献力量。

2013年10月，由中国华侨摄影学会、中国华侨国际文化交流促进会、江苏省侨联、江苏省淮安市人民政府共同举办的《亲情中华——世界华侨华人摄影展》在江苏淮安举行，活动得到海内外华侨华人摄影家、摄影团体的热烈响应和鼎力支持。经过3个多月征稿，展览共收到了来自世界五大洲的30个国家和地区海内外华侨华人摄影家寄来的7000余幅作品。来稿作品中既有陈复礼等国际知名摄影大师的经典作品，也不乏国内归侨侨眷、港澳台胞眷属、侨联、侨务工作者的呕心之作。

中国侨联副主席齐卫指出，摄影这一在侨界中最普及的艺术形式，便于展示侨界摄影家的创作成果，便于传播亲情、友情和乡情，便于增进与海内外文化人士的联系和联谊，为中华文化的大发展大繁荣贡献力量。

中国华侨国际文化交流促进会和中国华侨摄影学会作为中国侨联的重要文化社团，历经多年打造和完善，已逐渐成为已成为中国侨联促进国际文化交流的重要平台和抓手。文化社团通过与地方政府联合举办活动，一方面宣传了地方政府多年来改革创新所取得的骄人成绩，另一方面也促进了地方政府招商引资、招才引智与海外商贸和人力资源的对接，实现了“文化”效应带动“经济”效应，“经济”效应吸引“文化”效应的良性循环。

“亲情中华”运行机制日臻完善，项目管理日益规范，社会化运作日趋成熟。中国侨联文化交流部部长陈迈说：“在梳理‘亲情中华’活动经验过程中，我们发现中华文化的海外市场潜力巨大，目前，中国国内并不缺节目资源和专业人才，缺的是促成国内演出团体与国外演出单位对接的中介组织，缺的是承接联络、服务保障的国外专业合作机构。只要我们精心编创涉外文艺节目，打造文化交流精品品牌，配合必要的财政扶持，借助社会化运作模式，积极依靠市场的力量，就一定能让中华文化‘走得远、走得好、走得久’。”

在五年多的探索和实践，“亲情中华”主题活动已摸索出一条社会化运作的新路径，即将巡演计划商驻外使领馆，以确定慰问演出和文化交流的重点区域；由中国侨联邀请国内主要文艺院团选派演员编排节目；由当地多家侨团及专业文化机构、媒体联合申请办理；由承办机构组建活动组委会并招募志愿者组织实施；由团组派出单位主要承担出访团的国际旅费；由承办机构通过售票、赞助等方式解决接待和演出场地等费用；由专业团队推荐和寻找境外合作方，逐步建立与外国知名演出公司的合作关系。在这种运作模式下，将国内资源、侨团资源、境外演出机构资源，较强地整合和搭配在一起，既为国家节省了大量外宣经费，又保证了活动的可持续发展，也更为主流社会所接受。

2013年11月，中国侨联主办的“亲情中华·追梦中国”音乐会在国家大剧院隆重上演。这次音乐会由侨办费用与国内两家颇具实力的公司赞助支持，山东侨联、中国华侨公益基金会等参与承办与筹备，这是“亲情中华”主题活动探索社会化运作、整合社会资源、开拓中外文化交流合作新模式的重要尝试。

齐卫说：“我们要发挥优势，突出特色，有效整合国内资源，持续拓展海外发展，推动侨界文化大发展大繁荣。”

2013年9月，中国侨联联合广西壮族自治区人民政府共同举办的“中国—东盟传统文化传承与传播文化论坛”在广西南宁举行，来自全球40个国家和地区的海外重要侨领、文化领域专家学者和海外华文媒体、华文学校代表共300余人参加论坛。论坛以“中国与东盟国家的传统文化传承与传播”为主题，以侨为桥，搭建相互学习、相互交流的平台，交流分享中国与东盟在传统文化建设的成功做法与经验，共同探讨传统文化传承与传播问题，对进一步弘扬中国与东盟各民族传统文化，推动中国与东盟传统文化的交流合作产生了积极影响。

小舞台大演出

品牌的优势和作用是不容忽视的。目前，“亲情中华”已经成为侨联文化工作的品牌，在服务侨胞需求，促进中华文化走向世界，加强中外友好交流等方面都发挥了重要作用，可谓“功不可没”。

2008年，中国侨联经过深入调研，决定启动“亲情中华”主题活动，其宗旨是弘扬中华文化、慰问海外侨胞、服务公共外交、加强中外友好。五年来，主题活动以亲情为纽带，以文化活动为载体，以海外巡演为突破口，迅速发展壮大，尤其是“亲情中华”海外巡演凸显综合性多重成效，有效服务了我国侨务、文化和外交工作的发展。

“亲情中华”海外巡演行动，坚持高起点、规模化、公益性、常态化，五年来，全国侨联系统共组织了111个“亲情中华”艺术团，赴世界62个国家和地区的200多个城市巡演551场，其中，中国侨联组派了43个“亲情中华”艺术团，在五大洲47个国家和地区的123个城市巡演237场，同时举办数百场联欢交流活动。

海外巡演行动受到海外华侨华人的热烈欢迎。很多侨社团都把“亲情中华”艺术团演出的日子作为当年的春节来过，提前一个多月就在当地的华文报纸上大篇幅刊登艺术团的海报和演出信息。一些侨胞居住的城市离演出剧院很远，但他们还是连夜开车几百公里赶来观看。有的还特意请好假，提前一天就赶到演出城市，生怕错过艺术团演出。演出开始前，很多侨胞提前3个多小时就来剧场，热情地承担志愿者服务。演出结束后，很多侨胞热情地跑到台上和后台与艺术团成员合影，久久不愿离去。艺术团离开剧场时，有的侨胞握着演职人员的手，眼里含着泪问明年是否还会来。这些感人的场面令艺术团的演员深受震撼和感动，很多演员都提出希望为侨胞加演1—2个节目，致使演出时长经常超出预计。目前，“亲情中华”已成为近些年来持之以恒，以一个主题在海外到访城市最多、演出场次最多、现场观众人数最多的活动项目，受到海外侨胞的广泛关注和热烈欢迎，品牌影响力显著提升。

海外巡演促进了侨社和谐，拉近了彼此距离。每次慰问演出，都有多个侨团在使领馆的指导下，共同参与，联合举办，经常是一场活动主办机构超过10家，很多持有异见的具有两岸三地背景的侨社因此而走到了一起，很多常年不搞活动的侨社团因此而焕发了活力，艺术团的到来极大地促进了侨界的团结与和谐。此外，艺术团的演出还成为海外侨胞沟通交流、共谋族裔发展的大聚会，成为海外侨胞支持家乡建设和关注祖（籍）国发展的小窗口，成为海外侨胞与国内工商界沟通交流信息、洽谈经贸技术合作的新媒介。

“弘扬中华文化、慰问海外侨胞、服务公共外交，加强中外友好”是贯穿“亲情中华”系列活动的主题和宗旨，因此主题活动内容十分丰富，具有很强的内涵包容性和外延拓展性。

除了“亲情中华”海外巡演行动之外，中国侨联组织开展了“亲情中华·世界华侨华人美术书法展”系列活动、“亲情中华·世界华侨华人摄影展”系列活动、“亲情中华·祖国惦念您”大型春节联欢晚会、“亲情中华·中医药海外行”、“亲情中华·华文教育讲习团”、“亲情中华·世博行”、“亲情中华·快乐飞行”、“亲情中华·追梦中国”音乐会等。地方侨联组织开展了“亲情中华·文化寻根”、“亲情中华·魅力国学”、“亲情中华·海上律动”、“亲情中华·情系海西”、“亲情中华·魅力湖南”、“亲情中华·美丽海南”、“亲情中华·锦绣江苏”等，内容涉及美术、书法、摄影、综艺、中医药、华文教育、世博会、音乐会、国学、体育及有地方特色的各类活动。

“从某种意义上来说，亲情中华已不仅仅是一般意义上的文艺演出。”林军说，“其产生的影响和效果是多方面的。‘亲情中华’系列活动已经成为传播中华优秀传统文化，团结凝聚海外侨胞、彰显中国文化软实力和开展公共外交的大舞台。”“亲情中华”海外巡演影响越来越大，目前中国侨联几乎每周都会从不同渠道收到海外侨社团关于“亲情中华”海外巡演的咨询、建议和申请。我驻外使领馆及国内有关部门亦对“亲情中华”艺术团的演出给予高度赞誉，并表达希望中国侨联继续组建艺术团体的强烈愿望。目前“亲情中华”在谷歌网络关键词搜索中从最初的20万条猛增到现在的910万条，“亲情中华”的品牌知名度已极大提升。

很多重要媒体对巡演行动进行了多角度、大篇幅、高频率的报道。新华社已对“亲情中华”慰问演出行动进行了多次报道，认为“亲情中华”海外巡演已经不仅仅是一般意义上的慰问演出，其产生的影响和效果具有很强的综合性和多重性，涉及政治、经济、文化、外交、意识形态、双边关系等多个方面，并已成为彰显中国文化软实力和开展公共外交的重要舞台。