

海外华侨华人代际交替系统化创新传播研究 ——基于三类传播实践的比较分析

□ 朱少乾 陈奕平

【摘要】本文采用多案例比较研究方法，将海外华侨华人代际交替作为核心变量，以传播目标为划分依据，将涉侨传播划分为文化认同建构型、公共服务支持型、国际形象建构型三种类型，并据此构建包含对象识别、内容配置、渠道安排、运行机制的分析框架。研究案例覆盖老一代侨胞、华裔新生代、青年新移民群体三大代际单元。研究发现，代际交替已成为重构涉侨传播底层逻辑的核心自变量，三类传播虽已形成差异化的代际适配路径，但均存在系统性短板。本研究尝试构建涉侨系统化创新传播机制，以期为新时代表侨传播的理论与实践提供学术参考。

【关键词】海外华侨华人 代际交替 涉侨传播 创新研究

当前全球国际移民总量已经超过3亿，海外华侨华人作为跨国流动的核心群体之一，正经历着深刻的代际交替进程。本文所指的代际交替，是伴随着跨国人口流动的代际更迭，海外华侨华人群体在人口结构、需求结构、媒介话语权上发生结构性转移的动态过程，即以改革开放前定居海外的老一代移民为代表的传统受众权重逐步下降，而在海外出生成长的华裔新生代、新世纪后出国的青年新移民，逐步成为涉侨传播的核心受众与传播主体。本文界定了三大代际单元标准，老一代侨胞是指改革开放前移居海外的第一代移民，华裔新生代是指在海外出生成长的第二、三代华裔，青年新移民是指新世纪后赴海外定居的青年群体，这三类代际单元在成长环境、文化根基、身份认同、媒介使用习惯上有本质差异，共同构成了代际交替进程中的核心受众主体。

代际交替引发的结构性分化深刻影响了传统涉侨传播的运行基础，从政策层面看，国家相关

部门在新时代侨务工作部署中明确提出推进“互联网+侨务工作”，完善公共服务体系建设，将涉侨传播延伸至文化联结等复合场景。基于此，本文聚焦三个核心问题：一是以核心传播目的为划分依据，新时代涉侨传播可归纳为哪些差异化的实践范式；二是各类传播实践如何回应代际交替引发的需求变化；三是适配代际交替的系统化创新传播存在哪些不容忽视的短板。本文以代际交替为核心变量，通过多案例比较分析，为涉侨传播的机制重构提供理论与实践参考。

一、海外华侨华人传播研究

近五年来，有关面向海外华侨华人的传播研究不断深化，为本文提供了坚实的理论与实证基础。

身份认同、公共服务与跨文化传播研究从群体差异、服务适配和外部语境三大层面拓展海外华侨华人传播研究。相关研究表明，代际差异并

非简单年龄划分，而是与身份资源、社群嵌入和媒介实践深度绑定的结构性差异^{[1][2][3]}。涉侨公共服务传播日益呈现数字化、场景化趋势，但对不同代际群体的适配体系仍不完善^{[4][5]}。所在国媒体框架与公共危机语境也会直接影响华侨华人的在地传播环境，而针对新生代作为传播主体的双文化转译实践仍缺乏系统比较分析^[6]。

从整体来看，既有研究已为本文奠定基础，但仍存在三方面不足：一是代际差异多被作为背景变量，尚未真正进入涉侨传播的对象识别、内容配置与渠道安排等核心设计环节；二是文化认同传播、公共服务传播与跨文化叙事传播多被分割讨论，缺少统一框架下的横向比较；三是传播评估多停留于覆盖量、互动量等表层指标，尚未形成面向不同代际受众的系统性效果反馈体系。鉴于此，本文以代际交替为核心变量，通过多案例比较分析弥补现有研究的不足。

二、研究设计

为了回应前述三大核心问题，本文依据传播核心目标与运行逻辑的不同，将涉侨传播实践划分为文化认同建构型、公共服务支持型、国际形象建构型这三类核心类型，以全面覆盖涉侨传播的文化凝聚、公共服务、国际传播三大核心场景。三类传播在对象定位、内容逻辑、渠道选择方面边界清晰且互斥不交叉，既符合新时代侨务工作的实践逻辑，也为代际维度的横向比较搭建起统一的类型学基础。

本文案例选择严格遵循三大核心原则：一是注重典型性，优先挑选覆盖面广、影响力强的全国性标杆项目，同时也纳入民间新生代创作者的典型传播实践；二是保证可对比性，每类传播都纳入面向不同代际的对应案例，以此实现同一类型内部的代际横向对比；三是追求全维度覆盖性，所有案例完整覆盖老一代侨胞、华裔新生代、青

年新移民这三大核心代际单元，以完整呈现代际交替的结构性影响。

本文构建起包含对象识别、内容配置、渠道安排、运行机制的四维统一分析框架，将其作为评估三类传播代际适配效果的统一标尺，四个维度分别对应传播全流程当中的核心环节，借此来系统研判代际交替背景下涉侨传播的适配程度、现存短板以及转型逻辑。

三、三类传播的实践路径及代际差异分析

（一）文化认同建构型传播

文化认同建构型传播把文化记忆传承、家乡情感联结与身份认同培育当作核心目标。此传播领域受代际交替的影响较为深刻，基于跨国主义身份协商理论来看，不同代际华侨华人的身份建构路径存在本质上的差异，进而决定了该类型传播的代际分化逻辑。

面向老一代侨胞进行传播时，主要遵循根脉联结、血缘认同和乡情唤醒的核心逻辑。其中，福建打造的南洋华裔族群寻根谒祖综合服务平台具有典型代表性。同类项目还包括广西玉林市打造的“玉桥子午线”、广东潮汕地区推出的“潮汕家园”等。这类传播借助族谱对接、视频认亲、返乡寻亲等内容，激活老一代侨胞的家族记忆与故土情感。对该群体而言，文化认同的核心并非文化知识学习，而是基于祖籍地、血缘、宗亲叙事的情感回归。

面向华裔新生代的传播形成了体验式文化解释的核心逻辑，典型案例是中国侨联连续多年举办的“亲情中华·中国寻根之旅”，此活动明确把海外华裔青少年作为核心对象，内容设置聚焦非遗体验、汉语学习、历史遗址考察与同龄人联谊，通过沉浸式线下体验来完成文化认知与情感联结的培育。同样由中国侨联举办的“亲情中华·为

你讲故事”，面向6-18周岁的海外华裔青少年，通过线上营故事化内容与互动打卡，实现长效持续触达。自2020年以来，中国侨联连续5年举办“亲情中华”网上营活动，为海外华裔青少年提供了学习中文、了解中华文化、培养身份认同的平台。截至2025年初，“亲情中华”系列活动已覆盖70余个国家和地区的近30万名华裔青少年，有效适配了新生代群体地理分布广泛且汉语基础差异大的现实特征。^[7]

面向青年新移民群体，文化认同建构型传播构建起社群联结式、实践参与式、价值赋能型的核心逻辑。该群体核心诉求并非是基础文化知识的普及，而是在跨文化流动与在地适应过程中，完成侨民身份的锚定、侨界社群的归属以及中华文化传播主体价值的实现。在实践方面，由中国侨联指导的侨界精英创新创业大会，以及中国致公党中央委员会主办的2025海创论坛·中国（浙江）世界华侨华人新生代创新创业大会，均为涉侨文化与社群联结的标杆项目，并且与面向其他两个代际的品牌项目实现了华侨华人跨代际全覆盖。两大创新创业大会以高知群体高度关注的职业发展、创新创业、中外民间交流作为切入点，把文化认同建构嵌入青年发展的现实场景，搭建其与祖籍地的常态化联结渠道，在一定程度上强化了他们对侨胞身份的归属感与文化认同感。但两个大会仍然是以经贸对接、创业服务作为核心目标，并没有围绕该群体的文化认同核心需求进行专属的内容设计与体系化布局。

从代际交替视角看，文化认同建构型传播虽已具备初步的代际分层意识，但仍存在三大核心系统性短板。实践层面的代际分层目前还处于经验化和碎片化的阶段，还没有形成统一的代际对象分析框架。当下大部分活动仅将代际差异简单地归结为年龄分层，代际划分标准不统一，对受众需求的定位也不够精准，特别是对青年新移民群体的文化认同核心需求缺乏清晰的认知，相关

实践大多依附于创新创业类项目，还没有形成专门针对该群体的文化认同建构传播体系。传播链条存在明显的脱节情况，不少传播行为仅聚焦于单次活动的短期触达，缺乏后期常态化的持续联结以及长效认同培育机制。最后，代际协同布局尚显不足，针对三个代际的传播活动联动不足，未能通过跨代际的内容设计来实现家庭文化传承与侨界社群联动的协同效应。

（二）公共服务支持型传播

公共服务支持型传播的核心功能涵盖涉侨政策解读、侨益司法保障、政务服务对接、跨境求助协助等，是与海外华侨华人现实权益绑定最深、受代际交替影响最显著、范式转型最为突出的涉侨传播领域。

针对老一代侨胞群体，这类传播采用“信任优先、传达性兜底”的权威传播逻辑，这一群体普遍存在数字接入鸿沟和数字技能不足的特点，其核心需求聚焦于低门槛且高可信度的服务渠道以及清晰直白的政策传达。12308外交部全球领事保护与服务应急热线凭借全天候服务，为他们提供低门槛高可信度的求助入口，成为数字时代的兜底服务渠道；中国驻美使馆等机构开展的“领事证件服务走地方”活动，通过线下办证咨询的方式，解决了老一代侨胞线上办事的门槛问题，实现传播与服务同步落地，精准匹配了该群体对权威信源和线下兜底服务的核心诉求。

面向华裔新生代群体，该类型传播形成了多语种转译、在地化适配以及轻量化触达的核心叙事逻辑，而这也是当前该类型传播代际适配方面的薄弱环节。此群体的汉语基础和对中国涉侨政策的认知程度存在显著个体差异，并且不具备完整的国内政务服务使用经验，他们核心需求聚焦于基础领事服务的多语种解释，对复杂政策文本和单向度的官方宣讲接受意愿相对有限。在实践方面，目前官方已开展初步的适配探索，如，广东省华侨华人港澳同胞服务中心依托广东省侨办

搭建综合涉侨政策咨询服务入口，常态化处理华裔新生代高频涉侨事项的咨询与指引，联合公证机构深化“互联网+公证”模式为海外侨胞提供远程办事服务，在一定程度上降低了华裔新生代办理涉侨相关事项的操作门槛。不过，整体而言，面向该群体的公共服务传播仍处于初级阶段，缺乏专属的内容体系与传播路径，尚未针对该群体的双文化语境、媒介使用习惯完成深度适配，和面向老一代侨胞相对成熟的传播体系形成显著差距。

面向青年新移民群体，此类传播遵循场景化嵌入、移动化适配、精准化触达的核心逻辑。这一群体具备完整的中文语境与媒介素养，其核心需求为主动获取全周期、场景化的领事服务解决方案，同时兼具了身份过渡、在地适应等复合诉求，其媒介使用高度依赖移动端新媒体与垂直社群，对轻量化、案例化内容的接受度远高于传统政策文本。目前，官方已形成了适配的核心传播路径。如，以外交部“领事直通车”新媒体平台、驻外使领馆官方账号为核心的多层级传播矩阵，实现关键节点定向推送，促进了内容与需求的深度适配。

从四个分析维度审视公共服务支持型传播情况，该类型对代际差异的回应是最为直接的，已经形成了覆盖三大代际单元的差异化传播路径。在国家顶层制度层面，中国侨联联合最高人民法院、最高人民检察院建立全国性涉侨纠纷多元化解机制，出台涉侨司法保护规范性文件、发布涉侨权益保护典型案例，为地方涉侨公共服务实践提供了统一的制度支撑与规则指引，并与广东省华侨华人港澳同胞服务中心等地方为侨服务机构形成上下联动的服务传播体系。即便如此，整体仍存在核心系统性短板。其一，对象识别精细化程度不足，存在老年与青年的二元划分惯性，对于华裔新生代的专属需求定位模糊；其二，内容配置的代际适配不足，老一代群体的内容仍存在政策文本化问题，华裔新生代内容缺乏体系化的

多语种、在地化适配，青年新移民群体的内容深度还有提升空间；其三，渠道协同性不足，热线、线下窗口等渠道之间处于脱节状态，数据互通及服务衔接方面有待提升，代际互补的全渠道矩阵待加强；其四，系统性效果反馈机制尚待补足，效果评估仍停留在办件量、服务人次等表层指标，未建立基于代际维度的全流程评估体系。

（三）国际形象建构型传播

国际形象建构型传播把华侨华人群体作为国家形象塑造、中国故事海外传播以及中外跨文化双向沟通的桥梁。中新社发起的世界华文媒体合作联盟为该类型传播提供了体系支撑，该联盟整合全球60余个国家和地区的数百家华文媒体机构，搭建起中国故事全球共享、传播渠道协同联动的国际传播协作体系。

面向老一代侨胞的传播形成了特定核心传播逻辑，即以权威信源主导、华文媒体为核心、侨乡叙事为基础。该群体是海外传统华文媒体的核心受众，也是海外华人社群核心意见领袖，其核心需求是通过权威稳定渠道向侨居国社会传递真实的华侨华人形象与中国发展动态，以此维系华人社群在当地的话语权。在内容配置方面，世界华文媒体合作联盟核心单位中国侨网长期深耕中国发展成就、侨界杰出人物、中外友好交流等内容，依托标准化、权威化叙事完成华人形象建构与中国故事传播。在渠道安排上，依托联盟体系内华文纸媒、官网、垂直资讯平台，形成覆盖全球主要侨居国的稳定传播网络，与该群体的媒介使用习惯及社群影响力高度适配。

面向华裔新生代，此传播形成了包含人格化表达、生活化叙事、双文化转译、多语种传播的核心叙事逻辑，深刻体现了代际交替中国际传播话语权的结构性转移。该群体成长于海外双文化语境之中，是连接中国与海外主流社会的核心转译者，他们对单向宣教式叙事接受度相对较低，更适配共情式、参与式、双文化视角的传播内容。

在实践层面，一方面将华裔新生代纳入中外民间交流的公共叙事里，同时开展海外华文媒体青年人才培养来推动新生代国际传播创作者成长；另一方面，以海外出生成长的华裔新生代为主体的民间创作者，已形成规模化的国际传播矩阵，成为该类型传播的新生力量。如，旅泰华裔陈映玲（泰国V姐）、柬埔寨华裔杨奕东（Bafido）等，利用双文化身份，借助多语种生活化叙事实现中国文化与华侨华人故事的现代化转译，其账号在海外平台的粉丝量总体覆盖超千万海外受众。这类新生代个人化叙事推动涉侨国际传播话语权从官方单一主导向官方与民间多元协同转型。

面向青年新移民群体，此类传播形成了场景化嵌入、圈层化触达、青年化表达的核心传播逻辑。作为数字原生代，这一群体是中外民间交流的天然桥梁，其核心需求是以个体视角向海外青年群体传递真实的中国日常，兼具跨文化身份表达和中外青年对话的复合诉求。在内容配置与渠道安排上，中新社及旗下中国侨网依托全球华文媒体合作网络，积极运用短视频等新媒体形式，面向青年新移民群体开展国际传播实践，在微信、抖音、TikTok等国内外平台上探索更加互动、多元的青年表达路径，并与部分海外华文新媒体和青年创作者合作，提升圈层化传播效果，实现了青年多元叙事。

从代际交替的系统性适配视角考察，国际形象建构型传播已构建起初步的代际布局与三元适配格局，但对照本文的四维分析框架，依旧存在三大核心系统性方面的短板。第一，代际精细化适配深度不够，传播效能呈现两极分化。针对两类青年群体的适配还停留在渠道迁移的表层，并没有完成叙事逻辑以及话语体系的代际深度转型，传播内容仍然以传统资讯播报为主，从而出现渠道触达规模大但深度认同转化弱的两极分化格局。第二，欠缺渠道协同与主体协同机制。不同代际的传播渠道缺乏有机联动，传统华文媒体和新型

社交平台尚未充分形成代际互补的国际传播矩阵，官方机构和民间新生代创作者之间也缺少稳定的协同机制，未能充分实现中国故事的年轻化、双文化系统化转译。第三，系统化效果评估反馈机制有待完善。当前的效果评估仍然聚焦于播放量、粉丝量等表层流量指标，缺乏基于代际单元的细分评估体系，对于不同代际传播内容的海外主流社会触达率、形象建构效果等核心指标缺乏系统性追踪，尚未形成“传播、反馈、优化”的闭环运行机制。

四、三类传播的代际适配效果横向比较分析

为了回应本文副标题“基于三类传播实践的比较分析”的核心关切，本部分从代际适配核心特征、代际回应程度、转型逻辑、核心短板四个维度，对三类传播展开横向比较，具体内容如表1所示：

通过横向比较可见，三类涉侨传播均已突破同质化模式，针对三大代际单元形成了差异化实践路径，但代际适配程度存在显著分化。公共服务支持型传播和侨胞现实权益深度绑定，对代际差异的响应最为直接且体系最为成熟；文化认同建构型传播已形成核心代际分层布局，但对青年新移民群体的专属适配仍存明显短板；国际形象建构型传播虽实现三代际全覆盖，但代际精细化适配还停留在表层，尚未完成核心叙事逻辑的代际转型。同时，三类传播也呈现出核心共性短板，普遍存在对象识别精细化不足的问题，实践中仍受制于简化代际划分的二元框架惯性，内容配置差异化不足，未能实现不同代际核心需求的深度适配，渠道安排协同化不足，未形成代际互补的全渠道传播矩阵，系统性效果反馈机制缺失，代际维度的全流程效果评估体系待完善，适配代际交替的全流程系统化传播机制亟待建立。

表 1: 基于四维分析框架的三类涉侨传播代际适配效果比较

| 传播类型 | 代际适配核心特征 | 代际回应程度 | 转型核心逻辑 | 核心短板 |
|-----------|---|--------|------------------------------------|---|
| 文化认同建构型传播 | 老一代聚焦血缘根脉唤醒, 新生代侧重沉浸式体验培育, 青年新移民偏向发展场景价值赋能 | 中等 | 从单次活动式传播, 向全代际覆盖、跨代际联动的长效认同培育转型 | 代际分层经验化, 青年群体需求定位模糊; 传播链条脱节, 长效联结机制缺乏; 代际项目协同性不足 |
| 公共服务支持型传播 | 老一代侧重权威兜底服务, 新生代适配多语种在地化转译, 青年新移民聚焦场景化精准触达 | 较高 | 从单点功能供给, 向分代际全流程覆盖、代际互补的服务传播体系转型 | 代际划分存在二元惯性, 新生代需求定位模糊; 内容适配深度不足; 线上线下渠道协同待加强; 代际维度的效果评估体系有待完善 |
| 国际形象建构型传播 | 老一代依托华文媒体做权威叙事, 新生代主打双文化人格化叙事, 青年新移民群体侧重圈层化青年视角表达 | 中等 | 从单一机构权威叙事, 向代际分众适配、官民多元协同的国际传播格局转型 | 官方体系对青年群体适配需深挖渠道, 叙事逻辑转型待补足; 官民主体、新旧渠道缺乏稳定协同; 国际传播效果细分评估与优化闭环有待完善 |

五、结论与展望

本文围绕代际交替背景下海外华侨华人系统化创新传播问题展开, 采用多案例比较研究方法, 将涉侨传播划分为文化认同建构型、公共服务支持

型、国际形象建构型三种核心类型, 并构建对象识别、内容配置、渠道安排、运行机制四维分析框架来开展系统研究。

本文核心研究创新主要体现在两个方面: 一是突破了以往研究代际差异分析的静态视角, 将代际

交替视作核心动态变量，分析代际结构更迭对涉侨传播产生的结构性影响，证实代际交替已从背景变量升格为重构涉侨传播底层逻辑的核心自变量；二是构建了三类涉侨传播的统一比较分析框架，弥补了现有研究对不同类型传播进行分割讨论的不足之处，为涉侨传播的系统化创新提供了具有可操作性的分析框架。

研究表明，目前涉侨传播已初步实现对代际差异进行回应，三类传播均构建出面向不同代际的差异化传播路径。其中，公共服务支持型传播对代际差异的回应最为直接且体系最为成熟。然而，三类传播普遍存在对象识别精细化不够、内容配置差异化不足、渠道安排协同性欠佳、反馈评估闭环化尚不健全这四大系统性短板，适配代际交替的全流程系统化传播机制也有待建立。

面向未来，涉侨传播创新的核心在于构建全流程系统化传播机制，需要以代际差异为核心优化内容与渠道设计，并打通跨类型的传播协同壁垒。未来研究可以进一步拓展地方本土化案例覆盖范围，深化代际内部分化研究，补充一手实证数据完善效果评估体系，最终推动涉侨传播实现代际全覆盖与长效可持续发展。■

本文系国家自然科学基金重大项目“海外华侨华人与中华文化国际传播研究”（25&ZD211）的阶段性成果。

朱少乾，暨南大学新闻与传播学院教师。

陈奕平，暨南大学铸牢中华民族共同体意识研究基地副主任兼首席专家，暨南大学国际关系学

院、华侨华人研究院原副院长、教授、博士生导师。

【注释】

[1] 林仲轩，仲崇源. 祖籍国社交媒体使用何以重塑自我——对来华华裔新生代身份协商的考察 [J]. 华侨华人历史研究, 2024, (03): 48-57.

[2] 陈蕊. 海外华人社团发展趋势比较研究——以欧洲潮州人社团为例 [J]. 华侨华人历史研究, 2025, (04): 38-49.

[3] Wang Z, Ye S, Bei L. Leisure and Cultural Identity: An Empirical Study Based on Root-seeking Summer Camp for Ethnic Chinese New Generation [J]. Frontiers in Psychology, 2024, 15: 1330613.

[4] 国务院. 国务院关于新时代侨务工作情况的报告 [R]. 北京: 全国人民代表大会常务委员会, 2023.

[5] Jiang T, Wang Y, Lin T, et al. Evaluating Chinese Government WeChat Official Accounts in Public Service Delivery: A User-centered Approach [J]. Government Information Quarterly, 2021, 38 (01): 101548.

[6] Gao H, Peng L, Zhang X. Media Frames and Images of Chinese Immigrants: Analyzing European Newspaper Narratives from 2015 to 2022 [J]. Humanities and Social Sciences Communications, 2024, (11): 97.

[7] 新华网. 中国侨联 2025 “亲情中华·我与春节的故事”华裔青少年网上营开营 [EB/OL]. (2025-01-21) [2026-03-20]. <https://www.xinhuanet.com/20250121/d96b81ebee83474190384dc14e50e777/c.html>.

责编：王小婷 郑圆圆