

华侨华人新生代——

在海外快乐“种草”中国文化

今年以来,由美国华裔女孩雪莉的一条短视频引发的“成为中国人”(Becoming Chinese)热潮,在海外社交媒体持续升温。这阵网络文化热潮不仅激发了外国网友了解、接触中国文化的浓厚兴趣,也进一步点燃了海外华侨华人新生代的文化自信。他们以自身的新锐思维与独特视角,积极组织、参与各类跨文化交流活动,向海外年轻一代跨洋“种草”中国文化。

从“看热闹”到“刨根问底”
中国文化“粉丝圈”越扩越大

“大家对中国的兴趣正在变化,不再满足于浅尝辄止,而更渴望深入了解中国的方方面面,探究现象背后的逻辑与文化语境”

“去中国餐馆,怎样才能点到最地道的中国菜?”“中国奶茶有这么多种口味,怎么点最好喝?”“在海外如何‘海淘’广东佛山的家具?”……在英国工作生活8年的傅敏感叹道,近来,随着“成为中国人”热潮风靡海外社交媒体,她身边的英国朋友们时常围绕中国饮食、文化、品牌等话题,向她抛出各种“刨根究底”的问题。“大家对中国的兴趣正在变化,不再满足于浅尝辄止,而更渴望深入了解中国的方方面面,探究现象背后的逻辑与文化语境。”傅敏说。

生活在澳大利亚的95后华人余翀宇也有同感。他记得,十多年前刚到澳大利亚留学时,他在当地一户家庭借宿,向房东询问烧水壶在哪里,房东一脸疑惑地告诉他当地人都是直接饮用自来水。“类似的中外生活习惯差异,我经历过不少。而现在,澳大利亚不少年轻人纷纷被‘中式生活方式’圈粉,不仅喝热水,还穿棉拖鞋、早餐喝热粥等。更重要的是,他们不只是抱着猎奇的心理模仿‘中式生活方式’,而是在亲身体验之后,真切感受到这种生活方式带给身体的有益改变,从而认可其健康价值。”余翀宇说。

在海外华侨华人新生代看来,时下兴起的“成为中国人”热潮不是昙花一现的网络“爆梗”,而是一个切面,折射出海外民众对中国认知的悄然改变,也是一个入口,唤起更多人探索中国以及中国文化的好奇心。

“过去,身边的外国朋友和我聊起中国,大多停留于春节、饺子等文化符号。但现在,大家对中国的兴趣更广、更深,而且常从细节切入,会问更多‘为什么’。比如,今年春节期间,我在悉尼打车时,司机饶有兴致地和我聊起中国的生肖文化,还让我帮忙算他属什么生肖。”余翀宇说。

在美国,纽约汉服社社长明亮和同伴泥梦在多年的汉服文化推广中,对这种变化的感触更深。

前不久,一场中美青年友谊歌会在中国驻纽约总领事馆举行,多名中美青年同台演绎彼此国家的经典歌曲。活动中,一名美国女孩身着一袭汉服,用中文动情演唱了古风歌曲《声声慢》。“这名美国女孩非常喜爱中国文化,不仅自学中国歌曲,还有一个好听的中文名‘王韵蓝’”。作为纽约汉服社理事、文化发展中心主任,泥梦是王韵蓝在这场演出中的造型师。她根据《声声慢》这首歌曲的意境,为王韵蓝量身设计了一套中式造型——淡雅的宋制衣裙搭配宋冠发饰,营造出江南烟雨的清冷意境。“在装扮过程中,我还向王韵蓝介绍了宋代服饰的形制特点和审美理念,她听得非常认真,并主动请教中国古人的礼仪、姿态,希望在舞台上更贴近中国古典女性的形象。”泥梦说。

“不同于以往对中国文化的碎片化了解、符号化认知,如今许多美国年轻人开始主动探索中国文化的深层肌理。在各类活动中,我们常常惊喜地发现,不少美国年轻人不仅能辨识汉服的朝代形制,甚至能说出其中蕴含的文化内涵。我认识的一名美国男孩,既能说一口标准的普通话,还钻研中国各地方言,对天津话的幽默、河南话的韵味信手拈来。”明亮说。

从“给你看”到“一起玩”
打破不同文化之间的隔阂

传播中国文化不能只是“拿出来给别人看”,更要让不同族裔民众真正“走进来一起玩”

海外年轻一代对中国文化持续高涨的热情,激励着华侨华人新生代更加主动、更具创意地向世界“种草”中国文化。在他们看来,传播中国文化不能只是“拿出来给别人看”,更要让不同族裔民众真正“走进来一起玩”。

傅敏供职于奥雅纳国际工程咨询英国总部,同事们来自世界各地。今年3月,她和华人同事们在公司



2025年4月,在美国纽约的“无车地球日”活动中,一名美国年轻人体验汉服。

的文化交流平台Connect Cultures,在位于伦敦、利兹等不同城市的办公室举办了多场元宵节沉浸式体验活动。她们将中国传统的元宵游园会形式“搬”到现场,支起多个“摊位”,邀请同事们体验夹汤圆、猜灯谜等活动。

“外国同事们玩得特别开心,尤其是猜灯谜的区域排起长长的队伍。”傅敏说,她巧妙地在灯谜内容中融合中英文化元素和时兴网络热梗。比如,有的谜题关于活动举办地历史,有的涉及中国节日习俗。“还有好几名英国同事准确答出了《哈利·波特》角色马尔福变身中国马年‘吉祥物’的原因。”傅敏笑道,在充满趣味的游戏与互动中,不同文化背景的同事们对中国文化有了更多了解和兴趣。

最近,明亮和泥梦正为即将到来的花朝节活动做着忙碌准备。尽管身在海外,但春和景明之时,小伙伴们一起延续中国古人的闲情逸致,身着五彩斑斓的汉服,外出踏春赏花,已成为纽约汉服社近年来固定的“春日之约”。“每当我们身着汉服一起走在纽约街头,总有不同族裔的朋友加入我们。”明亮说。

今年的花朝节活动,纽约汉服社计划与当地政府的一个街区改造项目合作,用中国传统文化元素点缀街区。“活动中,我们将与本地的华人青年民乐团合作,现场演奏古筝、琵琶,还将准备各种中国特色的发簪、饰品,邀请当地民众试穿汉服、体验中国古典妆造,通过悦耳的音乐和美丽的服饰来共同感受春天的美好。每次活动中,试穿汉服都是美国民众尤其年轻一代特别喜欢的环节,他们总会夸赞汉服很酷,甚至还有美国年轻人穿上汉服后,主动和我们一起向其他路人介绍中国传统服饰之美。每当这时,我都会深切地感受到,文化没有隔阂,只要你愿意走进我们,你就能够成为我们。”明亮说。

热爱音乐的余翀宇也在与澳大利亚青年朋友的一次次互动中体会到,文化交流不应只是“我给你表演”,更应是“我们一起合奏”。工作之余,余翀宇和小伙伴常常带着古筝、唢呐等中国民族乐器,加入澳大利亚当地流行的即兴音乐聚会,与弹吉他、打架子鼓的其他族裔乐手们即兴合奏。

“我们不仅演奏中国的乐曲,还尝试用唢呐替代主音吉他的独奏段落,用古筝代替键盘的旋律线,中西乐器融合发出的‘好声音’,常让澳大利亚朋友们赞不绝口。”余翀宇介绍,这种跨文化的音乐碰撞还引起当地文化部门的关注,一些多族裔文化活动也开始尝试“混编乐队”模式,将不同族裔的艺术家编入同一支乐队,让多元文化在同一个舞台上融合共创。“我们希望为文化交流注入年轻活力,不再只是‘你展示你的,我展示我的’,而是将各自的文化糅在一起,迸发出新的火花。”余翀宇说。

从“大叙事”到“小细节”
把中国故事讲得更动听

中国文化走向世界,既需要精品力作的“高光时刻”,也离不开日常生活的“润物无声”

从线上的网络热潮到线下的文化交流,华侨华人新生代在一次次实践中,对如何扩大中国文化“朋友圈”有了新的思考与感悟。



2025年10月,在奥雅纳国际工程咨询英国总部Connect Cultures中秋文化体验活动上,各国工程师制作的陶土月饼。



2025年6月,澳大利亚华人青年罗欧思宇(左二)与其他族裔青年进行中西乐器合奏。

“‘成为中国人’热潮等接地气的网络互动,打破国与国的地理界限,吸引一大批外国年轻人迈入探索中国文化的‘大门’。”泥梦说,“同时,参与者也可以转变为传播者——当一名外国年轻人穿上汉服,学会一些中国古典礼仪动作,他可能就会主动向身边的朋友们分享这段经历,这本身就是一种有效的文化传播。”

明亮认为,无论是希望“成为中国人”的外国网友,还是在各类活动中被中国文化“圈粉”的外国年轻人,都可以成为一座座跨文化交流的“桥梁”。“他们不仅自己‘解锁’中国文化的魅力,又能以亲身经历去感染身边的朋友。而我们要做的,就是为更多外国年轻人拓宽走近中国文化的渠道。”明亮说。

去年中秋节,傅敏在公司内精心策划了一场有关中秋节的文化体验活动。其中,在有关中国古建筑与月亮的摄影展中,她精选了中国摄影师拍摄的多幅作品,向外国同事们展示月亮在中国文化中的重要意义。“当外国同事们得知每张精美绝伦、酷似AI效果的照片背后,都是中国摄影师们根据中国传统历法及天文理论知识精密计算出月亮与建筑物最佳相对位置后拍摄的真实图片,纷纷惊叹不可思议。”傅敏说,为了更好地向外国同事们讲解中国传统历法来源,她还专门做了大量功课。这段活动经历让她不仅意识到中国文化的魅力与吸引力,也体会到要想做一名有底气的文化传播者,自己应当对中国文化具备足够的自信与知识储备。

接下来,傅敏计划和同事们在公司策划以中国博物馆改造项目为主题的研讨会,借助西安碑林博物馆等项目案例,让外国同事们领略中国不同朝代的建筑设计之巧与文物陈列之美。“我们还打算围绕中国传统历法与二十四节气,策划一系列活动,让更多外国朋友领略时间里的中国智慧。”傅敏说。

余翀宇也有相似的感悟。去年下半年,来自中国的舞剧《天工开物》亮相澳大利亚悉尼歌剧院,余翀宇是现场工作人员。他发现,观众席上有大量非华裔观众,“大家都被舞台上呈现的中国传统农耕与冶铁领域的科技、文化与艺术之美所深深震撼”。这让余翀宇更加确信,中国文化走向世界,既需要精品力作的“高光时刻”,也离不开日常生活的“润物无声”。

“看似微不足道的生活习惯、‘细枝末节’,其实都是很好的文化交流切入点。我们以前总觉得要拿出宏大的文化产品去‘震撼’别人,其实当文化交流回到生活本身,也能事半功倍。”余翀宇认为,华侨华人新生代要讲好中国故事,首先要做好自己的“功课”。“文化自信不是一句口号,它的根基是‘知其所以然’。只有我们自己真正理解文化背后的情感和智慧,才能讲出打动人心的中国故事。”余翀宇说。

(据人民日报海外版、中国侨联)