

习近平文化思想视域下东江美食赋能客家文化国际传播研究

黄如 吕晓旭 邓志刚

惠州城市职业学院

DOI:10.32629/ej.v9i3.3467

[摘要] 在“一带一路”倡议与中华文化国际传播战略深度融合背景下,客家文化作为中华优秀传统文化的重要分支,其国际影响力提升成为新时代文化建设的重要命题。本文以习近平文化思想为理论指引,以惠州东江美食海外传播实践为研究样本,构建了“党建引领-以食为媒-文化赋能”的三维立体传播模式,通过“政校行侨”四方协同,实现了东江美食从技艺输出到价值认同的层级跨越。

[关键词] 习近平文化思想; 客家文化; 东江美食; 海外传播

中图分类号: G0 **文献标识码:** A

Research on the International Dissemination of Hakka Culture Empowered by Dongjiang Cuisine from the Perspective of Xi Jinping's Cultural Thought

Ru Huang Xiaoxu Lv Zhigang Deng

City College of Hui Zhou

[Abstract] In the context of the deep integration of the Belt and Road Initiative with the international dissemination strategy of Chinese culture, the enhancement of the international influence of Hakka culture, as an important branch of excellent traditional Chinese culture, has become an important proposition in cultural construction in the new era. Guided by Xi Jinping Thought on Chinese culture, this paper takes the overseas dissemination practice of Huizhou Dongjiang cuisine as a research sample, constructs a three-dimensional communication model of "party building leadership - food as a medium - cultural empowerment", and achieves a hierarchical leap from skill export to value recognition of Dongjiang cuisine through the quadripartite collaboration of "government, school, industry, and overseas Chinese".

[Key words] Xi Jinping Thought on Chinese culture; Hakka culture; Dongjiang cuisine; overseas dissemination

1 引言

党的二十大报告明确提出“增强中华文明传播力影响力,推动中华文化更好走向世界”,习近平文化思想为新时代文化国际传播确立了根本遵循,为地方特色文化国际传播指明了实践路径。本研究从习近平文化思想视域出发,依托广东省“粤菜师傅”工程,通过对马来西亚、澳大利亚、荷兰等国家的海外侨胞的培训,将客家美食技艺与饮食文化从“技艺输出”到“文化认同”的递进式向外传播。

2 惠州东江美食海外传播实践案例剖析

东江美食作为客家饮食文化的重要流派,兼具技艺性、文化性与体验性,成为惠州推动客家文化国际传播的核心媒介。

惠州市委统战部联合惠州城市职业学院,以“粤菜师傅”海外交流基地为平台,依托“一带一路”侨心工程,针对马来西亚、澳大利亚、荷兰等不同国家的侨胞特征与文化需求,开展了差异化的东江美食海外传播实践,将客家文化基因融入传播全过程,形成了典型案例,实现了“技艺传播-文化认知-价值认同”的递

进式传播。

2.1 中马联动: 非遗美食直播构建客家文化技艺传播矩阵

2023-2024年,团队联合了马来西亚七大会馆,开展了10期东江非遗美食线上教学直播,成为中马客家文化交流的重要纽带。本案例构建了“技艺教学+文化叙事”的双重传播体系,实现了客家文化的具象化、系统化传播。

在传播内容上,团队精选了黄金酥丸、客家盐焗鸡、红糖糍粑、喜板等具有代表性的东江非遗美食,这些美食不仅是客家饮食技艺的结晶,更承载着客家的民俗文化与生活智慧。例如,喜板是客家传统节庆的特色食品,直播中不仅教授制作技艺,更讲述其与客家节庆、宗族祭祀的关联,让马来西亚侨胞在学习技艺的同时,重温客家的民俗文化记忆。

从传播成效上,10期直播覆盖马来西亚客家侨胞超5000人次,不仅实现了东江非遗美食技艺的海外传播,更唤醒了马来西亚侨胞的客家文化记忆。非遗美食作为客家文化的具象符号,通过技艺教学的方式,让抽象的客家文化变得可触、可学、可体

验,实现了客家文化从“记忆符号”到“实践载体”的转化,彰显了习近平文化思想中“中华优秀传统文化创造性转化”的实践要求。

2.2中澳对接:康养美食交流打造客家文化价值传播新载体 澳大利亚侨胞群体呈现出“老龄化特征明显、健康养生需求强烈”的特点。基于此,团队启动了“食养惠州·康养四季”线上交流活动,将客家“药食同源”养生理念与东江美食融合,打造客家文化国际传播的新载体,实现了客家文化从技艺传播到价值传播的层级跨越,彰显了客家文化与现代生活的适配性。

“药食同源”是客家饮食文化的核心理念之一。从传播效果来看,该活动覆盖澳大利亚侨胞超2000人次,小程序教学视频点播量持续增长,成为澳大利亚侨胞了解客家文化、康养文化的重要平台。本案例的深刻意涵在于,地方文化国际传播需要精准对接受众需求,客家“天人合一”的养生理念、健康和谐的生活方式,成为客家文化国际传播的核心价值点,这正是习近平文化思想中“推动中华优秀传统文化与现代社会相协调”的生动实践。

2.3中荷协同:年轻化传播打造客家文化国际品牌新形象 针对荷兰及荷比卢地区的侨胞群体呈现出“年轻化、数字化”的特征,惠州城市职业学院开展以“‘荷’你一起,共享‘惠’味”为主题的中荷东江美食文化交流活动。

团队引入数字化、年轻化的传播元素,让客家文化传播更贴合欧洲年轻侨胞的信息获取习惯。其一,引入虚拟IP“康仔”作为品牌推荐官,提升了活动的趣味性 with 辨识度,成为客家文化国际传播的数字符号;其二,采用中英双语主持,突破语言障碍;其三,创新“云吃学”的传播方式,通过线上直播让侨胞“云体验”东江美食制作过程,设置线上互动抽奖等环节,提升了侨胞的参与度与互动性。

在传播内容上,本案例将东江美食文化与惠州历史文化、旅游文化深度融合,实现了“美食传播+文化推广+旅游引流”的多重目标。从传播成效来看,该活动受到荷兰当地华人媒体的广泛报道,成为欧洲侨胞了解惠州客家文化的重要窗口。在数字化时代让客家文化更具国际吸引力,实现文化传播与经济发展的双向共荣,这契合了习近平文化思想中“建设社会主义文化强国,推动文化和经济融合发展”的要求。

3 东江美食海外传播模式的核心逻辑

上述案例虽针对不同国家、不同群体的侨胞特征,采用了差异化的传播策略,但均以习近平文化思想为根本指引,以东江美食为核心载体,以客家文化国际认同为核心目标,形成核心理念—机制保障—路径递进的三层闭环逻辑。

3.1核心理念

案例坚持“党建引领、以食为媒、文化赋能”的核心理念,这是惠州东江美食海外传播的根本遵循。党建引领体现在惠州市委统战部、惠州市归国华侨联合会的牵头指导,确保文化传播的正确方向,将统战工作与文化传播深度融合,彰显了新时代统

战工作的文化内涵;以食为媒体现在将东江美食作为客家文化国际传播的核心载体,让抽象的客家文化变得具象、可体验;文化赋能体现在将客家文化的精神内核、价值理念融入美食传播全过程,实现了从技艺输出到文化输出再到价值输出的层级跨越。

3.2传播机制

案例构建了“政校行侨”四方协同的传播机制,突破了传统文化传播的主体单一性问题。政府部门(惠州市委统战部侨务科)负责资源协调、政策指导,为文化传播提供保障;高校(惠州城市职业学院)发挥专业优势,负责课程设计、技艺教学、内容研发,是文化传播的核心实施主体;行业协会(惠州市“非遗”保护协会、惠州市烹饪协会)负责师资整合、技艺支撑,提升传播的专业性;海外侨团(马来西亚七大会馆、澳大利亚侨胞组织、荷兰侨团)负责本地化传播、受众组织,实现传播内容的本土化适配。四方协同形成了文化传播的合力,提升了传播的实效性 with 持续性。

3.3传播路径

案例遵循“文化符号具象化—情感联结深度化—价值认同常态化”的路径递进。首先,将客家文化转化为东江美食、客家民俗等具象的文化符号,让海外侨胞能够直观感知;其次,通过沉浸式体验、互动式学习、乡情联结等方式,强化海外侨胞与客家文化的情感联结;最后,通过数字化平台、常态化交流、文化品牌打造,推动海外侨胞对客家文化的价值认同走向常态化,实现客家文化的海外传承与传播。

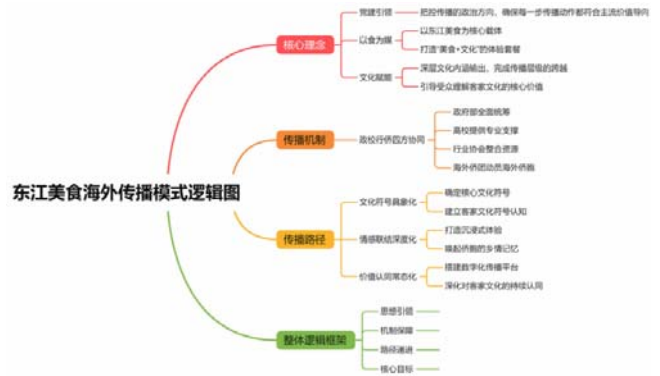


图 东江美食海外传播模式逻辑图

综上,惠州东江美食海外传播的案例,是习近平文化思想视域下地方特色文化国际传播的实践探索,以深度的文化认同为目标,实现了客家文化国际影响力的有效提升。

4 习近平文化思想视域下客家文化国际影响力提升对策

4.1坚持党建引领,把握客家文化国际传播的正确方向

习近平文化思想强调坚持党对文化工作的全面领导,这是客家文化国际传播的根本原则。构建“1”核“3”聚党建品牌,紧紧围绕建设中华民族现代文明核心,聚力高校、聚力文旅企业、聚力海外侨团中的党组织,将党建工作与文化传播工作相结合。

4.2 精准对接需求, 构建客家文化国际传播的差异化路径

坚持精准化传播理念, 构建差异化的传播路径: 开展海外侨胞文化需求调研, 系统分析不同国家、不同年龄段、不同文化背景侨胞的文化需求; 针对不同侨胞群体制定差异化的传播策略; 适配不同国家的文化语境与传播规律, 对传播内容、传播方式进行本土化适配。

4.3 赋能数字技术, 推动客家文化国际传播的现代化转型

打造客家文化数字传播平台, 建设客家文化数字资源库, 开发客家文化微信小程序等, 实现客家文化的全球传播; 创新数字传播形式, 利用直播、短视频等数字形式, 打造趣味化、互动化的客家文化传播形式; 推动客家文化数字 IP 建设, 打造具有国际辨识度的客家文化数字形象, 提升客家文化的国际知名度与影响力。

5 结语

本文以习近平文化思想为根本遵循, 以东江美食的海外传播实践为具体案例, 系统探讨了提升客家文化国际影响力的策略与路径。本文通过剖析“中马非遗直播”、“中澳康养交流”与“中荷年轻化传播”三个典型案例, 提炼出“党建引领-以食为媒-文化赋能”的三维立体传播模式。该模式强调在党的全面领导下, 充分发挥“政校行侨”四方协同效应, 以地方特色美食为具象化媒介, 通过精准对接不同海外侨胞群体的文化需求, 实现了从技艺输出、文化认知到价值认同的层级式传播跨越, 有效推动了客家文化的创造性转化、创新性发展, 为增强中华文明传播力和影响力贡献独特的“客家样本”。

[参考文献]

- [1]周建文, 贺新元. 2024年习近平文化思想研究述评[J]. 中国井冈山干部学院学报, 2025, 18(05): 133-144.
- [2]马忠, 黄静. 中华文化国际传播的跨媒介叙事生动样态、现实挑战与创新模式[J]. 南昌大学学报(人文社会科学版), 2026, 57(01): 57-66.
- [3]苏婉真. 中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的道理学理哲[J]. 经济与社会发展, 2025, 23(05): 85-92.
- [4]刘格拉, 李熙妍, 姚智斌, 等. 五感设计视角下客家文化的海外传承与传播[J]. 天工, 2025, (35): 45-48.

[5]徐燕琳. 客家族群教育传统及海外新生代的教育传承——以广东梅州和印度、加拿大的调研为基础[J]. 客家文博, 2024, (03): 77-83.

[6]张旭, 张斌. 数字记忆的出场逻辑、实践特点与建构路径——基于社会建构主义视角[J]. 图书馆学研究, 2026, (1): 87-94.

[7]明心武, 肖静, 刘海锋. 客家文化国际传播的策略探析[J]. 传媒论坛, 2022, 5(23): 86-88.

[8]张浩, 殷艺娜. 新时代中国共产党对“两个结合”的探索与经验[J]. 岭南学刊, 1-13[2026-03-17].

[9]周建新. 客家的族群意象与文化表述——论作为意识形态、研究对象和文化资源的客家[J]. 学术研究, 2020, (06): 169-176.

[10]苏旭东. 在“重构时间”中标记身份: 海外华裔青少年参与中国寻根之旅摭论[J]. 国际学生教育管理研究, 2024, (02): 59-72.

[11]徐雪闪, 方世南. 从政治性维度把握习近平文化思想的政治品格[J]. 学术探索, 1-10[2026-03-17].

[12]刘永慧. 新时代中国共产党对中华优秀传统文化的创新发展研究[D]. 南宁师范大学, 2025.

[13]万立良. 中华文化国际传播效力提升的韧性省思与中介质性取径——以媒介基础设施为视角[J]. 新疆社会科学, 2026(1): 132-139+178.

[14]魏雷, 刘晓平, 朱竑, 等. 跨地方视角下非物质文化遗产地方性的多尺度建构[J]. 地理学报, 2024, 79(04): 1068-1084.

[15]王婧臻. 数字时代中华优秀传统文化传承与传播创新路径探究[J]. 新闻研究导刊, 2025, 16(23): 104-108.

作者简介:

黄如(1982--), 女, 广东汕头人, 本科, 惠州城市职业学院, 职称: 副教授, 主要研究方向: 党建。

吕晓旭(1989--), 女, 吉林榆树人, 硕士研究生, 惠州城市职业学院, 职称: 标准化中级工程师, 主要研究方向: 党建。

邓志刚(1982--), 男, 江西丰城人, 本科, 惠州城市职业学院, 职称: 讲师, 主要研究方向: 旅游社区、民宿运营。