

The Study of Industrialization of External Chinese Education in the Context of the “Belt and Road”

Huixi Yang, Fengpin Jia, Longting Li

School of Humanities and Law, Dalian University of Technology, Dalian Liaoning
Email: 747312749@qq.com

Received: Mar. 28th, 2019; accepted: Apr. 11th, 2019; published: Apr. 18th, 2019

Abstract

With the advancement of the “Belt and Road” strategy, Chinese as a tool of communication plays a more and more important role in international activities, which has brought the prosperity of External Chinese education. External Chinese education is more than simple education. It can be seen as an industry and be studied as goods in markets. This paper touches upon this field and studies the feasibility of the industrialization of external Chinese education through analyzing its markets, drawing a conclusion that there is a wide market and young overseas Chinese learners have further expanded the market. Then, the paper discusses some problem of the industrialization of external Chinese external, such as insufficient development of the private Chinese training institutions, the shortage of Chinese educational resources, and the uneven distribution of Chinese education market. Finally, writers put forward some suggestions, such as seizing the opportunity of the increase of young Chinese learners to expand the market, making use of network to develop the industry, and vigorously promoting Chinese exams.

Keywords

External Chinese, Industrialization of Education, The Belt and Road

“一带一路”战略下对外汉语教育产业化研究

杨惠晰, 贾凤萍, 李隆婷

大连理工大学, 文法学院, 辽宁 大连
Email: 747312749@qq.com

收稿日期: 2019年3月28日; 录用日期: 2019年4月11日; 发布日期: 2019年4月18日

摘要

随着“一带一路”国家发展战略的全面推进，汉语在中国对外交流活动中发挥着越来越重要的作用，这带来了对外汉语教育的繁荣。对外汉语教育不只是一种教育，也是一种产业。本文通过市场分析研究对外汉语教育产业化的可行性，得出对外汉语教育产业市场广阔，且海外汉语学习者“低龄化”进一步拓展了该市场。本文接着分析讨论了对外汉语教育产业化现状，发现其存在民办机构发展不足、汉语教育资源缺乏、汉语教育市场分布不均等问题，并提出抓住“低龄化”机遇拓展市场、利用网络媒体发展产业、大力推广全球汉语考试等建议。

关键词

对外汉语，教育产业化，一带一路

Copyright © 2019 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着《推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动》的发布，以及“推进‘一带一路’建设”被我国正式列入国家“十三五”规划，“一带一路”国家发展战略进入全面推进阶段。“一带一路”发展战略要求与沿线国家实际需求相契合，实现中国与其它国家的合作共赢，这就必然涉及到跨语言文化交流。交流离不开语言，汉语作为中国的本土语言，作为一种与他人交流的工具，发挥着十分重要的作用。对外汉语教育让汉语得以国际推广，促进中外贸易往来，帮助外国人更好地理解中国。

对外汉语教育应以产业化的形式进行。一方面，汉语推广以产业、市场的方式运作将更加有效。另一方面，汉语国际传播必然产业化。王雪梅指出当一种语言具备了市场供求关系，成为某种产品，那么语言就具备了经济价值。目前，汉语的经济价值越来越明显，汉语的产业化势在必行[1]。

尽管在中国有不少研究对外汉语教育的资料，但并没有深入研究对外汉语教育产业化方面。而研究对外汉语教育产业化能够帮助缓解汉语传播时民营机构孱弱的形势，解决教学研究、师资储备、教材编撰等方面存在诸多不足的问题，形成完备的产业链条，从而达到高效率高质量的汉语国际化传播。因而，在“一带一路”大背景下对对外汉语教育产业进行研究，具有科研和实际意义。

本文将立足于“一带一路”发展战略，通过市场分析研究对外汉语教育产业化的可行性，并分析讨论对外汉语教育产业化现状，提出建议。

2. “一带一路”背景下对外汉语教育产业市场分析

2.1. 海外来华留学生汉语教育市场广阔

一个国家经济和对外贸易的发展影响着该国语言对外教育市场的发展。随着中国经济的发展和影响力的提升，越来越多人选择来华留学，来华留学生市场潜力巨大。

赵莉根据教育部国际司《中国大学对自费来华学习留学生的收费标准幅度一览表》以及预估的来华留学人数计算对外汉语培训市场的市场规模，得出“每年仅学费一项，对外汉语培训可为中国贡献超过

30 亿元的收入，而留学生带动的其它产业可超过 80 亿元”的结论[2]。

值得注意的是，赵莉直接用中国大学收取的学费作为来华留学生在汉语培训上的支出，扩大了实际支出的范围，因此真实数据因小于她所得出的数据。但仍可以从该数据看出，面向来华留学生的对外汉语培训市场规模巨大，对外汉语教育产业潜力巨大。

根据教育部国际合作与交流司出版的 2011 年至 2016 年历年来的《来华留学生简明统计》，笔者绘制了表 1。

Table 1. Overviews of international students in China from 2011 to 2016

表 1. 2011~2016 年来华留学生情况

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
来华留学生总数(人)	292,611	328,330	356,499	377,054	397,635	442,773
比上年增长	10.38%	12.21%	8.58%	5.77%	5.46%	11.35%
自费留学生(人)	266,924	299,562	323,177	340,111	357,035	393,751
自费留学生比例	91.22%	91.24%	90.65%	90.20%	89.79%	88.93%
中国政府奖学金生(人)	25,687	28,768	33,322	36,943	40,600	49,022
韩国(人)	62,442	63,488	63,029	62,923	66,672	70,540
越南(人)	13,549	13,038	12,799	10,658	10,031	10,639
泰国(人)	14,145	16,675	20,106	21,296	19,976	23,044
俄罗斯(人)	13,340	14,971	15,918	17,202	16,197	17,971
印度(人)	9,370	10,237	11,781	13,578	16,694	18,717
印度尼西亚(人)	10,957	13,144	13,492	13,689	12,694	14,714
哈萨克斯坦(人)	8,287	9,565	11,165	11,764	13,198	13,996
巴基斯坦(人)	8,516	9,630	10,941	13,360	15,654	18,626
蒙古(人)	7,112	8,210	8,054	7,920	7,428	8,508
留学人数前 10 位的国家中 一带一路国家的数量(个)	8	8	8	7	7	8

从表格中可以看出，2011 年至 2016 年，来华留学人员中自费留学生占大多数，且来华留学总人数持续增长。自费留学生占比大显示了中国对海外学生的强大吸引力，也显示了来华留学生了解中国、学习汉语的积极主动性，这对于对外汉语教育产业的开展是十分有利的。

“一带一路”国家战略提出后，政府颁布了多项政策，进一步带动沿线国家来华留学人数增长。2016 年 8 月，教育部发布《推进共建“一带一路”教育行动》，提出带动沿线教育，并每年提供 3000 个中国政府“丝绸之路”奖学金名额。

“一带一路”沿线国家来华留学生基数大，随着“一带一路”战略的推进，更呈现快速增长的趋势，大大拓展了对外汉语教育市场。1) “一带一路”沿线国家来华留学生基数大。根据表格 1 的数据，留学生数量名列前 10 位的国家中，沿线国家占大多数。更全面的数据表明，2017 年共有 31.72 万沿线国家留学生来华留学，占来华留学生总人数的 64.85% [3]。2) “一带一路”沿线国家来华留学生快速增长。教育部国际合作与交流司指出，巴基斯坦、哈萨克斯坦和泰国学生数量在 2016 年排名比 2012 年分别上浮

了5位、2位和1位,沿线64国在华留学生共207,746人,同比增幅达13.6%,高于各国平均增速[4]。

来华留学生生活在使用非母语的国家,需要具有一定程度的汉语能力、掌握足够的中国文化常识,即使来华以前已经接触汉语教育,来华之后,留学生会有利用得天独厚的语言环境进一步学习汉语、了解中国文化的强烈愿望。汉语能力与文化常识的获得,离不开汉语教育。因此,“一带一路”战略的实施进一步拓展了对外汉语教育市场,为其产业化提供了基础。

2.2. 海外当地汉语教育市场潜力大

在国内,来华留学生中具有广阔的汉语教育市场;在国外,学习汉语的人越来越多,特别是随着“一带一路”战略的推进,沿线贸易往来增加,使用中文进行交流的能力越来越重要,汉语教育市场进一步拓展。这点可被以下方面证明:

1) 越来越多“一带一路”国家将汉语纳入教学体系。比如,在肯尼亚,普通话教学大纲的编制已经完成并将于2020年实施;在坦桑尼亚,越来越多院校教授中文;在乌干达,汉语已被纳入全国教程[5]。日益旺盛的汉语学习需求意味着对外汉语教育市场的不断扩大。

2) 汉语考试在“一带一路”国家普及。在《教育部对十三届全国人大一次会议第1968号建议的答复》(以下简称《答复》)中,教育部指出,“一带一路”沿线国家设有250个汉语水平考试考点,2004年到2017年,参考人数由4998人迅速增长至19.6万人,累积超过124万人,是全球汉语水平考试人数增速最快的地区之一。汉语水平考试是一项收费的国际汉语能力标准化考试,分为六个等级。汉语水平考试(HSK)等收费考试的盛行既表明了海外汉语教育的强大需求,也展现了沿线各国汉语学习者愿意投入资金学习汉语的趋势。

2.3. 低龄化趋势带来新的发展机遇

李宇明提出海外汉语学习者“低龄化”的概念。他认为,海外汉语学习者过去基本上都是成年人,而现在,不少海外中小学生、甚至幼儿园的儿童也开始学习汉语。这种汉语学习者中非成人越来越多的现象,称为海外汉语学习者的“低龄化”[6]。但由于数据统计和汉语学习者身份认定上的困难,作者并没有给出直接的“低龄化”数据证据,而是从分析名人之后学习汉语、一些国家的具体情况(如全法中国中小学汉语学习者占到所有汉语学习者的60%)中得出海外汉语学习者“低龄化”现象确实存在,并呈增长趋势。

“一带一路”战略的实施使汉语在“一带一路”沿线国家受到更多重视,加速了沿线地区汉语学习者“低龄化”趋势,进而推动整个对外汉语教育中汉语学习者的“低龄化”趋势。

据俄罗斯卫星通讯社2018年11月26日报道,俄罗斯联邦教育科学监督局副局长安佐尔·穆扎耶夫在“今日俄罗斯”国际通讯社举行的圆桌会议上表示,2019年将首次在国家统一考试中进行汉语科目的考试。他预计,2019年国家统一考试中将有数百名毕业生参加汉语科目考试[7]。

在泰国,教育部出台《泰国促进汉语教学,提高国家竞争力战略规划(2006~2010)》,该计划的目标是至少有50万泰国人可以使用汉语跟中国人进行交流等[8]。2014年,参加泰国曼松德孔子学院举办的YCT的考生人数达1995人,比去年全年增长109% [9]。YCT指中小学生汉语考试,目的是考查中小学生在日常生活和学习中运用汉语的能力。此外,《答复》提到,2010年印度宣布将汉语纳入中学选修课程,2015年白罗斯教育部宣布将汉语列为中学毕业和高考外语语种之一。

汉语学习者“低龄化”趋势表明汉语作为一种国际间交流工具得到越来越多国家与地区的认可与重视。不同于成人汉语学习者,幼龄学习者学习汉语的范围更广、程度更深,学习年限也 longer。这不仅意味着市场的拓展,也将促使对外汉语教育产业扩大产品范围、完善服务质量、研发终身学习资源等。

3. 对外汉语教育产业存在的问题

从以上分析中可以看到,“一带一路”战略的实施使汉语教育市场更为广阔,汉语教育市场基础能支撑起对外汉语教育产业化,对外汉语教育产业化存在可行性。

事实上,对外汉语教育产业已经初具雏形。在国内,面向外国人的汉语培训机构纷纷涌现,如新东方国际汉语、儒森汉语、行半汉语、东方汉院、北大对外汉语教育学院等;在国外,汉语水平考试(HSK)、商务汉语考试(BCT)等收费汉语考试接受大量外国考生。

但对外汉语教育产业发展至今,仍存在许多问题。

3.1. 对外汉语教育产业中民办机构发展迟缓

现阶段,在国内对外汉语教育主要是由各地的高等院校承担,在国外则是主要由各地孔子学院承担,国内外的民办汉语教育企业仍处于萌芽阶段。

相对于国外,国内的民办机构有更大的优势和更多的机会发展对外汉语教育,但其发展仍不乐观。至今为止,民办机构依旧生存困难。

王一涵等人开展了对哈尔滨、长春、沈阳、大连的十家民办汉语培训机构的调研,并以此调研为研究基础,扩大研究范围至8个城市的25家培训机构,通过调查分析,发现这些民办机构存在课程设置不全面、教材内容局限、师资水平低等问题[10]。杨莹则对广州主要民办对外汉语培训机构进行调研,指出广州23家民办对外汉语培训机构各具特色,有的已初具规模,生源稳定,管理完善,但目前整个行业也存在价格混乱、师资良莠不齐和恶性竞争等问题[11]。广州的对外汉语教育发展现状具有一定的代表性。在对外汉语教育这一块,民办机构仍存在诸多问题,处在初步发展阶段并发展缓慢。

民营企业自主经营、自负盈亏,对于市场的变化更加敏感,随市场调节的能力也更强。一个产业的兴盛离不开民营企业的参与,对外汉语教育产业中民营产业发展不良,影响着整个产业的运作和发展。

3.2. 对外汉语教育资源缺乏

对外汉语教育产业的发展离不开教育资源的丰富。近些年来,对外汉语教育资源研发工作取得有效进展,体现在:1) 对外汉语教材编写逐步规范化、标准化。如,国家汉办颁布了《国际汉语教学通用课程大纲》用于指导和规范对外汉语教材编写,现已被翻译成45种文字在世界各地进行推广使用。2) 对外汉语教材本土化成果丰硕。根据2017年《孔子学院年度发展报告》,截至2017年,全球435所孔子学院(课堂)出版了适应当地教学大纲和考试标准的本土教材2615册。3) 国际汉语教师培养持续进行。国家汉办举办大量项目,培养国际汉语教师,如外国本土化汉语教师培养项目、国家公派教师项目、外国汉语教师来华研修项目等。

尽管如此,对外汉语教育产业仍资源匮乏,特别是本土化资源。

根据2017年《孔子学院年度发展报告》,“一带一路”国家在岗“汉硕”本土教师人数为100人。“一带一路”沿线具有相对丰富优质的汉语教育资源尚且缺乏本土教师,其它地区的情况可想而知。在中国,英语教学任务主要由中国老师承担,这是一门语言在非母语国家广泛、高质量传播的重要表现和主要方式。中国拥有大量的中国英语教师,其人数远远超过其它国家汉语本土教师人数。对比之下,可以看出汉语本土教师奇缺,这与中国世界第二大经济体的地位十分不符,也与汉语现阶段的国际地位不符。

朱霄通过对泰国114所公立中学汉语课程的分析研究发现,泰国中学汉语教育存在诸多问题:师资严重缺乏,教师质量差别大、无法保证教学质量,中泰教师比例不合理且整体过于依赖中国籍教师,中学汉语教材适用性差、不符合学生真实水平和需要等[8]。从表1中可以看出,泰国来华留学人数众多,

是来华留学生主要生源地之一，其国内市场十分广阔，汉语教育相对集中、优质，但仍出现资源不足情况。可见，资源匮乏是对外汉语教育产业中的普遍现象。

3.3. 对外汉语教育市场分布不均衡

对外汉语教育市场分布不均衡，常常集中于某些地区或国家。

在国内，对外汉语教育市场主要集中在中部，这个现象从来华留学生分布情况可见一斑。根据 2017 年《来华留学生简明统计》，北京、上海等东部 11 省市共接收留学生 34.19 万人，是来华留学生总人数的 69.88%。

在国外，对外汉语教育市场集中分布在个别国家。比如，从表 1 中，我们可以看到 2011 年至 2016 年，韩国来华留学生人数在各国中一直排名第一，占到 20% 左右。一国的来华留学生人数能间接反映一国汉语学习的热度，从而反映该国汉语市场的大小。

在海外国家内部，也存在市场分布不均衡的问题。在泰国，曼谷、一些中部地区以及北部地区的汉语教学质量普遍高于其他地区[8]。高的教学质量往往意味着优质丰富的教学资源，而教学资源的集中暗示着该地教学市场的相对广阔。

市场分布不均匀一方面表明汉语市场拓展不足，仅停留在部分地区，另一方面也给对外汉语教育产业的资源协调等造成麻烦。

3.4. 未形成连贯的对外汉语教育产业链

在对外汉语教育产业中，科学研究、教材开发、教师培训、汉语考试、市场拓展等都是产业的一环。但在实际情况中，这些产业环节不仅本身善不完善，它们之间的衔接也存在问题。

国际汉语教育专业的就业难问题正显示了这点。2007 年 5 月 31 日，国务院下达《关于开展汉语国际教育硕士专业学位教育试点工作和推荐全国汉语国际教育硕士专业学位教育指导委员会委员人选的通知》，批准 25 所研究生培养单位开展汉语国际教育硕士专业学位教育试点工作。

张北北对山东大学 2010 至 2012 三届对外汉语硕士毕业生的状况进行研究，发现毕业生专业不对口情况严重。对外汉语硕士研究生从事专业相关工作的毕业生比例偏低，且从事专业相关工作的人数比率逐年下降。此外，其研究结果也表面对外汉语硕士毕业生中存在平均薪资处于国内中等或中等偏低水平、专业能力对毕业生就业帮助不明显等问题[12]。

李美玲以北外汉语国际教育专业 2013 年到 2015 年三届硕士毕业生作为研究样本，调查北外汉语国际教育专业毕业生就业情况。她发现，对口就业人数占毕业生总数的比例不到 50% (49.70%)，且与北外硕士毕业生总体就业率相比，汉语国际教育专业硕士就业率偏低[13]。

对外汉语硕士毕业生的就业问题说明对外汉语的专业培养与社会需求之间是脱节的，也说明国内对外汉语教育产业人才培养与市场发展的衔接不连贯。

在国外，汉语教育产业也缺乏连贯性。比如，朱霄指出，在泰国，汉语教育缺少统一的汉语教学大纲，基础教育阶段的中学汉语课程缺乏系统性的连接[8]。

未能形成完整的产业链使整个产业不能高效运作，即造成了人才浪费，也影响汉语国际推广的进程。

4. “一带一路”背景下对外汉语教育产业化建议

对外汉语教育产业化是全球对外汉语教育的产业化。“一带一路”国家战略的实施，给对外汉语教育产业带来了更广阔的市场与新的发展机遇，对外汉语教育产业应抓住这个机会，加深产业化程度，完

善产业运作。

4.1. 抓住“低龄化”机遇

在海外汉语学习者“低龄化”趋势下，汉语教育从成人学习者拓展到幼龄学习者，市场得以扩展，但也由于汉语教育越来越多地被纳入基础教育，汉语教育的教学系统、教育理念、教学研究都需要做出改变，以适应新的发展阶段。

汉语学习者的“低龄化”趋势意味着汉语对外教育的新机遇，也意味着新的挑战，汉语教育产业也应当做出相应的改变。1) 对外汉语教育者应研究青少年汉语学习者的学习特征。青少年与成人在生活阅历、学习主动性等诸多方面都存在差异，自然表现出不同的学习特征，如青少年对教学趣味性的需求更大。2) 对外汉语教育者应将视线更多地投向青少年学习者。相较于成人汉语学习者，青少年更能接受第二语言所带来的外来文化。着眼于青少年学习者，能够提高中国文化在国际上的辨识度与接受度，为中国与世界的交流起到积极作用。3) 对外汉语教育体系应更加全面。随着海外汉语学习者“低龄化”程度加深，汉语学习者中出现了越来越多的幼龄学习者，他们中的一部分可能会一直学习直到成年，甚至是终身学习。应将青少年教育体系与成人教育体系平稳衔接，以满足一名学习者终身的学习需求。

4.2. 对外汉语产业要适应来华留学生新发展趋势

来华留学生是重要且巨大的市场，对外汉语产业要牢牢把握这个市场的动态变化，以期更好的满足该市场的需求。

留学生来华目的呈现多样化趋势。2016年，来华学习汉语的留学生比例达38.2%，比2012年下降了15.3%；攻读其它学科的学生数量显著增加，与2012年相比，教育、理科、工科和农学学生数量显著增加，增幅均超过100% [4]。

留学生目的的改变意味着他们对汉语教学的需求发生了变化。在以往，来华学习汉语是留学生的主要目的，而今，来华学习其它学科人数增加，他们对汉语教学的需求不再是主要学习汉语，而是在学习其它专业知识时兼顾汉语学习，汉语学习的内容也更加生活化。

因此，对外汉语教育产业也应针对这种新变化做出在教育理念、教学方法、教材等方面的改变。

4.3. 利用互联网，抓住媒体变革的机会

利用互联网便捷、广泛、易获取的优势，拓展汉语学习者接触汉语资源的途径，加速对外汉语产业的发展。

利用互联网发展汉语产业可具体实现在加强网络孔子学院建设方面。

孔子学院是对外汉语教育的主要承担者。根据国家汉办的统计，至2018年12月31日，全球154个国家(地区)共有548所孔子学院和1193个孔子课堂。其中，亚洲34个国家及地区126所，非洲43个国家59所。孔子学院开展各类汉语教育与汉语推广活动，如进行汉语教学、培训汉语教师、开展汉语考试、举办中外语言文化交流等。其拥有丰富的教育资源、遍布全球的教育网络，是对外汉语教育的枢纽。因此，利用好孔子学院，能为对外汉语教育产业源源不断地提供资源。

网络孔子学院以孔子学院为基础，以网络传播的形式向汉语学习者提供服务。2009年，网络孔子学院成立，向汉语学习者提供在线汉语学习服务。根据2017年《孔子学院年度发展报告》，到2017年，网络孔子学院总用户人数达1003万人，其中注册用户62.1万人，日活跃用户3.6万。

加强网络孔子学院建设，使更多的人接触到优质的汉语教育，增加汉语学习者人数，拓展对外汉语教育产业的市场。

4.4. 大力推广全球汉语考试，增加汉语考试权威性

从 1990 年开始，各类汉语考试先后出现，如汉语水平考试(HSK)、汉语水平口语考试(HSKK)、中小学生汉语考试(YCT)、商务汉语考试(BCT)和孔子学院/课堂测试(HSKE)等。

汉语考试的发展应向“检定非英语为母语者的英语能力考试”(TOEFL)、“国际英语测试系统”(IELTS)等第二语言的考试看齐。TOEFL、IELTS 是出国留学美国、加拿大等英语国家重要甚至必备的考试成绩，它们的重要性使得无数国人参考。

语言考试是语言教育市场一种重要的产品，是产业链中重要的一环。一种语言的相关考试和这种语言的推广程度是相互促进的，一种语言影响力大才使其相关考试受到重视，相关考试推广度高又能促进该语言的推广，拓展语言市场。

2010 年 3 月，进行了全球首次汉语水平考试(HSK)。截至 2010 年 12 月，全世界共有 12 万名考生报名参加，其中 85% 以上的考生在海外参加考试。此后，各类汉语考试蓬勃发展。根据 2017 年《孔子学院年度发展报告》，全年共有 650 万考生人数参加各类汉语考试。

对外汉语教育产业应在此基础上继续推广 HSK 等汉语考试，让汉语学习者的学习成果能够得到有效评估，推动他们的学习积极性。

此外，也应加强各类汉语考试的含金量。目前，各类汉语考试成绩已能在一些方面发挥作用，比如，《答复》中提到新加坡将 HSK 作为公务员选拔考试必考科目，教育部办公厅关于外国留学生可凭《新汉语水平考试(HSK)成绩报告》注册入学的通知将新汉语水平考试 4 级的及格线 180 分作为中国政府奖学金理学、工学等学科专业的预科学生，完成一学年预科教育后应达到的汉语言水平。

4.5. 同步推进对外汉语教育全球化与本土化

全球化是指对外汉语教育横向拓展，目的是让更多的人学习汉语、了解中国文化。本土化是指在向外国进行汉语教育推广时，要结合当地的实际情况，使汉语教育满足当地市场的需求特征。

相对于全球使用同一个汉语教育标准，本土化丰富了产业内容与产品，能更好地满足市场需求，有利于产业的蓬勃发展。

“一带一路”国家战略的实施，大大增加了中国与沿线 122 个国家的贸易往来、交流合作的机会，也给对外汉语教育产业带来前所未有的广阔市场。对外汉语教育产业要把握住这个机会，在开拓新市场的同时，也投入精力研发符合当地实际需求的教学方法、教材，培养本土教师，做到对外汉语教育全球化与本土化同步推进。

4.6. 增强对外汉语教育的文化交流功能

国家发展改革委、外交部、商务部联合发布的《推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动》指出，民心相通是“一带一路”建设的社会根基。

这为对外汉语教育产业指明了新任务与新使命。实现“民心相通”离不开交流，而交流自然离不开语言。汉语作为一种使用广泛、历史悠久、富有魅力的语言，将成为中国与世界各国相互交流、合作的重要工具。

对外汉语教育产业要把握机遇，深入文字语言下的文化，在语言传播中让世界了解中国文化，将汉语教育产业的范围拓展到更高层次的文化交流。

参考文献

- [1] 王雪梅. 语言经济学视域下的汉语产业化发展[J]. 廊坊师范学院学报(自然科学版), 2013, 13(4): 70-72.

- [2] 赵莉. 对外汉语教育市场发展研究[D]: [硕士学位论文]. 厦门: 厦门大学, 2006.
- [3] 王唯. 全面推进共建“一带一路”教育行动[EB/OL].
http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/moe_1485/201902/t20190219_370193.html, 2019-03-01.
- [4] 教育部国际合作与交流司. 聚焦国家战略提供人才支撑留学工作取得显著成绩[EB/OL].
http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/xw_fbh/moe_2069/xwfbh_2017n/xwfb_170301/170301_sfcl/201703/t20170301_297675.html, 2019-03-01.
- [5] 汉语在东非多国受到热捧[N]. 人民日报海外版, 2019-02-18(10).
- [6] 李宇明. 海外汉语学习者低龄化的思考[J]. 世界汉语教学, 2018, 32(3): 5-15.
- [7] 党超峰. 俄媒: 明年起汉语将加入“俄罗斯高考”[EB/OL].
http://world.chinadaily.com.cn/wykgz/2018-11/29/content_37332491.htm, 2019-03-01.
- [8] 朱霄. 泰国公立中学汉语教学现状调查研究[D]: [硕士学位论文]. 昆明: 云南大学, 2013.
- [9] 赵静. 曼松德孔子学院六地同考 YCT 考生人数创新高[EB/OL].
http://www.hanban.org/article/2014-11/17/content_561815.htm, 2019-03-01.
- [10] 王一涵, 赵一轩, 王林强, 等. 对东北地区民办汉语培训机构的现状与发展策略研究[J]. 华中人文论丛, 2014(1): 156-159.
- [11] 杨莹. 广州民办对外汉语培训机构现状调查[D]: [硕士学位论文]. 广州: 中山大学, 2014.
- [12] 张北北. 汉语国际教育/对外汉语硕士毕业生就业状况调查[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东大学, 2013.
- [13] 李美玲. 汉语国际教育专业硕士就业问题探析——以北京外国语大学为例[J]. 国际汉语教育(中英文), 2017(1): 39-46.

知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2169-2556, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>
期刊邮箱: ass@hanspub.org