

尼日利亚中文教育本土市场化办学探索与实践: 以“鸿儒学院”为例

黄长彬

(山东师范大学国际教育学院/区域国别中文教育研究中心)

摘要: 本土市场化办学是国际中文教育事业的发展方向, 但学界对于中文本土市场化办学模式和案例尚缺乏深入探讨。为此, 本报告选取非洲大国尼日利亚为对象国, 并以该国旅尼华人创办的中文教育机构“鸿儒学院”为个案, 对其本土市场化办学实践进行剖析, 考察其办学状况及在招生、运营等方面的具体实践, 分析其在本土办学过程中面临的挑战并提出对策建议, 为国际中文教育的本土市场化办学提供参考和借鉴。**关键词:** 尼日利亚; 本土市场化; 中文教育; 鸿儒学院

EXPLORATION AND PRACTICE OF LOCALIZED MARKETIZATION CHINESE LANGUAGE EDUCATION IN NIGERIA: A CASE STUDY OF HONGRU ACADEMY

Huang Changbin

Abstract:

Localized, market-oriented school operation represents an important development direction for international Chinese language education. However, existing scholarship has paid insufficient attention to localized marketbased models and concrete cases of Chinese language education. To address this gap, this report takes Nigeria, a major African country, as the target context and selects Hongru Academy, a Chinese language education institution founded by Chinese expatriates in Nigeria, as a case study. By analyzing its localized market-oriented practices, the report examines the Academy's operational conditions and its specific approaches to student recruitment and institutional management, identifies the challenges it faces in the process of localized operation, and proposes corresponding countermeasures and policy recommendations. The study aims to provide reference and insights for the localized, market-oriented development of international Chinese language education.

Keywords: Nigeria; localized marketization; Chinese language education; Hongru Academy

“尼日利亚中文教育事业在 21 世纪之前处于零散甚至空白状态, 该国系统化、成规模的中文教学应从本世纪初两所孔子学院¹的创办算起。”^[1]现今孔子学院已成为尼日利亚中文教育的重要阵地, 对于促进该国中文教育事业发展起到了决定性和先导性作用。但作为非盈利的中国语言文化传播机构, 孔子学院的运营尚无法全面实现自负盈亏。有研究^[2]表明, 尼日利亚境内的其他域外语言, 如法语、西班牙语、德语和阿拉伯语等均实现本土市场化办学², 相较而言, 该国中文教育的本土市场化办学之路任重道远。

由旅尼华人创办的位于尼日利亚首都阿布贾(Abuja)的语言教学机构——“鸿儒学院”, 率先进行中文教育的本土市场化办学尝试, 在促进中国语言文化异域传播的同时, 服务于当地经济社会发展, 且为今后中文教育本土市场化实践积累了经验。为此, 本报告将以鸿儒学院的办学作为个案进行剖析, 考察其办学特色及思路, 面临的挑战及对策等, 从而为国际中文教育的本土市场化办学提供参考和借鉴。

作者简介: 黄长彬, 山东师范大学国际教育学院讲师、硕士生导师, 山东师范大学区域国别中文教育研究中心常务副主任、海外汉学研究中心兼职研究员, 主要从事非洲中文教育、汉语二语习得研究。

基金项目: 国家语委全球中文学习联盟研究专项“尼日利亚中文教育本土化现状、挑战及对策研究”(批准号: YB145-90); 教育部人文交流中心与教师中外人文交流能力培养研究院专项课题“尼日利亚中文教育‘数字化’教学实践与思考”(批准号: HNUJL202414); 山东省社会科学规划研究项目“基于与汉语母语者对比的高水平汉语二语学习者口语流利性研究”(批准号: 24CYYJ09)。

¹ 纳姆迪·阿齐克韦大学孔子学院成立于 2007 年, 中方合作院校为厦门大学; 拉各斯大学孔子学院成立于 2008 年, 中方合作院校为北京理工大学。

² “本土市场化”是对“本土化”和“市场化”简单加和的超越, 这一概念不单强调国际中文教育要实现本土化、市场化, 而是强调全球各地的中文教育办学机构要在市场化的过程中实现本土化, 二者是有机整体, 且市场化办学是真正实现中文教育本土化的先决要件。

一、尼日利亚中文教育发展前景广阔

尼日利亚全称尼日利亚联邦共和国(The Federal Republic of Nigeria), 位于西非东南部, 南濒几内亚湾, 与喀麦隆、贝宁、尼日尔、乍得等国接壤, 面积约 92 万平方公里, 人口约 2 亿。境内分布着 200 多个民族, 主要民族为豪萨族、约鲁巴族和伊博族。政治首都为阿布贾, 经济首都为拉各斯(Lagos)。尼日利亚系非洲文明古国, 曾属英国殖民地, 1960 年宣布独立后建国, 官方语言为英语。尼日利亚中文教育前景广阔:

首先, 该国是非洲第一大经济体和第一人口大国, 同时也是非盟成员国以及“西非经济共同体”领头羊, 理应成为发展非洲中文教育事业的重要基地之一。

其次，该国多年稳居中国在非洲地区第一大工程承包市场、第二大出口市场、第三大贸易伙伴，两国在政治经济领域合作日益加深，为中文教育事业的发展提供了沃土土壤。

第三，该国经济体量大但人均低，除石油作为经济支柱外，仍以第一产业为主，第二产业发展潜力巨大，具有劳动密集型特点。作为工具性语言，中文能够提高社会就业率。

总之，尼日利亚经济社会对中文呈现出旺盛的需求，未来中文教育前景广阔。但仅依靠孔子学院实际上无法满足当地经济发展的语言需求，推动本土市场化中文教育具有现实正当性和客观必要性。

二、鸿儒学院本土市场化办学探索

(一) 成立背景及概况

鸿儒学院于 2022 年 10 月 1 日开始试运营，机构发起人为廖艳芳女士和骆倩女士，两人同时也是 Lomo 咖啡厅¹的实际控制人。在尼日利亚，学院的创办经过公司注册、开设账户、税务局申报、教育局及消防局备案，教育局实地考察及审批等程序，现已平稳运行 2 年多。

鸿儒学院的成立依托于 Lomo 咖啡厅，学院位于尼日利亚首都阿布贾 Ebitu Ukiwe 路 Lomo 咖啡厅内二层。咖啡厅（含庭院）总占地面积 3000 平方米，内部教学区占地面积 500 平方米以上。学院配有图书室、咖啡厅、大型活动室、财务室、人力资源室、教师办公室等配套设施，拥有中小班教室 3 个、中方教职职工 3 人和尼方助教人员 1 人。

学院以传播中国语言文化为宗旨，以语言教学、文化体验为主要办学形式，面向和服务于三大群体：一是当地适龄的海外华裔子女；二是尼日利亚本土适龄学员；三是当地的其他国际适龄学员。

(二) 课程安排及教学

鸿儒学院累计培养中文学习者百余名，均为尼日利亚本土成年人。学院教学活动分为语言教学和文化体验两方面。

首先，在语言教学方面。目前，学院采用北京语言大学出版社出版的《汉语教程》作为综合课教材，并配合《汉语口语速成》作为口语教材进行汉语知识教学。课程分为初、中、高 3 个级别，每个级别周期 10 个月；每个班级限额 10 名学生，配有 1 名老师、1 名助教。教师负责日常授课，助教辅助老师完善整个教学流程，包括但不限于课堂协助、辅导学生课后学习等工作。

其次，在文化体验方面。学院充分利用茶艺室、书画室、棋艺室及大型活动室开展文化体验活动及读书会活动。目前，学院对于学员的茶艺培训、书法培训以及中国文化公开课、唐诗宋词朗诵体验课等均为免费提供。学院还准备开设汉语角，进一步提高学员的中文学习热情，增加师生互动。

(三) 招生市场化探索

招生的市场化是鸿儒学院开展本土化办学的重要组成。在招生方面，与孔子学院直接依托所在大学提供稳定生源不同，鸿儒学院在创办之初并无稳定生源。为挖掘潜在的生源市场，鸿儒学院招生途径包括：

第一，招生广告展板。学院依托 Lomo 咖啡厅的密集人流常年设置招生广告展板，邀请有意报名者实地参观教学区并进行文化体验，提升了学院在阿布贾政、商界等中高端人群之间的知名度和影响力。

第二，多媒体化宣传。学院还尝试利用广播电台、网络自媒体平台²等发布招生信息。今后学院还将尝试做客当地电视台发布招生广告，进一步提升生源数量。

第三，校际联络推广。学院与在阿布贾开设的美国国际学校³ (AISA)、土耳其国际学校⁴ (NTIC) 等加强校际联络关系，今后可为学院提供国际生源。

(四) 运营市场化探索

运营的市场化是鸿儒学院开展本土化办学的关键组成。在经费来源上，与孔子学院能够获得国际中文教育基金会资助不同，鸿儒学院从筹划到试运营并无外界资助，需完全自负盈亏。目前，学院的开支包括教学区的装修、教学设备的购置、教学设施的维护、教师工资的发放等。为维持鸿儒学院的正常运营，学院的办学经费来源包括两个方面：

一是，学员的学费收入。学费是学院收入的主要来源，表 1 为鸿儒学院与尼日利亚当地一家孔子学院的学费对比情况。鸿儒学院实施三段学费制，其中初级班学费为 65 万奈拉⁷，中级班学费为 85 万奈拉，高级班学费为 105 万奈拉，学费总额为 255 万奈拉；UNIZIK 孔子学院实施两段收费制，其中 HSK1 级~HSK3 级学费为 5.5 奈拉，HSK4 级~HSK6 级学费为 5.5 万奈拉，学费总额为 11 万奈拉。

¹ Lomo 咖啡厅，全称为：Lomo Coffee & Restaurant。这是一家高端的国际化咖啡厅，餐厅采用中式庭院布局，整体风格中西合璧，以西式口味为主，主营印度风味、意大利风味、中国风味及其他风味餐饮，每日接待政界、商界及各国友人上百人。

² 鸿儒学院自媒体平台包括：Facebook 和 Instagram。

³ 全称为：American International School Abuja。

⁴ 全称为：Nigerian Tulip International College。

表 1 鸿儒学院与孔子学院学费对比表

鸿儒学院	UNIZIK 孔子学院 ⁸
初级班：65 万奈拉 中级班：85 万奈拉 高级班：105 万奈拉	1 级~3 级：5.5 万奈拉 4 级~6 级：5.5 万奈拉
总金额：255 万奈拉	总金额：11 万奈拉

鸿儒学院的学费虽比孔子学院高，但仍无法满足学院日常各项开支。办学初期学院经费收支并不平衡，处于入不敷出的状态。

二是，“以实体养教育”。与英语、法语、西班牙语等老牌殖民语言相比，海外中文教育的市场化运作并不成熟，突出表现在中文教育机构自身造血能力较差。在办学初期举步维艰，面临着“高投入、低回报”的压力，且很难在短期内实现盈利。为解决办学经费困难局面，鸿儒学院探索实行“以实体养教育”的办学模式。

“实体”指的是经济实体 Lomo 咖啡餐厅。自咖啡餐厅营业以来，组建了成熟的职业经理人团队，包括餐厅经理、财务经理、人事经理、专业厨师（含中国厨师和外籍白人主厨）及其他服务人员超过 60 人的运行团队，提供星级餐饮服务。咖啡餐厅现已跻身阿布贾首都圈名流餐饮，受到当地达官显贵以及其他国籍友人青睐，也深受年轻网友喜爱，成为当地时尚人群的打卡圣地、电视电影取景地。目前，咖啡餐厅的日均饱和承载量营收可超 300 万奈拉（约合人民币 3 万元），能够完全承担鸿儒学院运行所需的教学设备、水电、饮食及教师工资等的开支。“以实体养教育”其实是依托实体经济的运作来维持中文教育事业的各项开支，即依托餐饮业带来的收益补贴学院中文教学上赤字，最终实现实体经济与教育机构之间的收支平衡并仍有盈余。

三、鸿儒学院办学挑战及发展启示

作为尼日利亚中文教育本土市场化办学的拓荒者，“鸿儒学院”先行先试，在发展过程中也面临着诸多挑战。

（一）办学挑战

第一，学院办学经费来源不足的问题。尼日利亚是中国在非洲地区第一大工程承包市场，基础设施建设需要大量中文人才，这为中文教学提供了广阔市场。但尼日利亚作为第三世界国家，个体对于语言学习的投资能力薄弱，上文提到 UNIZIK 孔子学院 HSK1 级~HSK6 级（两学年）学费折合人民币仅 1000 多元。可见，当地人理想的语言学习模式是“低投入、高回报”。但对于本土化中文教育机构来说，理想的办学模式是“高投入、高回报”，问题是：若提高学费则会导致生源流失；若降低学费则会带来更加严重的赤字。总之，办学经费不足是本土化中文教育面临的主要挑战。

第二，海外“三教问题”突出：教师教材教法。“教师、教材、教法问题其实是语言教学的永恒主题”⁷，也是国际中文教育事业无法回避的课题，在本土化中文办学的探索与实践过程中更为凸显。以“教师问题”为例，鸿儒学院目前 3 名中方教职员工里，仅有 1 名拥有语言教育的专业背景。专业语言教师的不足会影响教材的使用及教法的选用，进而影响办学实效。此外，对于国际中文教师而言，不仅要有扎实的教学技能和素养，更重要的是要有“传教士”般的精神和信念，能够留得住、沉下去，忠爱国际中文教育事业。

第三，本土市场化机构的发展壁垒问题。孔子学院作为国际中文事业的引领机构，其运营得到国际中文教育基金会、国内外高校的资助，同时享有设立汉语水平考试考点、国际中文教师奖学金推荐等政策红利，因而成为国际中文教育事业的“正规军”。相较而言，本土市场化办学主体不仅无法获得国际中

⁷ 尼日利亚币种为奈拉，其货币符号为 ₦。2022 年 11 月，人民币与奈拉的汇率约为 1: 105。

⁸ UNIZIK 孔子学院，即为纳姆迪·阿奇克韦大学孔子学院，全称为：NnamdiAzikiwe University。

文教育基金会资助，也无法受邀参加一年一度的“世界中文大会”以跟踪国际中文教育发展动态，在设立考点、推荐奖学金名额等方面也存在政策壁垒，最终将损害学员的语言学习利益、打击机构办学的信心。总之，目前本土化中文教育的办学主体与国际中文教育的“正规军”之间仍存在政策衔接问题。

（二）发展启示

为促进尼日利亚本土市场化中文教育办学机构可持续发展，同时为其他国家和地区同类型中文教育机构的发展提供借鉴和参考，本报告提出如下对策建议：

第一，经费来源多元化。有研究表明，尼日利亚一些语言教学机构如“法语村”办学经费的外部来源包括：联邦政府国家大学委员会（NUC）拨款、尼日利亚高等教育信托基金（TETFund）资助、法国政府外国事务与合作部贷款等途径。^[4]从而大大缓解法语村的办学经费压力。作为本土市场化中文教育的办学主体，也应积极争取相关机构和部门的支持，与诸如国际中文教育基金会、世界汉语教学学会、中国驻尼日利亚大使馆文化处、尼日利亚教育部、尼日利亚联邦政府国家大学委员会等机构互通有无，拓宽资金、设备、教学资源等的来源。

第二，师资来源本土化。师资问题是“三教问题”中的核心问题，本土办学主体面临的师资问题主要表现在数量和质量两个向度上。其中，质量问题更为重要，“有什么样的教师就会有怎样的教材，有什么样的教法。教材的质量、教材是否合用、教学法的取舍都取决于教师的教学理念。”^[5]寻求师资来源的本土化能够在短期内解决数量不足问题，但质量问题非一朝一夕能够解决，应依赖各方久久为功，如：参与教育部中外语言交流合作中心定期组织的国内高校对海外本土中文师资进行线下/线上培训；联合孔子学院举办教师发展/教学技能研讨会等。

第三，打破政策的壁垒。孔子学院作为国际中文教育的排头兵享受政策优惠，在师资培训、汉语考试、奖学金推荐等方面并未完全向本土中文教育办学主体开放。既然本土市场化办学是国际中文教育的发展方向，因而有必要探索本土办学机构与孔子学院融合发展的机制，促进不同属性的中文教育机构打破壁垒，实现共享信息、共享资源、共享政策，共同促进国际中文教育事业的可持续发展。总之，国际中文教育事业是“一盘棋”，语合中心应探索整合推动事业前进的各方力量的路径和机制并形成发展合力，避免各自为战，“充分发挥多元主体的作用，构建多样化、立体化的汉语传播新格局”^[6]。

第四，数字赋能中文教育。数字化是将教学资源和过程电子化，提高教学资源的远程可访问性和教学过程的便捷性。教学资源数字化，包括音视频和动画等多媒体、在线中文学习平台等，可弥补和缓解汉语教学师资、教材等资源匮乏的现状。奥贡州(Ogun State)“广东自贸区”开设网络中文课堂表明尼日利亚中文教育已发生数字化萌芽，但其数字教学资源主要依靠中文联盟，教学资源来源较为单一，且受当地网络通讯技术落后、电力供应不足等条件限制，其中文教育数字化的开发和利用水平仍待进一步提升。语合中心可考虑为尼日利亚这样的第三世界国家中文教育机构开展数字化资源培训，提升本土教师数字化素养及资源开展、使用能力。

四、结语

鸿儒学院目前规模较小，但却是尼日利亚第一家由旅尼华人创办的本土市场化中文教育机构，其招生过程和运行方式与当地公立中小学、孔子学院等存在显著差异，因而具备一定代表性，其开创意义非凡。随着中国影响力的攀升以及中文热持续升温，相信尼日利亚会有更多此类市场化机构诞生，非洲其他国家由旅尼华人创办的此类机构也会越来越多。对于这样一个萌芽式的本土市场化中文教育机构进行深入剖析，相关结论能够为非洲各国以及其他第三世界国家同类型中文教育机构的可持续提供参考和借鉴。

参考文献：

- [1]黄长彬、吴应辉，“一带一路”视域下尼日利亚汉语教学事业发展研究，海外华文教育，2020年第6期。
- [2]黄长彬、吴应辉，“一带一路”视域下尼日利亚汉语教学事业发展研究，海外华文教育，2020年第6期。
- [3]崔希亮，汉语国际教育“三教”问题的核心与基础，世界汉语教学，2010年第1期。
- [4]黄长彬，尼日利亚“法语村”办学模式及其对国际中文教育的启示，国际中文教育研报，2022年第14期。
- [5]崔希亮：《汉语国际教育“三教”问题的核心与基础》，世界汉语教学，2010年第1期。
- [6]李宝贵、尚笑可，“一带一路”背景下汉语国际传播的新机遇、新挑战与新作为，辽宁大学学报（哲学社会科学版），2018年第2期。