

探析文化差异对国际贸易的影响及对策

吕向生

(安徽国际商务职业教育集团 安徽国际商务职业学院, 安徽, 合肥, 231131)

摘要: 在科学技术的推动下, 全球经济一体化的发展极为迅速, 随着国际间交往日益增多, 文化的活力也逐渐被激发, 成为活跃在国际贸易领域中的重要因素之一。文化中的语言、价值观念和风俗习惯与国际贸易有着非常密切的关系, 同时对国际贸易产生重要影响, 因此, 有必要加以重视并采取有效措施。

关键词: 文化差异; 国际贸易影响; 对策

中图分类号: F746

文献标识码: A

Analysis of the Impacts of Cultural Difference on International Trade and Its Countermeasures

LV Xiang-sheng

(Anhui Institute of International Business, Hefei 231131, China)

Abstract: With the great advance of science and technology, the development of global economic integration has been extremely rapid. The increasing international exchanges have inspired the vitality of culture, becoming one of the important factors in the field of international trade. Language, values and customs in culture have very close relationship with international trade and exert important impact on it. As a result, it is necessary to attach due importance to these factors and take effective countermeasures.

Key words: cultural difference; impact on international trade; countermeasures

随着我国“四个全面”深入推进, “一带一路”战略实施、上海等地自由贸易区设置以及经济全球化的发展, 我国改革开放步伐进一步的加快, 对外贸易发展迅速, 已由当初世界贸易小国而今发展成为贸易大国, 其进出口总额已跃居世界第一位, 已与 227 个国家和地区有贸易往来。随之而来是我们与世界各国的交流、跨文化对话越来越多, 也越来越重要, 如孔子学院, 据统计, 到今年 9 月底, 全球 142 个国家和地区已设立 516 所孔子学院和 1076 个孔子课堂, 累计培养各类学员 700 多万人, 文化活动受众近 1 亿人次。但各国文化差异对我国的企业从事国际贸易产生了重要的影响, 各类进出口企业有必要认识和了解文化内涵和各国文化的差异, 才能采取相应对策与措施, 以便顺利开展国际贸易。

一、文化内涵与文化差异

(一) 文化内涵和特点

文化既是人类生活的反映和活动的记录, 更是历史发展的积淀和人们对生活的需要及愿望, 它是人类的高级精神生活。英国学者泰勒在《原始文化》一书中明确指出: “文化或文

作者简介: 吕向生 (1962.9—), 男, 安徽国际商务职业学院副教授, 研究方向: 高职教育、集团化办学和校企合作、国际经贸地理、国际贸易。

明，就其广泛的民族学意义来说，乃是包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗和任何人作为一名社会成员而获得的能力和习惯在内的复杂整体。人类的各种各样机会中的文化状况，在其可能按一般原理加以研究的范围内，是一个适合于研究人类思想和行动的规律的课题。”他对文化的描述成为一个里程碑，为文化的研究开拓了更加广阔的视野。

同时，文化是影响人类生产和生活的最持久、最深刻的因素，它随着时代的变迁而变化，随着科技的飞速发展而丰富。如上所述，文化是指人们在长期生产和生活实践中所创造出来的物质和精神财富，主要包括语言、教育、宗教信仰、道德、价值观和风俗习惯等方面。由于文化具有复杂性和多元性，所以人们对文化的理解和运用也存在着差异。历史学家注重各民族的文化遗产，社会学家关心人们的文化行为，人类学家则着眼于不同的群体在精神与习俗上的差异。人们对文化范畴的理解和运用越来越广，角度越来越多，并各有各的侧重点。文化具有地域性、民族性和时代性的三大特点，不同地域、不同民族文化有一定差异；同时，文化也不是一成不变，随着科学技术及生产力的发展而发展变化的，具有鲜明时代特点。

（二）文化差异性

文化除了有一些共性外，各国的文化也有着非常明显的差异，而且在各个国家又各不相同，不同程度影响了国际贸易。各类进出口企业应抓住他国市场同本国市场根本的文化差异，从本质上寻求自己企业在他国市场上的救命草，生长树。

造成文化差异的原因既有主观因素也有客观因素。客观上主要是自然地理因素的影响，而主观上则是人文历史因素的影响。自然地理因素，是指所有能够影响人类社会发展的自然地理要素，如地形、气候、河流和湖泊、土壤、动物和植物等。人文历史因素，是指人类自身长期在社会生产和生活实践中所形成的民族、语言、宗教信仰、风俗习惯、政治、经济、技术和法律等因素。但很少有人能清醒地意识到他们自己的文化，就像鱼在水中畅游但却感觉不到水的存在，一旦离开了水，暴露在空气中时，才会觉得不舒服甚至死亡。相似地，在人类大部分历史中，人们只是模糊地意识到文化的存在，当处于自己的文化环境以外时，才意识到文化差异的存在。

从国际贸易比较优势理论分析得知，由文化的民族性和时代性推导出的文化差异性恰好国际贸易的比较优势中找到了生存的空间。因为差异的存在，才有了交换的需要。按照比较优势在二维层面上进行分析：从第一个层面看，文化的民族性产生了横向上的差异。在强烈的文化差异下，人们产生了对异域文化的需求，即希望从外来文化中获取本民族文化中稀缺的元素以满足自己物质生活或精神生活的需要。比如说中医用药，讲究辨证，它把人体当作一个整体来看待，对某处病痛的医治往往从其他部位入手，这样疗效可能较慢，但可以去根治本。而西医用药多采用局部分析的办法，头痛医头，脚痛医脚，所以急性病的发作，用西药治疗见效快。两种文化背景下所产生的不同的医治方法，各有利弊。但人类共同面对的疾病使得遵循不同医药文化的医药产品被相互需求，近年来，大量中医药品走出国门就是最好例证。从另一个层面看，文化的时代性产生了纵向相对性。提出这样的说法，是因为文化随着时间的推移，在交流中不断融合新的内容，形成新的文化，创造出新的比较优势。

二、语言、价值观念和风俗习惯与国际贸易

文化中的语言、价值观念和风俗习惯等对国际贸易影响是比较深刻和重要的，值得分析和研究。

（一）语言文化与国际贸易的关系及影响

语言是人类交流思想的工具，也是一个国家或地区文化的缩影。要想了解一个国家或地区的文化背景，不得不借助该国（地区）所使用的语言。现在世界上约有 3000 多种语言，其使用情况各不相同，有的语言使用人数众多，有的语言使用人数很少。例如俄罗斯远东地区的纳奈语，使用人数仅 7000 人，而汉语、英语、西班牙语、俄语、法语、阿拉伯语、印度斯坦语、孟加拉语、日语、葡萄牙语、德语、印尼语、意大利语等 13 种语言的使用人数均超过 5500 万人，英语更显而易见地成为国际贸易中的通用语言。

文化的本源在于语言，语言是世界上最广泛、最能传达思想的工具，也是一个地方重要的文化特征，有它与众不同的文化内涵。在国际经济贸易中，各国语言的相互碰撞，相互转化，成为达成交易的必经途径。能够精准译出他国语言成为该过程中最重要的环节。由于语言内涵的差异，语言的转化常常碰壁。一旦转化人员不能理解该地的文化内涵、语言精髓，便不能精准地甚至会错误地译出对方的语言，造成双方的误解，给国际经济贸易带来阻碍。从本质上探讨，同一语句、同一文字、同一发音在不同的文化背景、不同的语境中语义可能会有很大差异。比如“标志”一词，用浙江话来发音则是“婊子”，语义反差很大，而这样的例子举不胜举。很多企业家忽略了此差异，造成了自食苦果的尴尬处境，可见语言文字在国际经济贸易中的重要之处。只要转化语言人员能够下功夫了解他国语言文字、文化特点，对意思的表达上多加揣摩，便能促使国际经济贸易取得成功。

语言对国际贸易的影响主要表现在以下几个方面：

1. 国际贸易术语和略语对国际贸易的影响

当前国际贸易中使用的许多术语、略语都是由英语简化而形成的，因此如果不精通英语，就很难了解这种术语、略语的真正含义，也就难以界定买卖双方的权利与义务。例如贸易术语的 FOB、CIF，严格规定了双方的权利与义务。它们的英文全拼是 Free on Board 和 Cost Insurance and Freight。

2. 各种语言差异对国际贸易的影响

一些多民族的国家往往使用多种语言，民族矛盾也反映在语言上，因此若使用语言不当，必然引起当地居民的不悦甚至反感，不利于国际交流。例如加拿大是由英裔和法裔移民形成的国家，英语和法语同属官方用语，但若与魁北克地区的居民交往最好使用法语，若使用英语，当地居民会不悦。

3. 同一个语汇在不同环境下使用对国际贸易的影响

一种语言往往在不同国家或地区的居民中共同使用，在长期历史过程中由于受当地其他文化因素的影响，同一个语汇往往在词义、语音和习惯用法上有很大的差异，因此我们应注意这种差异。例如英国和美国都使用英语，但 Garden 这个词汇在英语中为“花园”，而在美国是指“菜园”。

4. 东道国的文化对国际贸易的影响

在国际贸易中，还要研究东道国的文化及不同地区语言文字的差异，才能获得更多的贸易利益。例如美国可口可乐公司（Coca-cola）在指定其在中国的销售策略时，就考虑过在推

销其产品的同时保留 Coca-cola 的英文发音，其谐音有人译成：“啃蜡蝌蚪”，消费者无法理解，后来该公司研究了数以万计的中国字词，终于将其译成“可口可乐”这四个发音动听、意思完美的中国字。从此，可口可乐公司将该商品成功地打入了中国市场，获得了丰厚的贸易利益。

5. 出口商品品名和商标等对国际贸易的影响

国际贸易中出口商品品名、商标、说明等文字的翻译，要注意不同国家（地区）语言文字的差异，否则会引起误解，影响市场的开拓。例如美国通用汽车公司生产的“NOVA 雪佛兰”汽车，其英语意为“神枪手”，比喻为跑得快。而通用汽车公司把该车出口到西班牙时“NOVA”商标未作变动，结果在西班牙销售不理想，原因在于“NOVA”在西班牙语中含义为“跑不动”。

（二）价值观念与国际贸易的关系及影响

价值观念是指整个社会的全体人员或社会的某一阶层，对客观事物的评价标准，是人们推崇或鄙夷某一事物的共同风气。由于不同的国家或地区的居民往往具有不同的价值观念，因此影响人们对事物具有不同的认识和态度，从而导致不同的行为方式。在对外贸易谈判、签约和有关商品的设计、生产、包装、广告等环节中要注意贸易对象国的价值观念。

1. 时间观念差异对国际贸易的影响

不同国家的居民对时间的态度是不同的。西方发达国家的居民一般时间观念强，视时间为“生命”、“金钱”。因此在交往中提倡守时、快速，对快餐、速溶食品、拍立得照相机等产品接受能力强。而巴西等拉美国家或地区的居民时间观念差，谈判交往过程中不守时的事情经常发生，因此交往中我们对此应有思想准备。

2. 对变革和创新的态度不同对国际贸易的影响

变革和创新是事物发展的客观规律，但不同国家或地区的居民对变革和创新的态度却不一样。例如美国人常常把“创新”与利益联系起来，创新容易被接受，新产品受欢迎。而有些国家居民则趋向保守和传统，对新产品接受能力差。例如德国就推崇那些历史悠久的企业、品牌，而新企业、新产品要经过较长的适应过程。

3. 财富观念不同对国际贸易的影响

追求金钱和财富是人们普遍的愿望，但不同国家和地区的人们对取得财富的方式和显示财富的态度上却有差异。在美国拥有财富的多少，往往与个人的才能联系起来，财富多，意味着个人才能卓著，因此美国人多愿意购买高档名牌产品、以显示其身份和地位。而东方人常常对财富比较含蓄，怕“露富”，以避免别人的嫉妒。例如日本人人均收入虽然颇丰，但很少超前消费，而多用于储蓄，很少在人前显示。

4. 风险意识差异对国际贸易的影响

国际贸易中由于交易环节多、履约时间长、运输距离远，因此面临着各种风险。各国居民的风险意识是不同的。在一些开放的国家由于市场经济形成得早，居民风险意识强，防范风险的措施多；而在一些观念保守，市场经济不健全的国家，居民的风险意识差，因此在贸易交往中往往要求对方提供多种保证以避免风险。

（三）风俗习惯与国际贸易的关系及影响

风俗习惯主要包括传统的节日、交往中的礼仪形式、婚丧嫁娶的传统习俗，对颜色、图

案的爱好禁忌等多种因素。不同国家有不同的风俗习惯，都是这个国家在几百年的形成过程中逐渐产生发展的，因此风俗习惯具有长期性和难以改变性。

1. 风俗的不同对国际贸易的影响

风俗的不同使国际贸易难以在本土市场上兴盛繁荣，不同国家地区的人对一个产品具有不同的感觉和向往。在产品创造与人们需求冲突时，企业不能及时考虑到其中问题所在，资金在没有收益的花费中慢慢失去了优势，企业也就将不明真相地死在异国他乡。我国主要推崇集体主义，在危机出现时、在解决事情时更倾向于集体想办法解决，而对比西方国家、美国更倾向于个人主义，更愿意在个人的能力范围内解决问题。如果跨国企业不能了解各个国家不同的人本思想，则在国际贸易的发展中就难以占据一席之地。

2. 习惯的差异对国际贸易的影响

各国和地区习惯上的差异对国际贸易的影响往往更直接、更具体。例如，西方国家的圣诞节是居民最重大的节日，不但假期长，而且对商品的需求量大，因此出口到西方国家用于过圣诞节的商品一般最迟于11月底运到，否则过了圣诞销售旺季，对方就要拒收或退货。中国等亚洲华人多的国家，春节则是重大节日，是一年中的销售旺季。

3. 禁忌的不同对国际贸易的影响

各国对颜色和图案也有不同的爱好和禁忌。例如泰国等信奉佛教的国家把黄色作为高贵的颜色，而传统的基督教徒视黄色为下流的颜色。老挝、印度、泰国、缅甸喜欢将大象作为图案或商标，而英国人讨厌以大象作为商标。西方国家青年人结婚时，新娘要披白色的婚纱，象征着爱情坚贞无瑕；丧礼要穿黑色衣服，以示肃穆庄重。东方人婚礼时新娘多穿红色服装，以示吉祥；丧礼则穿白色丧服，佩带白花。东方人朋友相见通常握手表示致意和欢迎，但信奉伊斯兰教的国家，与妇女见面不能主动握手，只有对方有握手表示时才能握手。东方各国不经事先约定访问朋友是常有的事情，而在西方国家如无事先约定，去冒昧访问是不礼貌的，甚至有被拒之门外的可能。东方人在交往中询问年龄、收入等往往是关心的一种表示，而西方人则视年龄、收入等为个人隐私，打听别人的年龄、收入是不礼貌的。

三、文化差异对我国国际贸易影响的应对

从国际贸易事件分析来看，面对文化差异，靠一种文化完全地压制或征服另一种文化是不可能的。减小文化差异的影响最有效的方法就是学会文化的融合和包容。随着“一带一路”推进，我国企业要“走出去”，首先就是要转变观念，积极采取有效的措施，应对各国文化差异的障碍。

（一）熟悉他国的文字语言特性，做到入乡随俗

在与海外人员谈判时，想要消除语言障碍，首先就要研究该国的语言文字特征和差异。随着我国“走出去”战略的实施，当企业在涉入海外市场时，语言转化的重要性随处可见。语言的转化其实就是将一种陌生的语言信息翻译为另一种熟悉的语言信息。如何避免由于不合理的翻译而造成的企业损失呢？企业应选择合适的翻译人员。在谈判中，翻译人员应精准译出对方的语言重点，在了解该国习俗文化特征的情况下，辨清对方人员的语言内在含义，帮助谈判人员在谈判中明确谈判形势，取得谈判优势。在品牌命名或产品命名时，应取一个在海外市场的语言文字中，不会产生不良意思的品牌或产品名字，便于市场上人们的识别与

记忆，不会影响人们对产品的接受程度。

（二）面对文化差异不回避，能够从容应对

文化差异在国际贸易中是一种普遍存在的不可避免现象。我国企业在进行国际经济贸易时应正视它、承认它的存在，不该回避或者对其不闻不问。与此同时，要想方设法寻找能够减少由于文化差异带来的损失。企业应积极采取方式解决并寻找本土市场与海外市场的差异，创造出新的体制或产品来支撑企业的发展。企业应把文化差异作为一种挑战，是与其他企业竞争的绝对优势，不断地探讨文化差异，并使文化差异这一劣势转化为给企业带来收益的机会。

（三）注意与当地文化融合，学会包容兼收

我国企业在进入他国市场时一定要考虑到文化本土性的特点，将自己企业很好地融入当地文化当中，使自己企业符合他国市场的需求。美国在出售冰箱给本国和日本时，出现了两种截然不同的现象。在美国出售大型冰箱，销售不错，而在日本，情况却恰恰相反，日本人不喜欢大型冰箱，偏爱小型款式。因此大型冰箱难以在日本市场上销售。所以我国出口企业应把自己文化同海外市场文化结合，创造出在他国市场上发展的个性化经营模式。

总之，文化中的语言、价值观念和风俗习惯的差异对国际贸易的影响是不可忽略的，甚至决定了销售方在东道国销售的成功与否。为了消除文化中的语言、价值观念和风俗习惯的差异对国际贸易的不利影响，采取一定的策略是必要的。只有这样，才能进一步加深两国之间的贸易关系。

参考文献：

- [1]王玉平.影响国际商务活动的文化因素[M].大连:大连民族学院学报,2007,(6).
- [2]刘立民.文化差异对国际商务活动的影响[J].北京:商业研究,2003,(6).
- [3]吕向生.国际经贸地理(第三版)[M].大连:东北财经出版社 2015:P14-22.
- [4]孟祥年.我国文化产品贸易的国际竞争力研究[J].经济研究参考, 2013,(35).
- [5]刘海战.对国际贸易中文化差异的思考[J].西安财经学院学报, 2007,(5).
- [6]金蕊.国际贸易中的文化差异因素分析[J].商场现代化,2007,(16).
- [7]刘白玉.文化差异对国际商务谈判的影响[J].商场现代化. 2005(10).
- [8]白玲,吕东峰.国际贸易中的文化互补理论[J].北京工商大学学报(社会科学版). 2001(06).
- [9]刘海战.对国际贸易中文化差异的思考[J].西安财经学院学报. 2007(03).
- [10]中西方文化差异对国际商务谈判影响探析[J]. 郭建梅,徐文. 中国商贸. 2010(04).