

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125050

# 新时代背景下国际金融市场发展态势研究

赵 晋 梅笑涵 周子涵

重庆工商大学金融学院, 中国·重庆 400000

**【摘要】**目前伴随着我国经济的迅速发展,在全球化发展的推动之下的国际市场中,我国的商业贸易活动也在持续的开展。由于多个行业地区的发展状况不同,各国之间的发展活动逐渐密集,为了推动整个国际市场的紧密联系,降低市场发展中的差异,就必须结合当下的实际发展情况提出有力的发展对策,由此更好的降低市场交易难度,促进各国之间的贸易流通。本文通过分析当前国际金融市场发展中的文化差异形式,提出相对应的发展手段,由此更好地促进国际金融市场发展的可持续性发展和运营。

**【关键词】**国际金融; 市场发展; 对策

## Research on the Development Trend of International Financial Markets in the New Era

Jin Zhao, Xiaohan Mei, Zihan Zhou

Chongqing Business University School of Finance Chongqing 400000

**[Abstract]** With the rapid development of China's economy and the promotion of globalization in the international market, China's commercial trade activities are also ongoing. Due to the different development conditions of multiple industries and regions, development activities between countries are gradually becoming intensive. In order to promote close connections in the entire international market and reduce differences in market development, it is necessary to propose strong development strategies based on the current actual development situation, in order to better reduce the difficulty of market transactions and promote trade circulation between countries. This article analyzes the cultural differences in the current development of the international financial market and proposes corresponding development measures to better promote the sustainable development and operation of the international financial market.

**[Keywords]** International finance; Market development; Countermeasure

目前的国际发展主要是由各国的企业在跨本国之外进行海外的市场经营活动,在此过程中企业文化和交流是整个国际全面发展中不可缺少的因素。由于国内外的市场竞争环境在多个企业的角逐中日显激烈,这对企业原本的发展要求也提出了严格的目标和基准,因此为了降低发展交易难度,解决各国之间的价值观差异性,就必须在降低差异影响的条件下,通过全面探查各国之间的差异性而解决发展中的交流矛盾,尊重各国文化,保证相关的发展活动能够顺利的开展。

### 1 国际金融市场发展文化差异表现

所谓的国际金融市场发展文化差异主要表现在各国文化发展背景和征程中不同的价值观念。每个国家的群众产生的文化价值观不同,在物质生活和消费观念上也存在着非常大的差异性。很多国家由于地区和环境不同,生活习惯随着国家历史发展不断的延续。在产品进行国际输出时,各国依旧以本国的文

化特点来打出相应的发展广告,这些不同风格的发展广告会依照整个国内群众的消费观念而设定。但在走向国际市场时,由于交流语言和整体环境具有非常大的差异性,就导致发展手段可能不尽人意。例如美国的产品一般在广告输出环节,就如同电影一般,画面感非常的强烈。而在欧洲地区如法国和英国各种产品就具备浪漫和绅士的特征。而在国际市场中为了确保发展的针对性,在整个国家价值观差异性着重分析的过程中,就必须尊重各国文化,降低语言交流之间的困难。为了避免由于语言沟通而产生的误会,在发展活动的推广过程中,需要提前了解合作国家和本国之间的文化差异,确保理解方式和表达能够使外来国家接受。降低发展活动深入推广的困难,通过调节明确信息传递的目标,由此逐渐克服语言和文化上的矛盾。

在国内的企业打破壁垒走进国际市场的过程中,首先要做到的就是了解合作国家的文化背景。结合不同的生长环境和群

众的生活风俗习惯,对于自身的产品进行一定的改良完善。在市场发展过程中要考虑到对外输出的国外的一些节日和生活习俗。在明确沟通交往过程中的文化差异后,结合双方的审美眼光,对于产品进行一定的包装和介绍。例如中国在很多产品的包装上会使用红色,在国内红色是喜庆且热烈的颜色,春节或者其他重要节日时,总会见到红色的各种产品包装。而在对外市场发展,就拿美国举例,美国人非常的忌讳红色,在美国和西方文化中,红色并不是像中国定义的喜庆颜色,反而代表着赤字和警示。他们都认为红色有着动荡和血腥的意思,反而中意白色和黄色,他们认为这是纯洁和和谐的象征。这种文化的差异在一定程度上会给国际金融市场发展带来严重的影响。再加上每个国家文化构成中都具备一定的宗教信仰。在实际的国际市场发展,由于信仰的差异性,也会给整体的发展带来一定的影响波动。由此在考虑到诸多因素后,为了更好的提高国际市场的整体发展质量,就必须从多个角度对合作的国家进行分析,结合本国的产品特点进行相关的描述和介绍,降低差异所带来的矛盾与冲突,规避国际市场中合作国家忌讳的内容,尊重各国之间的文化背景和风俗,更好的推动双方之间的长久合作。

## 2 新时代背景下国际金融市场发展态势

结合近几年的国际市场情况分析可以看出,由于疫情的影响,各国的经济都受到了一定的重创。在对市场的环境进行分析时,一定要根据实际的国际企业发展进行相关的调整。由于国际市场在不同的环境之下一直在持续的变化,发展过程中就必须结合当下的实际发展条约做出一定的调整。在国家与国家建立友好经济合作的基础上,面对当下文化包容和经济融合的市场环境,可以共同打造政治互信的利益共同命运体。尤其是中国一带一路的合作倡议提出,在世界上受到了非常大的瞩目。相关国家在持续投资的情况下,与周边的国家建立了责任共同机制。

由我国提出的一带一路倡议一经确认就收获了大量的目光。在近几年的倡议推动下,很多跨国工程承包企业在国际市场上的发展都在不断的向前推动着。很多利民惠民的大型建设工程与各国之间展开了良好的合作。在国际工程市场发展中不断的革新和进步,目前国际环境处于疫情和俄乌冲突,中美贸易冲突等多个变动之下。欧洲政局和美国中东势力的变化也导致了国际市场的一系列重大变动。近年来表现突出的贸易战和经济制裁以及各国货币支付规则的变化都是国际市场产生着强烈的动荡。由于大国关系的博弈变化趋势,在美国霸权经济制裁的影响下,一些中小国家就不得不考虑后续的合作发展,其中一些一带一路合作中我国关系密切的国家受影响较大,而为了在国际市场的强烈动荡

中占有一席之地,除了明确目前的国际市场环境和政治因素外,就必须消除各方差异,降低由于矛盾而带来的发展风险。

## 3 国际金融市场发展中发展对策

### 3.1 实施适应性策略

首先在目前的国际金融市场发展活动开展的过程中,必须要对于无障碍交流投入一定的针对性对策。发展成功的关键取决于沟通的顺利和愉快的交流。在区域文化背景和环境要素不断变化的过程中,首先要对各国的文化差异进行相关的比较和分析。在缩小差异的计划下,要安排专业的国际金融市场发展人才与对方国家的人员进行亲密的交流活动,展示本国文化和产品,也要在尊重对方文化的情况下,提前做好市场调研。考虑到对方合作国家的文化背景,在产品的选择和宣传中,做好以人为本的优质性服务,通过降低文化因素的影响,提高整体国际金融市场发展的成效。在发展活动开展过程中,深入的调查文化差异性和近几年的变化情况,对于各国的大众行为数据进行相关的掌握。另外,明确多国文化发展背景要对文化差异诱发的问题进行剖析和记录。通过筛选和习俗的判定,科学掌握当地语言的正确使用,在沟通和交流过程中,避免因为文化冲突和语言的差异性所带来的不必要的矛盾与冲突。

### 3.2 落实本土化策略

国际市场的发展对于各国的日常生活和产品丰富都起着非常重要的作用。目前在国内能够见到多国生产的各种产品,包括日用和多样的食物。我国的一些基建工程队伍也逐渐的走进国际市场中。例如今年举办的卡塔尔世界杯的决赛球场就是由中国企业建造的“大金碗”造型,中国铁道建筑集团在2016年中标该体育场,在运用本国的施工建筑技术进行设计施工过程中又尊重当地的卡塔尔文化,融入了中东特色独有的卢塞尔体育场文化,利用阿拉伯传统的珐琅灯作为设计灵感,将体育场设计成双层幕墙,且设计感十足的产品。与此同时,还响应了国际当下的绿色环保思想,在节约能源的同时引入数字技术和中国制造理念。成为了设计标准最高和国际化程度最高的标志性建筑。这种尊重当地文化差异性的产品一经输出,也为我国施工企业在国际上的发展创造了非常好的基础。此类产品一经推出,不仅在市场发展中能够达到硬性宣传的效果,也在国外的合作国家中迎来了美好的口碑。

### 3.3 拟定发展策略

在目前现代化的发展过程中,广告是必不可少的推广手段和促销方法。为了更有效地扩大本国产品的宣传范围和影响度,就必须在结合产品种类特点,融入风俗习惯和区域的特色。例如在本国产品推销时,针对法国的一些消费群体,就可以借助一定

的情感特色和浪漫因子。利用符合他国文化影响和吸引力的发展广告来推广本国的产品。针对美国就可以融入一些美式幽默或者具备娱乐精神的广告,各个广告在拟定过程中一定要结合对外输出中的针对性促销策略模式。明确发展过程中面向的终端消费群众的具体需求。对于中间的发展环节要进行科学的把控,在发展的附属产品中可以增加一些优惠券和特价产品或者赠品等等。在掌握文化需求和习俗的过程中,可以针对条件而参照消费人群选出差异性突出的文化规范内容。推销工作实施时可以进行文化敏感性的锻炼和具体的调节。针对社交礼仪和价值观念进行有效分析后,在发展前确定稳定的文化输出环境和交流关系。突出承诺和信赖的重要性,在此可以通过详细的发展计划来对公司的整体形象发展活动进行科学的保护和包装。

### 3.4 实施人才合作策略

我国在进行国际市场活动时,国际金融市场发展作为主导方向,能够更好的推动国家一带一路政策的落实和发展。目前我国国际市场的已经销量比重有着非常好的上升状态,在不断开展市场发展经济活动时,国家对于发展人才的需求量也在逐步的提升。目前所需要的发展人才不仅是要有良好的口才和发展手段,更要有非常高的情商和处理应急事件的能力,在交流和建设过程中良好的发展人才能够更好的对发展活动起到关键性的推动作用。因此在发展中就必须积极的进行人才培养和开发,引进文化交流的人才合作推动发展融合和发展,以此来逐步提升我国的国际市场综合经济竞争力。优秀的发展人才能够保证我国在国际金融市场中占有一定的文化主导力,在此就必须对国内的一些专业的优秀发展人才进行培养,推出定期的培训和学习活动。首先应当与国家的各高校进行科学的合作。建立人才交流培训基地,建立信息化的实习岗位和实训基地。利用产教融合的科学方法增加我国市场发展活动中专业人才占有的比重,另外,在实训过程中可以输送我国的优秀人才与国外进行交流学习,在交流合作的过程中也能够加强两国之间的联系。此外也可以为他国来我国学习的优秀青年提供良好的学习岗位,通过双方的人才交流合作,更好的了解双方的文化交流情况。从而在掌握异国文化,也能够逐渐的加强经济活动的主导性。借鉴国外优秀文化,使人才能够在不断的学习和锻炼中积累经验,为后续的国际金融市场发展活动和交流做好准备。

### 3.5 提倡世界文化包容策略

针对国际金融市场发展进行调整时,一定要明确文化背景对于各国之间的经济贸易所产生的影响内容。在调查不同国家之间文化的共性和差异性,是提出一个世界的认知。在保证国

际贸易活动长稳发展的情况下,始终坚持多元文化的经济和谐发展目标,促进国际市场活动的繁荣发展。基于目前国家党的政策和各国的文化差异,以友好尊重的形象来进入贸易活动区间。深入往来的过程中,可以逐渐的渗透中国文明文化的传统优良美德。

与合作国家进行良好交流,能让对方感觉到我国对于外来文化的包容和友好的交流理念。在多元化发展的过程中,又能展现出我国独有的历史韵味和文化背景。对于交流和经济交叉渗透,给予文化的共性发展。传统的发展方式主要是通过厂家直销和零售,而伴随着信息化的发展和互联网的推动,发展方式也应当出现一定的改变。为了更好的促进全球客户的便捷和使用,目前在国际金融市场中可以引入线上线下的混合式发展策略。目前比较典型的为电商发展在紧跟潮流创设社交媒体,直播发展以及线上文字推广发展,包容多国的多元化发展手段。利用抖音直播、淘宝、京东等一系列的线上APP实现多元化发展,也让他国看到了我国产品输出的便捷性。不仅能为国际金融市场发展的产品宣传打响名号,也能从侧面让国外看到我国多种多样的国内产品。由此在不同文化的背景下,用户可以结合自身需求,选择各国的优秀产品。企业也能够在国际化发展中降低国内的市场竞争,在获取国外资源和技术上有着良好的选择。打响国内外品牌知名度,克服自身的劣势。利用国家的优秀政策资源来强化自身的国际观。加强产品创新的途中策划出完美的发展计划,通过创新的发展方式来取得成功的国际金融市场发展方案。

## 4 结束语

综上所述,在国际金融市场发展活动的不断发展中,企业要了解国家发展的具体环境,在开拓国外发展市场时,尊重各国之间的文化差异,消除壁垒的交流障碍,在企业长效发展中结合具体战略思想,对文化差异进行合理的分析和计划制定,以此更好的拟定科学的市场发展策略。突破文化差异的发展限制因素,提高企业国际市场中的地位,增强核心竞争力。

### 参考文献:

- [1] 刘宁,万良杰.经济全球化下的国际金融市场发展[J].经济论坛,2002(09).
- [2] 徐家冰.面向经济全球化的国际金融市场发展策略探索[J].现代发展(经营版),2019(09).
- [3] 科学研究、技术发展与经济活动[J].电子科技文摘,2002(05).
- [4] 郭碧翔.国际贸易与国际金融市场发展的差异性[J].国际贸易,1986(02).