

浅谈国际贸易中跨文化营销管理的策略

杨金魁

天津普联智予科技有限公司, 中国·天津 300222

【摘要】全球经济一体化发展背景下,越来越多的公司走向了国际市场,跨国贸易实现了前所未有的跨越式发展。然而,在进行跨国贸易时,由于文化背景的差异,跨国企业若不能恰当使用有效的文化营销策略,则可能会引起文化冲突,跨国公司必须高度重视跨文化营销,不断挖掘出文化差异背景下的经济链,从而优化企业在市场中的竞争力。

【关键词】国际贸易; 跨文化营销管理

Talking About the Strategy of Cross-Cultural Marketing Management in International Trade

Yang Jinkui

Tianjin Pulian Zhiyu Technology Co. LTD Tianjin 300222

[Abstract] In the context of the development of global economic integration, more and more companies have entered the international market, and transnational trade has achieved unprecedented leapfrog development. However, when conducting cross-border trade, due to differences in cultural backgrounds, if multinational companies cannot properly use effective cultural marketing strategies, it may cause cultural conflicts. economic chain, so as to optimize the competitiveness of enterprises in the market.

[Key words] international trade; cross-cultural marketing management

引言

在市场竞争越来越激烈的背景下,企业想要提升自身的竞争力,必须与各大企业展开深入的合作,当公司之间的关系日益紧密时,也在不断提升彼此间的依赖性。而在此背景下的企业不仅面临着新的挑战同时又迎来了新的机会。特别是在国际经济贸易快速发展背景下,由于合作企业文化背景上的差异,国际贸易企业必须根据当地的风俗民情、宗教等文化特点出发,制定科学有效的营销方案,以此来保证国际贸易活动能够顺利开展。

1 国际贸易中跨文化管理的必要性

当前,全球经济一体化发展是世界经济发展的必然趋势。当前,全球经济因为疫情等客观因素影响,非常的不景气,并且某些国家贸易保护主义频频抬头,影响全球经济一体化发展,然而,从实际出发全球经济一体化发展是现代经济发展的必然走向。

扩展企业的国际化市场,并不仅仅是以企业在国内市场规模为基础进行扩展,而是需要从企业的产品开发、经营管理等方面进行改变,通过全面优化,能在一定程度上拓宽企业国际市场中的业务。而企业在全世界营销中,跨国文化营销对其有着非常重要的作用,当企业和各个国家开展业务时,他们所面对的是一个与他们所熟知的本土文化背景完全不同的文化环境,这种文化背景的差异绝不只是语言上的差异,其可能是风俗习惯、历史背景、民族情感以及信仰上的差异,这些差异都有可能造成文化上的冲突,从而影响着国际贸易活动的开展,另外,各个国家的经济发展水平也在一定程度上影响着他们看事情的方式,可能同一件事情上,两者的思考角度都会有明显的差异。尽管有很多国家的经济收入非常的相似,但是因为文化上的差异,他们在看待商品和服务时,也会产生不同的态度。说明,文化上的差别对不同国家的生活习惯和消费方式都产生着深远的影响。所以国际贸易企业在面对不同的消费市场时,必须充分了解当地文化背景以及实际需求,为其提供专业的产品以及服务,只有这样,才能促进跨国企业的长远发展。举个例子,在我们国家,白色属于比较忌

讳的颜色,人们经常会将其联想到不好的东西,但是在日本,白色对于他们来说非常值得敬爱,他们认为这是浪漫的颜色,所以在比较重要的节日中会穿戴此颜色的衣服或者配饰进行庆祝。另外,在中东国家,因为本地人身上有很浓的味道,他们更倾向于使用浓烈的香味来遮掩身上的气味,而淡香味显然不适合他们。所以,企业在进行跨国交易时,必须与当地的文化背景相融合,将本地文化背景作为营销依据,这样才能获得更好的经济效益,这也是企业为什么要开展国际贸易的主要原因。

2 科学应对跨文化管理中的文化冲突

跨国企业在国际贸易中能否取得成功,主要取决于其跨文化经营管理的水平。一般情况下,跨国企业在进行跨文化管理时,若本国文化背景和交易国家文化背景相接近,则该企业商品自然会受到亲近之情,并更愿意地融入其文化背景中,所以能够顺利地开展贸易活动;但是,如果两国文化背景差异比较大,则跨国企业会对交易国家产生排斥,所以,想要真正融入其文化背景是非常难的一件事情。如果企业无法适应交易国的社会文化,那么很可能会产生文化矛盾。所以,在跨文化管理中只有有效的解决文化冲突,才能顺利地展开合作,使其能够更好地适应不同国家的文化背景,从而促进其在交易国家的市场竞争力,为后续业务开展奠定基础。

在进行跨国交易时,跨国企业会面临非常多的文化环境。而不同的文化差别会导致不同程度的文化冲突,一般来说,文化冲突主要具备以下四个方面的特征:首先复杂性。导致文化冲突的原因非常多,因此并不是某一个原因而导致的文化冲突,而是多种因素共同产生的文化冲突,所以说文化冲突具有复杂性。其次是滞后性,文化差异产生的冲突不会马上爆发,一般是在双方日积月累交流过程中,形成的文化冲突,等到积累到一定量时,就会彻底爆发,所以说文化冲突具备滞后性,而文化冲突正式爆发时,很难及时采取措施进行解决。另外,无法预测文化冲突产生的原因,很多国家的民族文化是由数百年历史乃至数千

年历史沉淀而来的,换言之,文化冲突也可以说是一个国家民族精神上的深层次冲突,这也是为什么人们只能看到表面文化冲突,很难发掘深层次文化冲突的原因,所以说很难预测出文化冲突产生的具体原因。最后,文化冲突和融合属于辩证统一的关系,必须以理性的思维去看待,不能片面理解,同时在采取措施的时候必须结合实际,才能有效解决^[1]。

导致文化冲突的主要因素包括三个方面:首先,对很多文化产生了非常深的成见,尤其是在一些特定的环境中,员工行为、看待事物的态度、人生观等方面都产生了惯性,所以很难在短时间内让他们对文化产生认同感,另外还有很多人具有超强的民族自豪感,在他们的眼里本国的民族文化要比其他国家的要强,所以他们在与其他国家开展贸易合作时,很难融入其他国家的文化,并且他们对其他国家文化很难产生认同感,所以导致在贸易活动中经常发生文化冲突。面对这一情况,跨国企业在开展国际贸易时,必须秉持开放包容的心态,对于任何国家的文化都不能产生偏见,只有这样才能避免文化冲突的发生。其次,在交流过程中产生了分歧,每个国家都有自己的语言表达方式,而语言隔阂会在一定程度上增加文化融合的难度,虽然通过后天的努力能在一定程度上完善语言隔阂,但是在长期沟通中,很多俗语,因为文化背景不同,理解的意思也会有很大的出入,导致双方在沟通时,会造成很多不必要的误会。最后,行为方式的差异导致的冲突,文化背景的差异导致人们的行为方式也存在差别,对于这种差别,必须引起高度重视,避免在后期交往中因为行为上的差异,导致误会发生。这些文化差异都会在一定程度上影响跨国企业的发展,必须针对其采取有效措施进行解决,从而促进跨国贸易顺利进行^[2]。

3 国际贸易中跨文化营销管理措施

3.1 建立跨文化理念

对于跨国企业来说,必须对各国文化保持宽松开放态度,只有这样才能从根本上解决文化冲突。而建立完善的跨文化营销管理制度,并将其充分融合到跨国公司的生产经营中,对于解决文化冲突有一定积极的作用。另外,必须不断探索不同文化中的内在价值,从而不断完善跨文化的营销方式。最后,跨文化冲突对于跨国企业有着双重影响:第一,对跨国企业顺利开展跨文化营销工作有一定的负面影响,第二,为跨国企业的营销理念提供了方向,同时清楚了自身的优势,为后续发展创造了新的契机。

3.2 科学使用策略

当跨国企业发生文化冲突时,必须采用科学的文化营销策略,才能从根本上解决文化矛盾。通常情况下,跨国企业主要使用了以下三种跨文化管理营销策略。首先,接受文化。此策略是跨国企业进行文化营销管理时,使用次数最多的措施,其主要是指在进行国际贸易时,企业的营销策略必须充分融合当地的风俗和文化,对于其文化需要深入学习,并且需要将其充分融入经营管理中,这就是接受文化,此措施对于国际贸易工作开展有一定的积极作用。其次,融合文化。融合主要是指跨国企业中的文化能够与所在地区的文化结合在一起。在此过程中,必须对当地文化的特点展开详细了解,从而保证两国文化融合在一起时不会出现矛盾,并能够和睦相处。最后,回避文化。此策略主要是指跨国企业如果发现了所在国家文化特点与本国文化特点有着一定的差别时,双方都难以接受这一差别,而不得不采取的策略,此策略能够有效降低文化冲突发生的概率。

3.3 针对工作人员,开展跨文化培训

为了不断促进跨国企业能够顺利进行跨国贸易,企业领导会派遣大量的工作人员入驻到各个国家以及地区,从而促进业务能够顺利地展开。一般情况下,对于派遣在外的工作人员,企

业会进行岗前培训,然而在实际培训中,公司过于重视管理和技术层面的培训,没有针对开展跨文化培训,导致后期在工作中出现文化冲突,为工作顺利开展带来负面影响。基于此,企业必须对跨文化经营战略给予足够的关注,针对派遣人员,必须开展跨文化培训,从而有效地化解文化冲突,同时能够促进派遣人员快速地融入当地环境中,保证业务拓展工作能够顺利进行,最后促进企业经济效益。

4 国际贸易中跨文化营销管理的发展前景

4.1 坚定跨文化理念

为了促进国内企业国际贸易能够顺利发展,必须不断研究跨文化营销管理。当前,我国有很多企业走向了国际市场,比如中国铁建、中车等企业,这些公司成功地走向世界时,为中国企业建立了良好的国际形象,同时为我国创造了巨大的经济效益。这些企业的跨文化营销管理策略一定足够优秀,才能在国际市场站稳脚跟。因此,国内跨国企业可以借鉴其优秀之处,建立有效的跨文化营销管理策略,这样才能保证国际贸易能够顺利开展。在全球经济一体化发展背景下,为了促进国内企业顺利走向国际市场,必须保证经营管理理念的持续性。对于跨国公司来说,生产经营理念是进行各种经营活动的关键,而企业在开展国际贸易时,优秀的跨文化生产理念对贸易活动顺利进行有很大的帮助。在具体的活动中,跨国企业必须始终坚持跨文化生产经营理念为核心进行管理,从而优化企业发展。不断挖掘企业深层次的文化能力,并将其转化为企业经营和生产的动力。同时,跨国企业必须深刻认识到,在国际贸易中文化冲突是无可避免地,所以必须采取正能量的方式去应对,把国际贸易中的文化冲突视为企业向全球化转型的机会,把文化矛盾转化为企业改革的动力^[3]。

4.2 坚定文化自信

在国际贸易中,存在一定的商业活动以及意识形态碰撞的多种文化。有效的跨文化营销管理策略能够从根本上解决贸易活动中的危机,让其成为企业发展以及变革的新机会。内文针对跨国贸易中的文化冲突进行了详细的描写,并根据其根本原因给予了一定的策略,比如接受、融合、回避策略。当前,全球文化圈非常丰富,首先,有以美国、英国、加拿大、澳大利亚为中心的鲁撒克逊文化系统;其次,环绕地中海的西欧和南欧文化系统;最后,我国的儒家文化等系统。以上介绍的文化系统,在当前文化圈中具有很大的影响力。但是,不管是在什么文化圈,跨国企业在开展国际贸易时,必须充分融合当地的文化特色,从而促进贸易能够正常开展。最后,我国跨国企业在开展国际业务时,必须能够深刻认识到民族自信心的重要性,结合科学有效的策略去应对文化冲突,在跨国贸易中能够以我国民族文化为主体。

5 结束语

本篇文章主要以跨文化营销管理为背景,分析了其在国际贸易中的作用。同时,在国际贸易文化冲突中,主要从文化冲突的特点、原因、影响展开了深入分析。最后,建立跨文化理念、科学使用跨文化营销策略、针对派遣员工开展跨文化理念培训,这些措施的实施能在一定程度上促进跨国企业工作顺利进行。

参考文献:

- [1] 陈海先. 国际贸易中跨文化营销管理策略[J]. 市场周刊, 2017(2): 2.
- [2] 冯慧菊. 国际贸易中跨文化营销管理策略[J]. 商情, 2019(10): 68.
- [3] 陈薇诗. 关于国际贸易中跨文化营销管理的研究[J]. 全国流通经济, 2020(23): 3.