

“一带一路”背景下多语言跨境电商人才培养模式创新与实践

——以河西走廊农产品为例

张晓宁 周彦军

(河西学院, 甘肃 张掖 734000)

摘要: 本文以“一带一路”人才培养战略研究为根本出发点, 分析我国西部战略背景环境下高校多语言和跨境贸易电商人才需求, 探索高等学校多语种特色专业改革发展模式和国际化人才培养的新模式, 以此积极推动多语言跨境电商人才培养体系模式上的改革, 为河西走廊地区培养更多真正符合未来社会需求方向的电商应用型人才, 让河西走廊的特色农产品能够焕发出一股新生命的强劲活力, 实现经济振兴。

关键词: 一带一路; 跨境电商; 人才培养; 创新实践

随着“互联网+”时代浪潮的持续不断深化、电子商务深入化快速健康发展、全球网络以及大数据新技术和应用领域的广泛渗透与深度应用, 电子商务发展已经能够大大地突破由传统的国界区域划分方式带来的种种历史局限性。在此商务全球化的新背景条件下, 培养一批具有商务国际化的多门语言知识与国际服务语言等外语功能背景上的中高层次和创新型高级外语人才, 以能够迅速地满足多语言跨境电商人才的紧迫发展需求, 成为我们当下的重要目标。从目前研究与功能语言学理论应用领域的历史发展变化角度上来看, 功能语言学已经开始将各种功能语言服务本身视为具有语言交际服务功能的技术工具, 其功能形式通常由多种信息表达与处理服务手段组合所共同构成, 主要用来在使用者之间开展自然语言处理交流互动时, 提供另一种或相应其他类型形式的服务。“一带一路”作为我国构建对外开放新局、贯彻合作共赢理念的大战略, 贯通了沿线多个在政治、经济、文化等方面存在诸多差异的国家, 加强了这些国家之间的联系, 加深了国家间合作的深度和广度, 同时能够有效整合多种资源, 充分利用各自的优势, 加强贸易互补。河西走廊的特色农产品在“一带一路”背景的引领下焕发出一股新的强劲活力, 实现数字经济振兴, 实现各种商品、物流、信息数据在现代国际社会下的全方位互联及互通。

一、“一带一路”背景下培养多语言跨境电商人才面临的主要挑战

随着多语言跨境电商的不断发展, 电商企业如雨后春笋般不断涌现, 电商人才的需求量不断增加。然而, 机遇的产生意味着必须面临一定的挑战。以河西走廊为例, 培养电商人才所面临的挑战有以下几个方面:

(一) 多语言障碍方面的制约

在电子商务工作中, 交流沟通能力与外语运用能力是必备的技能。无论是自媒体推广、线上运营、产品介绍、与客户在线交流, 还是查阅资料、售后服务工作, 都需要跨境电商从业者具备一定的外语交流、表达和沟通的能力。河西走廊地区位于中国的西北, 受地理位置和经济发展落后原因, 河西走廊地区商务人才的语运用能力和交流沟通能力明显缺乏。因此, 外语交流沟通能力将是河西走廊多语言跨境电商人才培养的一大挑战。

(二) 多语言跨境电商人才培养模式缺乏重视

对于从事多语言跨境电商服务领域创新型应用人才培养的研究培养支持力度始终不够, 只强调重视培训、从业务实践能力层面去帮助优秀电商人才尽快积累海外工作经验, 而一直不愿重视从知识理论层面上帮助, 使其更深化对全球电子商务市场的全面理解学习与实践认识。企业领导人对于多语言技能服务及创新型技术人才培养引进工作缺乏重视, 没有做到充分全面认识到培养这类人才在充分了解中国跨境电商、实现双向无障碍商务沟通能力方面产生的决定性作用。

(三) 人才培养模式的侧重点发生偏移

受中国跨境电商的发展以及相对成本较高等多方面因素的影响, 高校应当主动将更多投入的办学经费优先考虑投入到国内市场及宣传、拓展渠道方面。培养大批复合型、专业化高水平的国际化跨境电商人才, 需要国家鼓励、引导各级政府主管部门、社会公共培训辅导机构、企业、高校、产业相关联盟、行业协会机构等加入到应用型人才选拔工作网络中, 共同积极发挥出办学主体作用。同时, 企业孵化器要着力加强孵化人才培养管理, 区域产教联盟机构要继续积极创造条件搭建相关公共创业服务云平台, 跨境电商行业协会更要切实在各类人才培养体系中积极发挥社会沟通信息桥梁的纽带作用。

(四) 多语言跨境电商人才出现短缺问题

跨境电商人才必须具有较强的业务能力和较高的职业素养: 能与国外客户沟通交流, 了解客户所在地区的文化、政治、习俗、宗教信仰、消费习惯等知识, 有针对性地制定营销策略, 同时需具有灵活多变的处事能力, 良好的沟通交际能力、踏实积极的工作态度。河西走廊地区相对于发达城市来讲, 这类型的人才较少, 需要花费时间培训。各高校也更要注重顺应跨境电商时代浪潮的发展, 继续探究新形势下跨境电商应用型人才培养机制新途径方法, 培养出国内更多优秀跨境电商技能型优质后备人才。

二、推动“一带一路”背景下多语言跨境电商人才培养模式创新与实践发展的机遇

“一带一路”是构建新时期对外开放新格局的新举措。语言服务型服务人才的培养不仅是一个国家战略, 更是一个世界战略。“一带一路”倡议使得跨境电商网络平台迅猛发展, 为高等院校电商语言人才提供了新机遇与新挑战。不仅如此, “一带一路”这一重大发展战略也为沿海国家构建了一个新的、稳定的、公平的交流合作平台, 实现了资源有效整合、信息互联互通, 使得沿海各国经济社会发展进步面临更多的机遇。举例来讲, “一带一路”区域玉米产量和总种植面积均占世界玉米总产量和总种植面积的1/5以上。2014年联合国粮农组织的统计数据显示, “一带一路”区域国家玉米的总种植面积为4222.53万吨, 占世界玉米总产量的21.29%。而由玉米加工生产的玉米油占世界玉米油生产的1/7以上。2013年联合国粮农组织统计数据显示“一带一路”区域国家玉米

油的总生产量为41.45万吨,占世界玉米油总产量的14.51%。因此,我们必须牢牢把握市场,抓住发展机遇,推动河西走廊的农产品走向国门,挺进更广阔的市场。

(一) 多语言跨境平台交流人才需求

“一带一路”的建设方针是政策沟通、道路联通、贸易畅通、货币流通、民心相通等五大领域的互联互通。“五通”能实现的基础措施就是语言,语言是能够实现民心相通、贸易畅通的基本保障。英语也是极其重要的沟通和交流工具,也是“一带一路”沿线国家中使用最多的语言。而且,在“一带一路”沿线的65个国家中,用俄语为官方语言(或之一)的国家有4个,汇聚在中亚和东欧。在与这些国家以及地区进行跨境沟通贸易时,英语并不是唯一的沟通媒介。掌握俄语、阿拉伯语、西班牙语等各个语种,能够更好地发挥出多语言人才在跨境客服、跨境营销和跨境销售等岗位的语言沟通能力,促使跨境电商平台在线上沟通与交流和跨境贸易的目标达成。

(二) 跨境电商语言服务的内容

跨境电商网络平台主要服务的对象是国外的消费者。在我国目前众多中小企业正在准备全面走进国际市场全球化竞争的过程中,语言障碍仍然可能是企业严重制约和阻碍国际产品信息交互传递的主要因素,可能影响着企业未来的长远发展和综合能力水平的提升。截至2016年12月中国翻译数据中心发布的最新报告及统计数据分析的最终结果和《2016年语言服务行业发展报告》报告分析,跨境电商翻译服务的规模仅次于IT信息通讯和学术教育,是近年来我国海外语言信息本地化相关服务行业用户和需求持续增长中第三大的细分行业,占市场比例超过了10.6%。跨境电商平台建设中涉及的跨境多语言及本土化营销服务工作内容,主要还是体现在企业对于跨境在线学习平台产品介绍和合作电商企业网站建设的网络品牌的推介、网络客服,以及电商企业如何对跨境合作的产品企业进行本地化的移动互联网平台营销及推广策划和产品宣传。

(三) 跨境电商语言人才需求状况

随着我国跨境电商业务范围的扩大,其网络购物平台可供选择的语言逐渐增多,跨境网络平台的沟通交流工具也不仅仅只是英语。全球广阔的跨境电商市场中,多语言市场热度或将保持急剧和高速地增长。近年来,位于祁连山冰冷灌区的河西走廊,洋葱的种植与加工产业发展较快,种植面积达到了全国种植面积的27%,生产出来的洋葱具有色泽较好、辛辣味浓、肉质细嫩、干物质含量高、耐储用等特点,受到“一带一路”各个国家的欢迎。今年前八个月,河西走廊洋葱出口一带一路沿线国家2438.8万元,同比增长30.8%。在此光明的市场前景下,对多语言跨境电商人才的需求日益增多,高质量培养多语言跨境电商人才的缺口日益凸显。

三、推动“一带一路”多语言跨境物流电商人才教育发展项目的立场和方向

创新创业实践能力应该成为人才培养及教育评价的重要内容,这有利于促进我国经济发展方式的转变,是对新时代人才培养目标和理念的重塑,高等院校要推动人才培养标准由就业从业向创新创业的转变,树立新的人才培养质量观,将大学生创新精神、创业意识和创新创业能力纳入专业人才培养方案及学生素质拓展计划,把推进创新创业教育作为高等教育人才培养改革的重要突破口,将创新及创业技能教育作为本科生的必修课,与对应的专业课建立起多方面的深度融合,共同推进发展创新与创业实

践教育体系。同时要从注重增强学生自身创新及创业技能素质、掌握国际贸易基本商务知识体系等多个方面角度着手探究跨境电商复合型人才培养途径的新方法,为整个社会企业培养造就出大批跨境电商专业的高端专用人才。同时,加强毕业生创新与创业培训指导,通过参加校企合作、创新和创业项目大赛评选等培训方式,增加优秀学生自主投入项目实践研究的锻炼机会。就以我国农业农产品来说,作为一个农业大国,农业发展水平日益提高,所以我们应该培养更多有关推广我们农产品人才来引进社会。随着跨境电商平台的不断发展,中国与“一带一路”沿线国家的商品流通越加便利,可以利用跨境电商将农产品售卖,购进。同时多语言跨境电商的高效发展也为乡村振兴添砖瓦,进一步拓展了农业农村电商新的发展途径。例如河西走廊属高海拔冷凉地带,具有发展葡萄延后栽培的优越条件,从立冬以后至次年,春节前后,长时间供应优质葡萄鲜果,所以我们可以将葡萄通过电商平台推广到全世界。

四、结语

多语言跨境电商进出口交易实践中,需要更注重考虑文化差异,充分沟通了解贸易目标客户群体当地的传统文化、习俗特征和商业传统,进行日常语言的表达使用时,需考虑当地不同地区国家的日常语言习惯特点和地域文化差异,避免使用中国式英语沟通。同时,在用语词规范的翻译基础上,注重培养商家更能符合英语国家商业习惯要求的翻译沟通能力,表达结构上注意优化语言组织,使用简洁准确的英文贸易术语,通过更优质有效的英语沟通来提高外贸商家自身的实际经营服务效率和交易量。另外,从跨境电商发展趋势来看,虽然使用英语的国家其交易额占比较高,但小语种国家市场发展的强劲势头也不可小觑。因此,在专业英语能力培养和提高的同时,要尽可能拥有学习和掌握至少一种小语种语言的能力,以提高自身综合实力和市场竞争力。实践操作过程中,需着重去考察目前制约于国内跨境电商的本地化以及创新发展的环境面临的多方面限制等诸多因素,加速创新驱动促进我国主要农业出口跨境电商运营平台建设的电子商务营销手段与销售服务运营模式全面升级,实现河西走廊农产品的电商化营销方式的协调可持续良性发展。

参考文献:

- [1] 刘静.“一带一路”战略背景下跨境电商人才需求与商英专业人才培养[J].课程教育研究,2018(04):250.
- [2] 罗娜.“一带一路”背景下高职院校跨境电商创新创业人才培养路径研究——评《跨境电商与多语言服务创新型人才培养》[J].中国食用菌,2020,39(06):272-273.
- [3] 莫川川,邓志超.功能语言学视角下跨境电商人才培养探讨——评《跨境电商与多语言服务创新型人才培养:四川外国语大学学生创业案例集》[J].中国教育月刊,2020, No.324(04):117.
- [4] 邵益珍.英语在跨境电商发展中的应用及需求分析[J].中国市场,2016, No.911(44):35-36+49.
- [5] 王辉,王亚蓝.“一带一路”沿线国家语言状况[J].语言战略研究,2016,1(02):13-19.
- [6] 阳扬,陈晨.我国农业出口跨境电商本地化策略研究[J].山西农经,2022,326(14):13-15.
- [7] 张晓芸.“一带一路”背景下我国跨境电商人才培养体系构建研究[J].科技经济市场,2022(04):155-157.