

# 后脱贫时代“一带一路”倡议下跨境电商贸易研究

## ——以语言服务为例

丁逸鸣, 罗紫妍, 陆雪芹\*

武汉纺织大学外国语学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年2月14日; 录用日期: 2025年4月8日; 发布日期: 2025年4月22日

### 摘要

本文聚焦后脱贫时代“一带一路”倡议下的跨境电商贸易, 以语言服务为切入点展开研究。“一带一路”倡议为跨境电商的发展提供了广阔空间, 语言服务也发挥着重要作用。一方面, 英语在“一带一路”国家广泛应用, 助力跨境电商贸易沟通; 另一方面, 语言服务推动扶贫产品打开国际市场。本研究提出提高乡村人口语言能力和借助英语助力双路径及相关具体措施, 促进跨境电商发展, 巩固脱贫成果, 推动中国与沿线国家交流合作。

### 关键词

后脱贫时代, “一带一路”倡议, 跨境电商, 语言服务

# Research on Cross-Border E-Commerce Trade under the “Belt and Road” Initiative in the Post-Poverty Alleviation Era

## —From the Perspective of Language Service

Yiming Ding, Ziyang Luo, Xueqin Lu\*

School of Foreign Languages, Wuhan Textile University, Wuhan Hubei

Received: Feb. 14<sup>th</sup>, 2025; accepted: Apr. 8<sup>th</sup>, 2025; published: Apr. 22<sup>nd</sup>, 2025

\*通讯作者。

文章引用: 丁逸鸣, 罗紫妍, 陆雪芹. 后脱贫时代“一带一路”倡议下跨境电商贸易研究[J]. 现代语言学, 2025, 13(4): 390-396. DOI: 10.12677/ml.2025.134360

## Abstract

This paper focuses on cross-border e-commerce trade under the “Belt and Road” Initiative in the post-poverty era, taking language service as the perspective for research. The “Belt and Road” Initiative provides a broad space for the development of cross-border e-commerce, and language service also plays an important role. On the one hand, English is widely used in the Belt and Road countries, facilitating communication in cross-border e-commerce trade; on the other hand, language service promotes poverty alleviation products to enter international markets. This study proposes the dual path of improving the language ability of rural population and assisting with English language service as well as relevant specific measures to promote the development of cross-border e-commerce, consolidate the achievements of poverty alleviation, and promote exchanges and cooperation between China and countries along the Belt and Road.

## Keywords

The Post-Poverty Alleviation Era, The “Belt and Road” Initiative, Cross-Border E-Commerce, Language Service

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

2013年,中国陆续推出“一带一路”倡议与精准扶贫政策。“一带一路”倡议极大地促进了中国与“一带一路”沿线国家的贸易往来,为双方经济发展注入了强劲的内生动力,也为扶贫产品开辟了广阔的销售市场[1]。在乡村振兴过程中,语言服务能力的提升有利于跨境电商的发展,进一步巩固脱贫成果。

## 2. 研究现状

随着互联网经济的发展,语言服务需求快速增长。许多学者从不同角度论述了语言服务在“一带一路”跨境电商贸易中的重要作用,如王永艳、王肖玥(2024)指出,“一带一路”倡议中语言服务扮演着举足轻重的角色。随着跨国合作的日益深化,语言服务已成为中国企业国际拓展的坚强后盾[2]。岳圣淞(2023)提到,“语言产业具有显著的经济价值,例如在降低‘一带一路’国际合作交易成本、改善贸易双方信息不对称和促进产业间协同发展等方面也具有显著的战略价值,如在推动‘一带一路’国际合作制度化水平提升、促进人文交流、防范安全风险等方面”[3]。学界研究重点多聚焦于语言服务对于跨境电商产业发展的影响、作用和意义。在前辈的研究基础上,本文主要聚焦于在后脱贫时代下,语言服务借助跨境电商平台巩固扶贫成果的具体实施路径,探讨后脱贫时代“一带一路”倡议下语言服务推动跨境电商贸易巩固脱贫成果的途径。

## 3. 后脱贫时代“一带一路”跨境电商贸易

### 3.1. 后脱贫时代下“一带一路”倡议

2021年,中国打赢脱贫攻坚战,自此步入“后脱贫时代”。在全新的历史方位下,“一带一路”倡议被赋予了全新的战略意义。中国将“一带一路”定位为“减贫之路”,旨在与各国携手共进,走繁荣发

展之路。在后脱贫时代大背景下，“一带一路”的战略价值愈发彰显，它不仅是基础设施建设与互联互通的强大引擎，更是促进贫困地区产业升级与带动就业增长的关键助力；中国与“一带一路”沿线国家在交通、能源、信息等关键领域展开全方位合作，助力贫困地区不断改善基础设施条件，为当地经济发展筑牢根基。与此同时，依托“一带一路”这一广阔而包容的合作平台，沿线国家之间的经济合作不断走向深入，合作形式也日益丰富多样。

我国与“一带一路”国家贸易上的高度互补为双方经济增长与减贫事业提供了强劲的动力。通过拓宽市场渠道、深化贸易合作，跨境电商得以在巩固扶贫成果、加快扶贫进程方面发挥更加积极的作用。

### 3.2. “一带一路”倡议下跨境电商贸易

跨境电商是近年来中国与“一带一路”国家贸易往来的新合作方式。根据阿里巴巴跨境电商研究中心对跨境电商的定义，即跨境电商是指分属不同关境的交易主体，利用国际电商营销网络和电子交易平台达成交易、进行支付结算，并通过跨境物流送达商品，完成交易的一种国际商业活动。依托“一带一路”合作平台，通过跨境电子商务有效地连通中国与“一带一路”国家，拓宽双方商品贸易的渠道，丰富商品种类，更好地将更多的扶贫产品销往国外，从而巩固我国脱贫成果[4]。

随着“一带一路”倡议的深入实施，跨境电商蓬勃发展。这不仅得益于中国5G网络的广泛覆盖与农村网络环境的显著改善，更为关键的是“一带一路”倡议为跨境电商提供了广阔的发展空间。

数字丝绸之路的构想与实践，为跨境电商插上了腾飞的翅膀。中国为打破信息孤岛、实现与沿线国家数字互联互通，积极倡导和推动建设以构建高效、互联信息网络为目的的数字丝绸之路，并倡导建设先进的数字基础设施，为沿线国家提供一站式、全方位的电商解决方案[5]。阿里巴巴、京东等中国电子商务巨头相继布局，投资建设跨境电子商务平台和技术服务体系，跨境电商的准入门槛和运营成本大大降低[6]。

持续释放的政策红利为跨境电商注入了强劲的发展动力。中国积极与“一带一路”沿线国家签署自由贸易协定和双边合作协议，不断优化贸易环境，降低关税壁垒，以推动跨境电商的持续发展。据中国海关总署统计，近5年来我国与“一带一路”国家的跨境电商贸易额稳步增长，展现出强大的发展韧性和潜力。

## 4. “一带一路”国家跨境电商语言服务基本情况

### 4.1. “一带一路”国家英语使用情况

“一带一路”倡议涵盖了众多国家，目前涉及65个国家，这些国家官方语言各不相同。“一带一路”沿线国家绝大部分为发展中国家，英语在其贸易往来中扮演着重要的角色。宁夏大学王辉教授在其《全球化、英语传播与中国语言战略研究》著作中，对17个“一带一路”沿线国家进行了调查研究。在这17个国家里，吉尔吉斯斯坦、尼泊尔、白俄罗斯、捷克和拉脱维亚5个国家对英语使用情况提及较少；但其余的12个国家，均在不同层面、不同领域涉及了英语的使用[7]。

在大部分东南亚的“一带一路”国家，英语的地位尤为突出。英语在新加坡、马来西亚、菲律宾为官方语言，它不仅是语言工具，还是融入国际社会、推动经济发展的重要基础。

在一些西亚国家，英语同样占据着举足轻重的地位。例如，阿联酋官方语言为阿拉伯语，然而在实际语言生活场景中，英语的使用频率极高，尤其是教育领域。此外，在阿联酋的商业领域，英语为主要的商务语言，无论是与国际企业的合作，还是在迪拜国际金融中心的金融交易中，英语都扮演着关键的角色。

英语作为使用最广泛的国际通用语言，在保证我国与“一带一路”沿线国家顺畅沟通中功不可没。

#### 4.2. 语言服务助推扶贫产品打开国际市场

我国扶贫产品，犹如一颗颗璀璨的明珠，承载着丰富的地域特色与深厚的文化底蕴，是“一带一路”倡议下向国际市场推广的保障。然而，在进入全球市场时，语言障碍阻碍了这些产品在世界舞台上的熠熠生辉。

在整个跨境电子商务交易过程中，每个环节都不可避免地涉及语言服务。语言服务是指为满足跨语言、跨文化沟通需求而提供的专业化服务，旨在解决语言障碍，促进信息传递、文化交流和全球化协作。相比于早期语言服务主要集中在翻译学和语言学领域，“一带一路”倡议下跨境电商中的语言服务则更注重语言在促进国际贸易、文化交流等方面的作用。在跨境电商贸易中，语言服务注重扶贫产品的本土化表达，巧妙地选择语言转换的技巧和方法[8]。

在扶贫产品市场推进中，从原料的独特产地、传统的制作工艺，到承载的历史文化背景，都需要准确无误地传递给外国消费者。在向国外推广扶贫产品时，语言服务人员不仅要精确翻译产品相关的工艺术语，还要生动形象地讲述其背后的文化故事。只有这样，外国消费者才能理解产品的价值内核，进而与产品产生强烈的情感共鸣。贵州苗绣通过语言服务实现品牌升级，讲述其苗绣背后的文化故事，将苗绣图案的象征意义翻译成英文、法文，嵌入产品手册和官网。2022年，苗绣产品通过Etsy平台销往50多个国家，年销售额突破800万美元，当地绣娘收入提高3倍。一份准确且独特的产品介绍，就像一把钥匙，能够为扶贫产品打开通往国际市场的大门。而优质的语言服务，不仅能大幅提升产品在国际上的形象，让产品更具吸引力，还能有效激发国外消费者的购买欲望，为产品在国际市场站稳脚跟筑牢根基。文化传播与语言服务如同紧密交织的藤蔓，彼此依存，共同助力扶贫产品通往世界舞台。

此外，在扶贫产品的国际营销中，语言服务发挥着不可替代的关键作用。专业的语言服务可以针对各国、各地区文化背景、消费习惯等，对产品介绍的表达词汇和方式进行相应的调整。中国重要的咖啡产区，云南，早期因语言障碍和品牌包装不足，难以进入国际市场。后来通过本地化语言服务，将产品说明、产地故事翻译成英文、日文等多语种，并融入目标市场的文化元素(如日本市场偏好精致简约风格)。最终，2021年云南咖啡出口额达1.5亿美元，同比增长30%。部分品牌如“后谷咖啡”通过亚马逊国际站销售，覆盖欧美20余国，年销售额突破5000万元人民币。再比如欧美市场，语言表达讲究简洁明了，宣传应当突出产品在欧美市场的实用性和创新性；而东南亚市场，对产品的情感价值、文化内涵的重视程度则更高。在广告文案的设计上，语言服务团队擅长根据扶贫产品所蕴含的特点和故事，打造出富有吸引力的宣传口号。在市场调研方面，语言服务人员凭借其自身的语言优势能对不同国家、不同地区的市场数据、消费者需求及竞争态势进行深入的分析。语言服务团队对当地市场报告的准确解读和对消费者的反馈，也能为目标市场的扶贫产品精准定位提供强有力的基础，由此制定出针对性强、切实可行的营销策略，有效提高产品的市场竞争力和品牌知名度。

在跨境电商平台，英语的广泛使用极大地推动了贸易的便利化与高效化进程。扶贫产品借助跨境电商平台，以英语作为沟通桥梁，与众多“一带一路”沿线国家的商家达成合作。外国商家凭借精准的英语产品介绍，得以全方位了解扶贫产品的制作工艺、选用材质以及具体用途，从而放心下单采购。如拼多多联合语言服务公司为贫困地区农产品提供多语言支持，将贵州刺梨、四川花椒等产品信息翻译为英语，适配全球消费者。2023年，拼多多国际站(Temu)上扶贫产品日均订单超10万单，贵州刺梨制品海外销量同比增长200%。随着越来越多的扶贫产品通过跨境电商平台走向世界，脱贫地区的经济得到了显著提振。农产品、手工艺品等有了更广阔的销售渠道，企业订单增加，就业增加，居民收入水平不断提高，脱贫成果得以巩固和扩大。



## 5. 语言服务推动跨境电商发展的路径

### 5.1. 提高乡村人口语言能力助力乡村振兴

乡村振兴战略是 2017 年 10 月 18 日中华人民共和国总书记习近平在党的十九大报告中提出的战略。包括“乡村产业振兴”、“乡村人才振兴”、“乡村文化振兴”、“乡村生态振兴”、“乡村组织振兴”五个方面，提出了产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕五大要求。实施乡村振兴战略是关系全面建设社会主义现代化国家的全局性、历史性任务。中央经济工作会议强调，“要锚定建设农业强国目标，学习运用‘千万工程’经验，有力有效推进乡村全面振兴”。国家出台了一系列重大战略部署和政策举措，旨在加快促进乡村振兴，实现农业农村现代化。

#### 5.1.1. 强化国家通用语言文字教育

在乡村振兴战略实施过程中，必须重视国家通用语言文字统一带来的巨大效用，始终坚持将国家通用语言文字摆在第一位。遵循因时制宜的方法论原则，结合当地特色，创造性地开展语言文字普及工作。在原脱贫攻坚地区发展“技能 + 语言”的协同发展模式，让农民在训练与学习中得到实用技能与国家通用语言能力的双重提升，整体促进乡村地区人口综合素质的跃升。

实行因材施教的方法，针对不同年龄阶段的群体开展不同的语言文字教育。例如，针对儿童群体，开展启蒙工程，根据他们的发音特点找到对应的文字进行教学，以此夯实其语言基础；针对劳动适龄群体，关注提升其语言应用能力和数字化信息素养，培养新型职业农民；针对老年群体，将语言文字教育融入其日常生活中，培养其听说交流能力。同时，可推进本土化教材体系建设，开发具有地域特色的图文教材、方言对照手册，配套使用多媒体等教育设施，构建多元化教学供给体系[9]。

#### 5.1.2. 利用融媒体和数字化平台开展教学与宣传

构建多维度语言生态需实施分层推进策略。在社会层面，积极营造良好的语言学习渗透氛围，整合融媒体传播矩阵，通过方言文化节目、语言学习 APP 等载体打造浸润式语言环境[10]；在国家层面，将普通话使用纳入基层政务服务标准；在个体层面，推行“数字扫盲”工程，为脱贫人口定制国家通用语言培训项目，配套智能终端设备补助政策，助力跨越“数字鸿沟”。

### 5.2. 提高英语能力助力乡村跨境电商发展

#### 5.2.1. 加强乡村地区英语基础教育

由于经济、地理等原因，乡村地区英语基础教育面临着一些困难，如教学条件不足、师资力量薄弱和基础教育设施不完善等。加强乡村地区英语基础教育有利于当地孩子开阔视野，与世界接轨。同时，加强乡村英语教学也是提升乡村学生综合素质的重要途径，训练他们的听说读写的的能力，提升其语言能力、思维能力和跨文化交际的能力。更重要的是，提升乡村学生的英语能力具有巨大的增值效应：学生可将所学农产品的英文表达方式教授给自己的家人，从而提升乡村地区整体英语表达的普及率，也有利于乡村地区对外贸易的发展。

在资源建设方面，学校和政府相关部门应加大投资，建立乡村流动图书馆，购买提升学生英语能力的图文书籍，建立方便学生借取图书的制度，营造学习英语、热爱英语的社会氛围。同时，招募英语教师，并对其开展定期考核培训，提高乡村英语教学水平。此外，学校可以在校园内增设英语常用词汇与交际用语的文化宣传栏，将英语元素融入学生的日常生活之中，达到潜移默化的作用，让学生在生活中轻松学会英语。

#### 5.2.2. 培养商务英语应用型外语人才

各大高校应根据自身所处地区发展的实际需求和方向，对其现有英语课程体系进行改革。应重点关

注学与行的结合，以乡村振兴为中心，进行本土化调整。将商务英语学习与促进乡村发展的具体行业知识结合起来，培养具备专业知识能力和英语语言服务能力的新型农业对外人才。

同时，高校应增设信息技术与新兴传媒相关课程，教授学生如何在运用跨境电商促进乡村振兴这条赛道上走出一条路，鼓励学生创新传播方式，创作高质量的作品，向国际社会展示中国乡村的风貌，让农产品走向世界。

地方政府还可立足本地支柱产业需求，创办“外语 + 产业”融合型短期实训班，向乡村本土人才免费开放。课程体系应围绕地方特色产业设计，实现人才技能与区域经济发展的精准对接，通过微视频、音频等教学方式，快速传授实用的交际用语和行业基础词汇，帮助乡村人才提升英语应用能力，更好地参与乡村跨境电商产业发展[11]。

### 5.2.3. 建设乡村地区英语人才智库

本乡村地区需立足本土发展诉求与战略定位，构建外语人才智库，通过社会化招募、政企校协同推荐等多维渠道，系统梳理外语专才的资质背景与服务意向，建立动态化人才档案管理体系[12]。该体系应建立统一的外语人才分类标准，涵盖专业译员、涉外商务人才及具备双语能力的复合型人才，实施分级分类管理。

依托大数据智能分析平台，建立“需求画像 + 人才画像”双维匹配模型，实施精准化人才调度。推行“订单式 + 轮岗制”服务模式，组建跨区域流动服务团队，通过定期驻点服务与周期性轮换机制，实现人才资源全域共享。基于地理区位与产业特色，重点培育语言服务关联产业，打造“外语 + 非遗传承”、“外语 + 生态旅游”等特色产业集群，形成差异化发展格局。同步构建乡村振兴语言服务推动跨境电商案例库，通过经验复制、模式输出与品牌连锁等方式，形成跨区域协同发展的良性生态，为乡村全面振兴注入持续动能。

## 6. 结语

语言服务作为促进贸易流通、文化交流的重要工具，对于推动我国扶贫产品的国际化、巩固脱贫成果具有重要的意义。随着“一带一路”倡议的不断推进，加强语言服务的建设和应用将对我国与沿线国家的交流与合作产生深远的影响。

## 基金项目

大学生创新创业训练计划项目：“后脱贫时代‘一带一路’战略下跨境电商贸易研究——以语言服务为例”。

## 参考文献

- [1] 刘爱彬, 姚铃, 张耀军. 数字经济视域下“一带一路”跨国语言服务优化升级路径探析[J]. 数字经济, 2023(11): 25-37.
- [2] 王永艳, 王肖玥. 近十五年(2008-2022)国内“语言服务”研究热点与趋势的可视化分析[J]. 长春师范大学学报, 2024, 43(1): 103-109.
- [3] 岳圣淞. 浅析“一带一路”建设中语言业态的作用与影响——基于语言经济、语言产业与语言政策协同的视角[J]. 全球化, 2023(5): 61-73.
- [4] 彭舒阳. 跨境电子商务语言服务体系分析[J]. 语言与文化研究, 2025, 33(1): 57-60.
- [5] 屈哨兵, 王海兰. 数字经济发展中的四大基本语言服务能力建设[J]. 广州大学学报(社会科学版), 2023, 22(5): 112-121.
- [6] 李树祯, 成尔卓, 雷尚坤, 等. “一带一路”视角下跨境电商研究的现状、热点与趋势——基于 2015~2021 年 CNKI 文献的计量分析[J]. 现代商业, 2022(6): 42-46.
- [7] 王辉. 全球化、英语传播与中国的语言规划研究[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2015.

- [8] 吴依叶. 跨境电子商务对我国出口贸易的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江大学, 2023.
- [9] 康军帅. 语言能力提升助推脱贫地区乡村振兴的实现路径[J]. 商业经济研究, 2021(17): 140-142.
- [10] 张晋尧. “互联网+”视域下短视频平台语言服务模式探究[J]. 新闻文化建设, 2023(20): 26-28.
- [11] 高毓珏, 段荣娟, 安志伟, 等. 外语助力乡村振兴路径研究[J]. 吕梁学院学报, 2023, 13(6): 48-51.
- [12] 牛园园. 海南自由贸易港建设背景下跨境电商语言服务人才培养策略探究[J]. 海南经贸职业技术学院, 2023(35): 30-33.