

# 中国新能源汽车“出海”的语言服务困境及策略研究

赵 铮

西安翻译学院 陕西西安

**【摘要】**近年来，中国新能源汽车产业快速发展，语言服务作为连接技术、市场、文化和法律的桥梁，对其国际化进程至关重要。然而，面对国际市场需求，语言服务在“出海”过程中面临多重挑战。本文基于跨文化适应与传播整合理论，结合国际贸易与多元文化背景，提出应对策略。研究表明，理论中的“压力—适应—成长”动态模型与传播为基础的多维度模型，为应对上述挑战提供了有效的理论支撑，助力语言服务体系向专业化和国际化发展。

**【关键词】**语言服务；新能源汽车；跨文化适应与传播整合理论

**【基金项目】**本文系 2022 年度陕西高校青年创新团队“中华优秀传统文化翻译与国际传播创新团队”的阶段性研究成果

**【收稿日期】**2025 年 11 月 19 日 **【出刊日期】**2025 年 12 月 10 日

**【DOI】**10.12208/j.ssr.20250491

## A study on language service challenges and strategies in China's new energy vehicles going global

Zheng Zhao

*Xi'an Fanyi University, Xi'an, Shaanxi*

**【Abstract】**In recent years, China's new energy vehicle (NEV) industry has developed rapidly. As a bridge connecting technology, markets, culture, and law, language services are crucial to its internationalization. However, language services face challenges in the “going global” process due to international market demands. This paper, based on an integrative theory of communication and cross-cultural adaptation, proposes targeted strategies in light of the international trade environment and multicultural contexts. Research shows that the “stress—adaptation—growth” dynamic model and the communication-based integrative model in this theory offer effective theoretical support for addressing these challenges, facilitating the professionalization and internationalization of language service systems.

**【Keywords】**Language services; New energy vehicles; An integrative theory of communication and cross—cultural adaptation

近年来，中国新能源汽车出口持续增长。2024 年上半年，中国汽车出口同比增长 30.5%，其中新能源汽车贡献尤为显著，已成为中国制造“出海”的代表。然而，面对全球市场的多元化需求与复杂合规要求，当前适配新能源汽车出海的语言服务仍存在明显短板。为此，本文以跨文化适应与传播整合理论为指导，结合全球贸易环境与多元文化背景，深入分析语言服务面临的挑战，并提出相应的解决策略，旨在提升中国新能源汽车“出海”过程中的语言服务质量与国际传播力，增强其全球市场竞争优势。

### 1 中国新能源汽车“出海”语言服务现状与挑战

近年来，中国新能源汽车“出海”进程加快，语言服务在翻译本地化、技术赋能与跨文化适配方面取得了初步成效。翻译与本地化的融合趋势愈发显著，本地化翻译在产品接受度、用户体验与品牌塑造中的关键作用得到普遍认可<sup>[5]</sup>。AI 与机器翻译等新技术的发展亦显著提升了多语种处理的效率与准确性，降低了人工成本，对新能源汽车和自动驾驶等技术密集型领域具有重要支撑意义。与此同时，企业逐步重视跨文化交流与市场适配，通过文化调研与本地化传播提升海外竞争力，地方语言服务企业及高校也积极参与跨文化人才培养，为企业国际化提供支持。

作者简介：赵铮，西安翻译学院教授，应用语言学博士，研究方向：文化翻译与传播、翻译教学。

然而,与行业国际化速度相比,语言服务体系仍存在明显短板。首先,缺乏统一的语言服务标准与行业规范,使翻译质量呈现不稳定性,尤其在专业性强的技术文本中问题更为突出<sup>[9]</sup>。其次,国内语言服务机构的本地化适配能力仍显不足,对目标国家文化、政策与消费习惯了解有限,难以提供系统化的本地化支持<sup>[10]</sup>。此外,新能源汽车出口涉及大量法规与认证文件,法律语言专业性高且更新频繁,给翻译的准确性与合规性带来巨大挑战。跨文化传播能力不足亦影响品牌海外传播效果,部分企业对当地消费者的情感诉求与传播风格考虑不够充分<sup>[10]</sup>。最后,复合型语言人才供给不足,校企合作机制不健全,高校课程难以满足行业技术翻译需求,导致人才培养与企业实际需求出现脱节<sup>[9]</sup>。

## 2 跨文化适应与传播整合理论

美籍韩裔传播学者金洋咏(Young Yun Kim)在跨文化研究领域的长期探索中,提出了“跨文化适应与传播整合理论”,并通过持续修订形成了系统的过程模型与结构模型<sup>[2]</sup>。该理论以“陌生人”在新文化环境中的适应为核心,强调跨文化适应本质上是一种通过传播实现的再社会化过程。

### 2.1 “压力—适应—成长”动态模型

金洋咏认为,跨文化适应是一种在持续传播互动中发生的螺旋式学习历程。个体进入陌生文化后,会因语言差异、价值冲突与行为规范不一致而产生心理与行为压力。为保持平衡,个体通过选择性注意、情绪调节与行为调整进行适应,而压力本身又成为学习新文化的动力。随着传播能力的提升与文化知识的逐步内化,个体在“压力—适应—成长”的循环中不断重组自我,在功能性适应、心理健康与跨文化身份三个层面实现整体成长<sup>[3]</sup>。该模型揭示了跨文化适应的动态性与非线性特征。

### 2.2 以传播为基础的多维度模型

在结构层面,金洋咏从传播视角构建了一个多维度的跨文化适应模型,明确指出跨文化适应过程受到多类因素的综合影响<sup>[2]</sup>。其中,东道主传播能力是关键核心,即个体在语言理解与表达、情感态度以及交际行为等方面的综合传播能力,直接决定其在新文化环境中的沟通有效性。社会传播则涵盖与东道主群体的人际互动、大众媒介的利用以及与本族群的传播往来,是迁移者实现文化学习、获得社会支持与重建身份认同的重要渠道。环境因素主要包括东道社会的接纳程度、社会同化压力以及原族群的凝聚力,这些宏观条件会显著影响跨文化适应的速度与难度。此外,跨文化经验、

文化接近性和人格特质等个体倾向性因素也会影响迁移者的适应准备度与潜在适应能力。总体来看,跨文化适应是一个多层次、多变量共同作用的复杂过程,个体在持续的传播实践中不断调整和重构自身的认知、情感与行为模式,逐步建立新的文化认同,最终完成跨文化身份的建构。

总之,金洋咏的理论指出,跨文化适应受个体传播能力、社会网络、环境条件与人格特质共同作用。通过持续的传播实践,个体在认知、情感与行为层面不断重构文化认同,最终实现跨文化身份的建构。

## 3 基于跨文化适应与传播整合理论的语言服务问题决策策略

金洋咏的“压力—适应—成长”模型揭示了跨文化适应的动态特征,为理解新能源汽车企业在“出海”过程中面对语言、文化与制度差异时所承受的适应压力提供了关键视角。“传播为基础的多维度模型”则为语言服务体系的构建指明了重要方向。

### 3.1 针对缺乏统一的语言服务标准和行业规范的问题

首先,跨文化适应与传播整合理论强调语言行为是文化适应过程的重要组成部分,企业应通过系统培训提升员工的跨文化意识与敏感性,增强对目标市场语言风格、交际规范和文化隐喻的理解能力<sup>[1]</sup>。其次,此理论强调一致性与文化适配双重要求,企业需制定统一的语言服务标准与翻译规范,确保输出信息既具准确性,又符合当地文化接受习惯。再次,基于跨文化传播中的“共建”逻辑,应构建多元文化背景的翻译团队,实现翻译过程的文化协商与动态适应,提升译文的本地化质量。此外,应建立科学的质量监控体系,结合第三方评估机制与客户反馈,动态优化语言服务流程。最后,推广国际认证体系,如ISO 17100等,不仅有助于保障语言服务的专业性和一致性,也能增强企业在全全球市场的公信力与品牌形象。

### 3.2 针对本地化适配能力不足的问题

为解决本地化适配能力不足的难题,在“压力—适应—成长”动态模型指导下,语言服务团队应系统提升对目标市场语言、技术术语和文化语境的理解力(认知维度)、培养文化同理心与审美敏感度(情感维度),并训练具有行为灵活性的本地化表达能力(行为维度)。同时,语言服务企业应通过与东道主社会建立实质性传播网络,如与本地专家共创内容、利用本地媒介平台测试文化接受度等方式,增强社会传播的深度与广度<sup>[2]</sup>。此外,环境因素对适配效果具有重要影响,因此语言服

务策略需因地制宜,如在高文化从众压力市场中采取高度本地化策略,在文化包容性强的市场中保留品牌文化特性<sup>[2]</sup>。

### 3.3 针对法律法规和认证文件的翻译挑战

针对新能源汽车“出海”过程中,法律法规与认证文件的翻译面临的挑战,基于理论,语言服务企业可通过“传播驱动的再社会化”机制实现系统应对。

首先,金洋咏提出的“东道主传播能力”包含认知、情感与行为三个维度,语言服务人员需深入理解目标国法律体系与术语用法,具备对本地法律文化的情感共鸣,并能灵活调整译文以适应语境。因此,应组建专业化团队,整合本地法律专家与翻译人员,建立术语数据库、开展双向审校与跨文化培训,提升翻译的一致性与文化适配性,实现“功能性适应”。再次,“压力—适应—成长”动态模型确保了翻译的时效性。目标语言国家相关法规政策的变动是适应压力的体现,语言服务机构应建立法规追踪与动态更新机制<sup>[4]</sup>,如实时数据库维护、模板修订与反馈闭环审核制度,并通过与本地监管机构或标准组织的合作,扩大信息传播网络,提升响应效率。

### 3.4 针对跨文化传播能力不足的问题

针对跨文化传播能力不足的问题,基于理论,可从三个方面提出系统性应对策略。首先,在传播能力提升方面,语言服务机构应组建跨职能本地化团队,将语言服务者、本地文化顾问与营销人员有机融合,增强对目标市场文化结构的理解与情感共鸣,从而提升语言表达的适配性与温度。其次,在动态适应机制方面,跨文化传播者应在反馈中不断调整认知与表达。因此,语言服务企业应建立包括本地审校、试读反馈与术语更新在内的闭环机制,形成动态迭代、持续优化的传播流程,以实现高效而适应性强的本地化服务<sup>[2]</sup>。此外,在传播合作机制方面,语言服务企业应联合当地营销机构与文化传播专家,开展共译、共创、共审的合作模式,构建“在地化”传播内容。最后,为助力新能源汽车“出海”,语言服务要实现“传情达意”,关键在于嵌入本地社会网络,通过社会互动提升传播效果与文化认同。

### 3.5 针对高校与企业合作机制不健全的问题

针对新能源汽车行业中复合型人才匮乏、高校与行业需求脱节等问题,基于理论,解决方案如下:

首先,高校应紧贴行业最新发展趋势、精准对接业界现实需求,以项目为引领,通过校企合作、校媒合作、社会实践等方式推进产学合作,实现资源共享<sup>[6]</sup>。其次,设计针对行业需求的课程,涵盖技术翻译、政策

解读和法律文档翻译,并注重培养学生理解行业文化背景的能力。通过结合行业最新技术动态和政策变化,帮助学生掌握新能源汽车行业的专业术语和翻译要求。特别是在技术翻译领域,高校可邀请行业专家参与,确保课程内容与企业需求对接,并培养学生具备适应不同文化背景的翻译能力。再次,高校应加强课程体系的改革,不仅要侧重语言能力的培养,还应注重学生在新能源汽车领域的专业知识、技术翻译能力和跨文化沟通能力的培养。可以开设新能源汽车技术、产业政策等相关课程,帮助学生深入理解核心技术及其应用,并掌握其翻译技巧。此外,企业应积极参与课程设计、教材编写和实践项目,确保教学内容与行业前沿接轨,并促进学生的文化适应能力。再者,高校可与新能源汽车企业合作开展翻译实训项目,为学生提供实习机会,帮助他们了解行业需求和挑战,提升翻译技能和行业适应力。同时,教师应加强与企业的互动,定期参与企业实践,了解行业最新技术和翻译需求,并将信息反馈到教学中,确保课程内容的时效性和前瞻性<sup>[11]</sup>。

通过高校与新能源汽车企业的紧密合作,可弥补语言服务人才培养与行业需求的脱节,培养具备双语、专业知识、技术背景和跨文化适应能力的复合型人才,满足新能源汽车行业日益增长的翻译需求。

## 4 结语

中国新能源汽车企业在国际化进程中已逐步形成多元化的“出海”战略。然而,随着企业全球化步伐的加快,语言服务面临多重挑战,影响了新能源汽车的国际化进程。跨文化适应与传播整合理论为解决这些挑战提供了有效的理论框架。

针对新能源汽车“出海”过程中语言服务标准不统一、规范不完善的问题,基于该理论建立多维应对机制。企业应通过提升跨文化敏感性、制定本地化规范、组建多元文化团队,并完善质量监控与引入国际认证,全面提升语言服务的专业性与一致性,增强跨文化传播能力与全球竞争力,为品牌出海提供坚实支撑。为应对法律法规翻译中的适配与时效挑战,应提升语言服务人员对目标国法律体系的理解与文化适应力,组建专业化团队,建立术语数据库与审校机制,实现翻译的一致性与功能性适应。同时,构建法规追踪与动态更新机制,加强与本地机构协作,提升翻译的响应速度与准确性。此外,针对跨文化传播能力不足的问题,可从传播能力建设、动态适应机制和合作网络构建三个层面系统应对。通过组建本地化跨职能团队、建立持续优化的反馈机制,并加强与当地机构的协作共创,语言服务企业能

够有效提升文化适配性与传播效果,为新能源汽车“出海”提供更具温度与共鸣的传播支持。最后,针对新能源汽车行业中双语技术复合型人才匮乏及高校与行业脱节的问题,应以跨文化适应理论为指导,推动高校与企业深度合作。通过课程改革、校企协同育人、实践项目引入等方式,高校应注重语言能力与专业知识并重,强化技术翻译和跨文化沟通能力的培养。企业则应积极参与教学全过程,提升课程实用性与时效性,共同培养符合行业需求的高素质翻译人才,推动语言服务体系的专业化和国际化发展。

### 参考文献

- [1] Kim, Y. Y. *Communication and Cross-Cultural Adaptation: An Integrative Theory*[M]. Multilingual Matters, 1988.
- [2] Kim, Y. Y. *Becoming Intercultural: An Integrative Theory of Communication and Cross-Cultural Adaptation*[M]. SAGE Publications, 2001.
- [3] Kim, Y. Y. Intercultural personhood: Globalization and a way of being[J]. *International Journal of Intercultural Relations*, 2008(4): 359-368.
- [4] 陈曦.海合会部分国家新能源汽车相关法规及市场准入分析[J].*中国标准化*,2024,(23):274-279.
- [5] 丁威海.企业本地化翻译项目中的质量控制[D].上海财经大学,2022.
- [6] 高晓瑜,王和平.外语院校国际传播人才培养的理念创新与实现路径[J].*外语教学*,2024,45(4):67-72.
- [7] 李 争.数智时代翻译职业发展:境遇、职业能力和培养路径[J].*外语电化教学*,2024,(06):8-14+106.
- [8] 秦萍.做好“全球本土化”,助力新能源汽车出海[N]. *中国能源报*, 2024-11-25(7).
- [9] 王立非,王继辉.中国语言服务发展报告[M].社会科学文献出版社,2024,12
- [10] 吴 敏.基于国际商务视角的新能源汽车行业英语翻译质量提升策略[J].*广东经济*,2024, (10):55-57.
- [11] 仲伟合,李 汐.粤港澳大湾区语言服务产业:现状、问题与未来发展[J].*当代外语研究*,2024,(1):30-39.

**版权声明:** ©2025 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。  
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



**OPEN ACCESS**