

基于 AI 翻译技术的跨境电商翻译课程教学改革研究

——文化差异处理策略的实践与探索

聂静斯, 廖欢, 乔楠

西安文理学院外国语学院 陕西西安

【摘要】随着人工智能的快速发展和全球化进程的不断加深,跨境电商作为一种新兴贸易模式迅速发展,但其全球化发展面临语言和文化差异的挑战。AI 翻译技术凭借其高效的翻译速度和较高的语言转换准确性,在跨境电商中得到了广泛应用。然而,AI 翻译在处理文化差异方面仍存在明显不足,例如文化特定词汇的误译和文化禁忌的忽视。本论文基于目的论,通过文献分析、案例研究与企业合作实践相结合的方法,分析 AI 翻译在跨境电商中的应用效果,重点关注产品标题、产品详情和企业信息等领域的翻译问题。研究结果表明,尽管 AI 翻译在语言转换方面表现突出,但在文化适配和情感传递方面仍需进一步优化。本文通过分析实际翻译案例,提出了一套基于 AI 的文化差异处理策略。这些策略能够显著提升跨境电商翻译质量,优化消费者体验,为企业开拓国际市场提供支持,同时也为未来的翻译研究提供新思路。

【关键词】AI 翻译;跨境电商;文化差异;目的论

【基金项目】本论文基于西安文理学院 2024 年本科人才培养建设项目创新创业教育示范课程跨境电商翻译(项目编号:309010803);2024 年国家级大学生创新创业训练计划项目西安旅游景点双语推介新媒体运营探索(项目编号:202411080022S)

【收稿日期】2025 年 3 月 21 日

【出刊日期】2025 年 4 月 22 日

【DOI】10.12208/j.ssr.20250165

Research on teaching reform of cross-border e-commerce translation courses based on ai translation technology: practices and explorations in handling cultural differences

Jingsi Nie, Huan Liao, Nan Qiao

School of Foreign Studies, Xi'an University, Xi'an, Shanxi

【Abstract】 With fast development of artificial intellectual and the acceleration of globalization, cross-border e-commerce has rapidly developed as a new trade model but faces challenges from language and cultural differences. AI translation technology, with its efficient translation speed and high linguistic conversion accuracy, is widely used in cross-border e-commerce. However, AI translation still has significant shortcomings in handling cultural differences, such as misinterpreting culturally specific terms and neglecting cultural taboos. This paper, based on the Skopos theory, systematically evaluates the application effect of AI translation in cross-border e-commerce through a combination of literature analysis, case studies, and corporate collaboration practices, focusing on translation issues in product titles, product details, and company information. The research results indicate that while AI translation excels in language conversion, it still needs further optimization in cultural adaptation and emotional transmission. By analyzing actual translation cases, this paper proposes a set of strategies for handling cultural differences based on AI. These strategies can significantly improve the quality of cross-border e-commerce translations, optimize consumer experiences, support enterprises in expanding into international markets, and provide new perspectives for future translation research.

【Keywords】 AI translation; Cross-border e-commerce; Cultural differences; Skopos theory

1 引言

随着全球化进程的加速,跨境电商作为一种新型

贸易模式迅速发展,但其全球化发展面临语言和文化差异的挑战。2022 年全球跨境电商交易规模已突破 5 万亿美元,预计到 2025 年将保持年均 15% 以上的增长率。然而,语言和文化差异成为制约其发展的主要障碍之一。研究表明,72% 的跨境电商消费者更倾向于从提供母语服务的平台购买商品。

尽管人工智能(AI)翻译技术在语言翻译效率上取得了显著进展,但在处理文化差异方面仍面临诸多挑战。例如, AI 翻译在文化特定词汇、俚语、隐喻等方面的处理能力有限,难以准确传递文化内涵。此外,跨境电商中的翻译需求多样化,涵盖产品描述、广告文案、用户评价等多种文本类型,这对 AI 翻译的适配能力提出了更高要求。因此,本论文基于目的论,通过分析实际翻译案例,探讨 AI 翻译在跨境电商中文化差异处理的现状与优化策略。

2 文献综述

目的论作为一种翻译理论,主张翻译时需考虑文本的交际目的和目标受众的期待。在跨境电商翻译研究中,目的论对文化差异处理具有重要指导意义。例如,在翻译产品标题时,需要重点考虑目标市场的文化偏好和语言习惯;在翻译产品详情时,需要确保信息的准确性,同时增强情感传递效果;在翻译企业信息时,需要突出品牌文化,增强消费者的信任感。

目的论的应用为提高翻译的准确性和文体对应性提供了理论基础。张宇(2023)通过分析亚马逊平台的中英商品描述翻译,发现目的论能够有效地指导翻译实践,特别是在保持原文信息同时,适应目标语言的习惯用法^[1]。此外,张茜等(2023)的研究进一步证实了目的论在跨境电商平台的产品描述、广告语和营销材料翻译中的实际应用价值,强调了目的原则、连贯原则和忠诚原则在翻译策略制定中的重要性^[2]。

近年来,人工智能(AI)翻译技术在语言翻译领域取得了显著进展。例如,谷歌翻译、DeepL 等 AI 翻译工具已经成为许多跨境电商企业的首选工具。然而, AI 翻译技术在处理文化差异方面仍存在明显的局限性,特别是在面对具有文化特定性的词汇、俚语、隐喻等复杂语言现象时, AI 翻译往往难以实现精准的转换和表达。AI 翻译在情感分析方面的能力尚不成熟,难以准确捕捉和传递文本中的情感信息,这在广告文案和用户互动场景中尤为重要。通过对已有研究的总结与分析,希望能为跨境电商翻译的文化适配性研究提供新的视角和启示,促进该领域研究的深入发展。

2.1 翻译质量对跨境电商发展的影响

翻译的准确性和专业性直接影响到跨境电商的沟通效率和交易的成功概率。陈懋(2024)指出,高质量的学术翻译出版项目需要在编辑加工等环节进行严格把关^[3]。耿燕(2020)在评述《农学英语》一书时,强调了翻译要准确表达专业术语和概念的重要性^[4]。此外,潘彤等(2024)的研究通过分析阿里巴巴国际站的数据,也印证了企业出口产品质量与使用精准翻译的正相关性^[5]。综合这些研究可以看出,高质量的翻译对促进跨境电商的健康发展具有不可或缺的作用。

2.2 翻译与营销策略的结合

有效的翻译不仅是语言的转换,更是文化信息和营销策略的传递。张亚栋(2024)在评析《商务英语专业跨境电商方向课程体系建构》时,强调了商务英语翻译在介绍产品、营销策略中的应用重要性^[6]。同时,张春玲和范默苒(2021)通过分析跨境电商的研究热点,也指出了“一带一路”等倡议下,跨境电商的翻译与营销策略需要紧密结合,以适应不同国家和地区的市场需求。这种结合能够提升营销的有效性,增强消费者的购买意愿^[7]。

2.3 跨文化交际中的翻译策略

跨文化交际中的翻译策略涉及到语言的选用、翻译的策略以及文化适应的策略。在这个领域,耿燕(2020)的研究特别强调了在翻译农业电商英语词汇时,要充分考虑目标语言的文化背景和行业特点^[4]。潘彤等(2024)的研究进一步证实了跨境电商平台上的企业出口产品质量与采用合适的翻译策略紧密相关^[5]。这些研究表明,翻译策略的选择和调整是跨境电商成功的关键因素之一。

2.4 翻译人才培养与跨境电商的结合

随着跨境电商的快速发展,对翻译人才的需求也日益增加。张亚栋(2024)指出,经济一体化和跨境电商的发展要求我们重视商务英语翻译人才的培养^[6]。张春玲和范默苒(2021)的研究显示,跨境电商的研究热点包括了人才培养等方面,说明翻译人才培养是一个重要的研究和实践议题。加强翻译人才的培养,特别是跨境电商方向的专业人才,对于适应和引领全球市场的需求具有重要意义^[7]。

这些研究表明,跨境电商翻译不仅需要遵循翻译的基本原则,还需要考虑目标语言的文化适配性,以确保翻译内容能够准确传达原文的意图和文化内涵。此外,翻译人员的专业背景、翻译策略的选择以及技术支持等因素也是影响翻译质量的关键要素。

3 案例分析:跨境电商翻译中的文化适配性

3.1 产品标题翻译

茶叶产品标题中文标题：“千年龙井，养生佳品”。AI 翻译结果：“Thousand-Year Longjing, Best for Health”。AI 翻译采用了直译策略，将“养生佳品”直接译为“Best for Health”。然而，这种翻译未能充分传达中文文化中“养生”的深层含义。基于目的论的目的性原则，翻译时应优先考虑目标市场的文化偏好。建议采用增译策略，将其调整为“Thousand-Year Longjing, Ideal for Wellness”，以更好地契合目标市场的文化偏好，同时传达“养生”的综合健康理念。此外，“wellness”一词在欧美市场更符合消费者的认知习惯，增强了翻译的文化适配性。

护肤品标题中文标题：“美白焕彩精华液”AI 翻译结果：“Whitening and Brightening Serum”。AI 翻译采用了直译策略，但“whitening”在欧美市场可能引发文化敏感性争议。基于目的论的目的性原则，翻译时应避免直接使用“whitening”，建议采用意译策略，将其改为“Brightening and Radiance Serum”，以消除文化误解，同时突出产品的功能特性。这种翻译不仅避免了文化争议，还更贴近目标市场的审美需求。

3.2 产品详情翻译

电子产品描述中文描述：“这款手机性能卓越，设计精美，适合商务人士使用。”AI 翻译结果：“This phone has excellent performance and a beautiful design, suitable for business people.”分析：该案例中，AI 翻译采用了直译策略，语言逻辑较为清晰，但情感传递效果不足。基于目的论的连贯性原则，建议采用修饰和增译策略，将其调整为“This phone delivers outstanding performance and sleek design, perfect for professionals on the go”，以增强消费者的购买欲望，同时突出产品的商务属性。这种翻译通过增加“delivers”和“on the go”等修饰语，使语言更具吸引力和动态感。

在文化、经济的多元冲击下，农业电商英语中出现了大量的网络用语、专业词汇等，这就要求翻译者在翻译的过程中要以忠实性原则为前提，最大限度体现原文内容，与原文风格内涵相符^[8]。以“当日送达”这个常见的电商词汇为例，一般在生鲜食品销售中大家经常看到，与其相对的英文翻译应该是 Same-Day Delivery，但是如果我们在翻译的时候演绎成了“当天发货”，虽然看上去差不多，但可谓“失之毫厘谬以千里”，完全无法体现商家的意图了。

另一则产品的广告宣传：“这款沙发采用天然材料，舒适耐用，适合家庭使用。”AI 翻译结果：“This

sofa is made of natural materials, comfortable and durable, suitable for family use.”。AI 翻译采用了直译策略，语言逻辑清晰，但缺乏情感吸引力。基于目的论的目的性原则，建议采用修饰和增译策略，将其改为“Crafted from natural materials, this sofa offers unmatched comfort and durability, making it the perfect addition to your home”，以提升消费者的情感共鸣，同时增强产品的吸引力。这种翻译通过增加“crafted”和“perfect addition”等修饰语，使语言更具情感感染力。

3.3 企业信息翻译

翻译目的确定应基于企业的整体经营策略和市场定位。以跨境电商平台在日本市场的例子为例，若平台定位于高端市场，翻译目的可能更侧重于传达品牌形象和产品的高质感，因此翻译语言应优雅、精准。

某企业简介中提到“我们是一家致力于环保技术创新的科技公司。”AI 翻译结果：“We are a technology company committed to environmental innovation.”。AI 翻译采用了直译策略，语言准确但缺乏品牌文化特色。基于目的论的目的性原则，建议采用修饰和增译策略，将其调整为“As a pioneering tech company, we are dedicated to driving innovation in environmental sustainability”，以突出企业的社会责任感和品牌价值，增强消费者的信任感。这种翻译通过增加“pioneering”和“driving”等修饰语，使语言更具企业个性化和责任感。

4 基于目的论的文化差异处理策略

结合以上案例，策略的选择和实施是实现高质量翻译的关键。张茜、王夏和张燕(2023)的研究通过案例分析，展示了基于翻译目的论的翻译策略的实际应用，包括对目标读者的分析、翻译目的的明确以及内容选择的重要性^[2]。基于目的论，基于 AI 翻译技术的跨境电商翻译中文化差异处理策略可以采取以下途径。

4.1 目标读者分析

目标读者分析是翻译策略制定的第一步，关键是了解目标市场的用户特性。例如，假设跨境电商平台进入巴西市场，根据数据显示，巴西的互联网普及率约为 70%，其中 18—34 岁的年轻人群是主要的在线购物用户，占比达到 60%。这部分用户更倾向于使用移动设备进行购物，且对时尚和科技产品有较高的兴趣。因此，翻译策略应重点关注年轻人的语言习惯和相关产品类别的专业术语。

4.2 增强情感分析能力

目的论强调翻译的连贯性，而情感分析能力能够确保翻译结果在逻辑上连贯，同时在情感上吸引消费

者。在翻译广告文案和用户评价时, AI 翻译工具往往难以准确捕捉和传递文本中的情感信息。通过增强情感分析能力, 可以利用注意力机制和上下文信息, 优化情感词汇的识别和强度评估。例如, 在翻译“这款手机性能卓越, 设计精美”时, 情感分析能力可以帮助生成“outstanding performance”和“sleek design”等更具吸引力的表达。增强情感分析能力能够显著提升跨境电商翻译的情感传递效果, 优化消费者体验。

4.3 建立多语言团队

目的论强调翻译的忠实性, 而多语言团队能够对 AI 翻译结果进行人工审核和优化, 确保翻译质量的可靠性和一致性。尽管 AI 翻译技术在语言转换上表现出色, 但在处理文化差异和情感传递方面仍存在明显不足。通过建立多语言团队, 可以针对重点市场的文化特点, 制定专门的翻译标准和流程。例如, 在翻译“美白焕彩精华液”时, 多语言团队可以避免使用“whitening”, 而是调整为“brightening”, 以消除文化误解。多语言团队能够显著提升跨境电商翻译的专业性和一致性, 增强消费者的信任感。

5 结论

尽管 AI 翻译在语言转换方面表现突出, 但在文化适配和情感传递方面仍需进一步优化。通过基于目的论的实际案例分析, 本文提出了一套基于 AI 的文化差异处理策略, 包括目标语言分析、增强情感分析能力、建立多语言团队等技术优化措施。这些策略不仅能够显著提升跨境电商翻译质量, 优化消费者体验, 还能为企业开拓国际市场提供强有力的支持。在教学中教师也应注意培养学生的相关能力。总之, 随着 AI 翻译技术的不断发展和完善, 跨境电商的全球化发展将迎来更加广阔的前景。

参考文献

- [1] 张宇. 目的论视角下的跨境电商翻译研究[J]. 对外经贸, 2023, (05): 52-55.
- [2] 张茜, 王夏, 张燕. 基于翻译目的论的跨境电商平台翻译策略研究[J]. 作家天地, 2023, (27): 95-97.
- [3] 陈懋. 大型学术翻译出版项目的运作路径与实践——以《歌德全集》的翻译出版为例[J]. 编辑学刊, 2024, (01): 91-96.
- [4] 耿燕. 农业经济文化环境下的电商英语词汇特点及翻译——评《农学英语》[J]. 中国食用菌, 2020, (04): 18.
- [5] 潘彤, 刘斌, 顾聪. 跨境电商平台与企业出口产品质量升级——基于阿里巴巴国际站大数据平台的分析[J]. 世界经济与政治论坛, 2024, (03): 138-156.
- [6] 张亚桢. 经济一体化下商务英语翻译人才培养与跨境电商发展——评《商务英语专业跨境电商方向课程体系建构》[J]. 商业经济研究, 2024, (08): 2.
- [7] 张春玲, 范默苒. 跨境电商研究热点及演化脉络解析[J]. 财会月刊, 2021, (06): 113-118.
- [8] 任雅娴. 新形势下我国塑料企业跨境电商英语翻译研究[J]. 塑料工业, 2023, (12): 205.

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