

Research on the Application and Promotion of Chinese Culture in Cross Border E-Commerce from the Perspective of Translation

—Taking the Translation Materials of Xiuyan Jade Carving as an Example

Yichuan Tu, Yan Wang[†]

Shenyang University of Aeronautics and Astronautics, Shenyang, Liaoning, 110136, China

Abstract

The rapid popularization of the Internet has given birth to cross-border e-commerce, a new industry which is different from the traditional commodity trading mode. As a special industry that can contact the domestic and overseas markets at the same time, the frequent collision of Chinese and Western cultures has opened up a new channel for the overseas export of Chinese culture. This paper will take Liaoning Xiuyan jade sculpture, which is widely praised in the cross-border e-commerce market, as an example to explore how to effectively combine the product attributes with Chinese culture in brand naming and product introduction, so as to effectively promote the overseas publicity and promotion of Chinese culture while increasing sales for merchants.

Keywords: Cross Border E-Commerce; Chinese Culture Export; Publicity Materials

翻译视角下中国文化在跨境电商中应用推广研究* ——以辽宁非遗岫岩玉雕翻译材料为例

涂一川, 王岩[†]

沈阳航空航天大学, 辽宁沈阳 110136

摘要: 互联网的快速普及催生出跨境电商这一有别于传统商品交易模式的新兴产业, 作为可以同时接触海内外市场的特殊产业, 中西文化的频繁碰撞为中国文化的海外输出开辟了一条新的渠道。本文将通过在跨境电商市场上广受好评的辽宁非遗岫岩玉雕为例, 探讨在品牌命名和商品介绍上如何根据产品属性同中国文化元素进行有效结合, 在为商家提高销量的同时有力推进中国文化的海外宣传和推广。

关键词: 跨境电商; 中国文化输出; 外宣材料

引言

跨境电商, 是基于经济全球化和“互联网+”概念所衍生的冲破传统贸易的新一代跨境电子交易。近年来, 我国积极发展跨境电商同具有中国特色文化的非遗产品相结合, 各种电商产品成为连接中西方文化交流的桥梁。基于此, 有效地利用产品翻译材料可以在提高销量的同时助推中国文化元素走向海外。本文将通过辽宁非遗岫岩玉雕在跨境市场上的具体实践为例, 浅谈英语翻译材料在跨境电商这一新兴市场上如何利用中国文化元素赢得竞争优势。

1 玉雕品牌名称翻译再现中国文化元素内涵

电商的核心是店铺, 店铺的核心是商品, 商品的核心是价值。在不改变商品属性的基础上, 文化内涵

*基金资助: 本文系沈阳航空航天大学大学生创新创业训练计划支持项目(编号: X202310143019)的成果。

可以为商品赋予更多的价值。要想为跨境品牌赋予额外文化价值，首先要思考如何先取一个既符合两国语言习惯又饱含国家文化意蕴的名字，以辽宁非遗岫岩玉雕品牌名称为例，有两个出发方向可以供跨境商家参考。

先中后英。从中文出发，可从玉的寓意上着手，从古至今在中国人都相信玉是有灵气的，可以带来祥瑞，故可取“瑞灵”二字作为品牌名。考虑到英语发音习惯可音译为“Relin”，或者直译为“Reiki（灵气）”。在中国文化中“灵气”有多种含义，可指人对外物感受和理解的能力，或指聪慧秀美的气质，也可指仙灵之气，无论何种理解都可以让消费者从中窥探到古老神秘的中国文化的一隅^[2]。先英后中。先为品牌选取一个合适的英文名，如“Jada”（玉制品 Jade 的变异拼写）或者“Berene”（绿玉 Beryl 和 平静安详 Serene 的创新重组）。在对此类品牌名称进行翻译时可在汉语中选取文化含义丰富的汉字，“Jada”可翻译为“吉达”或“佳达”，因为“吉”“佳”二字在中文里都有美好寓意，“达”意味到达，整体来看就是福气来临的意思，与玉雕可以招祥纳福的内涵不谋而合。“Berene”可翻译为“柏郁”，“柏”在中文中意味“常绿乔木或灌木”，看到该词人们多想到“松柏”，作为岁寒三友的一员，中国人从古至今一直对松柏有一种独特的喜爱，常被用来形容一个人具有不屈不挠的精神，同时也寄托着把长寿带给老年人的美好愿景。“郁”给人以“草木茂盛”的感受，两词结合表达了万古长青的美好祝愿。

2 岫岩玉雕详情页介绍翻译助力中国文化元素输出

在进行网上购物时，商品页详情浏览是消费者了解商品各项内容的主要途径，过多的商品介绍会让消费者产生审美疲劳，过少又会让消费者缺少对商品的了解从而降低购买欲望，同时也会产生这家店铺“不靠谱”的第一印象，在有限的篇幅中最大限度地向消费者传递出有效的商品信息是一家成功的店铺必备的技能。通过对亚马逊这一主流跨境电商平台上各大岫岩玉雕店铺的市场调研后，可发现绝大多数商家在详情页上仅仅展示了玉雕的最基本属性，如：长宽高，产地，种类等等。显然多数跨境商家并没有将注意力放到玉雕所体现的中国文化上，更没有深入挖掘玉雕的文化内涵所暗藏的经济价值，这就更遑论向外输出中国文化了。文化输出是一个双箭头的过程，商家在传播推广中国文化的同时也可以为商品赋予文化所带来的经济价值，下文将以岫岩玉雕为例，从三个方面浅论如何在为跨境商品赋予文化价值的同时做好对外翻译工作。

2.1 岫岩玉雕中的中国民俗文化元素

古人云：风水之道“夺神功，改天命”。在中国民俗文化中，玉雕摆件有独具特色的风水讲究，正确的摆放位置可以为店家带来额外的好运。消费者在购入商品时自然地会被其附加的特色文化所吸引，通俗易懂地将中国博大精深的风水文化翻译给境外消费者可以为商家吸引更多的消费者。向境外消费者介绍玉雕蕴含的风水文化，首先应讲清楚何为“风水”。风水的英语名称为“geomanticomen”，值得注意的是跨境电商是一场盛大的跨文化交际场所，仅仅只有一个英文名称显然不能让跨境消费者深入理解中国风水文化的特点，故在翻译过程中要深入挖掘风水的实际意蕴。风水学鼻祖郭璞云这样解释风水：气乘风则散，界水则止。古人聚之使不散，行之使有止，故谓之风水。大成国学工作室综合诸家学说和实战经验认为：“风”就是指能量，“水”指运动中的物质，一言概之：物质运动、变化中的能量就叫“风水”。从实际运用学的角度讲，“风水”就是“与人体发生联系、影响人生命运的各种能量(形和气)”。结合上述三种解释，岫岩玉雕商家在商品介绍时可以这样介绍：

Geomantic Omen is a peculiar cultural and traditional theory of China, the placement of jade carvings is deeply influenced by this culture. Correct location can affect the invisible energy and material movement, produce contact with the human body, and affect people's luck. (风水是中国一门独特的文化和学说，玉雕摆放位置深受这种文化影响。正确的位置可以影响看不见的能量和物质运动，与人体产生联系，影响人的运气。)

2.2 岫岩玉雕中的中国传统文化价值观

中国玉雕艺术在世界文明领域蕴含着广泛而深刻的历史文化价值，它的雕刻主题表现出非凡的丰富性和活力，包含了各种各样的象征意义，几乎每件玉雕都携带着中国人民对生活幸福美满的祝愿。玉石行业有一句名言：“玉必有工；工必有意；意必吉祥。”也由此而来。玉雕设计师通常采用多种手法，如利用动物、植物、景观、人物、传说、谐音、隐喻等手段以传达其艺术创作的潜在意义。每个玉雕产品都有着自己所代表的象征意义，玉雕跨境商家在撰写商品介绍时可用生动活泼的语言向消费者传递出产品附加的美好文化寓意。

葫芦岫岩玉雕：寓意福禄，雕葫芦和小兽（寿）为福禄寿的意思。葫芦也有多子多福，万代绵长，福缘深厚的寓意^[4]。作为汉族民间广为人知的三个神仙，福禄寿象征着“幸福、吉利、长寿”。几千年来，中国葫芦文化经历了广泛的发展，形成了一个我们可以理解和拥抱的综合体系。相反，在许多外国文化中，葫芦是一种媒介，通过它的创作和表达来传达特定的含义。玉雕商家可以抓住这一中西方的差异点，在商品详情页让跨境消费者看到葫芦玉雕不同于他们文化价值体系的特别点：

After seeing the realism of gourd in Western art, we would like to introduce the romanticism in Chinese art. Carving small beasts on a jade gourd which is called Fu Lu Shou in Chinese. Each word represents a Chinese immortal, and each immortal represents fortune, emolument and longevity respectively. You feel that you are just carrying a gourd with you, but in fact, three Chinese gods who will bless you have always been with you.（看多了葫芦在西方艺术里的写实，现在向您介绍葫芦在中国艺术里的写意。在玉葫芦上雕刻小兽，在中文里叫福禄寿，每个字代表一个中国神仙，每个神仙分别代表着幸福，吉利和长寿。你感觉只是把葫芦带在身上，其实三个会保佑你的中国神仙也一直伴随你左右。）

2.3 岫岩玉雕中的中国古代哲学思想文化元素

作为古代中国人民创造的一种伟大哲学思想，阴阳学说阐述了自然界中事物运动变化的基本规律和普遍法则，阴阳是奠定中华文明逻辑思维基础的核心要素。古人认为，世间万物皆有阴阳之道，相生相克的动态表现在自然演变过程中持续存在。从中医五行学说来看，玉被归属于水属性，水代表阴性，具有收敛、沉静、静止等特征。同时在中国传统文化中，玉被看作吉祥的象征物，被认为有辟邪驱魔等功效，这种观念与阴性的特性相契合。从玉石本身的属性来看，玉也具有阳性的特征，玉石是经过数亿年地热、火山等地壳运动所产出的，其中就包含了具有阳性特征的火焰特征。中国道学讲究阴阳平衡，玉正是满足这一理念的美物，“阴中有阳，阳中有阴”这一个中国古代哲学观念也体现出玉是阳刚和阴柔美好的结合体，由此可以看出玉饰是大多数人都可以佩戴的饰品。

在对外宣传翻译中，“阴”“阳”可直接翻译为“yin”“yang”，英国哲学家 Alan Watts(艾伦·瓦茨)就曾说过“All information whatsoever can be translated into terms of Yin & Yang(任何信息都可以翻译成阴阳)”，为更好理解这一概念，西方人还从电脑代码中切入理解“The yin and yang pattern is the essence of binary code, that solely consists of 'ones' and 'zeros'.（阴阳模式是二进制代码的本质，仅由“一”和“零”组成。）”。从这两个实例来看，“yin”“yang”在外国都已经有了有一定的理解和接受程度。岫岩玉雕跨境商家可以立足于阴阳观念为玉雕商品增添更多卖点，把中国传统哲学文化融合到商品介绍中，让更多境外消费者了解到中国这一古老智慧：

Yin and Yang is a simple but broad ancient Chinese philosophy. Everything in the world has a way of Yin and Yang, just as all numbers can be represented by 1 and 0 in binary. Chinese Taoism pursues the balance of Yin and Yang, and jade perfectly combines both elements, with both the softness of Yin and the brightness of Yang, whether you want to buy decoration or ornament, jade carving is worth your stop.（阴阳是一个简朴而博大的中国古代哲学，世间万物都有阴阳之道，就如在二进制中可以用 1 和 0 表示所有数。中国道学追求阴阳平衡，

玉石完美地兼备了阴阳两种元素，既有阴的柔和又有阳的明亮，无论你想购买摆件还是饰品，玉雕都值得你驻足。)

3 结语

以特色助发展，以文化兴未来。中国民俗文化元素，中国传统文化价值观，中国古代哲学思想文化元素等等都是人类文明宝库中不可或缺的一部分，其文化内涵是跨境商家在进行品牌设计和产品介绍时取之不尽，用之不竭的灵感来源。非遗产品在跨境电商中更多的是面向以英语为交流语言的海外客户，中外文化元素的碰撞引申出一条向外宣传中国本土文化和思想的良好渠道。翻译材料是双方文化碰撞的直接产物，从翻译视角下寻求产品宣传和文化推广的突破是跨境商家应该把握住的发展新机遇。翻译材料，产品竞争，文化传播，三者相辅相成，最终目的都是为了打好中国各类商品和中国文化元素在世界市场上发展的基础，谋求互联网背景下经济和文化的双向共赢。

参考文献

- [1] 贾伟朝.玉石文化视角下玺印色彩取向研究[J].艺苑, 2019 (6):85-88
- [2] 单明芳.校园文化建设的实践与思考[J].教师博览(科研版), 2020 (12):10-11
- [3] 王虎林.做个优雅的人[J].做人与处事,2009(5):57-57
- [4] 刘时友.浅谈玉雕图案之文化寓意[J]天工, 2017 (2):10-11

【作者简介】

¹涂一川(2002-),女,汉族,贵州遵义人,沈阳航空航天大学,研究方向:翻译学。

²王岩(1978-),男,汉族,辽宁阜新人,语言学硕士,沈阳航空航天大学副教授。研究方向:英语教学,翻译学。