

Лю Хунсю

*студент 2 курс магистратуры, Институт
социально-гуманитарного
образования Московский педагогический государственный
университет*

Россия, г. Москва

**АНАЛИЗ УСЛОВИЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ**

ТРАНСГРАНИЧНОЙ

Аннотация:

В условиях быстрого развития трансграничной электронной торговли обмен информацией между покупателями и продавцами на трансграничной сетевой платформе играет важную роль в завершении торговли. В статье используются количественные и качественные методы для анализа характеристик бизнес-терминов платформы электронной торговли Алибаба с точки зрения словарного запаса, паттернов предложений, дискурса и коммуникации, а также обсуждаются стратегии построения бизнес-дискурса вопросов и ответов в сочетании с теорией потребителей, чтобы лучше В полной мере проявите положительное значение обсуждения вопросов и ответов для бизнеса в продвижении транзакций электронной торговли.

Ключевые слова: Трансграничная электронная коммерция;

Вопросы и ответы для бизнеса; Торговля.

Liu Hongxiu

*2nd year student of the Master's degree, Institute of Social and
Humanitarian
Education Moscow Pedagogical State University
Russia, Moscow*

Abstract:

In the rapid development of cross-border e-commerce trade, the information exchange between buyers and sellers on the cross-border network platform plays a pivotal role in the conclusion of trade. The article uses quantitative and qualitative methods to analyze the characteristics of Alibaba e-commerce platform business terms from the aspects of vocabulary, sentence pattern, discourse, and communication, and discusses strategies for constructing business question-and-answer discourse in conjunction with consumer theory, in order to better Give full play to the positive significance of business Q&A discourse in promoting e-commerce transactions

Keywords: Cross-border e-commerce. Business Q&A. Trade

1. Причины для анализа дискурса

С быстрым развитием Интернета и информационных технологий, электронная коммерция становится все более активной, а трансграничная электронная торговля также стала новой движущей силой развития международной торговли. Под влиянием новой эпидемии коронавируса в 2020 году, хотя экономика Китая пострадала в первом квартале, покупательная способность

китайских потребителей и спрос на платформы трансграничной электронной торговли по-прежнему демонстрируют тенденцию к росту. Кроме того, различные страны также активно приняли ряд мер по созданию благоприятной политической среды для дальнейшего развития индустрии трансграничной электронной торговли¹. В этой ситуации все более востребованы таланты в области электронной коммерции, обладающие международным видением и способные к международному общению. Это также требует воспитания чувствительности бизнес-работников к построению дискурса, сведения к минимуму ошибок в коммуникативном дискурсе и эффективного улучшения Эффективность транзакций, тем самым способствуя успеху транзакций трансграничной электронной торговли.

2. Исследования и дизайн

(1) Источник корпуса. Alibaba International Station была основана в 1999 году, став первым бизнес-подразделением Alibaba Group, а теперь стала ведущей мировой платформой для трансграничной электронной коммерции B2B. В статье отобрано 20 полных бизнес-текстов вопросов и ответов по различным типам

¹ Чен Линьхай, Анализ характеристик дискурса онлайн-коммуникации на основе платформы трансграничной электронной коммерции Alibaba [J]. Наука и технологии, инновации и приложения, 2019 (18): 47-50.

продуктов, занимающих высокие позиции на веб-страницах трансграничной электронной коммерции Alibaba, чтобы сформировать небольшой корпус.

(2) Методы исследования Количествоный и качественный статистический анализ используется для предоставления всесторонних и подробных описаний и объяснений конкретных явлений делового языка в различных измерениях с целью проведения анализа особенностей делового английского языка¹. Использование языка неотделимо от контекста, потому что часть речи - не единственный фактор, и необходимо учитывать контекст.

3. Анализ дискурсивных характеристик деловых вопросов и ответов.

Как все мы знаем, существует фундаментальная разница между коммуникацией с использованием компьютерных сетей в качестве средства коммуникации и традиционными устными и письменными словами. Метод корпусного дискурсивного анализа предназначен в основном для изучения большого количества электронных текстов, распознаваемых компьютерами. В этой статье контекст самого текста сочетается с результатами поиска, полученными с помощью инструментов корпуса, и излагаются

¹ Мяо Инь. Исследование реформы курсов международного маркетинга с точки зрения интернационализации. [Л]. Внешние экономические отношения и торговля, 2020 г. (05): 141-143.

характеристики текста вопросов и ответов по трансграничному маркетингу электронной коммерции с четырех аспектов: словарный запас, шаблон предложения, текст и коммуникация. Конкретный анализ выглядит следующим образом:

(1) Особенности словарного запаса Словарь - это самая основная единица языка, которая в значительной степени отражает основные характеристики текста. Лексика, используемая в деловых вопросах и ответах, имеет деловой контекст. Выбор и использование этой специальной лексики может отражать деловые цели и интересы говорящего¹.

(2) В деловом дискурсе вопросов и ответов широко используется большое количество сокращений. В основном он включает следующие категории: аббревиатуры названий стран-импортеров и экспортёров; аббревиатуры единиц продукта; соответствующий товарный состав материала и спецификации продукта; сокращения широко используемой лексики в отраслях, связанных с логистикой, и т. Д.

В беседе с деловыми вопросами и ответами продавцы часто используют существительные, предлоги, числа и некоторые фразы, чтобы представить характеристики продукта, сообщить

¹ Snell- Hornby, M. Translation Studies: An Integrated Approach[M].Amsterdam,Philadelphia: John Benjamins Publishing Company,1988.

логистическую информацию и предоставить послепродажное обслуживание иностранным клиентам¹. Слова краткие, а цифры обычно отображаются в виде арабских цифр. У некоторых продавцов есть до дюжины записей вопросов и ответов, в то время как некоторые продавцы задают только четыре или пять вопросов на ответ². Кроме того, формат разный. Например, вопросы и ответы некоторых продавцов выделены жирным шрифтом, или выделены другим цветом, или изображения перемежаются. Это очень ясно и объективно, так что покупатели могут точно и интуитивно Получите нужную информацию. Кроме того, продавец иногда выделяет ключевые моменты ответа на предполагаемый вопрос покупателя, что значительно повышает эффективность доступа покупателя к информации и фактически углубляет впечатление покупателя о сделке.

3. Коммуникативные характеристики

В процессе транзакций платформы трансграничной электронной коммерции обе стороны транзакции должны заимствовать языковые символы, такие как английский, числа, символы и китайские иероглифы, чтобы создать особый коммуникативный контекст для

¹ Цзя Чжэнчуань. Применение теории анализа дискурса в исследованиях перевода [Дж.]. Обучение иностранному языку в Шаньдуне, 1999 г.(2): 50–54.

² Brown,G. & Yule,G. Discourse Analysis [M].Cambridge:Cambridge Univ. Press,1983.

трансграничной электронной торговли, чтобы сэкономить время и энергию на общение.

Из-за ограничений функций сетевой платформы этот язык маркетинга электронной коммерции значительно отличается от традиционного языка маркетинга. Интернет создает виртуальную среду продаж, и на этой виртуальной платформе совершаются демонстрации товаров и транзакции. следовательно,

В процессе маркетинга электронной коммерции устное общение на месте практически отсутствует. В настоящее время продавцы электронной коммерции будут занимать более сильное доминирующее положение. Их цель - продавать товары. Таким образом, структура делового обсуждения вопросов и ответов ориентирована на продавца. Поскольку среда маркетинговой сети едина, даже если это разные предприятия, дизайн дискурса будет иметь высокую степень сходства.

5. Значение для построения делового дискурса вопросов и ответов

В онлайн-маркетинге платформ электронной коммерции «FAQ» считается распространенным способом онлайн-обслуживания клиентов¹. Хорошая система должна отвечать как минимум на 80% запросов пользователей. Такой способ не только облегчает

¹ Ли Хунжу. О факторах формирования смысла говорящего на уровне слов [J]. Преподавание иностранных языков, 2018 (6):13.

покупателю, но и значительно снижает

Давление со стороны сотрудников продавца значительно сокращает расходы на обслуживание клиентов и временные затраты, а также может повысить удовлетворенность клиентов.

Согласно теории потребителей, процесс принятия решений потребителями при покупке товаров часто представляет собой процесс тщательной оценки атрибутов продукта, бренда или услуги, принятия решений и покупки продуктов, отвечающих конкретной потребности. Таким образом, при разработке FAQ продавец может рассмотреть выбор и оформление вопроса и ответа в соответствии с процессом принятия покупателем решения о покупке¹. Например, используйте иерархическую структуру каталогов для организации ответов на вопросы, но уровень каталогов не должен превышать четырех уровней; обратите внимание на то, чтобы ставить в первую очередь наиболее часто задаваемые вопросы клиентов; для сложных вопросов вы можете установить связь между вопросами; настройка Функция поиска, пользователи могут находить напрямую, вводя ключевые слова.

Кроме того, продавцы могут осознанно выделять уникальные преимущества продукта при разработке бизнес-дискуссий, таких как

¹ Чэн Юаньюань. Исследование осведомленности о правах на деловом английском языке с точки зрения анализа дискурса. [J]. Образование Модернизация, 2019, 3 (32): 199-200.

добавленная стоимость продукта, скидки при покупке, послепродажное обслуживание и т. Д., Что может незаметно усилить эффект маркетинга и продвижения; это может быть в виде изображений и текстов и разных цветов. Шрифты; избегайте простых грамматических и орфографических ошибок, чтобы отразить профессионализм продавца.

Увеличивающийся объем сетевой информации затрудняет пользователям быстрый поиск того, что им нужно, из большого объема информации. Деловая беседа в формате вопросов и ответов предоставляет людям способ общения с вопросами на естественном языке и напрямую возвращает нужные им ответы, что удобно, быстро и эффективно. Особенности.

Основываясь на собранном реальном корпусе, изучите характеристики этого бизнес-вопроса и дискурса ответов и выдвиньте некоторые предложения по построению такого рода дискурса, чтобы расширить горизонт исследования бизнес-дискурса и предоставить некоторые практические рекомендации по маркетингу продавцов трансграничной электронной коммерции.

【ссылки】

1. Чен Линьхай, Анализ характеристик дискурса онлайн-коммуникации на основе платформы трансграничной электронной коммерции Alibaba [J]. Наука и технологии,

- инновации и приложения, 2019 (18): 47-50.
2. Мяо Инь. Исследование реформы курсов международного маркетинга с точки зрения интернационализации. [J]. Внешние экономические отношения и торговля, 2020 г. (05): 141-143.
 3. Snell- Hornby, M. Translation Studies: An Integrated Approach[M].Amsterdam,Philadelphia: John Benjamins Publishing Company,1988.
 4. Brown,G. & Yule,G. Discourse Analysis [M].Cambridge:Cambridge Univ. Press,1983.
 5. Цзя Чжэнчуань. Применение теории анализа дискурса в исследованиях перевода [Дж.]. Обучение иностранному языку в Шаньдуне, 1993 г.(2): 50–54.
 6. Чэн Юаньюань. Исследование осведомленности о правах на деловом английском языке с точки зрения анализа дискурса. [J]. Образование Модернизация, 2016, 3 (32): 199-200.
 7. Ли Хунжу. О факторах формирования смысла говорящего на уровне слов [J]. Преподавание иностранных языков, 2013 (6):13.