

- 2018年浙江省社科联社科普及课题（18ZC10）研究成果
- 义乌工商职业技术学院跨文化交流与研究中心研究成果
- 义乌工商职业技术学院“一带一路”文化传播与创新翻译团队研究成果



# “一带一路”

## 沿线国家商务文化读本

王惠莲◎编



- 2018年浙江省社科联社科普及课题（18ZC10）研究成果
- 义乌工商职业技术学院跨文化交流与研究中心研究成果
- 义乌工商职业技术学院“一带一路”文化传播与创新翻译团队研究成果

# “一带一路”

## 沿线国家商务文化读本

王惠莲◎编

## 图书在版编目(CIP)数据

“一带一路”沿线国家商务文化读本/王惠莲编. —  
广州:世界图书出版广东有限公司, 2019. 6

ISBN 978-7-5192-5871-9

I. ①一… II. ①王… III. ①“一带一路”—商务  
文化—通俗读物 IV. ①F72-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第086404号

- 
- |      |                                                                     |
|------|---------------------------------------------------------------------|
| 书 名  | “一带一路”沿线国家商务文化读本<br>“YIDAIYILU” YANXIAN GUOJIA SHANGWU WENHUA DUBEN |
| 编 者  | 王惠莲                                                                 |
| 策划编辑 | 刘正武                                                                 |
| 责任编辑 | 魏志华 李 婷                                                             |
| 装帧设计 | 吴伟边                                                                 |
| 责任技编 | 刘上锦                                                                 |
| 出版发行 | 世界图书出版广东有限公司                                                        |
| 地 址  | 广州市新港西路大江冲25号                                                       |
| 邮 编  | 510300                                                              |
| 电 话  | 020-84451969 84453623 84184026 84459579                             |
| 网 址  | <a href="http://www.gdst.com.cn">http://www.gdst.com.cn</a>         |
| 邮 箱  | <a href="mailto:wpc_gdst@163.com">wpc_gdst@163.com</a>              |
| 经 销  | 各地新华书店                                                              |
| 印 刷  | 广州市迪桦彩印有限公司                                                         |
| 开 本  | 787mm × 1092mm 1/16                                                 |
| 印 张  | 13.5                                                                |
| 字 数  | 276千                                                                |
| 版 次  | 2019年6月第1版 2019年6月第1次印刷                                             |
| 国际书号 | ISBN 978-7-5192-5871-9                                              |
| 定 价  | 38.00元                                                              |
- 

版权所有 侵权必究

(如有印装错误, 请与出版社联系)

咨询、投稿: 020-34201910 weilai21@126.com

自2013年习近平总书记提出共建“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的倡议以来，全国各地都在围绕“一带一路”谋新章，谱新篇。“一带一路”倡议顺应了时代发展的需求，符合各国人民加速发展本国经济的愿望。把中国和各参与国的利益紧密结合起来，形成集利益、责任、命运为一体的合作共同体，可以有效推动各参与国更大范围、更高水平、更深层次地开展双边、多边和区域合作。随着“一带一路”建设的推进，中国赴“一带一路”沿线国家开展商务文化交往活动的人数，及沿线国家来中国淘金、观光的人数都与日俱增。因此，通晓“一带一路”沿线国家的商务交际礼仪、文化禁忌、宗教禁忌，将有助于商务人员更好地开展相关活动，有助于商务人员实现跨文化交际过程中的无障碍沟通。

本书着眼于“一带一路”沿线国家的商务文化知识，选题契合时代发展的主题，结构富有条理，将“一带一路”参与国的基本概况、经济简介、商务交际、爱好与禁忌、教育简况精练地呈现给读者，有助于读者轻松把握各国商务文化的核心知识点。值得一提的是，本书的参编者主要由义乌工商职业技术学院国际教育学院教师组成。她们是对外汉语教学专业的教师，有着丰富的跨文化交际经验，为本书的编纂奠定了坚实的基础。

另外，本书还有着独特的“智囊团”——来自“一带一路”沿线国家的学生们。他们有的正在义乌工商职业技术学院学习，有的已学成毕业。本书的编者与他们长期保持着密切的联系，在充分搜集资料之余，委托他们核对，一定程度上确保了本书内容的准确性。

“一带一路”的建设，需要搭建民心相通之桥，以加强各国之间的文化交流。今后，学校将继续“依托区域优势、服务国家战略”，不断提高教育国际化水平，服务国家“一带一路”建设。

 教授

2018年7月30日

## 序 2

古人云：“不学礼，无以立；人无礼，则不生；事无礼，则不成；国无礼，则不宁。”

文化是每一个国家和民族在发展过程中沉淀、积累下来的精神财富，是人类社会生存与发展的模式和准则。同样，商务文化强调的是“尊重为本”，体现的是人与人之间的相互尊重，也是商务的生存法则。

只有了解外国礼仪习俗，尊重外国礼仪习俗，洋为中用，融会贯通，才能和外国友人和谐相处，合作愉快，结交新朋友，获得新发展、新机遇。

文化的沟通是一种心灵的沟通，具有强大的凝聚力。世界上众多的国家、地区和民族，在其历史发展的进程中，由于政治、宗教、文化、历史和地理等诸多原因，形成了不同的商务文化礼仪习俗。

本书主要围绕“一带一路”沿线国家展开，着重介绍每个国家的基本概况、经济简介、商务交际、爱好与禁忌、教育简况等内容，不仅便于商务人员了解沿线国家商务文化知识，规避文化冲突，提高商贸谈判的有效性，也适合教师、导游、文化研究者阅读，引导他们高效地培养人才、认识世界、探索异国他乡的地域文化，提高跨文化交流水平。

愿我们和外国友人相处得更加和谐。

义乌市作家协会何恃坚主席

2018年8月20日

# 目 录

MULTI

|                |     |
|----------------|-----|
| 蒙古国·····       | 001 |
| 新加坡共和国·····    | 005 |
| 马来西亚·····      | 009 |
| 印度尼西亚共和国·····  | 012 |
| 缅甸联邦共和国·····   | 015 |
| 泰王国·····       | 018 |
| 老挝人民民主共和国····· | 022 |
| 柬埔寨王国·····     | 025 |
| 越南社会主义共和国····· | 028 |
| 文莱达鲁萨兰国·····   | 032 |
| 菲律宾共和国·····    | 035 |
| 伊朗伊斯兰共和国·····  | 038 |
| 伊拉克共和国·····    | 041 |
| 土耳其共和国·····    | 044 |
| 阿拉伯叙利亚共和国····· | 048 |
| 约旦哈希姆王国·····   | 051 |
| 黎巴嫩共和国·····    | 054 |
| 以色列国·····      | 056 |
| 巴勒斯坦国·····     | 059 |
| 沙特阿拉伯王国·····   | 061 |
| 也门共和国·····     | 065 |
| 阿曼苏丹国·····     | 068 |
| 阿拉伯联合酋长国·····  | 071 |
| 卡塔尔国·····      | 074 |
| 科威特国·····      | 077 |
| 巴林王国·····      | 080 |



|               |     |
|---------------|-----|
| 希腊共和国         | 083 |
| 塞浦路斯共和国       | 087 |
| 阿拉伯埃及共和国      | 090 |
| 印度共和国         | 094 |
| 巴基斯坦伊斯兰共和国    | 097 |
| 孟加拉人民共和国      | 100 |
| 阿富汗伊斯兰共和国     | 103 |
| 斯里兰卡民主社会主义共和国 | 106 |
| 马尔代夫共和国       | 109 |
| 尼泊尔联邦民主共和国    | 112 |
| 不丹王国          | 115 |
| 哈萨克斯坦共和国      | 118 |
| 乌兹别克斯坦共和国     | 121 |
| 土库曼斯坦         | 124 |
| 塔吉克斯坦共和国      | 127 |
| 吉尔吉斯共和国       | 130 |
| 俄罗斯联邦         | 133 |
| 乌克兰           | 137 |
| 白俄罗斯共和国       | 140 |
| 格鲁吉亚          | 143 |
| 阿塞拜疆共和国       | 146 |
| 亚美尼亚共和国       | 149 |
| 摩尔多瓦共和国       | 152 |
| 波兰共和国         | 155 |
| 立陶宛共和国        | 158 |
| 爱沙尼亚共和国       | 160 |
| 拉脱维亚共和国       | 163 |
| 捷克共和国         | 166 |
| 斯洛伐克共和国       | 168 |
| 匈牙利共和国        | 171 |
| 斯洛文尼亚共和国      | 174 |





# 蒙古国



## 基本概况

蒙古国 (Mongolia), 简称“蒙古”。1924年11月26日, 蒙古人民共和国正式成立; 1992年2月, 改国名为“蒙古国”。蒙古以本民族的名称而得名, “蒙古”一词由“勇敢”和“朴素”两个词素结合而成, 国名释义为永不熄灭的火。另有学者认为: 蒙古高原的鄂嫩河上游原有座蒙山, 附近有蒙河, 在这一带生息的部落即称“蒙古”。蒙古国地处亚洲中部, 东、南、西三面与中国接壤, 北面同俄罗斯的西伯利亚为邻, 边境线总长约为8219千米。政治体制为议会共和制。首都及全国最大城市为乌兰巴托 (Ulaan baatar)。

蒙古国以“蓝天之国”闻名于世, 一年中大部分时间阳光明媚。气候为典型的温带大陆性气候, 终年干燥少雨; 夏季炎热, 最高气温可达 $38^{\circ}\text{C}$  (历史最高气温达 $45^{\circ}\text{C}$ ); 冬季酷寒, 最低气温可至 $-40^{\circ}\text{C}$  (历史最低气温达 $-60^{\circ}\text{C}$ )。早晚温差较大, 无霜期短, 年平均降水量250毫米。

蒙古国国土面积约为156.65万平方千米, 是仅次于哈萨克斯坦共和国的世界第二大内陆国家。全国人口数量约318万 (2018年6月), 是世界上人口密度最小的国家。蒙古国可耕地面积较少, 大部分国土被草原覆盖, 北部和西部多山脉, 南部为戈壁沙漠, 约30%的人口从事游牧或半游牧。蒙古国人主要信仰藏传佛教, 也有少数人信奉东正教、天主教和伊斯兰教。主体民族是蒙古族, 也有哈萨克族、图瓦人等少数民族分布于西部。



## 经济简介

蒙古国有“畜牧业王国”之称, 主要饲养羊、牛、马、骆驼等。工业以肉、乳、皮革等畜产品加工业为主, 木材加工、电力、纺织、缝纫和采矿业也具有一定规模。农业以种植麦类、蔬菜、薯类和饲料作物为主。蒙古国人口少, 地域辽阔, 自然风貌保持良好, 是世界上少数保留游牧文化的国家之一, 旅游业发展前景广阔。主要旅游景点有哈尔和林古都、库苏古尔湖、特列尔吉旅游点、成吉思



汗旅游点和阿尔泰狩猎区等。

蒙古国出口产品主要为矿产品、纺织品和畜产品等；进口产品主要有矿产品、机器设备、食品等。主要贸易伙伴为中国、俄罗斯、欧盟成员国、加拿大、美国、日本、韩国等国。

蒙古国的货币为图格里克（Tugrik）。



## 商务交际

蒙古国人民性情直爽、待客真诚。宾客临门，男女主人会恭敬地站在门口迎候嘉宾，热情地向客人问候“您好”“向您请安了”等。蒙古人与客人见面时，会拿出珍贵的鼻烟壶让客人嗅闻。客人若遇到这种情况，需要诚心地嗅闻，然后把壶盖盖好还给主人。客人告辞时，主人往往会举家相送，并会说些“再见”“欢迎再来”“一路平安”之类的送行话语。

历史上，蒙古人与亲人或朋友打招呼的方式比较特殊。见面时，一般不询问对方身体如何，而是先问对方的牲畜是否平安。这是蒙古国人的传统礼仪，其原因主要是游牧民族以牲畜为伴，牲畜在其日常生活中占有重要地位。这一打招呼的方式随着社会的发展已较少使用。

蒙古国人与宾客相见时，一般施握手礼。迎接贵宾时，会向对方献哈达。他们的哈达不同于中国一些民族的白色哈达。蒙古国的哈达为丝制，长度不一，有蓝、白、黄、绿、红五种颜色，其中以蓝色为尊。敬献哈达时，哈达的叠口应朝着接受者。晚辈向长辈敬献哈达时，应双手献上哈达，同时致祝词，接受者双手接过哈达，并自行将其搭在颈上；长辈向晚辈赠送哈达时，可直接将哈达搭在晚辈颈上。蒙古国人向贵宾敬酒时，有时会将酒碗置于哈达上，用右手献给客人，客人只取杯饮酒而不必接哈达。

蒙古国人见面时一般不施脱帽礼，而是施请安礼，以右手示意。如果人在马上要先下马，坐在车上要先下车，以表尊敬。请安时，男士单曲右膝，右臂自然下垂；女士则双膝弯曲。亲属相见时，一般施亲吻礼，晚辈若出远门或归来之时，长辈要吻晚辈的前额，以示祝福。

蒙古国人尊敬长者，也讲究男女平等。

在蒙古国，与客人正式会面或共同进餐时，男士应着西装打领带，女士应化妆并佩戴首饰。主人送客人离开时，一般不送出门。

进入蒙古包后，主人会请客人坐在蒙古包中最尊贵的位置（后半部的座位），男宾应从左手方绕过摆放在蒙古包正中央的炉子走向座位。主人一般用茶、点

心、奶制品等款待客人。当主人敬酒时，如客人一饮而尽，主人会认为是对自己的尊敬和诚意。



## 爱好与禁忌

蒙古国人爱吃肉类和奶类食品，尤爱食羊肉，如手扒羊肉、烤全羊、石烤肉等。他们常把整块肉放到锅中炖煮，待肉六成熟时捞出，用手撕或以小刀切着吃。用餐时习惯以手抓饭，有时也用刀叉。蒙古国人不吃虾、蟹、海味及“三鸟”（即鸡、鸭、鹅）的内脏，也不吃鱼，视鱼为神的化身。他们喜欢马，因此不喜欢吃马肉。

蒙古国的伊斯兰教徒禁食猪肉和猪制品，忌讳谈论与猪相关的问题。蒙古国禁止在寺庙周围打猎，禁止在寺内宰牲畜，不能在经堂内吸烟、吐痰。

蒙古国喜欢蓝色，认为它象征永恒、坚贞和忠诚，因此把自己的国家称为“蓝色的蒙古国”。他们珍视黄色，认为黄色是黄金与珍宝的颜色，是荣华和富贵的象征。他们偏爱红色，认为红色象征着幸福、胜利和亲近的关系。他们也喜欢白色，认为白色寓意着洁净、质朴和公正。蒙古人一般不喜欢黑色，把黑色视为不祥的色彩。

蒙古国人忌讳别人触摸头部和帽子，也不喜欢别人用烟袋或手指点他的头部，认为这都是不礼貌的行为。蒙古国人忌讳往火里扔脏东西，也不能从火上跨越，不能在火旁放刀斧等锐器。

蒙古国人送礼物时忌讳送帽子，认为帽子的口朝下，送人会损坏别人的运气。穿蒙古袍时，忌捋袖子，认为这样会使人理解为要打架。进入蒙古包时不能踩门槛。接递物品时，以双手接递为敬，也可用右手，但不能只用左手接递。



## 教育简况

蒙古国早期的教育包括两类，即宗教性的佛教教育和仅限于王公贵族的世袭教育，而后的教育受苏联的教育模式影响较大。蒙古国在1941—1946年间发明了现代西里尔字母，成为推动蒙古国国内义务教育的重要基础。1991年，苏联解体，蒙古国从计划经济体制转变为市场经济体制。计划经济的短暂空缺使得蒙古国国内的义务教育体系受到阻碍，教育投入缩水导致教学规模的缩减，也造成了入学率与升学率的下降。近年来，由于经济水平的提高，蒙古国政府对教育的投

人也有了较为迅速的增长。

目前，蒙古国实行国家普及免费普通教育制。自2005年开始实行“5+4+2”共计11年的基础教育体制，即小学5年、初中4年、高中2年。自2008年开始，实行“6+3+3”共计12年的基础教育体制，即小学6年、初中3年、高中3年。

蒙古国主要的大学有蒙古国立大学、蒙古科技大学、蒙古国立教育大学等。

# 新加坡共和国



## 基本概况

新加坡共和国 (The Republic of Singapore), 简称“新加坡” (Singapore), 旧称“新嘉坡”“星洲”或“星岛”, 是东南亚的一个岛国。由于其岛形状像一头狮子, 因此, 别称“狮城”。在马来语中, “新加”为“狮子”之义, “坡”则是“岛”的意思。也有学者认为, 岛上的土著居民中有一个狮子族, 狮子象征着强大有力, 新加坡国名由此转化而来。新加坡北隔柔佛海峡与马来西亚为邻, 南隔新加坡海峡与印度尼西亚相望, 毗邻马六甲海峡南口。1965年12月22日, 新加坡共和国正式成立, 政治体制实行议会共和制。首都为新加坡 (Singapore)。

新加坡属于热带雨林气候区, 全年高温多雨, 长夏无冬, 四季气温无明显变化, 每年平均气温在 $23^{\circ}\text{C}$ — $35^{\circ}\text{C}$ , 年均降水量在2400毫米左右, 湿度介于65%到90%之间。12月份是新加坡一年中最湿冷的月份, 平均低温徘徊在 $23^{\circ}\text{C}$ — $24^{\circ}\text{C}$ 。此外, 新加坡由于近几十年来市区发展迅速, 全国皆受热岛效应影响, 平均温度比邻近热带城市明显更高。

新加坡国土面积约为719.1平方千米。全国人口数量约为561万 (2017年), 其中华人 (汉族) 约占总人口的74.2%, 马来族约占13.3%, 印度裔约占9.1%, 欧亚裔混血约占3.4%。各族人民的信仰分别如下: 华人大都信仰佛教或道教; 马来族、巴基斯坦裔基本信仰伊斯兰教; 印度裔信奉印度教; 西方人一般信奉基督教。政府规定英语、华语、马来语和泰米尔语为官方语言。



## 经济简介

新加坡属外贸驱动型经济, 以电子、石油化工、金融、航运、服务业为主, 高度依赖美、日、欧和周边市场。新加坡被誉为“亚洲四小龙”之一。根据2014年全球金融中心指数 (GFCI) 排名报告, 新加坡是继纽约、伦敦、中国香港之后的第四大国际金融中心, 也是亚洲重要的服务和航运中心之一。

新加坡的工业主要包括制造业和建筑业。制造业主要生产电子、化学与化



工、生物医药、精密机械、交通设备等产品。新加坡已经成为东南亚最大的修造船基地之一，以及世界第三大炼油中心。服务业主要包括批发零售业、商务服务业、交通与通讯、金融服务业、酒店业等门类。新加坡的可耕地面积少，粮食主要依靠进口。新加坡有“花园之城”的美誉，旅游业是外汇主要来源之一，主要景点有圣淘沙岛、植物园、动物园等。游客主要来自东盟成员国、中国、澳大利亚、印度和日本等国。

外贸是新加坡国民经济的重要支柱，进出口商品包括加工石油产品、消费品、机器零件及附件、数据处理机及零件、电信设备和药品等。主要贸易伙伴是马来西亚、泰国、中国、日本、澳大利亚、韩国、美国等国。

新加坡货币为新加坡元（Singapore Dollar）。



## 商务交际

与新加坡人打交道，须冠以“先生”“太太”或“小姐”的称呼。见面时，握手、微笑必不可少，介绍后最好给现场所有人递上名片。

新加坡人见面时一般施握手礼。男女之间施握手礼时，最好等女士先伸出手来再握手。马来人则先双手互相接触，再把手收回放到自己的胸部。新加坡人坐着时，不将双脚分开；站立时体态端正，不把双手放在臀部，因为他们认为那是发怒的表现。

与新加坡人进行商务会谈，最好提前一至两个星期约定时间，尤其在参与人数较多的情况下更要提前预约。新加坡人喜欢旅行，开会要尽可能避开有公共假日的长周末。会前若可以获得对方与会人员的名单，了解对方的头衔、所负责的部门，甚至是种族、籍贯等，能为会议的顺利进行以及将来的合作打下良好的基础。在会议举行前一天，应再次确认会议的时间、地点。开会当天切记要准时，迟到的话会被看作是不尊重对方。商讨具体事宜时，新加坡人一般会直奔主题。有时候他们也会先聊聊家常，如果遇到这样的情况最好不要强行打断。

谈判时，应以诚相待，不妨多说几句“多多指教”“多多关心”的谦语以示尊敬。新加坡人很少当面回绝，打交道时应多留心他们的面部表情、手势或语气。

新加坡人重视书面依据。在商务洽谈后一至两天内，尽可能送上一份商谈记录及备忘录，有助于明确各方的职责，也会让对方感觉到我们处事的专业性和责任感。同样，准备合同时要尽可能地把各种细节考虑在内，并且给予新加坡方充裕的时间来确认合同内容。

与新加坡人进行商务洽谈时，一般穿白衬衫和长裤，打领带。当地工商界人

士多讲英语，见面时要递交用英文印刷的名片。

新加坡人爱饮茶，常以茶水招待客人。

新加坡人不喜欢挥霍浪费，宴请对方不要过于讲求排场，尤其是在商务活动中，答谢宴不宜超过主人宴请的水平。

到新加坡人家里吃饭，可以带一束鲜花或一盒巧克力作为礼物。谈话时，避免谈论政治和宗教，可以谈谈旅行见闻及新加坡的经济成就。

新加坡一般不提倡付小费，即便是对服务员的额外服务付费，对方也有可能拒收。



## 爱好与禁忌

新加坡人的主食多为米饭。新加坡的马来人在用餐时一般用右手抓取食物，进餐时也须使用右手。

新加坡人偏爱红色，认为红色艳丽夺目，对人有激励作用；一般不喜欢紫色和黑色，将其视为不吉利的色彩。

新加坡人喜欢购物、美食和旅游。

新加坡人喜欢兰花，喜欢“喜”“福”“吉”“鱼”等字，认为这些字都预兆吉利。在大多数新加坡人眼中，“苹果”和“荷花”代表“和平”，“蝙蝠”寓意“幸运”，“竹”表示“文明”“学习”和“力量”，“梅花”是“新年之花”。他们喜欢红双喜、大象、蝙蝠等图案。

新加坡人一般不喜欢数字7，认为它是个消极数字。和新加坡人打交道一般不说“恭喜发财”，因为他们认为“发财”含有“横财”之意。

不可触摸新加坡人的头部，因为他们将头部视为心灵之所在。在公共场合不可拥抱和亲吻他人。

新加坡人一般不喜欢男士留长发、蓄胡子。

进入清真寺前要脱鞋，进入大部分新加坡人家前也要脱鞋。

新加坡人反对使用如来佛的形态和侧面像做广告宣传，禁用宗教词句宣传商品。



## 教育简况

新加坡的教育发展主要经历了四大阶段：“生存导向”阶段（1959—1978），

主要普及大众教育；“效率导向”阶段（1979—1996），在普及教育的基础上注重效益，改革教育体制和结构，实行分流教育体制；“能力导向”阶段（1997—2010），主张以学生为中心，注重培养学生的创造和思维能力；“价值导向”阶段（2011），强调此后20年强化双语（学生除学母语外，需兼通英语）、体育、德育，主张创新和独立思考能力并重。

当前，新加坡实行10年制的中小学普及义务教育。其中，6年为小学教育，而后参加离校考试（PSLE）并依据成绩分流进入直通车、快捷班、普通（学术）、普通（工艺）等中学。中学教育为4—5年，毕业后参加新加坡剑桥普通教育证书普通水准或初级水准考试，进入中学后教育阶段。新加坡很重视教育，教育部是仅次于国防部的第二大财政开支部门。新加坡奉行精英教育，教育制度类似英国式制度，除了各语文类学科外，均以英语为媒介语言。

新加坡著名的大学有新加坡国立大学、南洋理工大学等。



# 马来西亚



## 基本概况

马来西亚 (Malaysia), 简称“大马”。马来半岛盛产黄金, 在马来语中, “马来”二字意为“黄金”。马来西亚地处太平洋和印度洋之间, 全境被南中国海分为东马来西亚和西马来西亚两部分。西马来西亚为马来亚地区, 位于马来半岛南部, 北与泰国接壤, 西濒马六甲海峡, 东临南中国海; 东马来西亚为砂捞越地区和沙巴地区的合称, 位于加里曼丹岛北部。政治体制为君主立宪制。首都为吉隆坡 (Kuala Lumpur)。

马来西亚位于赤道附近, 属热带雨林气候和热带季风气候; 全年炎热, 无明显四季之分, 年温差变化极小, 平均气温在 $26^{\circ}\text{C}$ — $30^{\circ}\text{C}$ 之间; 全年雨量充沛, 3—6月及10月至次年2月是雨季。西马年平均降雨量为2000—2500毫米, 东马在3000毫米以上。马来西亚拥有多样化的自然生态环境, 因高温多雨, 有“四季皆夏, 一雨成秋”之说。

马来西亚国土面积约为33万平方千米。全国人口数量约为3162万 (2017年), 其中马来人为最大族群, 其次为华人、印度人以及东马土著。马来人信奉伊斯兰教, 华人和印度人分别信奉佛教和印度教。马来语为国语, 通用语言为英语和华语。



## 经济简介

马来西亚自然资源丰富, 橡胶、棕油和胡椒的产量和出口量居世界前列, 曾是世界产锡大国。马来西亚石油储量较为丰富, 拥有一定数量的铁、金、钨、煤、铝土、锰等矿产, 也盛产热带硬木。马来西亚政府鼓励以原料为主的加工工业, 重点发展电子、汽车、钢铁、石油化工和纺织品等。农业以经济作物为主, 主要有油棕、橡胶、热带水果等。马来西亚旅游业发展迅速, 主要旅游景点有云顶、槟城、马六甲、兰卡威、刁曼岛、热浪岛、邦咯岛等。

马来西亚对外贸易发达, 主要出口产品为电子电器、棕榈油、原油、木材产