

Project Management for Translation and Localization

翻译项目管理

编著○崔启亮 罗慧芳

★★★★★

- 权威专家主创
- 覆盖全行业
- 典型案例分析
- 实际经验总结



外文出版社

FOREIGN LANGUAGES PRESS

全国百佳出版社

LSCAT 中国翻译协会语言服务能力评估指导丛书

翻译项目管理

编著○崔启亮 罗慧芳

Project Management
for Translation and Localization

 外文出版社
FOREIGN LANGUAGES PRESS
全国百佳出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

翻译项目管理 / 崔启亮, 罗慧芳编著. —北京: 外文出版社, 2016

(中国翻译协会语言服务能力评估 (LSCAT) 指导丛书)

ISBN 978-7-119-09983-5

I. ①翻… II. ①崔… ②罗… III. ①英语—翻译—项目管理 IV. ①H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 020065 号

翻译项目管理

编 著: 崔启亮 罗慧芳

责任编辑: 王蕊 史敬

封面设计: 王玲 熊甜

出版发行: 外文出版社有限责任公司

地 址: 北京市西城区百万庄大街 24 号

邮政编码: 100037

网 址: <http://www.flp.com.cn>

电 话: 008610-68320579 (总编室)

008610-68995875/0283 (编辑部)

008610-68995852 (发行部)

008610-68996183 (投稿电话)

印 制: 北京飞达印刷有限责任公司

经 销: 新华书店 / 外文书店

开 本: 1/16

印 张: 16.25

版 次: 2016 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-119-09983-5

定 价: 48.80 元

版权所有 侵权必究

前言

翻译是古老的职业，翻译的历史可以追溯到两千年前；翻译是崭新的职业，在 21 世纪焕发了青春活力。21 世纪是全球化和区域化深入发展的世纪，是信息化和多元化交融的世纪，作为人类跨文化交际的翻译职业，确实在发生深刻的变化：一是文学翻译的市场比例在大幅度萎缩，应用型翻译成为翻译市场主流；二是个人翻译的方式正在萎缩，翻译团队和公司协同翻译成为翻译方式主流；三是中文翻译成外文的市场增速较快，中国文化和中国企业走出去将进一步激发这种需求。

无论是作为翻译学习者、翻译实践者，还是翻译研究者，都要意识到翻译的变化，在变化的翻译市场中找准定位，确立努力的方向，才能发挥最大的优势，体现翻译职业的价值。在翻译市场的各种变化中，从个体翻译转变为团队翻译是值得关注的变化。习惯了个人单打独斗的翻译人员如果不及时改变，会发现越来越被边缘化。实际上，现在提供语言服务的公司（包括翻译公司和本地化服务公司），项目经理都是必不可少的岗位，也是决定翻译项目成败的关键职位之一。

翻译项目管理人员正在成为语言服务企业重要的职位。根据中国翻译协会发布的《中国翻译服务业分析报告 2014》，翻译服务企业全职员工岗位中，“管理岗位人员”占全体员工的 77%。中国翻译协会本地化服务委员会与南开大学翻译硕士专业学位教育中心联合实施的“2011 年全国及天津滨海新区企业语言服务人才需求”调研结果表明，翻译项目经理成为翻译市场需求第二的紧缺人才（第一是高级译审）。我国大学的翻译专业设立较晚（2006 年开始设置翻译本科，2007 年设置翻译专业硕士），而且翻译职业化人才的培养需要大量实践，需要一定的时间周期，所以，现在大学培养出来的翻译项目经理非常少。另外一个显著的现象是，很多开设了翻译硕士专业的大学没有开设翻译项目管理课程，致使翻译专业的学生在大学里很少有机会接触到翻译项目的知识，这进一步加剧了翻译市场紧缺翻译项目管理的现状。

语言服务能力评估（LSCAT）项目，是中国翻译协会为适应新形势下国家对翻译人才的需求和促进语言服务行业健康有序发展而规划和实施的行业人才综合培养计划。LSCAT 旨在构建并发展面向全社会的、以应用能力为导向的语言服务行业复合人才培养、管理和服务平台。翻译市场的需求是 LSCAT 产生和发展的动力，作为语言服务市场紧缺的实践型职业，翻译项目管理是 LSCAT 体系的重要组成部分。根据从事项目管理的人员能力

和发展方向，LSCAT 的项目管理分为“见习译员”、“项目协调员”、“项目经理”和“高级项目经理”四个级别。

为了帮助 LSCAT 学员学习翻译项目管理知识，提高翻译实践能力，中国翻译协会语言服务能力评估指导丛书编委会将编著翻译项目管理教材作为丛书内容之一。本书是依据中国翻译协会语言服务能力评估的《翻译项目管理》课程大纲，由知名语言服务企业的高级项目经理和高校从事翻译项目教学的教师合著的翻译与本地化项目管理专著。内容涵盖翻译与本地化服务的市场概况，翻译项目管理的基础知识，翻译与本地化服务的岗位角色，翻译与本地化笔译和口译项目管理特点及案例分析，翻译管理系统的内容与典型系统介绍。

翻译项目管理是项目管理知识和技能在翻译实践中的应用和体现。翻译项目的多元化和专业性与项目管理的技术与艺术相结合，内容纷繁庞杂，因此，如何总结和描述翻译项目管理的理论与实践，如何呈现翻译项目管理的全貌并且体现自身的特点，这是本书写作团队考虑的问题。经过分析和交流，结合 LSCAT 翻译项目管理的要求，本书共分为六章，分别包含了语言服务行业概况、翻译项目管理基础、翻译角色与职责、笔译项目案例分析、口译项目案例分析、翻译项目管理系统及应用等内容。

本书的内容全部来自翻译与本地化服务企业的最新真实项目实践，同时本书也是我国语言服务实践经验的最新总结。内容注重层次性、专业性、实践性、应用型，既有语言服务基础理论的介绍，也有典型翻译与本地化服务项目案例的分析，适合参加 LSCAT 的学员阅读学习，也适合翻译与本地化服务企业人士和高校翻译专业师生参考。

本书是语言服务的产业界和教育界人士分工合作的成果，是在语言服务教材编写领域校企协同创新的尝试。崔启亮负责全书结构和分工的统筹工作，并且负责内容的审稿和定稿，罗慧芳对全书的编写提供了指导和修改建议。各章节的具体写作分工如下：崔启亮编写前言、第一章、第三章的第十节，万雯雯编写第二章，吴宝利编写第三章第一节至第九节，黄翔、董旭美、程慰编写第四章，张雪涛编写第五章，王华树编写第六章。易敏负责全书的出版协调工作，王海燕、王华伟对第二章的编写提供工作支持，过晓星提供了第六章的部分材料，张玥和刘佳鑫参与了全书内容校对工作。同时，本书编写和出版过程中有不少领导、专家、学者给与了关注和指导，在此一并感谢。

由于作者专业知识和水平所限，编写和出版时间紧张，本书肯定存在内容不全面、不准确的问题，敬请读者和专家学者批评指正。如果您对本书的内容有任何建议和意见，请写电子邮件发送到 cuiql@sina.com。

崔启亮

2015 年 12 月 29 日

目 录

第一章 语言服务行业概况	1
第一节 语言服务概念与行业市场概况	1
第二节 语言服务行业产业链	4
第三节 语言服务行业技术	8
第四节 语言服务行业标准	11
第五节 语言服务行业发展趋势	13
第二章 翻译项目管理基础	15
第一节 翻译项目的特点概述	15
第二节 翻译项目的过程管理	16
第三节 翻译项目管理重点知识领域	37
第三章 翻译角色与管理	49
第一节 语言服务中的角色	49
第二节 项目经理与翻译项目管理	54
第三节 翻译人员与译文管理	67
第四节 语言质量经理与语言质量管理	72
第五节 人力资源经理与人力资源管理	78
第六节 供应商经理与供应商管理	83
第七节 客户经理与客户管理	87
第八节 本地化工程师与语言技术管理	88
第九节 文档排版经理与排版管理	92
第十节 测试经理与测试管理	95
第四章 笔译项目管理及案例分析	99
第一节 笔译项目的特点及流程	99
第二节 一般翻译项目管理	112
第三节 生物医药翻译项目管理	115

第四节	软件本地化项目管理	120
第五节	多媒体本地化项目管理	153
第五章	口译项目管理及案例分析	157
第一节	口译项目管理概述	157
第二节	口译项目的译员管理	161
第三节	客户服务	173
第四节	工作流程	178
第六章	翻译管理系统及其应用	190
第一节	翻译管理系统概述	190
第二节	SDL WorldServer	194
第三节	Lionbridge Translation Workspace 与 TMS	214
第四节	文思海辉的翻译项目管理系统 GlobalTrak	228
第五节	宝阁文笔译管理系统	239
第六节	翻译管理系统总结与展望	246
参考文献		248

第一章 语言服务行业概况

语言服务业是以全球化和信息化快速发展的背景下，形成的需求潜力大、发展较快的新兴服务业态，是翻译及多语信息需求快速增长推动的结果。语言服务（特别是软件本地化服务）是随着 20 世纪 80 年代 IBM、微软等 IT 公司产品全球化而诞生的专业服务。理解语言服务的内容和价值，不仅需要了解跨国公司的产品设计、市场营销及企业运营等领域，还需了解语言、翻译、文化、技术、行业和管理知识。

第一节 语言服务概念与行业市场概况

一、语言服务与语言服务业的概念

2008 年北京奥运会以来，“语言服务”一词在中国翻译界和跨语言的服务工作领域中广泛使用，但对于“语言服务”及“语言服务业”，国际上尚无统一的说法，学术界目前也没有明确的概念界定。

为了准确理解和论述语言服务与语言服务业，对这两个概念进行如下定义：

语言服务是通过直接提供语言信息转换服务和产品，或提供语言信息转换所需的技术、工具、知识、技能，帮助人们解决语际信息交流中出现的语言障碍的服务活动（袁军，2014：22）。

语言服务业是指提供跨语言、跨文化信息转换服务和产品，以及相关技术研发、工具应用、知识管理、教育培训等专业化服务的现代服务业（中国翻译协会，2014：8）。

二、语言服务的类型与语言服务行业的构成

国际和国内有关语言服务业的描述都包括翻译和本地化服务，这是语言服务业的核心业务，但语言服务的范围不止于此，语言服务行业的组成具有产业链特征。

（一）语言服务的类型

语言服务主要包括以下三大类业务类型：（1）传统的口译、笔译、字幕和配音服务；（2）与信息技术结合发展起来本地化（包括软件本地化和网站本地化等）、语言技术与工具研发（包括机器翻译、机器辅助翻译、语言服务管理系统等）与语言资产（企业正在进行产

品全球化生产过程中形成的由企业拥有或者控制的预期会给企业带来经济利益的语言资源,如术语库和语料库)管理等服务;(3)依托多语优势发展起来的全球化与本地化咨询服务,以及相关教育培训和研究等。

(二) 语言服务行业的构成

中国翻译协会的《中国语言服务业发展报告 2012》(2012: 3)从语言服务实施主体角度,提出广义和狭义语言服务业的概念。广义的语言服务业内容包括所有从事多语言信息转换服务及为其提供支持的关联机构,可分为三个层次:核心层、相关层和支持层。狭义的语言服务业指核心层所包括的范畴。

核心层是指经营或业务的主要内容提供语言间信息转换服务、技术开发、培训或咨询服务的企业或机构,如翻译公司、本地化公司、翻译软件开发公司、语言和翻译培训机构、多语信息咨询机构等。

相关层是指经营或业务部分依赖于语言间信息转换的机构或企业,包括国家外事外宣和新闻出版部门,大型国际会议和活动的组织方和承办方,大型跨国企业及旅游、对外贸易和信息技术等涉外行业的机构和企业等。

支持层是指为语言服务提供支持的政府部门、机构和企业,包括政府相关决策和管理部門、行业协会、高等院校和研究机构等。

三、语言服务行业市场状况

(一) 国际语言服务行业市场

美国语言服务咨询公司(Common Sense Advisory, CSA)2015年发布的“2015语言服务市场”调查报告,调查了全球860家提供语言服务的公司。通过该报告可以了解全球语言服务供应商(Language Service Providers, LSP)的市场基本状况。

CSA的报告指出,2015年全球外包的语言服务市场为381.6亿美元,年均增长率为6.46%。其中欧洲、北美洲和亚洲分别占全球语言服务外包市场的53.90%、34.82%和10.49%。59.71%的语言服务公司的员工为2—5人。莱博智(Lionbridge)、创博(Transperfect)和惠普(HP ACG)是营业额最大的三家LSP,2014年的营业额分别为4.91亿美元,4.71亿美元和4.35亿美元。

在CSA的报告中,总部在中国的7家公司进入了全球100强LSP名单,分别是文思海辉公司(Pactera,第16位,营业额7100万美元)、传神(Transn,第19位,营业额5000万美元)、华软通联(CSOFT,第23位,营业额4200万美元)、舜禹(Sunyu,第41位,营业额2016万美元)、创思立信(ECI,第50位,营业额1400万美元)、四川语言桥(Lan-bridge,并列第81位,营业额780万美元)、学府(WordTech,并列第81位,营业额

780 万美元)、天使翻译 (Angel Translation, 第 84 位, 营业额 767 万美元) 和青睐 (FBC Global, 第 95 位, 营业额 617 万美元)。

CSA 报告显示, LSP 提供的语言服务的类型众多, 其中占收入比例前三位的分别是翻译 56.01%, 现场口译 9.20%, 软件本地化 6.75%。其他服务的比例分别是电话口译 3.94%, 网站全球化 3.86%, 桌面排版 3.69%, 创译 2.75% 和多媒体本地化 2.71%。(DePalma, 2015: 48)

(二) 中国语言服务行业市场

中国翻译协会 (2014: 3-36) 发布的《中国翻译服务业分析报告 2014》用具体的数据和客观的分析, 描述了我国语言服务业的基本状况, 标志着业务性质比较单一的翻译工作已经转变为业务更加复杂多元的语言服务。

1980—2013 年间在全国各地 (不含港、澳、台) 工商局注册的语言服务及相关企业数量共 55975 家, 其中以翻译或本地化服务为主营业务的企业 5287 家。2012—2013 年两年时间, 全国新增 18778 家在营语言服务及相关企业, 年均增幅高达 25%。

我国翻译服务企业主营业务主要集中在“翻译服务”、“本地化服务”和“语言服务咨询”三类, 在企业主营业务中的占比分别为 39%、20% 和 20%; 除此之外, “翻译工具/软件开发”业务占 10%, “语言服务人才培养”业务占 8%, 其他业务类别占 3%。这说明市场需求日益多样化, 在传统产品上扩展附加值, 向交叉领域延伸服务, 成为提高产品差异化、竞争力的重要渠道之一。同时, 越来越多的语言服务供应商专注于提供一个或几个专业领域的语言服务, 并形成专业化的行业口碑, 为行业的专业化分工与协作奠定了良好的基础。

TRADOS、SDLX 和 Wordfast 是翻译服务业中应用最广泛的翻译辅助软件品牌, 分别占比 36%、11.4% 和 9%; 紧随其后的是 Catalyst、Passolo、memoQ、雅信 CAT、DéjàVu、Star Transit 和雪人 CAT, 占比均在 5% 左右。这些技术及产品开发商与其他语言服务机构等构建了完整的语言服务产业链, 极大提升了语言服务业的效率和质量, 得到广泛关注和应用。

中国早期的语言服务企业诞生于二十世纪七十年代, 90 年代末期数量不断增加, 在二十一世纪迎来了快速发展的新阶段, 表现为企业数量的增加、企业性质多样化 (外资独资、国有企业、私人企业等) 和企业服务内容多元化。北京、上海、广东、江苏、湖北等五个省市集中了约 70% 的企业。74% 的翻译服务企业全职员工在 50 人以下, 其中 19% 的企业全职员工在“5 人及以下”, 17% 的企业在“6—10 人”, 20% 的企业为“11—20 人”, 全职员工为“21—50 人”的企业占 18%。

快速增长的语言服务需求推动专业翻译教学从外语教学中分离出来, 初步形成了包括本

科、硕士和博士不同学历层次，学术性硕士和专业硕士不同学位性质的翻译教育体系。截至2015年12月，全国已经有196所大学开设本科翻译专业（BTI）；206所大学开设翻译专业硕士（MTI）。翻译专业博士（DTI）的开设事宜目前正在论证。一些大学开设了适合语言服务市场紧缺的专业，例如，北京大学软件与微电子学院2007年开设“计算机辅助翻译”硕士，北京大学外国语学院2013年开设“语言管理”的翻译专业硕士。

第二节 语言服务行业产业链

一、产业链的构成

语言服务行业由语言服务购买方、语言服务提供方、语言技术提供方、语言服务行业协会、语言服务人才教育方、语言服务咨询和研究方构成。

语言服务行业的各方相互联系、相互依赖，形成语言服务产业链，产业链的各要素之间环环相扣，网状链接。语言服务购买方（客户方）将语言服务外包给本地化和翻译公司等语言服务提供方。语言技术提供方为语言服务产业链的其他各方提供软件技术与解决方案。语言服务行业协会加强行业的指导与服务，规范行业行为，维护行业工作者的合法权益，开展与国内外相关组织之间的交流与合作。大学与培训公司是人才教育方的主体，为其他机构培养和输送语言服务的专业人才。语言服务咨询与研究方为其他各方提供研究与咨询服务。

语言服务各个机构以闭环和网状链接，形成了较为完整的语言服务产业链，每个机构既保持运营的独立性，又与其他机构以适当的方式发生业务关联。各机构之间的关联和相互依存的程度随着社会环境和产业内部环境而改变。某个特定机构在某个阶段内可能具有多重角色，例如一些本地化公司同时也是语言技术开发公司，而一些翻译公司也同时提供培训服务。

二、语言服务产业发展的动力分析

我国语言服务业的产业化从1980—1991年称为萌芽阶段，1992—2002年为初具规模阶段，2003—2012年是快速稳定发展阶段。是什么力量推动了语言服务产业化？是什么力量驱动产业化的快速发展？

研究和实践表明，不是一种力量的推动，而是三股力量的共同作用。这三股力量分别是经济全球化和全球服务外包的兴起，信息技术和通讯技术的发展，文化走出去和企业国际化的方针策略。

（一）外部动力：经济全球化发展与全球服务外包兴起

在全球化的大背景下，日益增多的国际经贸活动需要更多的语言服务，企业国际化和文化“走出去”需要更专业和高质量的语言服务。翻译作为媒介，发挥的作用越来越大，原来潜在的翻译需求日益凸显，原来单一的业务类型呈现出多元化趋势。随着国际市场不断开拓，一些小语种甚至稀有语种的业务量也在不断增长，诸如网站、技术文档等多语种的项目出现突飞猛进的增长，语言服务项目的类型超过理论家们的想象。

经济全球化的过程也是我国融入全球化的过程和对外交流的过程，在此过程中，各种大型活动、国际会议展览、国际赛事创造了大量的语言服务要求，2008年北京奥运会期间共提供55种语言服务，笔译量超过4千万字，专业口译300场，场馆口译5000多场，并设立了24小时语言服务热线，语言服务费用达到6000多万元人民币；2010年上海世博会期间为3万多场各种形式的会议和7000多万参观者提供了语言服务。

（二）内部动力：我国文化走出去和企业国际化战略的实施

21世纪是文化全球化的世纪，文化与经济、政治、科技相互交融，文化走出去和引进来相互交融。提升我国国家形象，弘扬中华民族优秀文化，实施文化走出去战略需要语言服务行业的支撑。语言服务发挥着媒介载体作用，是中外文化交流的桥梁。我国经济和文化走出去战略为语言服务业的发展提供了良好的发展环境和社会机遇，推动中国文化走出去的关键环节是语言服务。

跨国企业是推动经济全球化的重要力量，贸易全球化是经济全球化的实现载体，产品和服务的全球化是跨国企业全球贸易和经营的实现方式。随着经济全球化和工业产品的全球贸易的开展，信息技术、机械工程、石油能源、银行金融、医疗卫生、航空航天等垂直领域产生了大量的产品本地化需求；跨国公司产品全球化和经济贸易全球化，使得语言服务行业迈向更为广阔的市场。

（三）技术动力：信息技术与通信技术的发展和进步

21世纪是信息全球化的世纪，信息前所未有的增长，信息内容成为独立的产品（软件、网站、互联网应用等）或产品的组成部分（产品使用说明书、用户手册、市场宣传材料等）。跨国企业产品的全球化营销和服务需要对信息内容进行国际化设计和本地化处理，以克服不同国家和地区的用户在语言和文化方面的障碍，实现语言服务信息内容的本地化，推动产品全球化。

通讯技术和互联网加速了信息内容的传播，使得全球不同国家、不同文化、不同肤色的人群可以更快地交流，每个人既是信息的制造者也是信息的传播者，推动社会进入“自媒体”时代。语言服务的信息内容加工、存储、交付和维护得益于稳定、快速和便捷的互联网和通讯技术，降低了信息的获取和交付成本，满足了快速生产和加工的时间要求。

三、语言服务企业的组织结构与岗位配置

语言服务企业的组织结构包括部门构成与部门职责，各个部门内部设置不同的工作岗位，每个岗位的职责和技能有相应的要求。一般而言，决定组织结构和岗位配置的因素包括公司市场定位、服务内容、规模、客户要求、人员技能和服务模式等。

下面以大型语言服务企业为例，介绍语言服务企业的组织结构与岗位配置。

（一）组织结构

大型语言服务企业为全球不同行业的客户提供系列语言服务，经常以总部和分公司的形式进行组织，分公司可能跨越多个国家和地区，一个分公司可能包括多个办公室。

总部负责全公司的总体发展策略和高层管理工作，分公司进行具体市场或领域的业务执行。根据总公司的决策和当地市场的特点，分公司可能是语言服务生产中心，也可能是业务营销中心，可能是客户服务中心，也可能是多种功能的综合。

下面以某语言服务公司为例，介绍主要的部门名称和基本职责。由于地域文化和企业性质等因素影响，各个公司的部门名称可能不尽相同。分公司的最高管理者是总经理，负责分公司总体运营管理，并向总公司汇报。分公司可能设置不同的业务部或事业部，例如市场部、销售部、生产部、财务部、人力资源部等。每个部门下设更加细化的部门，以生产部为例，可能下辖翻译部、技术部、排版部、管理部和项目部等。每个部门下辖一个或者多个组。

（二）岗位配置

每个部门都设置了不同的岗位，不同的公司对每个岗位的具体名称和职责可能不尽相同，例如，分公司的总经理下辖不同的业务总监或者事业部经理。

以业务总监为例，业务总监可以分为销售总监、市场总监、生产总监、财务总监、人力资源总监等。总监下辖一个或几个部门经理。

以生产总监为例，翻译总监下辖翻译部门经理、技术部门经理、项目部门经理、排版部门经理等。每个经理下辖组长或团队主管，每个组长下辖不同岗位的员工。例如翻译部门经理下辖翻译、编辑、校对等职位，项目经理下辖项目助理等。每个职位根据个人能力和经验，分为不同的级别，例如初级、中级和高级。有些公司对岗位的分级可能更为细致。

下面以语言服务公司的生产部门为例，介绍项目经理、翻译、编辑、审校、技术工程师和排版工程师的主要职责。关于各个岗位的详细职责和技能要求，可以参考第三章“翻译角色与管理”的有关内容。

1. 项目经理的职责

- 项目的分析、策划和计划
- 项目生产前期的准备
- 质量跟踪和控制
- 客户关系的协调和管理
- 供应商的协调和管理
- 项目财务的成本控制和管理
- 项目经验的总结和归档

2. 翻译的职责

- 根据项目指示按时按量完成翻译任务
- 利用计算机辅助翻译工具对文件进行翻译和标注
- 根据编辑及客户反馈提高自身翻译技能

3. 翻译的职责

- 熟悉本地化行业及公司本地化业务流程
- 编辑质量能达到公司要求，无重大错误
- 总结经验，编写培训资料
- 培训新员工，对译员日常翻译质量进行反馈

4. 校对的职责

- 对翻译稿件从最终客户角度出发进行校审
- 对经过排版的稿件进行格式及文字方面的校审
- 对英文或中文以外的其他语种稿件进行格式方面的校审
- 利用计算机辅助翻译工具对文件进行批量处理

5. 排版人员的职责

- 分析源语言文件的排版特征
- 创建或者应用排版模版
- 排版和校对
- 输出与提交

6. 技术人员的职责

- 根据项目要求，完成文件内容提取、格式转换与工作量统计
- 使用计算机辅助翻译工具的翻译记忆库，完成文件的预翻译
- 选择适当的工具，编译构建本地化产品
- 应用合适的方法，修正本地化产品的缺陷

第三节 语言服务行业技术

信息化正在改变着语言服务的生态环境，语言服务技术正朝着信息化、专业化、网络化和云端化趋势快速发展。

语言服务技术有不同的分类方法。根据语言服务行业提供的服务内容所涉及的技术，将语言服务行业技术分为翻译技术、本地化技术、项目管理技术、内容写作与管理技术等。

一、翻译技术

翻译技术包括机器翻译技术、翻译记忆技术、字符识别技术、语音识别与合成技术等。本书仅介绍翻译项目中应用较为广泛的机器翻译技术和翻译记忆技术。

（一）机器翻译

机器翻译（Machine Translation, MT）在几十年前投入使用，速度和质量方面正日趋完善。然而，在可预测的未来机器仍不能取代人工翻译引擎。翻译引擎主要用在需实时互动的应用上。此外，对于翻译需求量大、译文质量要求不高的文本，使用人工翻译并不经济，可以结合机器翻译技术及后续人工译后编辑技术完成。

机器翻译技术分为基于规则的机器翻译技术、基于语料的机器翻译技术和混合型机器翻译技术。基于规则的机器翻译技术通过分析源语结构，转换为机器可读的中间语言，再转化为目标语言。基于语料的机器翻译技术分为基于实例和基于统计的机器翻译。基于实例的机器翻译利用已经翻译的语料，采用匹配的方法实现翻译。基于统计的机器翻译是在一个理想的规模足够大的平行语料库中统计源语片段与目标语片段的同现概率，当输入一段源语时，系统根据统计结果选择最大出现概率的译文并输出。

（二）翻译记忆技术

翻译记忆（Translation Memory, TM），是计算机辅助翻译的核心内容。在翻译过程中，翻译记忆工具软件将自动储存新的译文到翻译记忆库；同时对于要翻译的内容，自动从翻译记忆库中搜索相同或相似的翻译资源（如单词、短语、句子和段落），给出参考译文，使翻译人员避免无谓的重复劳动，只需专注于新内容的翻译。

模糊匹配（Fuzzy Match）是所有 TM 工具都应用的一项技术，当所要翻译的文本片段与 TM 中的某个片段比较近似时，TM 工具在预处理时会将其标记为模糊匹配，同时 TM 工具还会通过某种算法来比较两个片段的相似程度，并给出一个百分比。比例越高，表明 TM 中该近似片段被利用的程度也就越高；比例为 100% 时，即称之为 100% 匹配，表明该译文是可以完全利用的。由于各个计算机辅助翻译（CAT）工具中的所采用的算法各不相同，

因此,即使是使用同一个翻译记忆库和同一段文本,其所得出的模糊匹配也往往是不尽相同的。

使用计算机辅助翻译软件和翻译记忆库分析和计算出来的模糊匹配数值,将影响到本地化项目的翻译工作报价和工作量的分配,因此,对于本地化工程人员来说,为了保证模糊匹配结果的准确性、一致性和可重复性,需要根据项目的要求,确定选择的计算机辅助翻译 CAT 软件的名称和版本号,确定 CAT 软件中的各项参数设置,并且确定用于分析和计算的翻译记忆库文件。

二、本地化技术

本地化是将一个产品按特定国家/地区或语言市场的需要进行加工,使之满足特定市场上的用户对语言和文化特殊要求的生产活动。翻译是产品本地化的关键内容,除了翻译之外,本地化还包括工程、测试、排版等工作。本地化技术是指“在本地化过程中应用的各项技术的统称”,如编码设置、格式转换、标记处理、翻译、编译、测试、排版、质量保证和管理等技术,通过这些技术,最终实现产品或服务的“本地化”。

(一) 本地化工程技术

本地化工程技术是本地化项目执行期间对文档进行的各种处理工作的统称,其目的是为了更方便翻译并确保翻译后的文档能够正确编译及运行。其工作内容包括但不限于:抽取和复用已翻译的资源文件,以提高翻译效率和一致性;校正和调整用户界面控件的大小和位置,以确保编译出正确的本地化软件;定制和维护文档编译环境,以确保生成内容和格式正确的文档;修复软件本地化测试过程中发现的缺陷,以提高软件本地化的质量。

(二) 本地化测试技术

本地化测试是对产品的本地化版本进行的测试,其目的是测试特定目标区域设置的软件本地化的质量。本地化测试的环境通常是在本地化的操作系统上安装本地化的产品。根据具体的测试角度,本地化测试又细分为本地化功能测试、外观测试(或可视化测试)和语言测试。本地化测试技术包括测试项目分析技术、编制本地化测试项目计划的技术、测试用例设计技术、测试执行与报告技术等。

(三) 本地化桌面排版技术

本地化桌面排版是指根据客户方的特定要求,对文档以及其中的图形和图像进行格式调整,并打印输出的服务。本地化桌面排版技术包括分析排版文件的格式,根据目标语言应用排版规则,选择合适的排版软件进行排版,并且对排版内容进行质量监控,最终以合适的格式进行输出。

（四）本地化质量保证技术

本地化质量保证技术用于对本地化的内容（如软件界面、帮助文档等）进行质量检查和校对，是本地化翻译实施过程中的重要一环，为整个项目的语言质量进行全局控制。在本地化质量保证过程中，利用质量保证工具，可快速批量检查诸如拼写、术语、数字不一致、标点符号、多余空格、日期格式、标签（Tag）、漏译等问题，大幅度降低人工劳动量，节省时间和成本。

三、项目管理技术

在翻译与本地化项目实施过程中，通常会涉及到客户管理、团队管理、供应商管理、进度管理、文档管理等多种管理工作。项目管理者必须考虑在不超出预算的情况下，确保资源的合理配置，最终按时保质保量地完成翻译项目。如何利用本地化项目管理平台提升效率，利用自动化流程代替重复的人工操作，是本地化服务商必须要面临的挑战。

项目管理技术包括项目分析技术、实施技术、监控技术和交付技术。项目分析技术可能包括项目需求分析、项目可行性分析、项目范围界定、项目实施策略分析、项目预算分析、项目资源分析和项目风险分析等。项目实施技术包括实施中的翻译技术、工程技术、排版技术等的具体实现和问题解决方法。监控和交付技术是对项目实施过程的质量、进度和成本进行记录、分析、度量和控制的技术，决定项目是否可以按期交付。

为了有效地提高项目管理的有效性和效率，语言服务行业开发了翻译和本地化项目管理系统，这些系统通常包括语言处理、业务评估、流程管理、项目监督、人员管理和沟通管理等功能。诸如奥多比（Adobe）、惠普（HP）、思爱普（SAP）、赛门铁克（Symantec）等企业都在使用翻译项目管理系统（Translation Management System, TMS）。大型机构根据其业务特点和需求研发适用的管理系统，并将这些系统与本地化平台整合在一起，提供一站式解决方案。

四、内容写作与内容管理技术

内容写作是针对产品特征和用户需求而进行的专项写作。在语言服务领域，内容写作也称为“技术写作”或“信息开发”。内容写作为产品本地化和翻译提供原始内容，是企业全球化产品的组成部分。良好的内容写作可以有效展示产品的功能特性，吸引和指导用户使用，降低本地化和翻译的成本，提高译文的质量。

内容写作是专业化工作，写作技术的发展推动着内容写作方式的变革。传统上以 Microsoft Word 为主的写作方式已经向以 Adobe FrameMaker 和 Adobe InDesign 等结构化写作发展，随着达尔文信息类型架构（Darwin Information Typing Architecture, DITA）技术的