

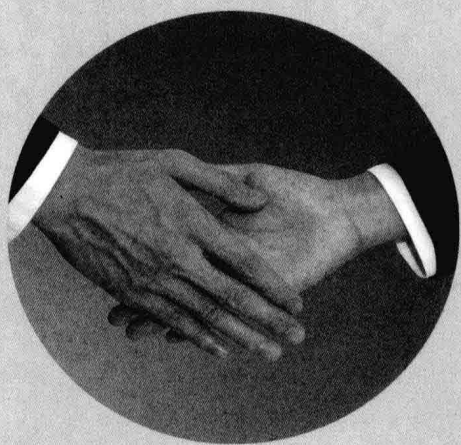
Business Translation  
Studies



任月花 著

# 商务翻译 概论

本书针对商务英语的特点从宏观方法和微观技巧方面对商务翻译进行探讨，并专题论述了各类商务题材的翻译，具有专业性、广泛性、实用性和文化性等特点。



# 商务翻译 概论

任月花 著

Business Translation  
Studies

 暨南大学出版社  
JINAN UNIVERSITY PRESS  
中国·广州

**图书在版编目 (CIP) 数据**

商务翻译概论/任月花著. —广州: 暨南大学出版社, 2010. 6  
ISBN 978 - 7 - 81135 - 532 - 1

I. ①商… II. ①任… III. ①商务—英语—翻译—研究 IV. ①H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 103990 号

**出版发行: 暨南大学出版社**

---

**地 址:** 中国广州暨南大学

**电 话:** 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85220693 (邮购)

**传 真:** (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

**邮 编:** 510630

**网 址:** <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

---

**排 版:** 广州市天河星辰文化发展部照排中心

**印 刷:** 广东省农垦总局印刷厂

---

**开 本:** 787mm × 1092mm 1/16

**印 张:** 12

**字 数:** 286 千

**版 次:** 2010 年 6 月第 1 版

**印 次:** 2010 年 6 月第 1 次

**印 数:** 1—2000 册

---

**定 价:** 23.00 元

---

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

# 前 言

世界经济飞速发展，信息技术日新月异，对外商务活动日益频繁，势必需要大批的商务翻译工作者。然而，一般翻译者未必能够胜任商务翻译这一工作，因为商务翻译有其特殊的语言特点及文体特征。正是基于这一点，商务翻译研究显得颇为重要。

本书由四部分构成。第一部分对商务英语进行了简单介绍，涉及商务英语及其研究内容、商务语言的特点与商务翻译概要。第二部分从商务翻译的策略取舍和商务翻译中的文化问题两方面对商务翻译的宏观方法进行了深入的研究。第三部分探讨了商务翻译的微观技巧，在对商务翻译的基本方法进行分析之后，又专门探讨了商务翻译技巧的一些专题，诸如商务术语翻译、商务修辞翻译等，以期全面揭示商务翻译的规律。最后一部分论述了各类商务题材的翻译，包括商务信函、传真与电子邮件的翻译、产品说明书的翻译、商务广告的翻译及商务合同的翻译。

本书具有以下特点：

(1) 专业性。本书紧扣“商务”这一主题，所举的例证均选自与商务有关的翻译材料，专业性极强。

(2) 广泛性。本书既研究了商务翻译的宏观方法，又探讨了商务翻译的微观技巧，还专门论述了各类商务题材的翻译，旨在全面探讨商务翻译技巧。

(3) 实用性。本书从实用的角度，注重理论与实践的有机结合，可以为读者提供商务翻译的学习指南；并且以“读者中心论”为指导，探讨了全译以外的其他翻译方法，从而满足翻译工作者的诸多实践需要。

(4) 文化性。本书自始至终贯穿文化主线，而且专门分析了商务活动中的文化问题，以凸显翻译跨文化的特性。

本书可作为商务专业学生、同等学力进修生的专业参考书，也可作为商务专业教师的翻译教学参考书及商务英语翻译从业人员的参考资料。

本书得以面世，得归功于所有关心和支持我的人。首先，应该感谢广东技术师范学院的贺显斌教授。贺教授于百忙之中对本书的选题，提纲的确定，书稿的初稿、定稿以及出版等都提出了非常宝贵的建议，并且始终给予我关心、支持和鼓励。在此，谨向他致以最衷心的感谢。其次，应该感谢我读硕



士期间的导师陈清贵教授和李仕俊副教授。他们悉心的教诲与指导、一如既往的鼓励与鞭策，是我编写本书的无穷动力。此外，还应该感谢我工作单位的外语系领导和同事们的帮助和支持；感谢我的家人对我的体谅、理解和无微不至的关怀。最后，由于我在编写过程中参阅了有关的著作、论文等资料，从中获得了很多启示，谨向原作者表示由衷的感谢。同时，要特别感谢暨南大学出版社为成书付梓所作的努力。

鉴于作者水平有限，书中存在疏漏之处在所难免，欢迎专家及广大读者不吝赐教。

任月花  
2010年2月

# 目 录

前 言 .....	(1)
<b>第一章 商务英语概述 .....</b>	<b>(1)</b>
第一节 商务英语及其研究内容 .....	(1)
一、商务英语的界定与内涵 .....	(1)
二、商务英语的研究对象 .....	(1)
第二节 商务语言的特点 .....	(2)
一、商务语言的词法特点 .....	(2)
二、商务语言的句法特点 .....	(6)
三、商务语言的语篇特点 .....	(7)
四、商务语言的修辞特征 .....	(8)
第三节 商务翻译概要 .....	(9)
一、商务翻译的过程 .....	(9)
二、商务翻译质量的评价标准 .....	(10)
三、商务翻译中常见的错误 .....	(11)
四、商务翻译人才的培养模式 .....	(18)
<b>第二章 商务翻译的宏观方法 .....</b>	<b>(20)</b>
第一节 商务翻译的策略取舍 .....	(20)
一、商务语体的全译 .....	(21)
二、商务语体的变译 .....	(21)
第二节 商务翻译中的文化问题 .....	(22)
一、商务题材中的文化内涵 .....	(23)
二、文化差异与商务翻译中的信息问题 .....	(28)
三、商务翻译中对文化信息的处理原则与方法 .....	(30)
四、商务翻译中的文化问题对译者提出的要求 .....	(35)
<b>第三章 商务翻译的微观技巧 .....</b>	<b>(39)</b>
第一节 商务翻译的基本方法 .....	(39)
一、商务翻译中的“增” .....	(39)
二、商务翻译中的“减” .....	(41)



三、商务翻译中的“改” .....	(43)
第二节 商务翻译技巧专题探讨 .....	(48)
一、商务术语与缩略语的翻译 .....	(48)
二、商务词汇翻译举隅 .....	(56)
三、商务翻译中数字的处理方法 .....	(77)
四、商务语篇长句与复合句的翻译 .....	(83)
五、商务修辞翻译 .....	(89)
<b>第四章 各类商务题材的翻译 .....</b>	<b>(106)</b>
第一节 商务信函、传真与电子邮件的翻译 .....	(106)
一、商务信函的翻译 .....	(106)
二、商务传真的翻译 .....	(118)
三、商务电子邮件的翻译 .....	(120)
第二节 产品说明书的翻译 .....	(123)
一、产品说明书的形式和类别 .....	(123)
二、产品说明书的结构 .....	(124)
三、产品说明书的语言特点 .....	(124)
四、产品说明书的翻译 .....	(125)
第三节 商务广告的翻译 .....	(132)
一、商务广告的结构 .....	(133)
二、商务广告的分类 .....	(133)
三、商务广告的文体特征 .....	(133)
四、商务广告的翻译 .....	(137)
第四节 商务合同的翻译 .....	(146)
一、合同的定义及分类 .....	(146)
二、商务合同的结构 .....	(147)
三、商务合同的文体特征 .....	(147)
四、商务合同的翻译 .....	(155)
<b>附 录 .....</b>	<b>(164)</b>
<b>参考文献 .....</b>	<b>(186)</b>

# 第一章 商务英语概述

在当今这个经济不断发展的世界里，国际商务活动日益频繁。商务英语正是为这些国际商务活动服务的专门用途英语。商务英语源于普通英语，但又是普通英语与商务各领域专业知识的结合。因此，商务英语除了具有普通英语的语言特征之外，又具有其内在的独特性。故此，下文将就商务英语及其研究内容、商务语言的特点和商务翻译概要三方面进行概述。

## 第一节 商务英语及其研究内容

### 一、商务英语的界定与内涵

“商务英语是英语的一种社会功能变体，是专门用途英语中的一个分支，是英语在商务场合中的应用。它涉及技术引进、对外贸易、招商引资、对外劳务输出、国际金融、涉外保险、海外投资、国际运输等，人们从事这些活动所使用的英语统称为商务英语。”<sup>①</sup>由此可知，商务英语是英语的一种实用语体，是商务活动的媒介，是一种包含了各种商务活动内容、适合商务需要的英语。商务英语实质上是商务活动与英语语言的结合。

### 二、商务英语的研究对象

商务英语包括很多内容，范围极其广泛。其研究对象几乎涉及商务领域的各个方面，既包括法律文书、商务信函、商务合同或协议、信用证及通知，又包括商业广告、企业宣传资料、产品说明书，还包括推广产品的报告、演讲等。

根据其表现形式，这些研究对象可以归纳为三类：公文体、广告体和论说体。其中，法律文书、商务信函、商务合同或协议、信用证、通知等为公文体；商业广告、企业宣传资料、产品说明书等为广告体；推广产品的报告、演讲等为论说体。公文体行文以书面语为主，用词正式、严谨、规范，句式结构复杂。广告体用词多趋于通俗化、口语化，简洁且生动，富有鼓动性，并富含大量的新造词、杜撰词及外来词。论说体用词正式严谨，开头结尾常用套语<sup>②</sup>。

---

① 朱香奇. 实用商务英语翻译 [M]. 长沙: 湖南师范大学出版社, 2007. 1

② 潘红. 商务英语英汉翻译教程 [M]. 北京: 中国商务出版社, 2004. 21 ~ 22



## 第二节 商务语言的特点

商务英语完全具有普通英语的语言学特征。与此同时，商务英语又是商务活动和英语语言的结合，因而其本身具有不同于普通英语的独特的语言现象和文体特征。商务英语尤其是商务广告语和商标语，常用头韵、元韵、尾韵、同音异义、双关等语言修辞方法，使得商务英语具有一定的修辞特征。

本节将从词法、句法、语篇和修辞几个方面探讨商务英语的语言特点。

### 一、商务语言的词法特点

一般来说，商务英语词汇具有专业性、繁复性、简约性和时代性等特征。

#### 1. 专业性

商务英语在词汇使用上的最大特点是其词汇的专业性，这体现在商务英语包含大量专业术语、多专业化的词汇和具有商务内涵的普通词汇等。

##### (1) 专业术语的丰富性。

术语指某门学科中的专门用语，即那些在某一学科、某一领域或某一行业中所专用的词汇。商务英语拥有数量可观的专业术语，涉及国际贸易、经济、金融、营销、物流、广告、保险和法律等多个领域，涵盖了各领域的专业术语，有其特定的、精确的含义。如：

国际贸易方面：free on board (成本价)，standby credit (备用信用证)，letter of guarantee (银行保函)，combined offer (搭配报盘)，import quota (进口配额)，term bill (远期汇票)

经济方面：demand curve (需求曲线)，corporate charter (公司章程)，economic lot size (经济批量)

金融方面：foreign exchange market (外汇市场)，exchange control (外汇管制)，cost of warehousing (融资费用)，floating exchange rate (浮动汇率)

营销方面：market share (市场份额)，market manipulation (市场操纵)，after sales service (售后服务)，marketable goods (畅销货)，sale on account (赊销)

物流方面：assembly packaging (集合包装)，container terminal (集装箱中转站)，storage charges (仓储费用)

广告方面：bill board (招牌广告)，consumer advertising (消费广告)，layout design (广告布局设计)，media servers (广告媒介代理)

保险方面：force majeure (不可抗力)，all risks (全险)，risk of breakage (破碎险)，particular average (单独海损)，locating policy (流动保险单)，provisional insurance (临时保险)

法律方面：joint and sever liability (连带责任)，claim (索赔)，rules and regulations



(法规), fundamental breach of the contract (根本违约), judicial review (司法审查), preliminary approval (初步审定), the principle of fairness (公平原则)

### (2) 同一词汇的多专业化。

商务英语涉及各个商务领域, 如贸易、金融、财政、保险、统计等。同一商务词汇不仅适用于某一特定专业, 还适用于不同的商务领域, 成为该领域或行业的行话和专业术语, 用来表达各自不同的专业意义。如:

award 在法律语境中指“(仲裁) 裁决”, 在标书里指“(招标) 决标”。

average 用作证券用语, 指“若干种股票的平均价格”; 用作保险用语, 指“海损费用”。

equity 在会计学上指“净资产”或“股东权益”; 在法律领域指“平衡法”。

margin 在营销用语中, 表示“利润空间”、“利幅”或“利润率”; 在证券用语中, 表示“保证金”。

### (3) 普通词汇的内涵变异性。

在商务专业词汇中, 也有些普通词汇在商务领域中被赋予了专业的含义。如:

acceptance 承兑  
 confirmed 保兑的  
 cover 清偿, 抵消  
 dishonor 退票, 拒付  
 document 单据  
 draft 汇票  
 dump 倾销  
 establish 开立  
 firm 有效的和不可撤销的  
 honor 兑现, 承付  
 reference 信用、能力等的证明人  
 at sight 即期的  
 draw on you 向你方开汇票  
 general average 共同海损  
 open accounts 赊账交易  
 open policy 预约保单  
 regular price 原价  
 sight bill 即期汇票  
 shipping order 装货单  
 standard brand of goods 正牌货



## 2. 繁复性

商务英语多涉及商务函电、经贸合同和各种协议，由于这些文本对买卖双方均有法律效力，为体现法律的严肃性、权威性和严密性，其用词常常表现为正式、规范、严谨，甚至经常使用一些在其他英语语体中很少或已不再使用的古体词，从而赋予了词汇繁复性的特征。

### (1) 古体词。

尽管在普通英语中，古体词已经十分罕见，但是，在商务英语中，为了体现其庄重、严肃的文体风格，古体词时有出现。古体词一般是由 *here*, *there*, *where* 为词根，加上一个或几个介词构成的合成副词。如：

*here-*: *hereby* (特此, 兹), *herein* (于此), *hereinafter* (自此), *hereof* (在本文中, 关于这点), *hereunder* (在此以下), *hereupon* (随即)

*there-*: *thereafter* (其后), *thereby* (由此), *therefrom* (从此), *therein* (在其中), *thereinafter* (在下文, 此后), *thereof* (由此), *thereto* (随附), *thereunder* (在其下), *therewith* (于是, 与此)

*where-*: *whereas* (鉴于), *whereby* (根据, 凭借), *wherein* (在其中), *whereof* (兹特), *whereupon* (因此)

### (2) 外来词。

商务英语中所使用的专业词汇，还有些来自拉丁语、法语和希腊语，如：来自拉丁语的 *as per* (按照), *re* (事由), *ex* (在……之前), *pro forma invoice* (形式发票)；法语的 *force majeure* (保险用语, 不可抗力)。外来词的使用增强了商务英语文体的正式性。

### (3) 同义词或近义词并列使用。

为了对概念作出准确的界定，保证其准确性和严密性，避免歧义与误会的产生，商务英语中经常会出现同义词或近义词并列使用，在协议、单证、合同等法律性文件中尤其突出。如：

*controversies and differencies* (争端)

*custom fees and duties* (关税)

*losses and damages* (损失)

*terms and conditions* (条款)

*provisions and stipulations* (规定)

*complete and final understanding* (全部和最终的理解)

## 3. 简约性

随着网络技术的高速发展和商务竞争的白热化，远隔重洋的买卖双方可以通过视频电话、发送电文等方式进行商务谈判，这就要求语言简明扼要，便于记忆和记录。因此，



商务英语就具有简约性的特色，突出的具体表现就是大量使用缩略词。缩略词的特点是言简意赅、使用方便、信息量大。缩略词的表现形式很多，如首字母缩略词、首字母拼音词、截短词、拼缀词等。

由于商务英语的缩略词是商人们在长期业务活动中精练出来的高频词，在国际上已形成惯例，所以其意义单一、含义明确。如：

- AAR (against all risks) 全险
- ad. (advertisement) 广告
- B/L (bill of lading) 提货单
- BSC (bunker surcharge) 燃料附加费
- CAT (catalogue) 商品目录
- CWO (cash with order) 订货付款
- D/A (documents against accept) 承兑交单
- D/O (delivery order) 提货单
- e-business (electronic business) 电子商务
- FOB (free on board) 成本价
- forex (foreign exchange) 外汇
- ICC (International Chamber of Commerce) 国际商会
- IMF (International Monetary Fund) 国际货币基金组织
- L/C (letter of credit) 信用证
- Libor (London Inter-Bank Offered Rate) 伦敦银行间同业拆放利率
- MV (merchant vessel) 商船
- POD (pay on delivery) 发货付款
- S/O (shipping order) 装货单
- T-bill (treasury bill) 短期国库券
- T/T (Telegraphic Transfer) 电汇
- VAX (value added tax) 增值税
- WA (With Average) 水渍险
- WTO (World Trade Organization) 世界贸易组织

但在使用缩略词时，一定要慎重，因为有些缩略词在不同的语境中会有不同的指代，容易引起歧义。如：TSE 既可以指 Tokyo Stock Exchange，也可以指 Toronto Stock Exchange。

#### 4. 时代性

语言是一种社会现象，社会的变革、科技的发展、世界经济与贸易突飞猛进的发展必然会反映在构成语言的最小、最基本单位——词汇上，词汇是语言各个层面中最活跃的部分，更具有时代性。随着新事物和新概念的不断涌现，新的商务词汇也推陈出新。这些新词生动、形象，重新装点了商务英语，使得商务语言更加鲜活，更富有时代气息。



构词法是商务新词形成的主要方式。大多数商务新词都是由合成法、拼缀法、派生法等构词方法构成的。如：

合成法：black market 黑市经济，gray market 半合法市场，bubble economy 泡沫经济，information super-highway 信息高速公路，digital globe 数字地球，paperless office 无纸化办公，head hunters 猎头公司，on-line shopping 网上购物，the globalization of the integrated economy 全球经济一体化

拼缀法：Bushomics (Bush + economics) 布什经济政策，Medichair (medical + chair) 医疗椅

派生法：e-business 电子商务，e-commerce 电子商务，e-lancing 电子自由职业，e-zine 电子杂志、网上杂志，e-banking 电子银行（金融），e-money 电子货币，e-tailer 网上零售商，e-sweatshop 电子血汗工厂

## 二、商务语言的句法特点

商务英语虽然没有独立的语法结构，但与普通英语还是有一定的差异的。在不同的商务语境下，商务英语会运用不同的句型。

### 1. 长句

在商务公文体中，为体现其正式、严谨的特征，其语言大量使用长句。长句结构严谨，层次分明，完整准确，体现了语言的逻辑严密性。如：

If Egyptian buyers insist on concluding business direct with Party A, Party A may conclude business with such Egyptian buyers who come to visit China or attend the Chinese Export Commodity Fair at prices not lower than those quoted to Party B.

这是个主从复合句，在条件状语从句中，嵌套了一个定语从句，还包含了一个比较结构。

It is a condition of the credit that the documents should be forwarded to us by consecutive airmails, the first mail consisting of all documents except one of each item, if more than one, to be sent by second mail.

在这个主从复合句中，包含一个主语从句、一个条件状语从句和一个非谓语动词短语。

### 2. 被动句

被动语态具有客观性强、表述客观公正、语言简洁等特点，因而被动句的广泛使用成为商务英语的另一句法特征。如：

All disputes arising from the execution of, or in connection with, this contract shall be settled amicably through friendly negotiation. In case no settlement can be reached through negotiation, the case shall then be submitted for arbitration. The location of arbitration shall be in the



country where the defendant has his domicile.

在这个句子中，被动语态出现了三次，分别是 shall be settled, can be reached 和 shall then be submitted。

又如：

It was found upon examination that nearly 20% of the packages had been broken, obviously attributed to improper packing.

这个句子使用了两次被动语态，分别是 was found upon 和 had been broken。

商务英语除广泛应用长句、被动句以外，祈使句、非谓语动词和情态动词的出现频率也非常高。如：

Any time you note distortion, reduce the volume control on your amplifier to a lower setting. Never allow your amplifier to be driven into "clipping". Otherwise the speaker may be damaged.

Our company is a Hangzhou-based exporting house dealing in watches of all types, and having a business background of some 20 years.

If you can see your way clear to meeting these figures we would be pleased to place with you an order that will carry us for the rest of this year.

How to use: Use morning and night after cleaning skin. Saturate a cotton pad and wipe gently over face.

In order to facilitate business in consideration of the present monetary stringency, the corporation, on behalf of which I am studying this proposition, is willing to base transaction trade by barter and would import any articles, which you would ship to the United States.

According to *The Joint Venture Law of China*, a joint venture shall take the form of a limited liability company and the profits and losses of a joint venture shall be shared by the parties in proportion to their contributions to the registered capital.

### 三、商务语言的语篇特点

商务文体主要是指在商务活动中使用的文体。商务文体涉及的领域颇广，常见的文体有商务信函、法律文书、招标文件、企业介绍、产品说明书、合同、信用证、广告等。商务文体的多样性决定了商务英语具有完整、简洁、具体、正确、清晰、礼貌和体谅的语篇特点<sup>①</sup>。

(1) 完整性。商务英语语篇的完整性主要是指语篇内容的完整性，即商务英语文书应当涵盖某一商务活动所涉及的一切情况和问题。只有这样，才能避免不必要的误解和纠纷，保证商务活动的顺利进行。

<sup>①</sup> 潘红. 商务英语英汉翻译教程 [M]. 北京: 中国商务出版社, 2004. 29 ~ 30



(2) 简洁性。商务英语的简洁性是指商务英语语篇在保证其内容完整的前提下，应该尽量使叙述语言做到言简意赅，即以尽可能少的文字表达清楚所需要表达的意思，而又无损于完整和礼貌。这不仅有利于节省时间，而且也有助于提高效率。

(3) 具体性。商务英语的具体性是指商务语篇应确保其内容的具体明确，绝对避免含糊其辞。只有这样，商务活动才能得以顺利进行，出现纠纷时，也才能得以妥善解决。

(4) 正确性。商务英语的正确性是指商务语篇内容必须语言标准，叙述恰当，数字正确，术语准确。不允许有任何差错发生，否则就可能给企业带来不必要的损失。

(5) 清晰性。商务英语的清晰性是指商务语篇必须主题突出、层次分明、可读性强。为此，商务英语的语言结构应尽可能简单明了，避免使用偏词、难词、怪词和容易引起歧义的词。

(6) 礼貌性。商务英语的礼貌性要求商务文书语言委婉、真诚恳切，同时表现出为对方利益考虑的态度。礼貌用语在国际商务活动中起着重要作用，它能营造一种尊重对方、寻求合作的气氛，使对方乐意合作，从而有助于在竞争中占据一席之地。

(7) 体谅性。商务英语的体谅性是指商务文书应注意从对方的角度出发，要顾及他人的要求、愿望、情感等，多从正面和积极的角度谈问题，不恃强凌弱，不强加于人。采取 you-attitude，避免采取 we-attitude。

#### 四、商务语言的修辞特征

在商务英语中，尤其在商务广告和商标中，商人所遵循的是 KISS 原则，即 Keep it simple and sweet（让它简洁而甜美），因而常用比喻、象征、双关、押韵、夸张、仿词、委婉语等修辞方法，使得语言和谐悦耳，语意突出，增强语言的节奏感、韵律美和表现力。如：

Safeguard（“舒肤佳”香皂的商标）

此商标采用了夸张的手法，强化了香皂“卫生卫士”的优良品质。

Jaguar（“捷豹”跑车的商标）

此商标采用了象征的手法，借美洲豹之力来寓意汽车速度之快、马力之大，给消费者以无限的想象空间。

I'm More satisfied.（More 牌香烟广告）

其中，More 是个双关语，既指香烟品牌“More”，又含有“比……更好”的意思。

Petal drops your way to a smooth, silky, skin.（花露精广告语）

这一广告语使用了头韵法，即 3s—smooth, silky, skin.

Fly smooth as silk.（泰国航空公司广告语）

这一广告语使用了借喻法。它借用东方丝绸这一古代西方人梦寐以求的织物精品的特点，比喻飞机的安全平稳，使泰航的飞行特点一目了然。

Wearing is believing.（内衣广告）



这一广告语使用了仿词法。它仿拟 Seeing is believing, 突出该内衣的上乘质量, 以诱发消费者的购买欲。

Sorry, I don't think we can offer you more than 500 cases this year.

该句使用了委婉语。在否定句前加 “I don't think”, 使语气显得不那么强硬。

### 第三节 商务翻译概要

在对商务语言的特点有了大致了解以后, 接下来应该对商务翻译有个初步的认识。翻译是把原语的信息用译入语表达出来, 使译文读者能领悟原作者所表达的思想, 并获得与原文读者大致相同的感受。商务翻译亦然。然而, 商务翻译对准确度的要求比普通的文学翻译要高得多, 因为商务翻译的实用性更强, 既要帮助商务人员成功从事商务活动, 又得帮助有关人员了解国外经济动态及商贸发展的趋势, 或者向国外消费者推销本国的产品及向国内消费者介绍国外的产品。这就要求译者不仅能够娴熟地驾驭双语, 还能够透彻地理解和掌握相关的商务专业知识, 熟悉其中的行话、术语, 熟知英汉两种语言文化知识, 并能够用准确、地道的译入语表达, 从而为商务活动的顺利进行起到桥梁作用。否则, 就会造成误译, 甚至给企业带来不必要的经济损失。

接下来, 本节将对商务翻译的过程、质量评价标准、常见错误和商务翻译人才的培养模式展开论述。

#### 一、商务翻译的过程

商务翻译的过程是理解和表达的有机结合, 即商务翻译的过程分为理解和表达两个阶段。

##### 1. 理解

在商务翻译中, 准确的理解是第一位的, 是准确翻译的前提和关键所在。没有对原文意思准确到位的把握和理解, 就不可能有忠实精确的表达。理解是任何翻译活动的基础, 必须对原文所传达的信息进行正确的把握, 才能进行准确的翻译。

对原文的理解主要包括对原文的文本类型、语言现象、文化背景的理解。

(1) 文本类型的理解。商务文体类型多样, 有公文体、广告体、论说体之分, 包括商务信函、商务合同、商务广告、演讲等文本类型。各文本之间特点各异, 翻译策略和方法有别。因此, 对原文的文本分析就显得尤为重要, 这是对原文本进行准确宏观把握的要求所在。

(2) 语言现象的理解。对语言现象的理解包括对词汇内涵、句法结构、程式化结构和修辞手法的理解。这是理解活动的重心。

(3) 文化背景的理解。语言是文化的载体, 商务语言也不例外, 同样具有文化特性。文化的差异性是导致理解错误、翻译失误、商务交际失败的重要因素之一。要正确理解原文本, 就必须充分分析其所负载的文化性。





## 2. 表达

表达是准确翻译的另一重要步骤，是理解的深化和体现。能够做到正确地理解，并不意味着同样能做到准确地表达，因为表达除了取决于正确地理解外，还取决于译者的译入语水平、翻译策略、翻译技巧和相关的商务知识等多种因素。在深入理解原文的基础上，译者要灵活地用译入语准确地再现原文的内容，使译文既忠实于原作又符合译入语的表达习惯。同时，在表达时，还要考虑到文化差异，消除文化障碍，使译入语读者获得与原语读者相同的感受。在译文语言条件许可的情况下，使译文既保持原文的内容，又保持原文的文体风格。

当然，完成表达后，修改、复核也至关重要。商务翻译直接与经济利益相联系，所译材料中的术语、缩略语、数字、关键词的修饰以及限定成分都至关重要，需要百分之百的准确度。稍有不慎，就会影响到企业利益，造成不可挽回的经济损失。

在翻译过程中，理解是隐性的，是翻译行为的起点；表达是显性的，是翻译行为的终点。因而，表达的优劣直接决定着翻译的成败。

## 3. 理解与表达的辩证统一

翻译过程是一个连续的整体。理解与表达是互相联系、循环往复的统一过程，不能截然分开。理解是表达的基础，表达是理解的目的，同时，又反过来促进理解。当译者在理解的时候，他已在自觉或不自觉中选择表达手段；当译者在表达的时候，有时会发现新问题，又需要再次去翻阅资料，熟悉专业知识，进一步加深理解。总之，理解与表达是相辅相成、辩证统一的。

## 二、商务翻译质量的评价标准

商务活动涉及不同的商务文体。由于这些文体的翻译需求、用途和接受者是多种多样的，因此不能拘泥于统一的标准去评价不同商务文本的翻译质量。否则，所做的评价就不能保证其客观、公正。商务文体的复杂性决定了商务文体的翻译标准必然是多元的，应该针对不同的文体，采取不同的翻译标准。

下文将探讨商务活动中经常涉及的三种主要的商务文体，即商务信函、商务广告和商务合同的翻译标准。

### 1. 商务信函的翻译标准：事实准确、语言地道、礼貌得体、格式正确

(1) 事实准确是指商务信函的翻译必须能准确地传达原文的事实信息，不能疏漏任何细节。也就是说，术语翻译要规范，各种交易条件、运输、包装等具体事实细节要翻译准确。

(2) 语言地道是指商务信函翻译必须符合公函文体的语言特征。遣词造句必须符合公函文体的语言特点；对约定俗成的行业套语的翻译必须地道；尽量使用简洁的书面语，避免使用广告体和口语体。

(3) 礼貌得体是指商务信函的翻译必须贴切再现原文的礼貌语气。商务信函措辞严谨，语气委婉，注重礼节。译文要特别注意再现原文的礼貌语气，准确表达发信人的态度和愿望。

(4) 格式正确是指商务信函的翻译必须遵循商务信函的各种要求和格式。英汉商务