

to protect the Employer against financial loss in the event of subsequent default of the successful tenderer under the Contract.

〔译文〕如果成功投标者的报价与工程师对合同工程所需实际费用的估计相差很远,业主将要求成功投标者自己承担费用,把按条款三十四提交的履约保函增加,使业主能避免成功投标者今后在执行合同中因错误引起的损失。

【例 13】如果成功投标者未遵守条款三十三、三十四的要求,将构成充足理由使业主取消其授标,投标者还将失去投标保证金。在此情况下,业主可向其次的评标价最低的投标者授标。如果没有其他投标者,可重新招标。

〔译文〕Failure of the successful tenderer to comply with the requirements of Clauses 33 or 34 hereof shall constitute sufficient grounds for the annulment of the award and forfeiture of the tender security, in which event the Employer may make the award to the next lowest evaluated tenderer or, if there are no other tenderers, call for new tenders.

### 3. 多用被动句

在国际招标投标文件中,被动语态几乎随处可见。凡是在不必说出主动者,不愿说出主动者,无从说出主动者或者是为了便于连贯上下文等场合,往往都用被动语态。国际竞争性招标投标文件大量使用被动句式,文字叙述客观公正,行文得体,措辞严谨、庄重,以体现标书的严谨性及客观性。例如:

【例 14】The Contract Price shall *be paid* in the currency or currencies *named* in the appendix to tender. Unless otherwise *stated* in the Particular Conditions, if more than one currency *is so named*, payments shall be made as follows.

〔译文〕合同价格应按投标书附录中规定的货币或几种货币支付。除非专用条件中另有说明,如果规定了一种以上货币,应按以下办法支付。

此例中的被动语态避免了提及有关动作的执行者,使行文显得客观。

## 四、国内外企业简介的区别

由于语言、文化、习俗及思维方式等多方面的差别,国内外企业简介存在很大的区别:

第一,内容上:英语企业简介注重突出公司的形象及产品,充分表述事实,传输真实信息,用事实说话;汉语企业简介则表现为平铺直叙,引经据典,长篇大论,文中喜欢用概念式及空洞夸大的描述性套话,喜欢罗列权威机构的认证及企业所获得的各种奖项。英汉企业简介的区别在于英语务实,汉语务虚。

第二,语言上:英语企业倾向于“白”,即语调平实、措辞简洁,通俗易懂;用词新颖、善用修辞,富有表现力;不乏行业术语,整体语气正式而平和,简单易懂的语言比较容易亲近读者,吸引潜在的合作伙伴和消费者。而汉语倾向于“雅”,辞藻华丽,描述性强,有时甚至夸大其实;讲究工整对仗,多用排比句,同时喜欢用一些程式化用语和标语口号式文字;整体语气正式,更具有渲染性和号召力。

第三,行文结构上:英语是一种重形合的语言,在行文上具有高度的形式化和严密的逻辑性,使用明显的形式标记来表现逻辑关系;而汉语重意合,句子各成分之间的逻辑关系靠上下文和事理顺序来显示。

## 五、企业简介翻译原则

中西方的思维方式与文化相异,中国文化与西方文化源于截然不同的两种文明,历史、宗教、习俗决定了中国人思维方式与欧美人有明显不同之处,难免会产生交际障碍、误解甚至难堪。企业翻译是企业文化的使者,企业员工的价值观和人生观以及信念和态度直接受其国家和民族文化的影响。在华的外国公司也十分注重塑造企业文化,和客户群体保持交流。很多大型跨国企业经过多年的对华工作,有很多“中国通”,拥有相当成熟的宣传团队,对华翻译工作也比较到位,加上中文的包容性,我们较少发现英汉翻译中的纰漏,而在我们的受研企业资料的汉英翻译中依然存在大量令人遗憾的错误。

以西方读者为宣传对象的对外宣传材料的翻译无法回避西方读者的接受心理。企业简介翻译的目标受众(target audience)是操英语的

about family, love their families, focusing on health, to enjoy life in the kitchen a good time.

这则翻译基本上是以字当句对平铺直叙的直译手法表达的,不考虑目标语表达习惯,甚至不考虑语法,存在大量误译,如不恰当的并列句,冗长而不地道,还有机器翻译,如“... insist on doing things carefully acts of philosophy, ...”等。“洋味”十足的名称,使人一看便觉得是外国品牌,却在英语表达上出问题,以至于再好的品牌再好的质量也令人质疑其品牌权威,完全抓不住消费者的心理,更不可能抓住消费者的心。

拟改译为:

Faust, a classic brand from Europe, wins her professional quality after a century's tempering. All her experiences from forging to the high-precision polishing, from the ultrasonic cleaning to the mirror effects so to achieve A+ grade, from the anti-rust test to the dishwasher test; and the safety tests from drop tests to children use tests, embody Faust humanity care and Faust technology responsibility.

Faust perseveres with philosophy of doing things wholeheartedly, spreading positive and healthy lifestyle, so that more people care about and love their families, paying more attention to health, and enjoy their good time and lives in the kitchen.

同样一句原文可能会有各种不同的译法,其中不乏见仁见智的余地。但无论哪种译法都必须遵循不同语言的特点、规律和习惯用法。除纠正部分用词误译及标点符号小错误之外,改译文本中还加入修辞“her”,并增译“her experiences”,使品牌更有动感、活力,正反译结合,调整句序,按目的语的语言文化习惯表达出其语用含义,避免给目的语读者造成跨文化理解障碍,导致信息传达及交际失误。

行了。

**【例 9】**父母探亲邀请函：

亲爱的先生/女士：

我，×××，居住在××××，想邀请我的母亲 ×××，居住在××××，来美国探亲×个月，从 20\_\_年×月×日到 20\_\_年×月×日。

这次探亲的目的是增加他们对美国社会的了解以及在美国旅游。在她探亲期间，她将和我们一起住在上述地址。我们将负责他们的所有的开支，包括来回机票、在美饮食、住宿、在美旅行、医疗保险和所有其他开支。

我们会确保我母亲会在她的授权逗留期满前离开美国，回到中国。敬请给予他们临时居留签证。

如果您有任何问题，可以随时通过电话……联系我或通过 E-mail……给我来信。

最诚挚的问候，

您真诚的：

Dear Sir or Madam,

I, \_\_\_\_, residing at \_\_\_\_, would like to invite my mother, \_\_\_\_, residing at \_\_\_\_\_, to visit us in America for about \_\_\_\_ months starting from \_\_\_\_.

The purpose of the visit is social as well as tourism within America. During her visit, she will stay with us at the above address and we will be responsible for all her expenses including the round trip air fare to America, food, housing, travelling within America, medical insurance and all her other expenses.

We will make sure that my mother will leave America before the expiration of her authorized stay. Please kindly grant her a temporary resident visa.

Please do not hesitate to contact me via telephone... or

资产 ASSETS	行次 LINE NO.	年初数 AT BEG OF YEAR	期末余额 AT END OF YEAR
流动资产等 Current assets EQUI			
留存现金 Cash on hand			
银行存款 Cash in bank			
有价债券 Marketable securities			
应收票据 Notes receivable			
应收账款 Accounts receivable			
减: 累计折旧 Less: Accumulated depreciation			
预付账款 Advance to suppliers			
应收股利 Dividend receivable			
应收利息 Interest receivable			
其他应收款 Other receivables			
存货 Inventories			
原材料 Including; Raw materials			
产成品(库存商品) Finished goods			
待摊费用 Prepaid and deferred expenses			
待处理流动资产净损失 Unsettled G/L on current assets			
其中: 长期股权投资 Including long term equity investment			
长期债权投资 Long term securities investment			
合并价差 Incorporating price difference			
固定资产原价 Fixed assets—cost			
固定资产净值 Fixed assets—net value			
实收资本(股本) Subscribed Capital			
待处理固定资产净损失 Unsettled G/L on fixed assets			
固定资产合计 Total tangible assets			
无形资产 Intangible assets			
其中: 土地使用权 Including land use rights			
未分配利润 Retained earnings			
未确认的投资损失(以“-”号填列) Unaffirmed investment loss			
.....			

perate”一词形象地揭示出这些主妇们内心的焦虑与恐惧,对观众具有极强的吸引力。译文将其直译为《绝望主妇》既忠实地传达了原剧的主题和内容,也具有相同的效果和感染力,激起目的语观众观看的兴趣。

**【例 4】** *Crime Scene Investigation*

[译文] 犯罪现场调查

这部美剧讲述的是几个侦探专家组成的犯罪现场调查小组,通过研究犯罪现场而追踪罪犯的故事。译为《犯罪现场调查》,在内容与表达形式上都完全忠实于原剧名。

**【例 5】** 消失的子弹

[译文] *The Bullet Vanishes*

《消失的子弹》讲述的是一家兵工厂发生离奇命案,死者均被“幽灵子弹”所杀,但是犯罪现场却找不到弹头,于是围绕“消失的子弹”展开调查。原片名揭示主题、充满悬念,极富感染力。直译为 *The Bullet Vanishes* 同样生动形象,使目的语观众对电影内容产生强烈的好奇心。

**【例 6】** 南京大屠杀

[译文] *Nanjing Massacre*

该片讲述的是日本侵华初期在南京犯下的惨不忍睹的战争罪行。“massacre”一词直截了当地披露了事件的残酷性,形象生动地再现了原文的主题和内容。

**【例 7】** 北京青年

[译文] *Beijing Youth*

《北京青年》讲述的是四个北京青年为了各自的理想,寻找自我的故事。译文简单明了地列出该剧拍摄的主体对象,高效地吸引了那些关注中国、关注北京青年一代的目的语观众,使他们产生一睹为快的观看愿望。

另外,直译还主要用于翻译以人名、地名为片名的影视剧。这些人、地名应该是目标语观众所熟悉或具有重要的历史文化意义。如:

*Harry Potter* 哈利波特                      *Brokeback Mountain* 断臂山

*Kungfu Panda* 功夫熊猫                      *The Lion King* 狮子王

*Nikita* 尼基塔                                      梅兰芳 *Mei Lanfang*

毛泽东的故事 *The Story of Mao Zedong*

two kinds of lotus, cotton rose and lotus flower. 但是,虽然中文中芙蓉既可以指锦葵科属的木芙蓉,又可以指睡莲科属的水芙蓉——荷花,而英文中的 lotus 只是指荷花。因此,这句译文是欠准确的,难免使游客迷惑。

再如:以下是一段对澳大利亚布鲁姆小镇的介绍:

The small coastal town of Broome, in northwest Australia, is an outpost in the vast Outback. There are no traffic jams and hardly any roads. There is only the massive Australian wilderness, where some houses are 500 miles apart and some driveways are 50 miles long.

[原译] 在澳大利亚西北部有一个叫做布鲁姆的沿海小镇,布鲁姆镇是澳洲广袤的内陆地区中一个人烟稀少的偏僻的村落。这里没有交通堵塞,甚至几乎没有什么公路,有的只是澳洲大陆的空旷。两户人家之间间隔 500 里是常有的事,汽车开出家门后要开上 50 里才能上主路也不是什么新鲜事。

原文中的 miles 是指英里,它与中文的里不是对等的。因此,原译为图省事而不对两种单位进行转换,会给游客传递错误的信息。

[改译] 在澳大利亚西北部有一个叫做布鲁姆的沿海小镇,布鲁姆镇是澳洲广袤的内陆地区中一个人烟稀少的偏僻的村落。这里没有交通堵塞,甚至几乎没有什么公路,有的只是澳洲大陆的空旷。两户人家之间间隔大约 500 英里是常有的事,汽车开出家门后要开上大约 50 英里才能上主路也不是什么新鲜事。

准确地翻译导游词不仅要求译者要有广阔的知识面,良好的专业水平,还要求译者要有负责的态度,敬业的精神,广泛地查阅各方面资料,以做到翻译准确无误。

## 二、导游词翻译的现场效果

导游词是导游员在导游的途中,说给游客听的现场解说词。因此,导游词良好的现场效果就非常重要。这就要求导游词的翻译不仅应该通俗易懂,还应该对一些文化概念、专用名词进行变通的处理,使游客理解起来没有困难,也不会大大削弱原文当中的文化内涵以及美的韵

Stop Here On Red 红灯时请停车

Please Queue Here 请在此排队

Hard Hats Work Boots Long Pants Required

工地上须带安全帽,穿工作靴和长裤

Return Carts Here for Your Safety and Convenience

为了您的安全和方便,请将购物车送还到此处

#### 四、强制性公示语

强制性公示语约束公众的行为,要求公众必须采取或不得采取某种行动。语言直白,常使用“No”“Do not”或“prohibited”这类表禁止意义的词汇,公众必须遵从,没有选择的余地。如:

No Bicycles 禁止自行车通行

No Photography 禁止拍照

No Bargaining 所有商品不讲价

Obstructions Prohibited 禁止堵塞通道

Dog Free Park 禁止带狗入内

Admittance Strictly Prohibited 严禁入内

Post NO Bills 禁止张贴

Do Not Touch Exhibits 禁止触摸

Keep Head and Hands Inside 禁止头手伸出窗外

No Parking or Standing Fire Lane 消防通道,禁止停站

## 第二节 公示语的语言特点

公示语是人们生活中最常见的实用语言,是一种公开和面对公众的,以达到某种交际目的的特殊文体。作为一种特殊的应用文体,公示语具有许多显著的特点,如:经常使用独词、大量使用短语结构、经常使用缩略语、大量使用祈使句、大量使用被动语态、语句一般使用现在时等。总的来说,由于受到书写空间的限制,公示语必须简洁明快。



分析:原广告是“You'd better buy Buick.”的省略句,广告的劝说功能扑面而来。同时 Better 和 Buick 押头韵[b], 又用 Buick 品牌借代别克车,译文直接用祈使句传译出原广告呼唤功能,“买车”一词译出“别克”指代意义。由于很难兼顾原文的押韵,译文通过“买”的重复,加强对受众潜移默化的影响,在语用标记值上勉强达到等值,但商业宣传效果等效。

## 二、尾韵(end rhyme) ②

【例 4】Let the “kitchen maid”, be your kitchen aid!

[译文 A] “厨妹”进厨房,从此不再忙。(靳涵身译)

分析:此广告是一个橱柜广告,原广告 maid 与 aid 押韵,且采用隐喻修辞,将橱柜比作 maid,广告俏皮,充满生活气息,从音、义途径营造出厨房有了橱柜这个好帮手,用户不再繁忙的标记语境。译文用“厨妹”二字,传达出原文的隐喻与俏皮。译文又用“房”与“忙”押韵对译原文的 maid 和 aid 的音韵效果,两句 5 字结构基本对称。

[译文 B] “厨妹”进厨房,静把助手当。

分析:这是我们尝试的译文,此译文更贴近原文含义,“房”与“当”押韵,对译原文的押韵,同时一个“静”字,既体现出“厨妹”的“文静”,也谐音“洁净”,双关表明橱柜的功能与特性,同时蕴含着“厨妹助手”明白自己的位置,具有帮忙不添乱的意境,语用标记值与原文等效。

【例 5】Take two, pain's through.

[译文] 只服二片,疼痛尽散。(靳涵身译)

分析:原文 two 与 through 押韵,译文用“片”与“散”对译,且结尾用去声,符合准则 1 和 2。由于“片”与“散”不绝对押韵,译文用不完全对称的四字八言结构弥补,基本符合准则 4。

【例 6】It's blended, it's splendid.

[译文] 融合百味,有口皆碑。(杨全红译)

分析:这是蓝带啤酒的广告。该广告押韵[lendid]。广告商利用 blended 与 splendid 发音的相近挑战受众的理解力与好奇心,且广告中重复句型 it's... , 凸显广告宣告功能。译文难以在几方面均实现对译,用“百”在汉语文化中的积极意义与原广告的情感诉求吻合,“味”

与“碑”的押韵传译原文的押韵,四字八言结构对仗,用汉语“百”意义的模糊化传译原广告中 *blended* 和 *splendid* 发音的相近,译文末尾用响亮的平声,给受众以深刻印象。

### 三、腹韵(assonance) ➡

【例 7】Fresh-up with Seven-up.

[译文] 痛饮七喜,清心爽气。(靳涵身译)

分析:这是七喜饮料的广告,原文用元音[e]押腹韵,音韵响亮轻松,且用 *up* 一词重复来加强语效。译文用“痛饮、清心、爽”等词传译出原广告积极轻松的意境。译文“喜”与“气”严格押韵,末尾用去声,响亮易记,译文用四字八言的对称结构翻译,表达简练,弥补重复修辞的丧失。

【例 8】Feeds and seeds to meet your needs.

[译文] 种子饲料,随要随到。(靳涵身译)

分析:原文 *feed*、*seed*、*meet* 和 *need* 押元音韵[i:],且均为单音节,韵律效果好。译文两个“随”字的重复传达出“消费者第一”的服务理念,有效传达了原广告的话语目的,符合准则 1。译文用“料”与“到”的行内(押)韵法(internal rhyme)对译原文元音韵,结尾用响亮的去声,给受众深刻印象。又用四字八言的对偶结构,弥补四个重复押韵,这是一则极为成功地传达原广告的话语标记与商业功效的译文。

## 第二节 比喻修辞及翻译

比喻修辞主要分明喻、暗喻、换喻三种形式,指用某一具体、浅显、熟悉的事物或情境来说明另一种抽象、深奥、生疏的事物或情境。这样描绘的事物更加形象生动,易为人们接受。

### 一、明喻(simile) ➡

为了鲜明、形象地刻画某一事物,人们常常将具有共同特征的不同事物加以对比,用另一种事物比仿所要说明的事物,这种对比在修辞学上叫做明喻。在明喻中,本体与喻体之间常用 *as*、*like* 等介词连接

言外之意、文化背景等各方面信息,所以说口译是一种积极的、始终以交流为目的的、具有一定创造性的翻译活动。

口译的类型多种多样,按照口译的操作形式,可分为:①视阅口译(sight interpretation):以阅读的方式获得信息,以口头的方式传出信息的口译方式;②接续口译(consecutive interpretation):为演讲者以句子或段落为单位传递信息的单向口译方式,多用于演讲、新闻发布会、授课等场合;③交替口译(alternating interpretation):为说两种语言的谈话双方用两种语言进行轮流交替口译,这是最常见的一种口译形式,广泛应用于商务谈判、会议与宴会上;④耳语口译(whispering interpretation):是将一方讲话的内容以耳语的方式轻轻的传译给另一方的口译手段;⑤同声传译(simultaneous interpretation):是译员在不打断讲话者讲话的基础上,不停顿的将其演讲的内容传译给听众的一种口译方式,是口译中最难、境界最高的一种方式。

口译相对于笔译来说有一些突出的特点,综合起来可以总结为以下五点:

### 一、即席性

口译需要当场即时的反应,是一种现时现场的口译操作,译员所能接受到的信息通常都是只讲一次、不再重复的话语,他在快速正确理解的同时必须立即进行翻译。

### 二、高压性

很多口译现场如国际会议、外交谈判和商务会谈都属于比较正式的场合,这种严肃气氛会给经验不足的口译人员带来较大的心理压力与紧张的情绪,在这种高压下有可能会影响译员的自信,从而影响口译水平的正常发挥。

### 三、独立性

一般情况下,译员不可能、也不容易在现场求助他人,查阅词典或其他资料。特别强调译员的个体性操作,译员在口译过程中必须独立思考,快速反应,随时独立处理可能遇到的任何问题,具有突出的独立

传或与外方人员的单独会晤等多种场合,都可能用上谚语。如以我方介绍为主,可能汉译英场景居多;如以外方为主,英译汉情况居多。正确理解谚语意义是口译成功的关键,是采取直译法、意译法还是其他什么法,要根据谚语的语言特点、具体语境或文化背景等因素来考虑。

### 1. 直译法

如果不影响对方理解,尽可能用直译法,因为谚语常采用形象生动的比喻,直译能更好地传达原文的形式、内容和精神,减少翻译中的损失。

英语谚语:1) A thing you don't want is dear at any price. (不需要的东西,再便宜也贵。)

2) A good trade is a bowl of gold. (好手艺就是金饭碗。)

3) Much coin, much care. (钱多忧虑多。)

4) Business before pleasure. (事业在先,享乐在后。)

汉语谚语:1) 勤工出巧匠。(Work makes the workman.)

2) 千里之堤,溃于蚁穴。(One ant-hole may cause the collapse of a thousand-li dyke.)

3) 失败是成功之母。(Failure is the mother of success.)

4) 路遥知马力,日久见人心。(As a long road tests a horse's strength, so a long task proves a person's heart.)

从以上的例子可以看出,采用直译法,谚语的深层意义能为听者或读者所接受,如用意译法,既无法表现原文中的形象比喻,多此一举,也毫无意义。如把“千里之堤,溃于蚁穴。”意译为 Slight negligence may lead to great disaster. 就明显逊色于直译,原文中的生动形象就无法表达出来。下面再比较一例:

初生牛犊不怕虎。直译:New-born calves make little of tigers.  
(传神、达意)

Transshipment B/L 转船提单

Transshipment Risks 转运险

Transshipment 转船

Transportation 运输

TTL(Total)总共

---

U

---

U. K. Ports(United Kingdom Ports)英国港口

U / T(Unlimited Transshipment)无限制转船

UCP(Uniform Customs & Practice)统一惯例

UN(United Nations)联合国

Unclean B / L 不清洁提单

Unconfirmed Letter of Credit 不保兑信用证

UNCTAD(United Nations Conference on Trade and Development)联合国贸易和发展会议

Underwriter 保险公司

Underwriter Laboratory 保险商实验室

UNDP(United Nations Development Program)联合国开发计划署

Usance Letter of Credit 远期信用证

---

V

---

Veterinary Inspection Certificate 兽医检验证书

VOCC(Vessel Operating Common Carrier)船公司

Voluntary Offer 主动发盘

Voy. (Voyage)航次

Voyage Charter 程租船

---

W

---

W. A. (With Average)水渍险

W. O. (Washing Overboard)冲失

香港警察储蓄互助社

HONG KONG POLICE CREDIT UNION

澳门大丰银行

BANCO TAI FUNG

澳门国际银行

LUSO BANK

澳门永亨银行

BANCO WENG HANG, S. A.

安泰商业银行

ENTIE COMMERCIAL BANK

板信商业银行

BANK OF PANHSIN

大众商业银行

TC BANK

富邦商业银行

FUBON BANK

高雄银行

BANK OF KAOHSIUNG

国际商业银行

THE INTERNATIONAL COMMERCIAL BANK OF CHINA

合作金库

TAIWAN COOPERATIVE BANK

华南银行

HUA NAN BANK

华侨银行

BANK OF OVERSEAS CHINESE

华泰商业银行

HWATAI COMMERCIAL BANK

交通银行(中国台湾)

CHIAO TUNG BANK

联邦银行

GF 金发船务有限公司 GOFOR  
GG 源源船务有限公司 Guan Guan Shipping Ltd.  
GLE 大湖和欧洲班轮公司 Great Lakes and European Lines  
GOL 高洲轮船有限公司 Golf Ocean Lines Ltd.  
GONC 海昌航运有限公司 Great Oversea Navigation Co. Ltd.  
GSC 加纳航运公司 Ghana Shipping Corporation  
GSL 金星航运公司 Gold Star Line  
GSNC 通用轮船运输公司(英) General Steam Navigation Company  
GST 金斯塔租箱公司(美国) Genstar Container Corp.  
GWS 美国西部汽船公司 GREAT WESTERN STEAMSHIP CO.  
HAIX 上海海兴船务公司 HAI XING SHIPPING CO.,LTD  
HAKAI 八产海运公司(日本) Hachinohe-Kaiun  
HAL 兴亚海运株式会社 HEUNG-A SHIPPING CO.,LTD  
HAM 向大轮船有限公司 Hamda Shipping Co.,Ltd.  
HAS 上海海华轮船有限公司 SHANGHAI HAI HUA SHIPPING CO.,LTD  
HASAGY 上海海华国际船务代理有限公司 SHANGHAI HAI HUA INTERNATIONAL SHIPPING AGENCY  
HFL 海富 HAI FU  
HJS 韩进海运 Hanjin Shipping Ltd.  
HKEL 香港邮船有限公司 HongKong Export Lines Ltd.  
HKIS 香岛轮船有限公司 Hong Kong Islands Shipping Ltd.  
HKM 香港海运 Hong Kong Maritime  
HLC 赫伯罗特航运公司(德国) Hapag Lloyd  
HMM 现代商船株式会社 HYUNDAI Merchant Marine Ltd.  
HSL 富泽有限公司 Hope Sea Ltd  
ICCU ICCU 集装箱集团(意大利) ICCU Container Group  
ICSN 印华轮船公司 Indo-China Steam Navigation Co.,Ltd.  
IEA 多式联运设备公司(美国) Intermodal Equipment Associates  
ILO 国际海洋租箱公司(美国) Interocean Leasing Ltd.  
INB 英特浦尔集装箱公司(美国) Interpool Ltd. Intu

used irrespective of the mode of transport selected and irrespective of whether one or more than one mode of transport is employed. EXW, FCA, CPT, CIP, DAT, DAP and DDP belong to this class. They can be used even when there is no maritime transport at all. It is important to remember, however, that these rules can be used in cases where a ship is used for part of the carriage.

In the second class of Incoterms 2010 rules, the point of delivery and the place to which the goods are carried to the buyer are both ports, hence the label “sea and inland waterway” rules. FAS, FOB, CFR and CIF belong to this class. Under the last three Incoterms rules, all mention of the ship’s rail as the point of delivery has been omitted in preference for the goods being delivered when they are “on board” the vessel. This more closely reflects modern commercial reality and avoids the rather dated image of the risk swinging to and fro across an imaginary perpendicular line.

### *3 Rules for domestic and international trade*

Incoterms<sup>®</sup> rules have traditionally been used in international sale contracts where goods pass across national borders. In various areas of the world, however, trade blocs, like the European Union, have made border formalities between different countries less significant. Consequently, the subtitle of the Incoterms<sup>®</sup> 2010 rules formally recognizes that they are available for application to both international and domestic sale contracts. As a result, the Incoterms<sup>®</sup> 2010 rules clearly state in a number of places that the obligation to comply with export/import formalities exists only where applicable.

Two developments have persuaded the ICC that a movement in this direction is timely. Firstly, traders commonly use Incoterms<sup>®</sup> rules for purely domestic sale contracts. The second reason is the greater willingness in the United States to use Incoterms<sup>®</sup> rules in domestic trade rather than the former Uniform Commercial Code shipment and delivery terms.



- [98] 潘文国. 公共场所英语标识语错译解析与规范[M]. 上海:上海外语教育出版社, 2010, 4.
- [99] 彭萍. 实用旅游英语翻译(英汉双向)[M]. 北京:对外经济贸易大学出版社, 2010. 11.
- [100] 任文, 蒋莉华. 从话语分析的角度重视口译人员的角色[J]. 中国翻译, 2006. 3.
- [101] 沈银珍. 商务英语口、笔译[M]. 杭州:浙江大学出版社, 2006. 10.
- [102] 涂文婷, 吴赟. 会展口译与口译人才培养初探[J]. 上海翻译, 2011. 4.
- [103] 王春晖. 商务英语缩略语的构成方式与翻译技巧[J]. 重庆电子工程职业学院学报, 2010(3).
- [104] 王丹. 奈达翻译理论综述[J]. 绥化学院学报, 2007(4).
- [105] 王德春, 陈晨. 现代修辞学[M]. 上海:上海外语教育出版社, 2001年.
- [106] 王德军, 曹勇宏, 崔艳菊. 实用英汉翻译教程[M]. 北京:国防工业出版社, 2007年.
- [107] 王建华. 涉外商务谈判口译策略[J]. 湖北职业技术学院学报, 2007. 6.
- [108] 王静. 外宣资料的功能性编译法探讨[J]. 上海翻译, 2010(3): 40-42.
- [109] 王立非. 论商务外语学科及学术研究的再定位[J]. 中国外语, 2012(3).
- [110] 王立非, 李琳. 商务外语的学科内涵与发展路径分析[J]. 外语界, 2011(6).
- [111] 王盛. 从功能目的论角度分析商品说明书的翻译[J]. 黄石理工学院学报, 2010(2).
- [112] 王士伟. 商务报告的语篇分析[J]. 黑龙江科技信息, 2011(20).
- [113] 王守仁. 公共标志英文译写指南[M]. 南京:南京大学出版社, 2010. 6.
- [114] 王旭忠. 浅谈商务英语信函的文体特点及翻译[J]. 外语教学研究, 2006(1).
- [115] 王颖, 吕和发. 公示语汉英翻译[M]. 北京:中国对外翻译出版公司, 2006. 12.
- [116] 翁凤翔. 21世纪国际商务英语丛书—实用翻译[M]. 杭州:浙江大学出版社, 2002.
- [117] 翁凤翔. 当代国际商务英语翻译[M]. 上海交通大学出版社, 2007年.
- [118] 翁凤翔, 辛瑞娟. 商务英语:历史、现状与未来[J]. 当代外语研究, 2012(4).
- [119] 邬玲琳. 社会语言学视角下的商务报告[J]. 剑南文学, 2010(7).
- [120] 吴春容, 廖国强. 论商务双关语广告的翻译[A]. 译苑新谭[C]. 成都:四川人民出版社, 2012年.
- [121] 吴春容, 廖国强. 语用标记等效视角下的诗型广告翻译研究[A]. 译苑新谭[C]. 成都:四川人民出版社, 2013年.
- [122] 吴云. 英语会展口译:会展场景100余案例[M]. 上海:华东理工大学出版社, 2008. 1
- [123] 吴智慧. 国内商务英语翻译研究综述[J]. 湖南工程学院学报, 2008(2).
- [124] 夏珺. 商标与品牌[J]. 中华商标, 2008(12).
- [125] 项红梅, 何小群. 浅谈名片翻译的原则及方法[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2007(12).
- [126] 谢建平. 商标词的语音修辞与音译特色[J]. 山东社会科学, 2001(4).
- [127] 谢金领. 世纪商务英语翻译教程[M]. 大连:大连理工大学出版社, 2009.
- [128] 谢天振. 中西翻译简史[M]. 北京:外语教学与研究出版社, 2009a.
- [129] 谢天振. 翻译:从书房到作坊[J]. 东方翻译, 2009b(2).