



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

商务英语系列教材

Business

商务英语翻译 (汉译英)

Chinese-English Translation
for International Business

总主编 陈准民 陈建平

主 编 李 明

 高等教育出版社



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

商务英语系列教材

商务英语翻译

(汉译英)

Chinese-English Translation
for International Business

总主编 陈准民 陈建平

主编 李明

编者 卢红梅 李明 张新红



高等教育出版社

内 容 提 要

本书是普通高等教育“十一五”规划教材——商务英语系列教材中的一本。共18章,第一至第三章的内容包括商务语篇概论、商务语篇汉英翻译概论和商务语篇翻译中词语的选择;第四至第十七章涉及不同类别的商务文本的汉英翻译,即商务信函、商业广告、产品说明书、商名、企业单位宣传材料、学校简介、招股章程、商务会议报告、商务合同、国际商务信用证、公司备忘录、上市公司年报、旅游宣传材料和经济类文本;第十八章是中式英语。每章包括理论探讨、译例举隅及翻译点评、翻译比较与欣赏和翻译练习4部分。

本书的编写注重提升理论素养,注重培养翻译能力和综合能力,同时注重鉴赏力和基本功的培养。可供本专科英语专业、翻译专业和相当水平的学习者使用。

图书在版编目(CIP)数据

商务英语翻译:汉译英/陈准民,陈建平总主编;李明分册主编. —北京:高等教育出版社,2007.3

ISBN 978-7-04-020814-6

I.商... II.①陈...②陈...③李... III.商务—英语—翻译 IV. H315.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第009247号

| | | | |
|------|---------------|------|---|
| 出版发行 | 高等教育出版社 | 购书热线 | 010-58581118 |
| 社 址 | 北京市西城区德外大街4号 | 免费咨询 | 800-810-0598 |
| 邮政编码 | 100011 | 网 址 | http://www.hep.edu.cn |
| 总 机 | 010-58581000 | | http://www.hep.com.cn |
| 经 销 | 蓝色畅想图书发行有限公司 | 网上订购 | http://www.landrac.com |
| | | | http://www.landrac.com.cn |
| 印 刷 | 北京七色印务有限公司 | 畅想教育 | http://www.widedu.com |
| 开 本 | 787×1092 1/16 | 版 次 | 2007年3月第1版 |
| 印 张 | 20.75 | 印 次 | 2007年3月第1次印刷 |
| 字 数 | 470 000 | 定 价 | 29.00元 |

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 20814-00

总 序

改革开放至今已有28年,这是中国经济高速发展并逐渐融入世界经济的28年。中国加入世界贸易组织是此进程的一个重要里程碑。入世5年来,中国经济与世界经济逐渐接轨,对外交往日益频繁,国际地位和竞争力不断提升。2006年,中国已经成为世界第三大贸易国。如果说2002年,我们所面临的情况是“世界向我们走来”,那么在5年后的今天,我们所要思考的是“我们如何走向世界”。经济日益全球化的趋势迫切需要我们培养一大批熟练掌握外语、通晓商务知识、熟悉国际环境、精通跨文化交际的国际型商务人才。这不仅仅是适应国际经济和规则的需要,更是我国积极参与国际竞争,走向世界的需要。

教材是一切教学活动得以开展的基础与前提,国际型商务人才的成功培养涉及诸多环节与因素,其中至关重要的是要有一套有助于实现此培养目的、编写意图明确、针对性强、质量高的教材。为了适应时代和教学的要求,自2002年起,高等教育出版社与在商务英语教学与研究领域起步早、阵容强的对外经济贸易大学、广东外语外贸大学、上海对外贸易学院、上海外国语大学、厦门大学、北京外国语大学、北京工业大学和湖南大学等单位联合推出了普通高等教育“十五”国家级规划教材——商务英语系列教材。该系列教材在编写设计时注意把握好商务活动主题的涵盖面、商务知识的系统性和完整性以及语言技能与商务知识的平衡,在体系上分为商务英语基础课程教材和商务英语专业核心课程教材。自出版以来,该套教材在广大院校广泛使用并得到认可。

在原有教材的基础上,高等教育出版社和商务英语立体化系列教材编委会即将推出高等教育“十一五”国家级规划教材——商务英语立体化系列教材。新的系列的选题范围有所扩展,既包括原有教材的修订版,又有新编教材;在教材的编写内容上注意做到国际化和本土化的结合,既反映国际经济的发展,又结合我国的实际;在教材设计上,注意吸收教学理论中的新理念,如任务教学法和案例教学法,使教材体现以学习为中心的理念;在教材的表现形式上,做到立体化,即以合适的媒体形式提供比较完整、多样的教学资源。使该系列教材成为具有国际视野的、着重培养学习者的商务交际能力和综合素质的高质量教材。

欢迎广大教师和学生提供意见和建议,以便使教材更好地满足教学需求。

编委会

2007年1月

前 言

随着我国社会主义市场经济体系的确立和日益发展,我国的商业得到迅速发展,并向着现代化的商业大步迈进。商业的发展自然带来了日益频繁的商务活动。而在中国已经加入世贸组织并不断扩大同其他国家之间经济贸易往来的今天,中国的商务活动跨越了国界,成为国际商务活动的一部分。任何商务活动都要依托语言来进行,语言按使用方式可分为口语体和书面体。就书面体而言,往往会涉及以下文本类别:

普通类:商业函件(commercial correspondence)、商业计划(commercial plan)、公司简介(company introduction)、招商材料(commercial promotion)、广告宣传(advertisement)、社交请柬(invitation letter)、国际旅游(international tourism)、新闻时事(news)等;

技术类:产品说明(product category)、用户手册(manual)、设备安装调试资料(installation and maintenance information)、学术论文(academic paper)、科普资料(popular scientific material)等;

合同条款类:合同(contract)、协议(agreement)、契约(bond)、标书(bidding document)、上市公司年报(annals of listed company)、公告(announcement)、招股说明书(statement of raising capital through share)、公证(notarization)、证书/证明(certification)、专利资料(patent material)、信用证(letter of credit)、司法/仲裁文件(legal/arbitration document)、政府公文(government document)、外交公文(foreign affairs document)等。

在国际商务活动中,往往在所涉及的这些文本转换成所需的另外一种文字后商务交际才能够顺利进行,商务翻译也应运而生。当前在中国的商务活动已经跨越国界的背景之下,商务翻译的重要性日益凸现,尤其是商务汉英翻译。

商务汉英翻译是目前国内许多高校英语专业或翻译专业的一门重要的必修课。该课程一般为一个学期,故本书对商务活动中涉及文本的汉英翻译有选择性地介绍,具体包括商务信函、商业广告、产品说明书、商名、企业单位宣传材料、学校简介、招股章程、商务会议报告、商务合同、国际商务信用证、公司备忘录、上市公司年报、旅游宣传材料和经济类文本的汉英翻译。

本书是基于编者长期的商务翻译实践、商务翻译教学和研究的经验编写而成的,全书贯穿了以下理念并呈现了以下特点:

- 注重提升译者的理论素养。本书每章第一部分为理论探讨,阐述每章涉及的翻译技巧、句法特点、文本特点、翻译原则以及翻译理念等。这些内容又在每章第二部分的译例中得以体现并在点评中得到强化。
- 注重翻译能力和译者能力的培养。翻译能力是指进行成功翻译所必须具备的知识,其中包括目的语语言知识、文本类型知识、源语语言知识、现

实世界的知识、翻译所涉及的两种语言之间对比的知识等。译者能力指能够意会始源语所负载的蕴涵意义并能熟练地将这些意义在目的语中再现出来，熟谙源语和目的语所代表的两种文化，具备良好的写作基本功和广博的百科知识。本书通过译例后的点评对翻译过程中所涉及的翻译技巧、翻译思路、翻译理念等进行深入浅出的讲解，让学生从中“悟”出翻译过程中语言运作的机制。

- 注重对译文鉴赏能力的培养。本书每章都有“翻译比较与欣赏”，通过呈现不同译文，引导学生对它们进行比较和欣赏，培养他们的鉴赏力。
- 注重夯实以句为单位的翻译基本功。我们认为，商务翻译应以句子为翻译单位。本书运用了大量例证进行讲解，让学生了解句子翻译过程中的操作机制，并运用这些操作机制来解决句子翻译中的问题。在每章的翻译练习中，先是句子翻译练习，之后是篇章翻译练习。
- 本书所选例句和篇章内容新，汉语原文和英译文语言地道，时代感强，适合高校英语专业或翻译专业学生的认知层次和认知水平，同时具备科学性、实用性、趣味性和可操作性。

李明编写第一、二、三、五、七、八、九章等七章，同时与张新红共同编写第四、六章，卢红梅编写第十一、十二、十三、十四、十六、十七、十八章等七章，张新红编写第四（与李明共同完成）、六（与李明共同完成）、十、十五章。

本书得以顺利完成，要感谢高等教育出版社给予的大力支持。我们还要感谢广东外语外贸大学副校长仲伟合教授对本教材编写的热心指导和积极鼓励。外籍商务英语专家 Bryan Hoover 在百忙当中仔细审阅了全部书稿并对英译文进行了润色，在此深致谢忱。

本书可供高等院校英语专业学生、翻译专业学生、广大从事翻译教学和翻译研究的高校教师、从事商务翻译实务的工作人员和翻译爱好者等使用。由于时间仓促，编者水平有限，加上商务汉英翻译目前仍有待改进，本书存在不足在所难免。请读者提出批评并反馈信息给本人。电子邮件地址：drliming@126.com。

李明

2006 年秋于广东外语外贸大学高级翻译学院

商务英语系列教材编委会

总主编

陈准民 (对外经济贸易大学)

陈建平 (广东外语外贸大学)

编委 (以姓氏笔划为序)

王兴孙 (上海对外贸易学院)

王关富 (对外经济贸易大学英语学院)

李平 (对外经济贸易大学英语学院)

刘媛 (全国高等学校教学研究中心)

陈洁 (上海对外贸易学院国际商务外语学院)

沈素萍 (对外经济贸易大学英语学院)

肖云南 (湖南大学外国语学院)

林添胡 (厦门大学经济学院)

赵军峰 (广东外语外贸大学高级翻译学院)

龚龙生 (上海外国语大学经贸学院)

彭龙 (北京外国语大学商学院)

蔡芸 (广东外语外贸大学国际商务英语学院)

廖梅 (北京工业大学经济与管理学院)

目 录

| | |
|------------------|----|
| 第一章 商务语篇概论 | 1 |
| 一、理论探讨 | 1 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 6 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 12 |
| 四、翻译练习 | 13 |
| 第二章 商务语篇汉英翻译概论 | 15 |
| 一、理论探讨 | 15 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 22 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 28 |
| 四、翻译练习 | 29 |
| 第三章 商务语篇翻译中词语的选择 | 33 |
| 一、理论探讨 | 33 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 34 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 40 |
| 四、翻译练习 | 41 |
| 第四章 商务信函的汉英翻译 | 43 |
| 一、理论探讨 | 43 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 46 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 51 |
| 四、翻译练习 | 52 |
| 第五章 商业广告的汉英翻译 | 55 |
| 一、理论探讨 | 55 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 60 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 65 |
| 四、翻译练习 | 66 |
| 第六章 产品说明书的汉英翻译 | 69 |
| 一、理论探讨 | 69 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 71 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 76 |
| 四、翻译练习 | 76 |
| 第七章 商名的汉英翻译 | 81 |
| 一、理论探讨 | 81 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 85 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 90 |

| | |
|-------------------------|-----|
| 四、翻译练习 | 91 |
| 第八章 企业单位宣传材料的汉英翻译 | 95 |
| 一、理论探讨 | 95 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 98 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 104 |
| 四、翻译练习 | 105 |
| 第九章 学校简介的汉英翻译 | 109 |
| 一、理论探讨 | 109 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 109 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 115 |
| 四、翻译练习 | 117 |
| 第十章 招股章程的汉英翻译 | 121 |
| 一、理论探讨 | 121 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 124 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 129 |
| 四、翻译练习 | 131 |
| 第十一章 商务会议报告的汉英翻译 | 135 |
| 一、理论探讨 | 135 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 138 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 143 |
| 四、翻译练习 | 145 |
| 第十二章 商务合同的汉英翻译 | 149 |
| 一、理论探讨 | 149 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 153 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 159 |
| 四、翻译练习 | 160 |
| 第十三章 国际商务信用证的汉英翻译 | 163 |
| 一、理论探讨 | 163 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 172 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 176 |
| 四、翻译练习 | 177 |
| 第十四章 公司备忘录的汉英翻译 | 181 |
| 一、理论探讨 | 181 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 184 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 188 |
| 四、翻译练习 | 190 |

| | |
|------------------|-----|
| 第十五章 上市公司年报的汉英翻译 | 193 |
| 一、理论探讨 | 193 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 198 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 205 |
| 四、翻译练习 | 207 |
| 第十六章 旅游宣传材料的汉英翻译 | 209 |
| 一、理论探讨 | 209 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 213 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 219 |
| 四、翻译练习 | 220 |
| 第十七章 经济类文本的汉英翻译 | 225 |
| 一、理论探讨 | 225 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 225 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 231 |
| 四、翻译练习 | 231 |
| 第十八章 汉英翻译中的中式英语 | 235 |
| 一、理论探讨 | 235 |
| 二、译例举隅及翻译点评 | 242 |
| 三、翻译比较与欣赏 | 247 |
| 四、翻译练习 | 248 |
| 翻译练习参考答案 | 251 |
| 参考文献 | 313 |

第 1 章

商务语篇概论

一、理论探讨

(一) 什么是商务?

我们常常说从事商务活动,到底什么是商务?什么是商务活动?要了解商务,先要了解商业。所谓商业,就是“以买卖为手段促进商品流通的经济行业,而商品既包括有形物品,也包括无形服务和无形商品”(黎运汉,2005:2)。商务即商业实务,指商业经济活动中的一切事务,包括商业交际、商品营销、酒店服务、旅游服务、商业广告、商业谈判、商业宣传、招牌、品牌和商标的命名等。商务活动是商业主体和商业客体双方共同参与的活动。所有这些活动均围绕商品的相互询问、相互试探、相互谅解、相互协商来进行(黎运汉,2005:2)。

(二) 什么是商务语言?什么是商务语篇?

商务语言是商业主体在商业实务中为实现商业目的而运用的语言(黎运汉,2005:3)。具体说来,就是在商务社会交际、采购、销售、洽谈、登广告、拟计划、管理、服务、储运、调查、统计、导游以及商品说明、招牌和商标命名乃至商务记者招待会、商务讲话和庆典致辞、演讲等等商务活动中所使用的语言统属商务语言。在汉语中,尽管目前还没有“商务汉语”之说,但“经贸汉语”(黄为之、黄锡之,2000)之说却广为流传。相比之下,“商务英语(English for Business Purposes 或 Business English)”之说则早已深入人心。

商务英语是指以服务于商务活动内容为目标,集实用性、专业性和明确的性于一身,为广大从事国际商务活动的人们所认同和接受,并具备较强社会功能的一种英语变体。它包括语言知识、交际技能、专业知识、管理技能和文化意识等核心内容(向嫣红,2000:21)。概括地说,在国际商务活动中,包括技术引进、对外贸易、招商引资、对外劳务承包与合同、国际金融、涉外保险、国际旅游、海外投资、国际运输、商业广告等在内的商务活动中所使用的英语统称

为商务英语。

商务语篇是指“从事商务活动和热衷于商务活动的人们以及为商务之目的而走到一起的人们之间所进行的谈话和书面交流文字材料”(Bargiela-Chiappini and Nickerson, 1999:2)。

(三)商务英语语篇的语言特点

从事商务英语的汉英翻译,必须充分了解商务英语语篇所体现的语言特点。这样才能保证汉英翻译时,译文的准确和地道。具体说来,商务英语语篇的语言特点主要体现在以下几个方面:

1. 具备较强的客观性

商务交往中所使用的语言大多为交易的目的服务,即说话人劝说他人按照自己提出的意见行事,目的是要得到自己想得到的东西。但在使用语言时,人们多使用客观性语言,避免使用主观性或带个人色彩的语言。比如在商务会谈中或商务会议上,人们从客观角度来对某件事进行评价往往显得更为得体,更容易为他人接受。

就英语而言,使用This is a positive point比使用I think he has a positive point there的句式要更客观;使用On the other hand, the disadvantage is ...比使用In my opinion, we have a disadvantage ...的句式更容易被他人接受。换言之,人们在商务会谈中或商务会议上,不倾向于以体现个人情感和观点的方式来表达自己。

在商务书面语言中,例如,在用英文起草报告的“引言”部分,人们更多地使用The aim / purpose of this report is to ...或This /The present report sets out to ...等表示客观的句式而不使用My aim in writing/ My purpose of writing this report is to ...或In writing this report, I aim to ...等句式。在“发现”部分,人们更多地使用It has been found out that ...或The findings show that ...等句式或直接陈述事实,而不使用诸如“I found out that ...”之类的语言,以体现客观性。报告的“结论”部分也多半要求客观,这样才能令人信服。体现结论客观性的句式通常是It was decided / agreed / felt /concluded that ...或No conclusions were reached regarding ...,而使用I found that ...的句式则带有强烈的个人色彩。在报告的“建议”部分,也多使用体现客观性的句式,如It is suggested /proposed that ..., 而若使用带有主观色彩的句式We would recommend that ...时,建议的程度就会大大降低。

2. 使用平实、准确的表达方式

人们在使用商务英语表达思想时,更倾向于使用明白晓畅、逻辑关系明确的方式进行交际。比如在商务英语中,人们常常使用as a result, for this reason, in order to等表示上下文的逻辑关系。另外,人们也非常注意语言的简洁性,在使用传真和电话进行交际时更是如此。此外,有些常用概念以词簇形式出现,以避

免拐弯抹角,如, cash with order (订货付现), just-in-time delivery (送货及时), primary industry (初级工业)等。这类术语有很多现在都有了各自的缩写形式,如 CIF (cost, insurance, freight 到岸价格), FOB (free on board 船上交货价, 离岸价), CWO (cash with order) 等。对于这些术语和概念,从事国际商务活动的人们都非常熟悉。

商务英语明晰、准确的表达方式还体现在用词方面明白易懂、正式规范、平实达意。比如在商务英语中,用 approval 而不用 approbation, 用 improve 而不用 ameliorate 等,以保证所用词语具有国际通用性,保证能为普通的从事商务活动的人们所理解,但同时又不过于口语化,即商务英语所使用的语言又不能过于非正式。有些商务文书(如合同)具有规范、约束等公文性质,会使用一些很正式的、冷僻的大词,如使用 prior to 或 previous to 而不使用 before, 使用 expiry 而不使用 end, 使用 certify 而不使用 prove, 使用 solicit 而不使用 seek 等。在动词的使用方面,多用非常正式的单个动词而不常使用小巧的常用动词或“动词+介词/副词”或“动词+名词+介词”等动词短语,例如多使用 appoint 而不使用 make an appointment of, 使用 continue 而不使用 keep on 或者 go on, 使用 supplement 而不使用 add to 等。而在介词和连词的使用方面,由于现代英语中的介词和连词非常通俗简短,将这些介词和连词置于商务英语中会与商务英语中所使用的比较正式和规范的名词和动词不协调,在商务英语中往往采用以繁复的介词短语来替代简单的介词和连词的做法,用 in the nature of 替代 like, 用 along the lines of 替代 roughly, 用 for the purpose of 替代 for, 用 in the case of 替代 if, 用 in the event that / of 替代 if, 用 with reference to 和 with regard to 替代 about 等。俚语或粗俗用语则在商务英语中罕见。

商务英语同普通英语在语言表达方面很重要的不同之处在于,商务英语不厌其烦,表达具体、明确,不含糊其辞,不笼统抽象。例如商务英语中不说 We wish to confirm our telex dispatched yesterday, 而要说 We are confirming our telex of July 2nd, 2000。因为前一句中表示时间的指示语 yesterday 含糊不清、指代不明,后一句中的 July 2nd, 2000 清晰明了。再比较以下不同表达法(王晓辉、祝远德, 2001):

| 普通英语说法 | 商务英语说法 | 所表达的意义 |
|------------------|----------------------------------|--------|
| in a week | in one week or less | 一周以内 |
| before August 10 | on or before August 10 | 8月10日前 |
| in early July | within the first 10 days of July | 七月上旬 |

3. 具备独特的行业特点

商务英语具有独特的行业特点,许多日常用词用于商务英语语篇中具有了新的、特殊的意义。换言之,商务英语的语言形式、词汇及内容等与专业密切相

关,承载了商务理论与商务实务等方面的信息。要充分理解商务英语的意义和内涵,必须具备商务理论和商务实务等方面的知识。

与其他领域的英语相比,商务英语在词汇方面有以下特点(参见李素真,2000:80):

1) 人们熟识的英语单词,如 *advice*, *in favor of*, *against* 等在商务英语中往往被赋予新的、特殊含义。如:

Upon receipt of these sellers' delivery **advice**, the buyers shall, 15-20 days prior to the delivery date, open a transferable, irrevocable letter of credit **in favor of** the sellers for an amount equivalent to the total amount of the shipment.

收到卖方的交货通知,买方应在交货期15至20天前,开具一个以卖方为收益人的可转让的不可撤销的信用证,金额与发票总额等值。

The credit shall be payable **against** presentation of draft drawn on the opening bank and the shipping documents specific in Article 13 hereof.

信用证凭开户银行所开汇票和第十三款规定的装运单据支付。

从上例可以看出, *advice* 在商务英语中不是“建议”、“忠告”之意,而是“通知”之意; *in favor of* 不是“赞同”、“偏爱”之意,而是“以……为受益人”、“以……为收款人”之意; *against* 不是“对抗”、“反对”之意,而是“凭”、“用……交换”之意。对商务英语语篇要作到深入理解,只知道每个单词在普通英语中的含义是不够的,必须掌握它在商务英语中的含义。

2) 除上面这一特点外,商务合同英语中使用同义词连用的并列短语较多。若从短语的构成及各个词语所表达的意义看,它们显得罗嗦、重复,但它们在商务英语中是约定俗成的表达法,不可去掉其中任何一个词,例如: *terms and conditions* (条款), *amendments and alterations* (修改), *made and signed* (签订), *each and every* (每一个)等。这类表达法在商务合同之类的语篇中使用最多,这主要是针对许多英语词语一词多义的特点,以免在句中发生意思不明的现象,避免合同双方按照自己的意图来理解信息。为确保所用词语不被曲解,采用同义词连用,取两个或两个以上同义词的共义,以保证内容上的准确,维护商务合同这类具有法律文件性质的语篇中的关键性词句的单义性,避免模糊的表达(傅伟良,2002:6)。

3) 商务英语中所涉及的经济情况和商务活动往往是在特定背景下发生的,因此,这些经济情况和商务活动都会受到错综复杂的经济因素和非经济因素,如政治、历史及文化、科技等发展的影响和制约。有些词项看上去非常简单,但它们在内涵上却表达了一种复杂的背景,如果不了解事件发生的背景,就无法理解主题内容。例如: *The attention of commodities dealers was last week captured initially by events on the stock exchange, where Monday's big bang was muffled by computer failures, but turned later to the troubled oil market.* (做初级产品生意的商人的注意力被周一开市的股票交易所的盛况所吸引,那里定于周

一开始的“大爆炸改革”，由于计算机系统失灵而变得黯然失色，而后人们的注意力就转向了混乱不堪的石油市场。)

文中的big bang是指英国伦敦股票交易所于1986年10月对对外政策、管理收费和交易方式所进行的一次改革，内容包括取消固定回扣，依靠计算机信息来控制市场等。这里，用改革第一天开始的情况作背景，衬托初级产品交易所当天开市由静到动的状态。背景本身也是经济性质的，如果对big bang之类的背景不知所以然，就很难看出文章的逻辑关系。

(四)商务语篇中词汇使用的特点

商务语篇中词汇使用具有自己的特点，主要表现为：

1) 实义词密度高，整个语篇负载的信息量大。实义词与功能词¹相对，是指用来指称或描述事物、品质、状态或动作，可以单独使用而具有意义的词语，包括名词、动词、形容词和副词。一个语篇的信息主要靠实义词来体现。商务语篇对实义词的依赖程度非常高，因而语篇所负载的信息量也就很大。例如英语中Information age organizations can manage the complexity of large hierarchical structures without losing speed in their entrepreneurial start-up. 这个只有18个单词的句子就有14个实义词。

2) 名词化程度高。名词化可以将许多需要用句子才能表达的意义用名词组表达出来，因此，使用名词可以使信息量集中，符合在商务交际中语言表达的经济原则。另外，因为名词化主要是动词的名词化，不使用动词而使用名词就可以避免涉及时、体、语态、语气、情态等因素，使得整个语篇显得客观、正式、严谨。例如：If, whether during the execution of the works or after their completion and whether before or after the repudiation or other termination of the contract, between the Employer and the Contractor arises any dispute in connection with, or arising out of, the Contract or the execution of the works, including any disagreement by either party with any action, inaction, opinion, instruction, determination, certificate or valuation of the Engineer, the matter shall, in the first place, be referred to the Disputes Review Board. (无论是在工程执行过程中，还是在工程完成以后，也无论是在放弃合同或其他终止合同之前或者之后，如果业主与承包商之间出现任何与合同或工程执行有关的或因合同或工程执行而引发的争端，包括任何一方对工程师的任何行动、不行动、意见、指示、决定、证书或评价所产生的异议，那么该争端应首先提交争端审核委员会。)

在这句话中，execution, completion, repudiation, termination, disagreement, action, inaction, instruction, determination, valuation分别是动词execute, complete, repudiate, terminate, disagree, act, do not act, instruct, determine, valuate的名词化。

¹ 功能词是指没有独立意义但体现句子之间语法关系的词语，如连词、介词、冠词等。

二、译例举隅及翻译点评

例 1 [原文] 每年的两届交易会,把全国几乎所有的外贸公司和出口商品集中起来,统一到广州展出、成交,减少了我们到国外推销的支出,外商也可只派少数人到会选购,不必花大人力到我各口岸寻找生意,节省了买卖双方的费用,深受国外经营各种商品的中小客商的欢迎。

[译文] The biannual Guangzhou Fair is attended by almost all foreign trade companies in China and presents a great number of export commodities to buyers from abroad. Many business transactions are concluded at the fair. As sellers and buyers can all gather in one place to conduct trade talks, the fair apparently saves them a great deal of time and money. This explains why the Guangzhou Fair has long been popular among overseas traders.

点评 汉语的行文方式同英语的行文方式有很大差异,这种差异在商务语篇中体现得也很充分。因此,在将汉语的商务语篇翻译成英语时,译者一定要善于把握汉语原文信息,并在此基础上通过信息整合等方式对原文信息进行加工,使译文符合目的语的表达需要。本例中的英译文重组了原文信息,并按照英语的表达方式和新的视角来行文,使得英译文条理清楚、逻辑清晰。首先,“每年的两届交易会”是本句的中心话题,以它作为第一句的主语至关重要。接下来在谓语部分“is attended by almost all foreign trade companies in China”中传达出了“把全国几乎所有的外贸公司和出口商品集中起来,统一到广州展出、成交”这一信息,从形式上看似乎不对应,但却取得了“神似”的效果。对于“减少了我们到国外推销的支出,外商也可只派少数人到会选购,不必花大人力到我各口岸寻找生意,节省了买卖双方的费用”这部分的翻译,译者进行了分译和整合处理。首先,译者对这部分内容所传达的深层意思进行了提炼,以“Many business transactions are concluded at the fair”译出,表面上看似乎是额外增加的信息,但实际上它已隐含在原文之中,对此信息进行明示也更符合上下文的行文逻辑。接着对“外商也可只派少数人到会选购,不必花大人力到我各口岸寻找生意”以“As”引导的原因状语从句译出,同时对在原文分在两处的“减少了我们到国外推销的支出”和“节省了买卖双方的费用”进行整合,以“the fair apparently saves them (sellers and buyers) a great deal of time and money”译出,合情合理。最后一句“深受国外经营各种商品的中小客商的欢迎”以“This explains why...”来翻译,既同上文紧密地

衔接了起来,又再现了该分句同上文各分句之间的逻辑关系。

例 2 [原文] 他们以外商为对象,通过各种形式,调查研究国外市场的需求情况及他们对我出口商品的反应,从而弄清我出口商品哪些可发展,哪些宜控制,哪些该提高质量、增加花色品种、改进包装装潢及如何扩大推销等,并制定计划,拟定措施,使我国生产出更多的适销对路的出口商品,换取更多的外汇。

[译文] Through contacts with overseas businessmen, Chinese companies can conduct overseas market surveys. This will help them to understand which commodities to produce and in what quantity, as well as which products to improve in terms of quality. They will also find out how to increase their range of products and how to improve the packaging of their commodities. All these will no doubt help promote China's export trade.

点评 任何翻译都要涉及两种语言,所涉及的两种语言在表达方式上不可能完全一样,比如,有时源语(the source language)将细节充分明示出来,但如果译语也以同样的明示方式传达原文信息就不简洁,此时就需要在译文中做暗示处理。对于“以外商为对象,通过各种形式”,英译文以一介词短语“Through contacts with overseas businessmen”就足以传达原文的含义,其中“contacts”一词中的复数“-s”传达出了“通过各种形式”的含义。此外,原文第一个分句的谓语部分“调查研究国外市场的需求情况及他们对我出口商品的反应”在英译文中以“conduct overseas market surveys”即可简要再现原文之含义。原文中“从而弄清”在英译文中以“This will help them to understand ...”既充分传达出原文的内涵,又起到承上启下的作用。对于“如何扩大推销等,并制定计划,拟定措施”这些不太重要的信息,英译文予以省略。而对于原文最后一句“使我国生产出更多的适销对路的出口商品,换取更多的外汇”,英译文做了简化处理,将此句意译成“All these will no doubt help promote China's export trade”便足够了。

例 3 [原文] 内地的改革开放促进了与港澳地区的经济关系,除了贸易外,还在相互的资金、生产和技术合作与交流规模上不断扩大和深化,使得两地经济联系突破传统的贸易单一格局,呈现出多元化发展的趋势。

[译文] The open-up policy and reforms adopted in the Chinese mainland have spurred its economic links with Hong Kong and Macao. These links have been strengthened through the introduction of capital and