

高等教育“十三五”部委级规划教材

通达英语写译系列教程 3

# 商务汉译英教程

主 编 / 司显柱 束光辉

副主编 / 吴中东 郭 丽

A Textbook for  
Business Translation  
from Chinese into  
English

東華大學出版社

高等教育“十三五”部委级规划教材

通达英语写译系列教程 3

# 商务汉译英教程

A Textbook for Business Translation from Chinese into English

主 编 司显柱 束光辉

副主编 吴中东 郭 丽

東華大學出版社

· 上海 ·

A Textbook for Business Translation from Chinese into English

## 图书在版编目(CIP)数据

商务汉译英教程 / 司显柱 束光辉 主编. —上海: 东华大学出版社, 2016. 3

通达英语写译系列教程

ISBN 978-7-5669-0888-9

I. ① 英... II. ① 司... III. ① 商务—英语—翻译—教材  
IV. ① H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 213151 号

## 《通达英语写译系列教程》编委会名单

总主编 司显柱 北京交通大学

编委(按拼音为序):

陈国兴 齐鲁工业大学

李发根 南昌理工学院

齐登红 聊城大学

汪顺玉 重庆邮电大学

谢楠 临沂大学

赵秀凤 中国石油大学(北京)

陈家旭 上海应用技术学院

李翔 北方工业大学

唐斌 华东交通大学

许祖华 江西理工大学

张跃军 厦门理工学院

赵增虎 河南理工大学

责任编辑 曹晓虹

封面设计 姚大斌

## 商务汉译英教程

司显柱 束光辉 主编

出版发行 **东华大学** 出版社

(上海市延安西路 1882 号 邮政编码: 200051)

联系电话 编辑部 021-62379902

发行部 021-62193056 62373056

出版社网址 <http://www.dhupress.net>

天猫旗舰店 <http://dhdx.tmall.com>

经 销 全国新华书店

印 刷 江苏省南通印刷总厂有限公司

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 15.75

字 数 672 千

版 次 2016 年 3 月 第 1 版

印 次 2016 年 3 月 第 1 次 印刷

ISBN 978-7-5669-0888-9/H. 676 定价: 28.90 元

## 总 序

“工欲善其事,必先利其器”。现在流传于世面的高等教育英语教材品种繁多,版本多样,各具特色,也各有优劣。《通达英语写译系列教程》编者期待能为英语教师和学习者提供一个较好的选择。

该系列教材之所以冠名“通达”,既希望其作为一套教材能够体现编者“通晓”“畅达”之编写理念,更希望学习者在使用这套教材后能够达致使用英语有效“沟通”“传达”之效果。

《通达英语写译系列教程》编者结合多年教学实践及以往教材编写经验,洞察到大学阶段英语教学之根本目的在于培养学生英语应用能力和交际能力,而写作与翻译能力则是上述能力重要组成与体现,据此决定编写这套写译系列教材,冀望满足高校英汉翻译与英文写作之教与学需求。

《通达英语写译系列教程》遵循以下编撰理念:以学习者为本。编者努力站在学习者角度思考问题,考虑学习者使用教材时感受和需要,强调锻炼学习者的思维能力以及实际语言应用能力,让教材真正能够为学习者所用。

以理论导向实践为基准。理论阐释与实践训练结合:一方面引入相关理论以释惑解疑;另一方面针对性设计案例和习题以学以致用,举一反三,切实提高学习者语言感悟和应用能力。以合理结构为基础。借鉴和吸收其他优秀教材编写思路、方法,避免写译教材知识点设置按部就班,理论讲解枯燥无味,尽量抓住学习者兴趣点,减少学习者对写译课程通常具有的畏难情绪。以典型案例为导向。案例选择既注重传统经典,又兼顾时代性和趣味性,具有较强示范性。本系列教材有机融入最新翻译与写作实例,并利用理论工具对其进行系统分析,提高学习者理论学习兴趣和效果。

《通达英语写译系列教程》并非闭门造车、横空生出,而是对若干优秀教材

修订改进后成型。本系列教材前身为4本高等教育“十二五”部委级规划教材,其中《汉译英教程新编》为“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材。在较高起点基础上,《通达英语写译系列教程》秉承上述编写理念,进一步调整优化教材结构和内容,优选扩充编写人员,形成了目前全套计5册的系列教材:第一册《英译汉教程》、第二册《汉译英教程》、第三册《商务汉译英教程》、第四册《英语基础写作教程》、第五册《英语应用写作教程》。

本系列教程通过如此调整,更注重遵循英语能力养成规律,将写作和翻译两项重要英语能力培养有机结合。每一册教材既具有独立性与针对性,又在编写体系及内容上与其他教材互为补充、相互呼应,形成一套有机整体,为学习者英语应用能力得到切实锻造、发展和提高保驾护航。

一套优质教材的形成如同一棵幼树的成长:先进的理论导向是良好的生长土壤,合理的框架构成其健康的枝干,最后在编写人员施肥浇水(以适切的语言提供读者所需要的内容)下终形成枝繁叶茂的大树。衷心期待这套教材能在广大使用者手中开花结果,假以时日,发展成为师生手头的优秀教科书。

诚然,受限于编者水平等因素,错漏之处难免,恳请前辈、同行和使用教材的广大师生提出意见和批评,便于今后改进和提高。必须指出:本系列教材许多立论与例证选自于参考文献所列条目,在此,谨向文献出版机构和作者表达诚挚的感谢!

教材总主编 司显柱

2015年仲夏于北京

## 前 言

《商务汉译英教程》融商务专业知识与语言学和汉英翻译理论、技巧于一体,理论与实践并重,专业与语言并举,旨在培养学生从事涉外商务材料的汉译英能力。内容包括:商务汉英翻译概论、企业宣传材料翻译、商品说明书翻译、商务广告翻译、营销管理材料翻译、金融与证券材料翻译、商务会议材料翻译、国际商务合同翻译、国际招投标书翻译、宏观经济与发展文件翻译、国际贸易与合作文件翻译、商务信函翻译、旅游文本翻译、公示语翻译等十四章,涉及我国对外经贸交往活动的几乎全部方面。

基于编者的商务翻译理论修养、实践与商务翻译教学经验,本教材编写中贯穿了以下理念,并呈现如下特征:提升学生的理论素养。每章都包含对相关翻译理念、原则、技巧、句法、文章特点等的阐释,旨在“授人以渔”。锻造学生的翻译能力。每章均安排汉、英文章供对照阅读,并配以详细注解和翻译时涉及的翻译技巧、思路讲解,在此基础上,针对性地设计足量的课内外翻译练习,供巩固与提高。体现时代性 选材新颖。所选材料内容新,汉语原文和英译文语言地道,时代感强,具科学性、实用性等特点。

因水平有限,错误在所难免,欢迎批评指正。

编 者

2015年10月

# 目 录

## 总序

## 前言

- 1 >>> 第一章 商务汉英翻译概论
- 11 >>> 第二章 企业宣传材料翻译
  - 11 >>> 一、企业宣传材料特点
  - 12 >>> 二、翻译策略
  - 14 >>> 三、商号翻译
  - 17 >>> 四、汉英对照阅读
  - 21 >>> 五、词语拓展
- 25 >>> 第三章 商品说明书翻译
  - 25 >>> 一、商品说明书概说
  - 26 >>> 二、商品说明书词汇特征
  - 28 >>> 三、商品说明书句法特征
  - 29 >>> 四、商品说明书翻译
  - 34 >>> 五、汉英对照阅读
  - 37 >>> 六、词语拓展
- 40 >>> 第四章 商务广告翻译
  - 40 >>> 一、广告功能与分类概述
  - 41 >>> 二、商务广告语言特点

- 42 >>> 三、广告翻译原则
- 44 >>> 四、汉英对照阅读
- 46 >>> 五、词语拓展
- 49 >>> **第五章 营销管理材料翻译**
- 49 >>> 一、营销管理概述
- 50 >>> 二、营销管理材料语言特点
- 51 >>> 三、营销管理类材料翻译原则
- 52 >>> 四、汉英对照阅读
- 56 >>> 五、词语拓展
- 60 >>> **第六章 金融与证券材料翻译**
- 60 >>> 一、金融概念
- 61 >>> 二、证券概念
- 62 >>> 三、金融英语语言特点
- 65 >>> 四、证券英语语言特点
- 66 >>> 五、证券英语翻译策略
- 67 >>> 六、汉英对照阅读(金融)
- 71 >>> 七、汉英对照阅读(证券)
- 73 >>> 八、词语拓展
- 79 >>> **第七章 商务会议材料翻译**
- 79 >>> 一、商务会议材料语言特点
- 80 >>> 二、翻译原则
- 81 >>> 三、对照阅读
- 92 >>> 四、词语拓展



100	>>>	<b>第八章 国际商务合同翻译</b>
100	>>>	一、国际商务合同概述
101	>>>	二、法律文体语义特征
103	>>>	三、国际商务合同翻译标准
104	>>>	四、规范翻译词语
111	>>>	五、对照阅读
119	>>>	六、词语拓展
128	>>>	<b>第九章 国际招投标书翻译</b>
128	>>>	一、国际招投标书概述
130	>>>	二、招投标书翻译
133	>>>	三、对照阅读
137	>>>	四、词语拓展
142	>>>	<b>第十章 宏观经济与发展文件翻译</b>
142	>>>	一、宏观经济类材料语言特点
143	>>>	二、翻译原则
144	>>>	三、翻译指要
147	>>>	四、对照阅读
154	>>>	五、词语拓展
159	>>>	<b>第十一章 国际贸易与合作文件翻译</b>
159	>>>	一、中国对外贸易发展概述
160	>>>	二、国际贸易与合作材料语言特点
161	>>>	三、国际贸易与合作相关文件翻译
165	>>>	四、对照阅读

170	>>>	五、词语拓展
175	>>>	<b>第十二章 商务信函翻译</b>
175	>>>	一、商务信函概述
182	>>>	二、对照阅读
192	>>>	三、词语拓展
198	>>>	<b>第十三章 旅游文本翻译</b>
198	>>>	一、旅游文本概述
199	>>>	二、旅游文本翻译
204	>>>	三、对照阅读
206	>>>	四、词语拓展
211	>>>	<b>第十四章 公示语翻译</b>
211	>>>	一、公示语概述
214	>>>	二、公示语翻译原则
216	>>>	三、对照阅读
218	>>>	四、词语拓展
222	>>>	<b>参考文献</b>
224	>>>	<b>练习题参考译文</b>



## 第一章 商务汉英翻译概论

随着全球化的发展,中国与世界的商贸联系更加密切,商务文本的翻译也越来越多。由于商务文本涉及各方的经济利益,对商务文本翻译的要求很高,译界对商务翻译的标准的讨论也更加深入。李明在《商务英语翻译(汉译英)》(2007:15-16)中就商务汉英翻译标准阐述了颇有价值的论点,他认为人们在谈到翻译标准时,便会自然想起严复所提出的“信达雅”三字标准。该标准为我国翻译事业的发展作出了有益贡献,但也存在着历史局限性。

我们认为,严复所提出的“信达雅”三字翻译标准存在三大缺陷:一是基于个人的翻译经验提出,感性的成分较多,既缺乏系统性,也没有从语言学、符号学等中寻找理论依据;二是它强调的是源语与目标语在语言层面上的相似或对等,而没有将作为社会交往行为的翻译活动置于社会文化的大背景之下进行考察,因而用此翻译标准评价译文有失偏颇;三是单向、静态的特点。这不仅表现在这三个词的顺序始终如一,而且缺乏有效的动态性。所以,如果将“信达雅”看作是可以接受的翻译标准,那么在翻译时,实际上是不可能总是依据“信达雅”的顺序进行翻译,有时会因文本的不同而依据“达雅信”、“雅信达”或“雅达信”。

自20世纪80年代开始,西方译论被大量引入中国。以此为契机,人们对我国传统的翻译标准进行了重新审视,引进了西方的诸如“等值”“等效”“对等”等翻译新概念。但这些标准或原则均是基于语言文化习惯非常接近的西方语言文字之间的翻译而提出,若将它们直接用作语言文化差异较大的汉语同英语之间的翻译标准显然不甚合适。

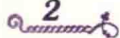


从本质上讲,翻译是一定社会语境下发生的交际过程(Hatim & Mason, 2001: 3), 是一项跨语言、跨文化的交流活动(沈苏儒, 1998: 156)。换言之,翻译是一种社会交往行为,其过程具有动态性。因此,翻译标准的制定,要关注其“社会”和“行为”这两个属性,同时又要关注其动态性的特征。而“信达雅”标准则较多地关注两种语言层面上的忠实与通顺,而未将原文作者的意图、译者的主体性、译文在目的语中的效果等放入其中进行考察,它所关注的只是两种语言之间的静止状态。而且,它是针对文学翻译而提出,而如今非文学翻译或应用翻译的内容、形式多样繁复,此标准就不能全面地指导和服务于翻译实践。

德国著名思想家和哲学家哈贝马斯提出的交往行为理论为我们从事翻译研究提供了新的视角。哈贝马斯认为,结构主义语言学只关注语言的系统,而忽视言语(Parole)的问题:结构主义认为,语言是有规律性的结构系统,而言语则仅仅是个人现象,不受规律约束,不可进行规律分析。他认为,言语才是实际交往中所使用的,其单位是言语行为,该言语行为不仅受语言规律的制约,还受到社会规范的制约。哈贝马斯认为,交往行为就是以符号、语言、意识和文化等表现出来的人与人之间的相互关系和相互作用,或者说是主体之间借助语言符号,通过对话而达到相互理解、信任与和谐的过程。哈贝马斯认为,普遍语言学的功能有三项:“呈现世界中的某种东西、表达言说者的意向、建立合法的人际关系。”其理论重点在第三方面,即建立合理的人际关系。针对语用学的三项功能,即呈现事实、建立关系和表达意向,哈贝马斯提出了三点要求,即相应于事实的真实性,相应于关系的正确性和相应于表达的真实性:

(1)在语言的认识式运用中,陈述内容的真实性就居于显著地位;(2)在语言的相互作用式运用中,人际关系的正确性(或适宜性)就居于显著地位;(3)在语言的表达式运用中,则是言说者的真诚性居于显著地位。

因此,作为一种社会交往行为的翻译,我们在制定翻译标准时,必须既要关注其“社会”和“行为”这两个属性,又要关注其动态性。根据哈贝马斯的普遍语言学理论,我们将文学翻译的标准定为“达意”(Conveyance of semantic meaning)“达旨”(Conveyance of intention)“达趣”(Conveyance of charm)“达效”(Conveyance of effects)的“四达”翻译标准,非文学翻译标准定为“达意”“达旨”“达效”的“三达”翻译标准。所谓“达意”就是指译文必须传达源语文本的语义;“达旨”就是指译文必须传达原文作者的写作意图;“达趣”就是指译文必须传达源语文本的神韵和语趣;“达效”是指译文必须取得同原文一样的效果。当然非文学翻译所涉及的范围、专业较广,商务英语





翻译作为非文学翻译中的一种,有其自身的文体风格和翻译特点,为此,我们结合商务英语的特点和语用功能,参考哈贝马斯交往行为理论,提出了商务英语的翻译标准:忠实(faithfulness)、准确(exactness)、统一(consistency)、得体(appropriateness)。商务英语翻译“忠实、准确、统一、得体”的原则从根本上说是适应了商务语言与信息内容的特殊性。这个翻译原则基本上能反映商务汉英语言的变换标准,能满足商务汉英翻译标准问题的特殊需要。这个翻译原则应当作为本书的指导思想,贯彻始终(转引自李明,2007:16-17)。

### 1. 商务汉英翻译的“忠实”原则与运用

刘法公在《商贸汉英翻译评论》(2004:22-24)中指出,商务翻译的“忠实”是指正确地将原文语言的信息用译文语言表达出来。这个“忠实”不苛求语法与句子结构的一致,却要求信息内涵上的相等。商务活动中的信息传递靠的是相等,即信息等值,而不单纯是“语义等值”。请看下列译文在“忠实”上所出现的问题。

例1. 中国银行、中国建设银行、中国工商银行、国家外汇管理局、国际信托投资及中国人民保险公司等均在宁波设有分支机构。

The following financial institutions and corporations maintain their affiliated organizations in Ningbo: the Bank of China, the Construction Bank of China, the Industrial & Commercial Bank of China, the State General Administration of Exchange Control, China's International Trust & Investment Corporation and the People's Insurance Company of China.

从表面上看,译文尚通顺。对照“忠实”的原则,我们不难发现了几点欠缺:

第一,原文的“分支机构”这个信息在译文中成为“affiliated organizations”,信息内容有所改变。原文的“分支机构”使读者得知这些地方是可以办理相关的经营业务的,而译文“affiliated organization”给读者提供的却不完全是这样的信息。“affiliated organization”可指“下属的协会、刊物”等,经营功能则被弱化。

第二,“国家外汇管理局”的通用译名是“the State Administration of Exchange Control”,其中无 General 一词。国际信托投资的通用译名是:China International Trust & Investment Corporation (CITIC),其中的 China 并没有's。

译文这几方面的欠缺阻碍了原文信息忠实地传递到译文语言,造成信息的不等值。



例2. 客商从开发区企业分得的利润汇出境外时,免征所得税。

Profits gained by the investors and businessmen from the Development Zone enterprises will be exempted from tax when remitted out of China.

译文有三处没有做到“忠实”于原文,也就是说误传了原文的信息,第一,原文“客商从开发区企业分得的利润”译为“profits gained by the investors and businessmen from the Development Zone enterprises”,(客商在开发区企业的盈利),意思已被改变。“分得的利润”应译为 dividend,而“profits gained by the investors and businessmen from the Development Zone enterprises”译为“由客商在开发区经营企业所产生的利润”,这个概念很大。这样的翻译必然给外商造成错觉,以为他们经营企业所获的利润都可免税了。可见,不忠实的译文危害很大。第二,原文“免征所得税”译为“be exempted from tax”也属违背翻译的“忠实”原则。原文是指“免征所得税”,概念具体;而译文则变为“免征税”,概念模糊,信息传递扭曲,应译为“be exempted from personal income tax”。第三,“汇出境外时”译成“when remitted out of China”,暗含“征税是在汇款时进行”之意。这不是原文“汇出境外时”的内涵,此处的“时”实为英语的 if(条件)。译为 if remitted out of China 才能“忠实”地表达原文的信息。

例3. 五谷香酥片配以麻辣、五香、奶油、巧克力、芝麻、咖喱、海鲜等各种调料,方便即食,营养丰富,老少皆宜。

Crisp Cereal Chip is adopted with condiment as if hot pepper, spices, cream, chocolate, sesame, curry, seafood so on and so forth, it is nutritious and tasty to every one, convenient to eat at once, ideal for children and the old.

原文与译文没有做到信息等值。首先,“配以……各种调料”在译文中被错译为“is adopted with…”,与原文意思大相径庭。译文“as if…”的结构令人莫名其妙。“营养丰富”译作“nutritious”(营养),属误译。“方便即食”给原文读者的信息是“已是熟食品,打开即可食用”,而“convenient to eat at once”是汉语式英语,给译文读者的感觉是“立刻吃是方便的,过后吃就难说了”。“不忠实”的翻译无法正确传递原文的食品特点,必然会使英语读者难以了解原文的真正含义。

不妨对上述译文进行修改,使其语义更“忠实”,文中的斜体部分是重点改动之处:Crisp Cereal Chip is *nicely flavored* with condiments *such as* hot pepper, spices, cream, chocolate, sesame, curry, *and seafood extract*. It is *nutritious and ready to serve*.

修改说明:be nicely flavored with(由……而增添了美味)更恰当地表现了原文的



内涵;condiments 以复数形式,后接 such as 之后的名词都是 condiments 的组成部分;“海鲜”(seafood)不可能直接放在“五谷香酥片”内当调料,故改用 seafood extract(海鲜提炼物);“老少皆宜”是汉语的套语,英语中无特殊情况绝少使用这种表达,所以省略不译为好。

商务汉英翻译的“忠实”标准要求译文须正确传递原文信息,要求原文读者获得的信息与译文读者获得的信息等值。这是翻译最起码应该做到的。

## 2. 商务汉英翻译的“准确”原则与运用

简单地说,商务汉英翻译的“准确”原则中指译者在将原文语言内容转换到译文语言内容的过程中选词准确,做到概念表达确切,物与名所指正确,数码与单位要求精确。

商务翻译的“准确”原则首先体现在选词上。准确地选用译文词是以正确理解原文词为基础的,它体现了译者的商务专业知识和对汉英双语词汇的深刻理解。例如“保税区”的英译,我国流行的英语译名是 Bonded Zone,而不是 Free Trade Zone。

例 1. 保税仓库—bonded warehouse

保税保险—bonding insurance

保税卡车—customs bonded vehicle

保税库交货价—delivery in bond

汉语词“保税”在不同的搭配中有不同的英语表达法,翻译时按其内涵“准确”选择英语词,才能保证信息与概念的对应转换。

例 2. 如贵方能将尿素报价降至每吨 1200 美元,我们可订购 150 至 180 吨。

If you can reduce your price of urea to 1,200 dollars per ton, we may be able to place an order of 150 - 180 tons.

上述译文有两点欠准确,需要核实。第一,“吨”作为重量单位在不同的度量制中有不同的解释。美制中分“长吨”“短吨”,1 长吨 = 1.016 公吨;1 短吨 = 0.9072 公吨。英制中 1 长吨 = 2240 英镑。在公制重量单位中,1 长吨 = 1000 公斤。而在中国实行的是国际标准制,采用公吨的重量单位。因此,原文中的“吨”宜译为 metric ton,以免造成误解。第二,在中国的一般读者眼中,“美元”就是美国的货币单位,就是英语 dollar,但 dollar 在英语中并不仅仅表示“美元”,加元、澳元、新元、港元等货币都以 dollar 为单位。为了避免混乱,译者若译“美元”,就应写为:US Dollar,缩写是 USD/US



\$。其他国家的“元”的写法应该是：

加拿大元	Canadian Dollar	Can \$
澳大利亚元	Australian Dollar	A \$
新加坡元	Singapore Dollar	S \$
新西兰元	New Zealand Dollar	NZ \$
港元	Hong Kong Dollar	HK \$

商务翻译的“准确”原则,主要是规定原文与译文术语概念上的准确传递,而并不要求表面用词和结构的对应。要做到翻译的“准确”,译者就应扎实地学习汉英语言知识和商务专业知识。同样一个概念在不同的语言环境中需要不同的表达。译者把握翻译的“准确”,就能使原文在译文中达到贴切、到位的表达。

商务英语翻译对概念的限定比较严格,也给译者的语言之外的知识提出了更高的要求。译者仅满足于对某个英文词的一般理解远不能做好商务翻译,商务翻译必须满足和符合专业英语读者的需要。请看下列汉英词语在不同语境中的意义:

基本建设	capital construction
基本险	with particular average (WPA)
基本物资	essential commodity
基本条款	condition clause
基本工业	primary industry
基本建设	infrastructure
基本价格	base price
基本工资	basic wage
基本数据	benchmark data
基本利益	fundamental interest
基本材料	direct material

我们看到“基本”这个汉语词并不都是 basic 或 base 可以表达的。不同的搭配中,用不同的英文词表达,才符合商务英语的习惯。要遵循商务汉英翻译的“准确”原则,我们就必须尊重这些“基本”的英语表达差异。

### 3. 商务汉英翻译的“统一”原则与运用

商务汉英翻译的“统一”原则,是指在汉英翻译过程中译名、概念、术语应始终保





持统一,不允许将同一概念或术语随意变换译名。当然,商务翻译的“统一”原则在一定程度上还依赖广大译者的共同努力以及权威部门的统一规定。我们从事商务汉英翻译时,保持译名的统一也就等于方便读者理解,顺利传达信息。

汉英翻译过程中,保持译文“统一”的途径有三条:

1) 翻译中国特有的新生术语时,参照《中国日报》《中国建设》《北京周报》等英文报刊上的译名,或《中国翻译》封底上提供的译名。

下面这些汉语词英译名就来自于上述的刊物,请看:

化解金融风险	defuse financial risks
经济适用房	affordable housing
出口配额	export quota
通胀预期	inflation expectation
民生	well-being of the people

商务汉英翻译最困难的任务是将中国新生的词语恰当地译成英语。唯一的解决办法是译者加强学习,不断阅读英文报刊,及时掌握新生词语的译法动向。

2) 翻译商务领域通用术语时,译者应参阅国际商务英语文献,保持商务通用术语汉英译名的稳定性和统一性。

商务领域通用汉语术语几乎都有固定的英语表达,译者的任务就是把双语同一概念相对应的译名加以匹配,做到始终如一,例如:

(1) 相对优势—comparative advantage theory(商务通用英语术语)

而不是 relative advantage theory(自编英语术语)

(2) 贸易盈余—trade surplus(商务通用英语术语)

而不是 trade profit(自编英语术语)

(3) 原产地—place of origin(商务通用英语术语)

而不是 original producing place(自编英语术语)

(4) 免征进口税的货物—free goods(商务通用英语术语)

而不是 import duty exempted goods(自编英语术语)

3) 翻译中国特有的商品品名时,译者应主要参考商务专业汉英词典。

从事商务汉英翻译离不开商务专业词典。汉译英中国特有的商品品名,就应参阅《汉英对外经贸词典》、《汉英英汉实用外经外贸辞典》、《实用外贸英汉词典》或《汉英