

Shangwu Waiyu Yanjiu

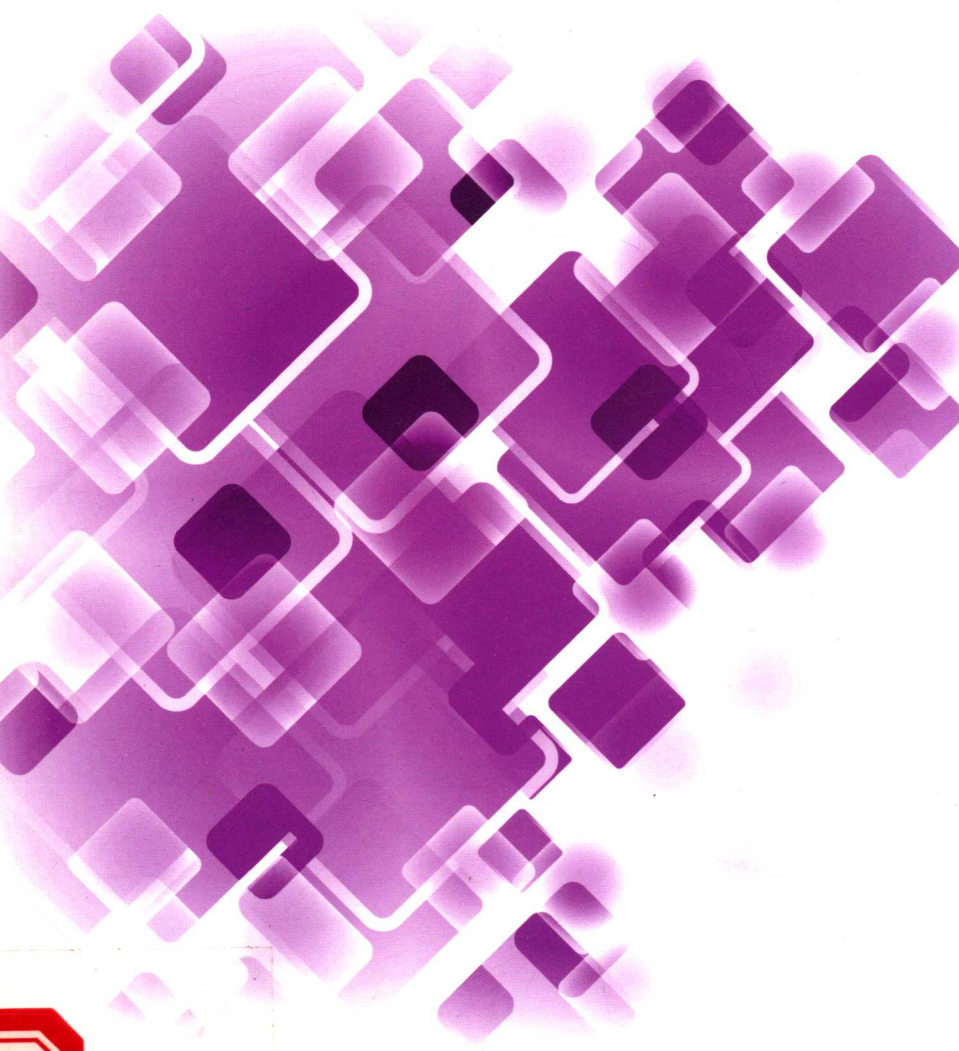
12

商务外语研究

Business Languages and Communication

主 编 王立非

执行主编 徐 珺



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

商务外语研究 12

Business Languages and Communication 12

主 编 王立非

执行主编 徐 珺

对外经济贸易大学出版社

中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

商务外语研究. 12 / 王立非主编. —北京: 对外
经济贸易大学出版社, 2016.5

ISBN 978-7-5663-1581-6

I. ①商… II. ①王… III. ①商务-外语-文集
IV. ①H3-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 083906 号

© 2016 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

商务外语研究 12

Business Languages and Communication 12

王立非 主编 徐 珺 执行主编

责任编辑: 刘 丹

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

三河市少明印务有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 210mm×285mm 5 印张 147 千字

2016 年 5 月北京第 1 版 2016 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-1581-6

定价: 15.00 元

《商务外语研究》编委会

学术委员会

主任：施建军

委员（按姓氏音序）

常少华	《中国外语》杂志社
程晓堂	北京师范大学
程朝翔	北京大学
顾曰国	中国社会科学院
黄国文	中山大学
黄震华	对外经济贸易大学
刘世生	清华大学
石 坚	四川大学
束定芳	上海外国语大学
王克非	北京外国语大学
王 宁	清华大学
文秋芳	北京外国语大学
许 钧	南京大学
杨 平	《中国翻译》杂志社
杨信彰	厦门大学
仲伟合	广东外语外贸大学
朱永生	复旦大学

编辑委员会

主任：王立非

执行主任：徐 珺

委员（按姓氏音序）

Bertha Du-Babcock	(City University of Hong Kong)
David Victor	(Eastern Michigan University)
Winnie Cheng	(The Hong Kong Polytechnic University)
冯晓虎	对外经济贸易大学
宫桓刚	东北财经大学
韩 红	对外经济贸易大学
吕世生	南开大学
潘惠霞	西安外国语大学
王晓红	中央财经大学
王晓群	上海财经大学
翁凤翔	上海海事大学
许德金	对外经济贸易大学
严 明	黑龙江大学
叶兴国	上海对外经贸大学
俞洪亮	扬州大学
俞利军	对外经济贸易大学

Academic Committee

Chair: Shi Jianjun

Members (alphabetically)

Chang Shaohua (*Foreign Languages in China Journal*)

Cheng Xiaotang (Beijing Normal University)

Cheng Zhaoxiang (Peking University)

Gu Yueguo (Chinese Academy of Social Sciences)

Huang Guowen (Sun Yat-Sen University)

Huang Zhenhua (University of International Business and Economics)

Liu Shisheng (Tsinghua University)

Shi Jian (Sichuan University)

Shu Dingfang (Shanghai International Studies University)

Wang Kefei (Beijing Foreign Studies University)

Wang Ning (Tsinghua University)

Wen Qiufang (Beijing Foreign Studies University)

Xu Jun (Nanjing University)

Yang Ping (*Chinese Translators Journal*)

Yang Xinzhang (Xiamen University)

Zhong Weihe (Guangdong University of Foreign Studies)

Zhu Yongsheng (Fudan University)

Editorial Board

Chair: Wang Lifei

Executive Chair: Xu Jun

Members (alphabetically)

Bertha Du-Babcock (City University of Hong Kong)

David Victor (Eastern Michigan University)

Winnie Cheng (The Hong Kong Polytechnic University)

Feng Xiaohu (University of International Business and Economics)

Gong Huangang (Dongbei University of Finance and Economics)

Han Hong (University of International Business and Economics)

Lü Shisheng (Nankai University)

Pan Huixia (Xi'an International Studies University)

Wang Xiaohong (Central University of Finance and Economics)

Wang Xiaoqun (Shanghai University of Finance and Economics)

Weng Fengxiang (Shanghai Maritime University)

Xu Dejin (University of International Business and Economics)

Yan Ming (Heilongjiang University)

Ye Xingguo (Shanghai University of International Business and Economics)

Yu Hongliang (Yangzhou University)

Yu Lijun (University of International Business and Economics)

目 录

商务语言研究

- 语言服务行业的基本问题研究..... 崔启亮 张 玥 (1)

商务写作研究

- 中国企业走出去的沟通策略研究——以上市期间的阿里巴巴为例..... 李 筱 宋成方 (9)
语料库分析工具 Wmatrix 和 Sketch Engine 的应用..... 高 超 (16)

商务英语教学研究

- 商务英语写作中教师反馈与同伴反馈之对比研究..... 归 樱 (24)
商务英语本科专业“双师型”教师队伍分层建设研究..... 邹 莉 (33)

商务英语翻译研究

- 《孙子兵法》英译及其研究综述..... 徐 珺 田芳宁 (39)
翻译项目为主导的 MTI 机辅翻译教学模式探析
——以《中华艺术通史》英译项目为例..... 项 东 李 莉 (44)
“翻译工作坊”模式在商务英语翻译教学中的应用..... 李 晶 (51)

书刊导读与评介

- 《职场话语——语料库语言学视角》导读..... 孙 亚 马 婷 (54)
《商务英语教学》简介..... 江进林 廖云飞 (63)

信息之窗

- 征稿启事..... (70)
对外经济贸易大学英语学院商务英语研究生博士点简介..... (72)

Contents

Study on Basic Issues of Language Service Industry	CUI Qiliang ZHANG Yue (1)
Communication Strategies in Chinese Enterprises “Going Out” Process: A Case Study on Those of Alibaba Corporation during IPO	LI Xiao SONG Cheng fang (9)
Functions of Corpus Analysis Tools: Wmatrix and Sketch Engine	GAO Chao (16)
A Comparative Study of Teacher Feedback and Peer Feedback in Business English Writing	GUI Ying (24)
Business English “Double Professional” Exploration of Teachers Team Hierarchical Construction	ZOU Li (33)
A Review of the English Translation of <i>Sun Tzu: The Art of War</i>	XU Jun TIAN Fangning (39)
A Project-Focused Teaching Mode for Computer-Aided Translation: Exemplified by the Project Translating <i>Zhonghua Yishu Tongshi</i> into English	XIANG Dong LI Li (44)
The Application of Translation Workshop Model in Business English Translation Teaching	LI Jing (51)
An Introduction to <i>Discourse in the Professions: Perspectives from Corpus Linguistics</i>	SUN Ya MA Ting (54)
Review of <i>Teach Business English</i>	JIANG Jinlin LIAO Yunfei (63)

语言服务行业的基本问题研究*

崔启亮 张 玥

(对外经济贸易大学英语学院, 北京 100029)

摘 要: 全球化和信息化的社会对翻译服务提出了新的要求, 传统的翻译服务行业顺应市场变化发生着调整和改革, 新的语言服务概念逐渐形成, 语言服务行业逐渐成形。本文结合中国翻译协会、欧盟翻译总司、卡门森斯咨询公司等专业机构的数据资料, 从语言服务和语言服务行业的基本概念研究入手, 论述了语言服务和语言服务行业的基本内容和基本特征, 以此探讨了语言服务及语言服务行业值得研究的基本问题。

关键词: 语言服务; 语言服务行业

Study on Basic Issues of Language Service Industry

CUI Qiliang ZHANG Yue

(School of International Studies, University of International Business and Economics,
Beijing 100029, China)

Abstract: The society, which is embracing globalization and informatization, puts forward new requirements for translation service. Traditional translation service industry has been adjusting and reforming according to the changes in the market, in which process, the new concepts of language service and language service industry are generated. Starting with the concepts of language service and language service industry, the basic contents and characteristics of language service and language service industry are discussed based on data from Translator Association of China, Directorate-General for Translation of European Commission and Common Sense Advisory, etc.

Key words: language service; language service industry

1. 引言

为顺应全球化的市场经济的发展趋势, 翻译服务作为服务业的一种, 也随着时代背景和市场要求的变化随之做出调整, 正在向语言服务转变(中国翻译协会等, 2015)。语言服务重视客户和市场, 服务内容和产品范围不断充实、

细化, 并逐步制定和统一服务标准与规范。随着语言服务的专业化和规模化发展, 语言服务行业逐渐形成, 并且从服务形态到行业生态链都在不断发展, 并融入到了社会经济、文化、政治之中。语言服务和语言服务行业的发展不仅充实和丰富了翻译理论研究, 而且作为新的经济增长点具有实践研究价值。

*基金项目: 本文获得对外经济贸易大学中国企业“走出去”协同创新中心科研项目(项目号 201505YY001B), 2014 年度对外经济贸易大学中央高校基本科研业务费专项资金资助(项目号 14YB16)。

作者简介: 崔启亮, 对外经济贸易大学英语学院讲师, 中国翻译协会本地化服务委员会副主任, 研究方向: 软件本地化、计算机辅助翻译、语言服务; 张玥, 对外经济贸易大学英语学院翻译硕士专业研究生, 研究方向: 英语口语

2. 语言服务的概念

“语言服务”一词在学界和行业内的使用日益广泛，但是对语言服务概念的界定尚没有统一的说法。国内外学者和权威机构对语言服务概念的阐述各有异同，对其进行梳理有助于明确语言服务和语言服务行业的内涵和外延。

语言是国家和社会的宝贵资源，承载着一个国家或地区的历史、文化、政治、经贸等社会信息形态。Areil Rubinstein (2000) 在其著作《语言与经济》(*Economics and Language: Five Essays*) 中对语言的经济价值进行了综合性阐述。李宇明 (2012) 从经济学角度研究语言，强调语言在经济活动中的重要作用和对社会的经济贡献度，提倡发展语言产业。关于何为语言服务，贺宏志 (2013) 提出从主导性角度分为专业语言服务和行业语言服务。专业语言服务是提供专业语言产品的语言服务，又有营利性（如语言培训、语言翻译、语言出版等）和非营利性（如语言资源整合、语言规划、语言政策等）之分，而行业语言服务是指在行业过程中的伴随性语言服务。李现乐 (2010) 认为可从宏观和微观两个层次进行区分，“宏观层面的语言服务是指国家或政府部门为保证所辖区域内的成员合理、有效地使用语言而做出的对语言资源的有效配置及规划、规范”，“微观层面的语言服务主要是指一方向另一方提供以语言为内容或以语言为主要工具手段的有偿或无偿、并使接收方从中获益的活动”。赵世举 (2012) 认为：“语言服务是行为主体以语言文字为内容或手段为他人或社会提供帮助的行为和活动。”李德鹏 (2015) 通过综述比较对赵世举的定义表示赞同，并建议从语言政治服务、语言经济服务、语言文化服务三个方面对语言服务领域进行分类。屈哨兵 (2012) 将语言服务的概念系统划分为语言服务资源系统、语言服务业态系统、语言服务领域系统、语言服务层次系统和语言服务效能系统五个方面。

上述学者主要从语言资源的角度对语言服务做出定义，认为语言服务主要是进行语言资源的配置、规划，或是以语言为内容或手段进行的活动，重点在于研究语言的经济服务、文化服务、政治服务等内容与功能，

而国内学界对于语言服务还有另一种阐述。袁军 (2014) 指出不同语种和文化之间沟通交流的障碍产生了翻译的需求，新型的服务业态发生了跨界，在形式与内容各方面与其他行业交相融合，可通称为“语言服务”，并将其定义为“通过提供直接的语言信息转换服务及产品，或者是提供有助于转换语言信息的技术、工具、知识、技能等，协助人们完成语言信息的转换处理”或“解决际际信息交流中出现的语言障碍的服务活动”。王明新等 (2013) 指出“语言服务是翻译服务的扩展，是语言和信息需求多样化推动的结果，反映了翻译业务领域的扩展和服务层次的提高”。其他如姚亚芝 (2016)、王传英 (2014)、穆雷 (2014)、王华树 (2013) 等学者对语言服务及产业和行业的研究都是基于此类概念展开的。

国外行业机构连年开展了关于语言服务的相关数据调研。美国语言市场调查机构卡门森斯顾问有限公司 (Common Sense Advisory Inc., 简称 CSA) 研究指出，当客户在购买汽车、浏览网站或办理社保等情况下遇到语言不通问题时，会真切感受到翻译、本地化或者口译的重要价值 (CSA, 2015)。而对于企业、政府机构或非营利组织等，向海外市场推广产品和服务是成功的关键，需要语言相关的服务和技术以实现业务需求。所以，从市场价值和行业服务的角度来看，语言服务是提供语言相关的服务和技术以实现各类不同客户的相关需求。

通过对国内外有关语言服务概念的描述进行分析，我们可以借鉴贺宏志对语言服务的分类定义，从广义和狭义两个方面进行界定。广义的语言服务指对语言资源的配置、规划和传承等，或是以语言为内容或产品的行为活动，具备政治、经济、文化价值。狭义的语言服务是指对翻译服务的拓展与创新，对语言文字产品进行内容创造或形式转换，或者提供语言文字产品转换所需的技术和设备的商务活动。本文所研究的语言服务即指其狭义概念。

3. 语言服务行业的基本概念

语言服务行业是在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。CSA 通过数据研究估计 2015 年外包语言服务价值约 381.6 亿美元，同期增长了 6.46% (CSA, 2015)。语言服务的市场前景十分广阔，且作为全球经济新兴的产业链逐渐发挥着重要作用。

通过相关关键词检索，我们发现国外和国内关于“语言服务行业”的概念界定并不明晰，“语言服务业”、“语言产业”、“翻译产业”、“语言服务产业”等概念混淆使用。国外语言服务行业咨询机构提出了语言服务行业 (language industry) 一词，但我们以“language industry”和“language service”为关键词对数十个西文权威数据库^①的精准搜索发现，国外学者对语言服务行业的研究论述罕见。Hutchins (1998) 认为语言服务行业特指各类专业性翻译行为 (主要包括计算机辅助翻译、机器翻译、语言翻译技术和工具等) 发生的外部环境。语言服务的业态形式有多种，包括语言服务产业、语言服务行业、语言服务职业、语言服务基业等 (屈哨兵, 2012)。屈哨兵认为，语言服务行业是具有语言服务项目和语言服务需求的行业，可提供语言类劳动服务的经济活动，其行为主体以从事语言服务相关工作并以此获取报酬的个体组成。

我国非常重视发展语言服务行业。2013 年商务部服务贸易和商贸服务业司委托中国翻译协会开展了“语言服务业和服务贸易发展政策制定”项目。通过行业调查研究，结项报告对语言服务行业的概念作出了规范：“作为现代服务业中的新兴一环，语言服务行业主要提供跨语言、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、教育培训等专业务” (中国翻译协会, 2014)。

4. 语言服务的基本内容

近年来，国内外学者和机构开始关注语言服务的发展现状并作出了系列数据收集和调研报告，对语言服务的组成内容和业务类型持续进行调查分析并取得了具有实践价值和研究意义的成果。

欧盟翻译总司在 2009 年发布了《欧盟语言行业规模报告》(Study on the Size of the Language Industry in the EU)。报告对语言服务的不同组成部分进行了研究，具体包括：

笔译 (科技翻译和文学翻译等)、口译 (会议口译、电话口译和公共服务口译等)、字幕和配音、软件本地化和网站全球化、语言技术工具、多语言会议组织和语言教学 (欧盟翻译总司, 2009)。其中，本地化服务既包括通过翻译对信息内容进行转换，又包括对多形式和多功能的受众导向性转换；语言培训和教学服务与语言相关，包括但又不局限于翻译，涉及语言写作、阅读、演讲等丰富的内容；语言技术和辅助工具研发基于市场型翻译需求，旨在研发辅助翻译的技术和工具，以提高翻译的速度和准确度。

卡门森斯在其发布的 2015 年度《语言服务市场——口笔译与本地化服务行业的年度报告》(Language Services Market—An Annual Review of the Translation, Localization, and Interpreting Services Industry) 中，对语言服务的不同业务类型作出研判，具体可归纳为笔译服务、口译服务、本地化服务 (包括软件本地化、网页本地化、游戏本地化、多媒体本地化和移动应用本地化等)、语言支持类服务 (包括对项目管理、桌面排版、媒体应用和相关自动化处理软件等的语言技术支持) (CSA, 2015) (见图 1)。

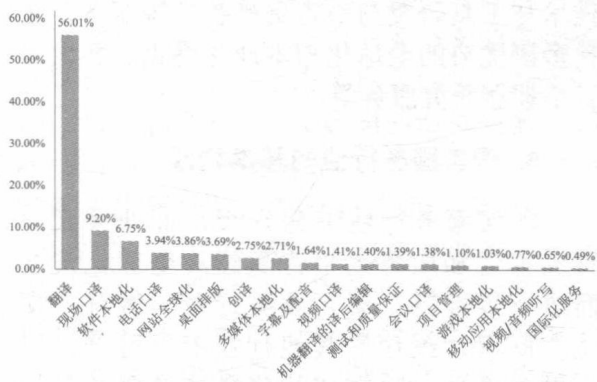


图 1 2015 年全球语言服务提供商的业务分布

(数据来源：卡门森斯顾问公司, 2015)

加拿大语言行业协会 (Language Industry Association, AILIA) 在 2012 年度语言服务行业调查报告中指出，语言行业应包括翻译 (口笔译、本地化或全球化、字幕翻译和术语等)、语言培训 (在线语言培训和语言测试等) 和语言技术 (机器翻译和翻译辅助工具、在线语言学习等) 三大部分 (加拿大语言行业协会, 2012)。

中国翻译行业发展战略研究院等联合发

布的《中国翻译服务业分析报告 2014》中，对国内 120 家语言服务类企业进行了调查。其调查数据显示，受访对象的主营业务类型集中在翻译服务、本地化服务和语言服务咨询三个类别上，占比分别为 39%、20%和 20%；除此之外，还包括翻译工具/软件开发业务、语言服务人才培训业务和其他业务类别，具体数据占比如图 2。

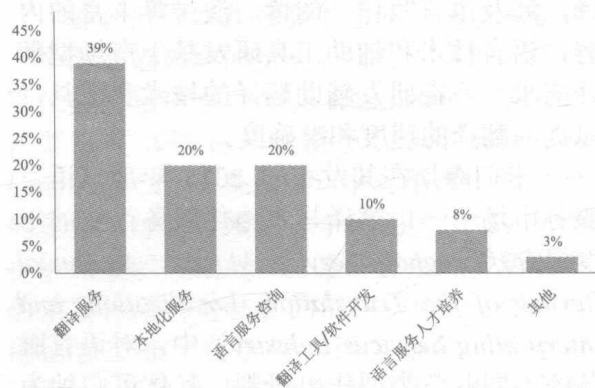


图 2 语言服务业主营业务类别分布图

（数据来源：《中国翻译服务业分析报告 2014》）

国内外语言服务相关机构和公司对语言服务的调研分析结果基本一致，并互有补充，其基本内容可归纳为三大类型，主要包括传统翻译服务，依托信息技术的本地化、语言技术与工具研发与语言资产管理等服务，依托多语优势的全球化与本地化咨询、相关教育培训和研究服务等。

5. 语言服务行业的基本构成

现代服务行业细分升级，商业模式、管理模式和服务水平皆随经济全球化发展而进一步提升。语言服务行业与教育、文化、商贸、医疗等其他行业密不可分，以提供多语种、跨文化的信息转换服务及技术产品为主，其业务实施主体和服务对象具有鲜明特征。

全球化与本地化协会（Globalization and Localization Association, GALA）将语言服务行业的实施主体归纳为两大类，即承担外包语言服务与技术的企业实体和个体，与跨国或本地企业内部提供语言服务支撑的部门（中国翻译协会，2014）。其中，企业实体与个体包括本地化服务企业、翻译企业和自由口笔译工作者等，部门包括企业内部的本地化与翻译部门等。

中国翻译协会在《中国语言服务业发展报告 2012》中根据语言服务的实施主体的不同对语言服务行业进行了不同层次的区分。第一，语言服务行业的核心层包括以提供语言间信息转换服务、语言技术开发、语言教学与培训、语言咨询等为主营业务的企业或机构，如翻译公司、本地化服务公司、翻译软件开发公司、语言和翻译培训机构等；第二，语言服务行业的相关层包括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，大型跨国企业以及旅游、对外贸易和信息技术等涉外行业的机构和企业，大型国际会议和活动的组织方和承办方；第三，语言服务行业的支持层是指为语言服务提供支持的机构和企业，包括行业协会、高等院校、研究机构等。

综上所述，语言服务行业的实施主体根据与语言服务行业的相关性可依次分为三类：一是以语言服务为主营业务的企业或机构；二是其部分业务依赖于语言服务的企业或机构；三是为语言服务提供支持的企业或机构。此外，由于我国各行业的海外业务战略对语言服务行业的市场需求极为广阔，语言服务行业的服务对象呈现分散化特点，现阶段主要包括制造业，信息和技术产业，电力、热力、燃气及水生产供应业等（中国翻译协会等，2015）。

6. 语言服务行业的基本特征

信息化、商业化、规模化发展的全球市场促进了语言服务行业的发展，语言服务行业的生产流程不断优化、管理水平不断提高、行业标准不断规范、人才培养不断进步、核心技术不断创新，与全球经济、政治、文化、科技、贸易等各个行业和领域相融合，发挥着积极而深远的作用。

6.1 基础性、先导性、支撑性、战略性综合信息服务行业

全球化的经济和市场对语言服务的需求持续增加，语言服务行业不断成为全球化时代的基础性行业，企业走出去的先导性行业，信息时代的支撑性行业和文化走出去的战略性行业。

语言服务行业不仅符合现代服务业知识密集、高产出、低消耗的典型特征，而且作为综合信息服务行业展现着独特的行业特

征。首先,语言服务行业面对的最大需求就是解决跨语言多语种的转换问题,以顺利实现全球化时代的基本沟通与表达。其次,跨国企业打开当地市场需要语言服务行业做先导,克服跨语言障碍和跨文化障碍,适应当地的政治、信仰、习俗、法律、文化等。再次,大数据时代下,大量的行业和产品信息以多种不同语言形态存在,信息资源的整合离不开语言服务行业的内容转换和加工。最后,语言服务行业蓬勃发展,能够为一国赢得更多国际话语权,推动一国文化走向世界。所以,语言服务行业是企业全球化和文化国际传播的基础性、先导性、支撑性、战略性综合信息服务行业。

6.2 项目生产科学化,服务外包规范化的语言服务行业

信息时代的经济贸易进程加速,跨国公司产品或服务日新月异,对语言服务行业提出了人员团队化和服务敏捷化的要求。语言服务行业既需要保证按时交付,又要控制生产成本,就必须采取项目管理方法,进行流程化生产。翻译项目管理的三大核心内容分别是质量管理、时间控制和成本管理(王传英等,2011),组建优质本地化项目团队确保产品和服务质量,合理把控时间节点以确保项目有序进行,优化资源配置并严格进行成本控制。本地化项目团队由专业翻译人员、技术人员和管理人员等构成,根据翻译项目规模、难度和紧急程度等确定具体流程、进行分工合作。例如,来自项目管理部的成员负责项目的规划、管控与协调,工程部负责技术支持,翻译部负责译前准备、翻译、编辑、译后校对等,排版部负责译后文档的本地化排版等,测试部负责本地化测试并协助纠正产品缺陷(崔启亮,2013)。

本地化服务是语言服务的组成部分,由于本地化项目具有专业性、长期性、持续性特点,并且大部分跨国公司需要集中资源发展核心业务并节约人力成本,一般情况下会选择服务外包给本地化公司,本地化公司会选择将翻译相关的内容外包给翻译公司。为此,语言服务行业需要制定和应用语言服务供应商选择标准以挑选有经验、有能力的优质供应商,保证产品本地化的顺利进行。本地化服务供应商选择流程大致按照“确定本

地化服务的需求和目标→确定评估机制→识别并筛选潜在供应商评估供应商→资格审查通过→加入到供应商资源库”的步骤进行,并采取持续评估、及时沟通机制和有效激励机制进行本地化供应商管理,维持长期合作关系(崔启亮,安姗姗,2015)。

6.3 企业“走出去”推动语言服务需求显著增长,行业规模不断扩大

“走出去”战略在我国的对外开放战略中占有重要的地位,是中国经济结构调整、开拓资源和市场的需要。国家通过相关政策鼓励有条件的国内企业到国外投资建厂,将人才、管理、资本、技术、产品等要素引入国际市场,以充分发挥国内外两种市场、两种资源的作用,实行“双向发展”(董毓华,2015)。首先,改革开放政策使我国企业获得了极大的自由发展空间,“一带一路”战略为我国企业提供有利国际发展环境,推动各行业企业制定全球化发展战略、拓展海外业务。企业走出去的过程中既需要全局性的战略规划,也需要了解和遵循目的国或地区的语言、文化、习俗等,需要语言服务行业为企业走出去提供语言支持和战略咨询,帮助企业在海外市场顺利实施战略规划、推行全球化和本地化业务,语言服务行业的需求显著增长。其次,企业走出去分布的国别地区数目广泛,对语言服务行业的需求趋于旺盛。截止到2012年,我国的海外业务已遍布190个国家和地区,79个国家和地区中开展了投资项目,基础设施合作有188个(邢厚媛,2014),相应地对语言服务语种的需求增加,我国语言服务市场进一步扩大化和多元化。最后,我国经济发展均衡、产业齐全、类别繁多,海外业务涉及面广且业务经营模式多样,对语言服务的专业化和精准化提出要求,语言服务行业发展空间巨大。

中国翻译协会将1999年年底至2013年从事语言服务行业的企业数量进行了统计,2000年至2013年间,语言服务从业企业数量由570增加至5287;增长率由34.12%上升至47.97%(中国翻译协会等,2015)。由此可见,语言服务行业中企业数量呈现持续上升的强劲势头,行业规模迅速扩大并以稳定的增速持续增长。

6.4 语言技术研发渐趋成熟,技术创新能力驱动产业变革

全球化时代,信息量指数级增长,语言服务需求激增的同时对语言服务的效率提出了更高的要求,未来语言服务源语言和目标语言会持续增长,传统的纯人工驱动的方式已无法满足信息数据激增的需求,语言服务必须依托信息技术和工具才能顺应发展(王华树,2013)。总体而言,翻译技术一般包括翻译记忆技术、机器翻译技术、翻译中的术语技术、字符和语音识别技术、文件解析技术、译文质量保证技术等,根据一种或多种翻译技术具体开发出各种类型的翻译工具(崔启亮,2015)。

信息技术改变了传统翻译服务的实现方式和结果,渗透到以翻译服务和本地化服务为代表的当代语言服务行业,从机器翻译和翻译辅助软件到云翻译和敏捷本地化平台,语言服务的技术创新不断升级,如适用于普通人士的百度、有道、谷歌等在线翻译应用软件,适用于专业翻译人士的 Trados、memoQ、Tcloud、Transmate 等计算机辅助翻译工具,基于网络和大型数据库的做到网、语联网、译马网等协同翻译平台。据权威数据统计,企业平均每年对语言技术工具及软件的研发和购置费投入在企业总营业额的平均占比约为 14.79% (中国翻译协会等,2013)。不断研发和成熟的语言服务技术、工具和平台有效整合了语言资源,提升了生产效率,优化了服务流程,提高了业务水平,构建了一套完整的语言服务产业链,为语言服务的持续发展提供了强有力的技术支撑。

6.5 语言服务行业专业化发展,日趋与国际标准接轨

市场竞争白热化对语言服务提出了日趋专业化的需求。语言服务业务类型细化分层,出现了语言咨询服务(20%)、本地化服务(20%)、翻译工具和软件开发(10%)等新的服务项目(见图1);语言服务行业与其他如能源、卫生、旅游、商贸等行业领域发生业务交叉,传统语言服务产品的附加值得以提升,增强了行业竞争力;除了少数多语言服务供应商(MLV)能够提供多语种、多行业、多类型的语言服务外,越来越多的区域语言供应商(RLV)和单语言服务供应商

(SLV)在经营过程中趋向于服务某个或几个垂直行业,并逐渐具备了成熟的业务水准,在特定行业客户深耕细作,赢得了良好口碑(崔启亮,2013)。

我国的语言服务行业逐渐与国际社会接轨,成为全球语言服务行业中有影响力的市场之一。如今,全球知名语言服务企业纷纷在中国开设分公司,在 CSA 2015 年发布的语言服务市场报告中,排名前 10 位的国际语言服务企业有 8 家在中国开设分公司,不仅促进了中国语言服务市场的繁荣,而且将国际先进理念、先进技术和先进标准等带入我国语言服务行业,推动行业内企业的国际化发展,在以语言服务为核心业务的企业中涌现出一批国际化典型,如文思海辉技术有限公司、中国对外翻译有限公司、传神(中国)网络科技有限公司、北京创思立信科技有限责任公司、四川语言桥信息技术有限公司、厦门精艺达翻译服务有限公司等。

6.6 产学研紧密结合,培养语言服务专业人才

语言服务的快速发展需要专业化、技术性、复合型人才,传统的外语教学培养的人才已无法满足行业转型的需求。从教学体系来看,当前各高校已形成本硕博不同学历层次、学术型和专业型不同学位性质的翻译教育体系。据统计,截至 2015 年 12 月,设置了翻译本科专业的高校有 152 所,而设置了翻译硕士专业(MTI)学位课程的高校有 206 所^②。

在教学内容上,国外高校早已尝试将先进语言服务技术与教学相结合,实践证明,将计算机辅助翻译(Computer-Aided Translation, CAT)引进传统教学课程,不仅可使学生掌握计算机技术,更有助于利用全球跨语种信息资源并提升语言技能(Belinda, 2001)。如今我国一些高校开设了语言服务概论、翻译与本地化、计算机辅助翻译、翻译项目管理、技术传播等相关语言服务课程。同时,教学形式更加多样,高等院校和语言服务企业展开合作,共同培养人才,例如建立实习基地、聘请兼职教师、共同开发相关培训课程、合作编辑出版教材、开发应用翻译教学系统和平台等。2015 年,对外经济贸易大学成立了国际语言服务与管理研究所并成功举办协同创新研讨会,住房和城乡建设部、国

家标准委员会、中国外文出版发行事业局等有关领导、北京大学、北京师范大学等高校专家、学者、行业内部分企业家参加会议并发言,共同致力于实现外语学科的转型升级,整合学术和产业资源,加速研究成果的转化。

7. 结语

经济全球化和信息技术的不断进步产生了专业化语言服务的需求,也使高效优质的语言服务成为可能,语言服务行业逐渐形成规模。语言服务行业提供跨语种、跨文化信息转换服务和产品,不仅本身产生了巨大的经济效益,而且为其他行业全球化发展提供语言服务支撑,产生了广泛的带动辐射价值。在我国文化和企业走出去战略带动下,当前我国语言服务行业蓬勃发展,但仍处于产业化发展的初级阶段。为了充分发挥语言服务在国家文化和企业国际化过程中的价值,我们需要确立语言服务的基础性、先导性、支撑性、战略性地位,加强语言服务企业自身的建设和发展;行业组织要积极引导行业规范化;高校要重视专业人才培养,深化学术理论研究,共同促进我国语言服务行业的跨越式发展。

注释:

- ① 笔者检索的西文数据库包括 EBSCO BS-全球产业(企业)案例分析库、Springer 期刊、Web of Science 数据库、Science Direct 数据库、Taylor & Francis 期刊、Wiley(期刊/图书)、Emerald 期刊、IOS 期刊、ProQuest 期刊、PubMed 期刊、IOP 期刊、英国皇家学会期刊、汉斯期刊、剑桥大学出版社期刊、Frontiers 系列期刊、Academy 期刊、Annual Reviews 期刊、Bentham 期刊、伯克利电子期刊等。检索日期 2016-02-06。
- ② 数据来源:全国翻译专业学位研究生教育指导委员会官方网站(翻译硕士专业学位培养院校名单),<http://cnmti.gdufs.edu.cn/info/1017/1095.htm>,检索日期 2016-02-08。

参考文献:

- [1] Areil Rubinstrin. *Economics and Language: Five Essays* [M]. New York: Cambridge University Press, 2000.
- [2] Belinda Carstens-Wickham. *Computer Assisted Business Translation: An Experimental Course with*

- a Future* [J]. *Teaching German*, 2001(1): 53-59.
- [3] Common Sense Advisory, Inc. *The Language Services Market: 2015* [R]. 2015.
- [4] Directorate-General for Translation of European Commission. *Study on the Size of Language Industry in the EU* [R]. 2009.
- [5] Hutchins John. The Origins of the Translator's Workstation [J]. *Machine Translation*, 1998(4): 287-307.
- [6] Language Industry Association (ALLIA). *Language Industry Survey—Draft Report of Findings* [R]. 2012.
- [7] 崔启亮. 本地化服务的翻译技术与工具 [J]. 译苑新谭, 2015 (7): 194-200.
- [8] 崔启亮. 产业化的语言服务新时代 [J]. 中国翻译, 2013 (增刊): 33-39.
- [9] 崔启亮, 安姗姗. 本地化服务供应商的选择与管理策略 [J]. 东方翻译, 2015 (6): 15-18.
- [10] 董毓华. 中国企业走出去的现状和对语言服务的需求 [J]. 企业改革与管理, 2015(9): 194-195.
- [11] 贺宏志. *语言产业引论* [M]. 北京: 语文出版社, 2013.
- [12] 李德鹏. 当前我国语言服务面临的困境与对策 [J]. 云南师范大学学报, 2015 (2): 63-68.
- [13] 李现乐. 语言资源和语言问题视角下的语言服务研究 [J]. 云南师范大学学报, 2010 (5): 16-21.
- [14] 李宇明. 认识语言的经济属性 [J]. 语言文字应用, 2012 (3): 2-8.
- [15] 穆雷. 论语言服务业高层次人才培养 [J]. 外国语, 2014 (4): 15-17.
- [16] 屈哨兵. 语言服务的概念系统 [J]. 语言文字应用, 2012 (1): 44-50.
- [17] 王传英. 语言服务业发展与启示 [J]. 中国翻译, 2014 (2): 78-82.
- [18] 王传英, 闫栗丽, 张颖丽. 翻译项目管理与职业译员训练 [J]. 中国翻译, 2011 (1): 55-59.
- [19] 王华树. 语言服务行业技术视域下的 MTI 技术课程体系构建 [J]. 中国翻译, 2013 (6): 23-28.
- [20] 王明新, 崔启亮, 王志涛. 翻译生态学视角下的语言服务产业链 [J]. 中国科技翻译, 2013 (4): 58-60.
- [21] 邢厚媛. 中国企业走出去的现状和对语言服务的需求 [J]. 中国翻译, 2014 (1): 12-17.
- [22] 姚亚芝. 中国语言服务产业研究综述及评价 [J]. 北京交通大学学报(社会科学版), 2016 (1).

- [23] 袁军. 语言服务的概念界定[J]. 中国翻译, 2014 (1): 18-22.
- [24] 赵世举. 从服务内容看语言服务的界定和类型[J]. 北华大学学报, 2012 (3): 4-6.
- [25] 中国翻译协会. 语言服务业和服务贸易发展政策制订项目结项报告 [R]. 2014.
- [26] 中国翻译协会等. 中国语言服务业发展报告 2012 [R]. 2013.
- [27] 中国翻译协会等. 中国翻译服务业分析报告 2014 [R]. 2015.

中国企业走出去的沟通策略研究

——以上市期间的阿里巴巴为例

李 筱 宋成方

(对外经济贸易大学英语学院, 北京 100029)

摘 要: 在中国企业“走出去”的过程中, 面对文化差异, 如何进行跨文化沟通, 是企业面临的一大问题。阿里巴巴在美国纽约股票交易所成功上市, 在世界范围内引起了广泛关注。本文以阿里巴巴在美国上市期间发布的路演报告和阿里巴巴接受美国媒体的采访为语料, 以系统功能语言学的社会符号模式和评价理论为框架, 在对文本标注和统计分析的基础上, 分析马云所采取的沟通策略, 并从传播适应理论的角度对其策略进行解释。

关键词: 沟通策略; 社会符号模式; 评价理论; 传播适应理论

Communication Strategies in Chinese Enterprises “Going Out” Process: A Case Study on Those of Alibaba Corporation during IPO

LI Xiao SONG Chengfang

(School of International Studies, University of International Business and Economics,
Beijing 100029, China)

Abstract: Chinese enterprises have been facing the challenges of dealing with cultural differences and of making cross-cultural communication in the process of “going out”. Alibaba’s success in listing on the New York Stock Exchange aroused worldwide attention. Taking it as an example, the paper analyzes the communication strategies that Alibaba adopted by analyzing the verbal transcriptions of Alibaba’s IPO roadshow and two interviews of Jack Ma by Consumer News and Business Channel (CNBC). The paper first annotates the texts using the frameworks of social semiotics and of appraisal theory from systemic functional linguistics, and then summarizes Alibaba’s communication strategies on the basis of the results. And the strategies are finally interpreted from the perspective of communication accommodation theory.

Key words: communication strategies; social semiotics; appraisal theory; communication accommodation theory

作者简介: 李筱, 对外经济贸易大学英语学院研究生, 研究方向: 跨文化交际; 宋成方, 对外经济贸易大学英语学院副教授, 博士, 研究方向: 功能语言学、文体学

1. 引言

中国企业“走出去”是在世界经济全球化迅速发展形势下，我国扩大对外开放和促进国民经济发展的重大举措，也是中国经济主动迎接经济全球化挑战、自觉参与经济全球化的需要（宋亚非，2005）。目前对企业走出去的理论研究主要从国际商务和国际经济学两个角度展开（洪俊杰等，2012）。然而，跨文化沟通障碍目前已成为中国企业“走出去”过程中遭遇挫折的重要原因（袁王珏，2013）。据商务部统计显示，中国在海外投资的企业65%亏损（王露，叶建国，2007）；夏先良、冯雷（2009）分析指出这些国际投资贸易活动失败的部分原因就在于企业领导人缺乏跨文化沟通与管理能力。当前，对于企业跨文化沟通策略的研究主要集中于分析企业跨文化管理过程中与内部员工沟通的策略，且研究者大多从跨文化传播的角度，对企业的跨文化沟通策略进行主观解读，缺乏利用语言学的研究方法对文本进行基础性的客观分析。2014年9月19日，阿里巴巴在美国纽约股票交易所成功上市，并创下了有史以来规模最大的一桩首次公开募股（Initial Public Offerings，简称IPO）交易。阿里巴巴上市在世界范围内引起了广泛关注。阿里巴巴的创始人、董事局主席马云在上市期间进行了路演报告，并在上市成功后第一时间接受了CNBC的采访。作为阿里巴巴的创始人，马云在进行演讲和接受采访时的措辞和传达的信息无疑会影响阿里巴巴的企业形象和企业的传播效果。本研究试图从系统功能语言学的社会符号模式和评价理论以及传播适应理论的角度，对马云发言的文本进行分析，探讨其所采取的沟通策略和原因，以期能够为以后中国企业“走出去”在跨文化沟通方面提供参考。

2. 语料选取及理论框架

2.1 语料来源

沟通的形式多种多样。阿里巴巴在上市期间采取了多种沟通渠道和方式，而马云作为阿里巴巴的创始人和董事局主席，其路演报告和接受媒体的采访无疑是阿里巴巴最好的沟通机会。因此，本研究选取了阿里巴巴上市路演的两个视频和马云在阿里巴巴成功上市后接受CNBC采访的两个视频，对其进

行文本转写，作为本研究的基本语料。

2.2 理论框架

2.2.1 功能语言学视角下的社会符号模式和评价理论

沟通策略，从本质上讲，是人与人确立关系的方法，而语言交流是人与人确立关系最为主要的手段。对沟通策略的分析很大程度上是对能够建构人际关系的语言资源的分析。系统功能语言学是一个强调语境，并主张从语言的功能入手分析语言结构和言语活动的语言学流派，并且为系统地分析语境与语言之间的关系以及语言的功能与语言的语义系统之间的关系，提出了一个全面的社会符号模式（见图1）。在这个社会符号模式中，语境包括三个层次：意识形态（ideology）、语类（genre）和语域（register），语言也包括三个层次：语义（semantics）、词汇语法（lexico-grammar）和音系（phonology）。系统功能语言学认为这六个层次之间是双向的“实现”关系（realization），并且对每个层次都进行了详细分析。他们（如 Halliday，1978；Martin，1992）指出处于语境最低层面上的语域，由语式（mode）、基调（tenor）和语场（field）三个变量组成；语式又称话语方式，指语言交流所采用的具体媒介或渠道，基调指交际双方的地位和社会角色关系，语场指实际发生的事，包括交谈的话题及场地，即整个事件的背景。这三个变量分别与语义层的语篇、人际和经验意义相对应；位于语义层的语义又依次通过词汇语法层和音系层体现。语域通过社会中意义资源使用的“目的取向”（goal orientation）形成纵横交错的系统网络，构成语境中间层面的语类结构。

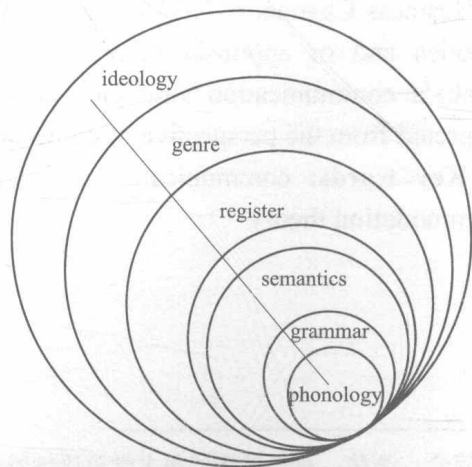


图1 语言及其符号环境（Martin，1992：496）