

(上)



English Translation and Writing
for Bussiness and Trade

经贸英语 翻译与写作

● 山东教育出版社



Shandong Education Publishing House



English Translation and Writing for Bussiness and Trade



装帧设计\张 晶

责任编辑\刘洪民\钱锋

**English Translation and Writing
for Business and Trade**

经贸英语翻译与写作

(上)

刘振前 黄德新 编著
张德禄 陈有鉴 主审

前 言

随着我国改革开放的不断深入，特别是开办经济特区，开放沿海城市，实施外向型经济战略以来，我国对外经贸与国际经贸进一步接轨，极大地推动了我国对外贸易与经济合作的发展。许多部门和企业要直接参与对外贸易，这将需要大量的既懂外贸业务，又懂外贸英语的专业人才来直接将英语外贸资料、书信、电报电传、外贸法律文件、合同、谈判内容等译成汉语，或将汉语外贸书信、电报电传、外贸法律文件、合同等译成英语。经贸翻译理论与实践能力成为每个从事外经外贸业务与管理的人员必备的主要专业能力之一。由此，从事外经外贸业务和管理的人员急需一部有关经贸英语翻译理论和实践的书籍来作为业务指导书和参考书。为了满足广大从事外经外贸业务与管理的人员的需要，我们编著了《经贸英语翻译与写作》一书。

《经贸英语翻译与写作》（上）（翻译部分）共分三部分：第一部分简单介绍经贸翻译的理论，包括经贸英语与翻译的关系和经贸英语所涉及的方面；第二部分简略介绍经贸翻译的方法和技巧，从词汇、语法、套语模式、语义等多方面进行了论述；第三部分，即本书的主要部分，介绍实用经贸英语文体的翻译方法与技巧，系统介绍了外贸业务中的书信函电、电报电传、经济合同与协议、商业单证、商业广告和产品说明的翻译方法与技巧。

本书从第三章开始，每章后面都附有练习，列举了大量经

贸英语翻译方面的实例，使读者能通过实例分析、实际业务练习来训练和巩固所学的知识与技能。书末附有参考答案，供读者自学时进行比较和核对。

本书可作为国际贸易、经贸英语、对外经济等专业的教材或辅助教材，也可作为从事外经外贸业务与管理人员的业务指导书或参考书。一些设有外经外贸英语翻译课程的培训班也可采用本书作教材。另外，本书还适合作全国或省级经贸英语或国际贸易专业自学考试教材或参考教材，还可作有志于从事外经外贸业务或管理的其他人员和社会青年的自学用书。

在本书的构思和组织过程中，山东大学李玉陈教授做出了独特的贡献，在此表示衷心的感谢和敬意。在编写过程中，我们参考了国内外有关的教材、书籍，收集了一些外经外贸业务中的翻译材料作为素材，并得到了山东大学、山东经济学院、山东财政学院、山东师范大学、山东省教委的部分领导、专家和同行的支持鼓励与指导帮助，在此一并表示衷心的感谢。

由于水平有限，书中难免会出现疏漏、错误之处，望同行专家和广大读者不吝赐教。

编 者

1995年10月

目 录

第一部分 经贸翻译理论面面观.....	1
第一章 经贸英语与翻译.....	1
第一节 语言在经济贸易中的重要作用.....	1
第二节 经贸英语的特点.....	3
一、程式化.....	4
二、语法特点.....	7
三、词汇特点.....	11
第二章 经贸翻译概论.....	16
第一节 经贸翻译的定义与范围.....	16
一、经贸翻译的定义.....	16
二、经贸翻译的范围.....	17
第二节 经贸翻译的标准.....	18
一、多元化的经贸翻译标准.....	18
二、经贸翻译的标准.....	20
第三节 翻译的过程.....	23
一、熟悉所译专业业务及相关的业务知识.....	23
二、理解.....	24
三、表达.....	27
四、审校.....	28
第四节 经贸翻译人员必备的条件.....	29
一、具有奉献精神.....	29
二、具有渊博的知识.....	29

三、具有不耻下问的精神	29
四、具有严肃认真、精益求精的态度	30
第二部分 经贸翻译的方法与技巧	33
第三章 经贸翻译的方法与技巧 (上)	34
第一节 词义的选择	34
一、翻译的语义问题	34
二、经贸翻译的词义选择问题	37
第二节 词类转换	46
一、名词与动词的互相转译	46
二、介词与动词的互相转译	50
三、形容词与动词的互相转译	52
第三节 补充、增益法	52
一、补充省略的成分	53
二、名词重复	55
三、特殊句型翻译时词语的补充	56
四、无对等词语翻译时的补充现象	57
第四节 省略法	59
一、代词、连词的省略与使用	59
二、省略原文中拖沓、啰嗦的词语	64
三、省略语义较抽象的词语	67
四、同 (近) 义省略	68
第五节 同义反译法	69
一、原语具有否定意义的表达方式翻译时要从反 面着笔	70
二、按译入语习惯需要从反面着笔者宜采用正说 反译法	73
三、同义反译的其他情形	74
练习	75

第四章 经贸翻译的方法与技巧(下)	86
第一节 语序的调整	86
一、定语的位置及调整	87
二、状语的位置及调整	91
第二节 定语从句的处理	94
一、前置法	94
二、拆译法	96
三、转换法	99
第三节 拆译法与合译法	100
一、拆译法	101
二、合译法	111
第四节 被动语态的翻译方法	114
一、译成汉语的主动句	115
二、译成汉语的被动句	118
三、译成汉语的无主句	119
四、一些常见的被动结构及翻译方法举例	120
五、英语被动语态的特殊作用及在汉译英中的运用	122
第五节 句型对应及套译法	123
一、句型对应	123
二、套译法	125
练习	129
第三部分 各种实用经贸英语文体的翻译	141
第五章 外贸函电的翻译	141
第一节 外贸信函的种类及翻译	142
第二节 外贸信函翻译实例与分析	148
第三节 电报、电传的翻译	176
练习	184

第六章 经济合同、协议的翻译	198
第一节 进出口合同的翻译	202
一、进出口合同的各种条款及翻译	202
二、翻译实例与分析	213
第二节 包销、代理、来料加工、寄售及补偿贸易	
协议的翻译	217
一、包销协议的翻译	217
二、代理协议的翻译	224
三、寄售协议的翻译	231
四、来料加工(来件装配)合同的翻译	237
五、补偿贸易协议(合同)的翻译	243
练习	248
第七章 合资企业合同(协议)及商业单证的翻译	255
第一节 合资企业合同(协议)的翻译	255
第二节 商业单证的翻译	277
一、信用证的翻译	277
二、信用证翻译实例	281
三、保险单的翻译	285
练习	293
第八章 商业广告与产品说明(介绍)的翻译	298
第一节 商业广告的翻译	298
一、商业广告的语言特点及翻译	298
二、商业广告翻译实例与分析	300
第二节 产品说明(介绍)的翻译	305
练习	309
附录一 参考答案	312
附录二 参考文献	344

第一部分 经贸翻译理论面面观

本部分包括第一、二章，扼要地介绍经贸英语的特点及有关的翻译问题。第一章着重介绍经贸英语的特点。在系统地进行研究的基础上，从语法和词汇两大方面分析经贸英语的文体特点，以对读者掌握经贸英语的文体特色有所裨益，进而指导翻译操作。第二章着重介绍翻译的基本理论，使读者对经贸翻译的范围、特点及方法、原则（标准）有所了解。

第一章 经贸英语与翻译

第一节 语言在经济贸易中的重要作用

众所周知，语言是人类交际的工具，它可以用来传达信息、表达感情。可以毫不夸张地说，语言对人类社会的影响和作用已达到无时无处不在的程度。经济贸易领域当然也毫不例外。

首先，经济领域中许许多多信息是完全靠语言记录和传达的。从经济理论专著、教科书，到某一国家的经济法律、法规，均是以语言的形式存在的。

其次，一笔交易如没有语言作媒介是难以进行的。从面对面的贸易谈判，到买卖双方的信函往来，以至于协议、合同的

签订等，无一不是以语言为媒介的。从以往的贸易实践来看，由于语言障碍导致的交易失败或者引起的索赔诉讼案数不胜数。这些问题的产生归根结底是由于业务人员或翻译人员对语言掌握不精确造成的。

最后，一家工厂的产品、一个公司经营的商品要打入国际市场，总少不了要作宣传作广告，以此作为促销的手段，而广告宣传总离不开语言。大至产品介绍、广告文本的起草与翻译，小到商品、公司的命名等等，无不浸透着语言的作用，无一不直接或间接地影响业务的开展。在这一方面，不乏成功的例子，亦有许多教训。

例如，德国著名高档轿车商标“Mercedes-Benz”以前曾译作“默塞得斯·本茨”，后改为“奔驰”，兼顾了音义，译出形神兼备、恰如其分的韵味。“White Elephant”（白象）是中国一种电池的英文商标名称。这种电池销往东南亚时很受欢迎，因为在这些国家中“White Elephant”乃是一种神圣的动物。相反，销往英美国家时却并不受欢迎，其原因是“White Elephant”在英文中具有“累赘无用之物”的意思。而“Coca-cola”20年代在中国销售时采用了与英文发音谐音的几个汉字，可谓煞费苦心，可听起来好像是“啃蜡蝌蚪”，所以滞销。后来改为“可口可乐”（happiness in the mouth），市场随之打开。通用汽车公司车牌名“Nova”在英文中意为“新星”，但在波多黎各西班牙语中却与“no va”谐音，意为“It doesn't go”（开不动）。所以这种牌子的汽车在那里没有市场，后改为“Caribe”，由于与“Caribee”（加勒比人）发音相似，因此销量大增。再比如中国出口的“金鸡”牌闹钟起初译为“Golden Cock”，无人问津，因为“cock”在俚语中含有下流猥亵之意。此外，这方面的例子还有很多。如“Randan”为一汽车牌名，但在日语中却恰好和“白痴”（idiot）一词发音类似；“Mata-

dor”在英文中为“斗牛士”，是男子汉气概和力量的象征，而在波多黎各语中则为“杀手”（killer）之意，恐怕只有亡命之徒才会买“杀手”牌的汽车。“Evitol”原为一种洗发香波的名字，在巴西语中的意思却为“dandruff contraceptive”，即“头屑避孕药”之意。“Misair”为埃及一家航空公司的名字，取英文“miss air”两词的合音，公司以此命名无非是要标榜该公司的航班舒适、服务周到，令乘客留恋，并以此招徕顾客。但是，事与愿违，它却不受法国人喜爱，因为这听起来颇像法文中的“悲惨”一词。“EMU”亦为一航空公司的名字，但因“emu”在澳大利亚是一种不会飞的鸟而未打开局面。此类例子不胜枚举。

从上面的例证可以看出，之所以会产生这些问题，是因为公司销售人员、业务人员或翻译对一些国家的文化不熟悉造成的。但文化障碍归根结底是语言障碍问题，是对其他民族语言不够精通造成的，因为“文化的不可译性归根结底是语言的不可译性”（Catford, 1965, p.103）。

第二节 经贸英语的特点

经贸英语是一个极为宽泛的概念，不仅很难给它下一个很确切的定义，即使对它进行概括性总结也极其困难。因为，它一方面包括的范围极广，几乎涉及到经济领域、科学技术领域的各个方面，单从纯粹经济领域来看，从具有法律效力的政策法规、商业合同、协议、单证等，到有关经济的理论研究（贸易研究、经济学、金融研究等等）及有关经贸的报刊报道或评述性文章，甚至商业信函、广告宣传，可以说凡是涉及经贸的领域无不包容在其中。另一方面，正是由于经贸英语所涵盖的面极广，经贸英语所包含的文体形式亦多种多样，有法律文

体、理论文体、报刊文体、书信文体和广告文体。本书以实用为宗旨，其主要意图是将本书所探讨的范围缩小至与经贸活动直接相关的领域，即贸易合同与协议、各种单证、商业函电及广告宣传等的翻译上来。即使将范围缩小到这种程度，仍然很难归纳出其共同之处，因为首先广告宣传类材料的文体类型是经贸英语所涉及的文体类型中一个极端的例子，与文学体裁有许多相似之处；其二，经贸英语本身是一个模糊的概念，它与日常英语并非泾渭分明、截然不同（有关广告的语言特点及翻译将留待第八章探讨）。因此，下面对经贸英语语言特点的分析有一定的局限性，并不能涵盖经贸英语的全部，而且所分析的特点也并非完全为经贸英语所独有的特性，其他文体英语中也有这种现象。下面将从语法和词汇两个方面对经贸英语的特点作一总结归纳：

一、程式化

程式化是经贸英语的一大特点，具有法律效力的文件、单证（其中包括各种合同、协议及信用证、保险证等）和贸易信函的语言尤其如此。这恰恰与广告语言形成极为鲜明的对照。前者语言规律性强、多套语，有些刻板，而后的语言则非常灵活，重在创新、讲究文彩。而具有法律效力的文件、单证的语言和贸易信函的语言相比，其程式化的程度则达到无以复加的程度。因此，有的语言学家认为（Crystal & Davy, 1988），任何法律文本均非律师个人杜撰，而是在沿袭或抄袭“公式化语句集”。为进一步说明这一特点，试看下面各例：

- ① This Sole Agency Agreement is entered into through friendly negotiations between XXX Corporation (hereinafter called Party A) and XXX Company (hereinafter called Party B) on the basis of equality and mutual benefit to develop business on the terms and conditions set forth

below:

经×××总公司（以下简称甲方）与×××公司（以下简称乙方）友好协商，本着平等互利发展贸易的原则达成独家代理协议。兹订立条款如下：

- ② China Light Industrial Products Import and Export Corp., Beijing Branch, Beijing Printing Company (hereinafter referred to as A) and A. E. Morgan Publications Ltd. (hereinafter referred to as B) have discussed the matter of printing a magazine by A for B and concluded the contract, the terms of which are as follows:

兹经中国轻工业产品进出口总公司北京分公司北京印刷公司（以下称甲方）与 A.E. 摩根出版有限公司（以下称乙方）协商，签订由甲方为乙方印刷杂志的合同，其条款如下：

- ③ The undersigned Sellers and Buyers have agreed to close the following transactions according to the terms and conditions stipulated below:

兹经买卖双方同意成交下列商品，订立条款如下：

- ④ This contract is made and signed by and between the Buyer and the Seller, whereby the Buyer agrees to buy and the Seller agrees to sell the undermentioned goods subject to the terms and conditions as stipulated hereinafter:

兹经买卖双方同意成交下列商品，订立条款如下：

- ⑤ We hereby authorize you to negotiate for our account draft/drafts drawn by Messrs. China National Light Industrial Products Import and Export Corp., Beijing Branch, ..., on Messrs. Tak Heng Co., ..., to the extent of RMB ¥3,215-98 (···) for 100 % invoice cost to

be accompanied by complete sets of documents as specified.

(本行) 兹授权贵行议付以本行为付款人的最高金额为人民币 3215.98 元的汇票, 该汇票由……中国轻工业品进出口公司北京分公司开具, 向…… Messrs. Tak Heng 有限公司支取等于 100% 发票价值之货款并随附所规定的整套单据。

上述各例均为法律性文件、单证的开首段落。例①是独家代理协议的第一段, 例②是来料印刷加工合同 (Printing Contract of Processing Supplied Materials) 的首段, 例③、例④分别是售货合同 (确认书) 和购货合同 (确认书) 的第一段, 而例⑤则是授权议付行议付货款的带利息条款信用证 (Letter of Credit with Interest Clause) 的第一段。上述各例足以看出这些文件、单证的程式化倾向, 同类的合同协议或信用证均以此开头。实际上在文本具体内容大致相似的条件下, 语言的运用只是大同小异而已, 有时可能用同义表达方式替代, 如, 上面第⑤例中 “to the extent of RMB¥ …” 可用下列三种表达方式替代:

- a) for the amount of RMB¥ …
- b) for a sum not exceeding RMB¥ …
- c) for any sum or sums not exceeding in all: RMB¥ …
- d) up to an aggregate amount of RMB¥ …

五种表达方式均可译为 “最高金额人民币……元。”

和上述法律性文件及单证相比, 商业信函的程式化程度远没有那么严格。其程式化特点主要表现为一些套语、固定搭配及句式结构的频繁使用。例如, 信函的开头常用下面的表达方式来简要提及所收到信函的内容:

- a) We refer to your letter of (dated) … + v-ing

b) Referring to your letter of (dated) ... + v-ing

c) With reference to your letter of (dated) ... + v-ing

此类结构可译作：兹谈及你方（贵方）×月×日××函（当然，视具体信件内容可按汉语书信的习惯灵活处理）。再如，要告诉收信人某事则常用：

a) Please be informed (advised, notified) of sth.

b) We hereby inform (advise, notify) sb. of sth.

上两例也可接 that 引导的从句，均可译作：“现（兹）告知（通知）你方（贵方）……”。

二、语法特点

经贸英语虽然没有独立的语法结构，而且有些特点为其他各体英语所共有，但有一定文体知识的人却能明显感觉出其与普通英语的差异。其特点主要表现在以下几个方面：

1. 相对贸易信函而言，总地说来，合同协议及商业单证（表格部分除外）的句子较长（有时简直长得出奇，超出一般范围。关于这一点，见第七章中的劳氏保险凭证），几乎每句话都表达一个完整的意思，句子间很少有关联词。例如：

⑥ In case of quality discrepancy, claim should be filed by the Buyers within 3 months after the arrival of the goods at the port of destination, while of quantity discrepancy, claim should be filed by the Buyers within 15 days after the arrival of the goods at the port of destination. It is understood that the Sellers shall not be liable for any discrepancy of the goods shipped due to causes for which the insurance company, shipping company, other transportation organizations and/or post office are liable.

如买方提出索赔，凡属质量异议须于货到目的口岸之日起3个月内提出，凡属数量异议须于货到目的口岸之日

起 15 日内提出。对所装货物提出任何异议，属于保险公司、轮船公司及/或其他运输机构或邮递机构所负责任者，售方概不负责。

上例中共有两句，前一句叙述的是由于卖方的责任而引起的索赔的情形，后一句则说明属于其他机构责任的索赔的情形，两者界限分明。前者句子较长，结构较为复杂，将两种不同性质的索赔分别加以叙述，以避免歧义，达到准确的目的。实际上，在一般情况下，这句话可改写为：

In case of quality and quantity discrepancies, claims should be filed by the Buyers within 3 months and 15 days respectively after the arrival of the goods at the port of destination. 原句共有 50 个单词，改写后只有 32 个单词，占原句的 64%，接近商业信函句子长度的极限（一般情况下，信函句子的长度为 17—20 个单词）。

2. 词项重复。为避免歧义、达到准确的目的，合同、协议及各种单证常重复关键词（重复频率最高的是名词，其次是动词，形容词再次之），很少用代词指代前面提到的人或事物（在这一点上，英语和汉语极为相似）。除在下面两种结构中，即 “It is agreed as follows”（兹达成协议如下）和 “It is understood that...” 两种结构中之外，代词 “it” 几乎见不到。此外，名词前常用 “said”，“aforesaid”，“abovementioned” 等来修饰限定。相反，商业信函则一般要避免不必要的重复，且代词的使用频率极高，与日常英语几乎没有差别。试将下例与例⑥作一比较，其差异自显：

- ⑦ We owe your name to the Bank of China, London, through whom we learned that you are the manufacturers of textiles, piece goods and other general merchandise, and also that you are importers and exporters.