

全国高等院校国际 **商务英语** 统编教材

# 商务英语 英汉翻译教程

主编 潘 红

A COURSE IN  
ENGLISH-CHINESE  
BUSINESS TRANSLATION



中国商务出版社  
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

# BUSINESS ENGLISH

全国高等院校国际商务英语统编教材

# 商务英语 英汉翻译教程

---

主 编 潘 红

中国商务出版社

**图书在版编目 (CIP) 数据**

商务英语英汉翻译教程/潘红主编. —北京: 中国商务出版社, 2004. 8 (2008. 1 重印)  
全国高等院校国际商务英语统编教材  
ISBN 978-7-80181-270-4

I. 商… II. 潘… III. 商务—英语—翻译—高等学校—教材 IV. H315.9

中国版本图书馆·CIP 数据核字 (2004) 第 073670 号

---

全国高等院校国际商务英语统编教材  
**商务英语英汉翻译教程**  
主 编 潘 红  
副主编 方笑君 温秀颖  
熊一娣  
中国商务出版社出版  
(北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号)  
邮政编码: 100710  
电话: 010-64269744 (编辑室)  
010-64266119 (发行部)  
网址: www.cctpress.com  
E-mail: cctp@cctpress.com

北京中商图出版物发行有限  
责任公司发行  
三河市和达印务有限公司印刷  
787 毫米×980 毫米 16 开本  
20.75 印张 382 千字  
2004 年 8 月 第 1 版  
2008 年 1 月 第 3 次印刷  
印数: 8001—11000 册  
ISBN 978-7-80181-270-4  
G · 133  
定价: 30.00 元

---

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 64212247

## 作者简介

潘红，福州大学外国语学院英语系主任、教授，硕士生导师。

方笑君，兰州商学院商务英语系主任、副教授。

温秀颖，南开大学翻译系主任、副教授，博士。

熊一娣，重庆大学外国语学院副教授。

朱天文，福州大学外国语学院英语系讲师，硕士。

刘世平，重庆大学外国语学院英语系讲师，硕士。

汪凯，兰州商学院国际贸易系讲师。

徐朝晖，福州大学外国语学院讲师，硕士。

盛丽，重庆大学外国语学院在读硕士研究生。

◎责任编辑 一文  
李 炜  
◎封面设计 张 健  
◎版式设计 张瑞文  
◎责任校对 张丽珠

全国高等院校国际商务英语统编教材编委会

总顾问 黄震华

顾 问 常玉田 宓智瑛

主 任 钱建初 李学新

副主任 吴小京

编 委(以汉语拼音为序)

陈 洁 丁 溪 胡鉴明 李波阳 李小飞

潘 红 王晓群 王学成 谢晓莺 严 明

# 编 委 会

---

主 编 潘 红

副主编 方笑君 温秀颖 熊一娣

编 者(以姓氏笔画为序)

方笑君 朱天文 刘世平 汪 凯 徐朝晖

盛 丽 温秀颖 熊一娣 潘 红

# 前 言

《商务英语英汉翻译教程》的编写旨在避免传统翻译教程把翻译仅仅看作是语言框架内的双语转换的做法,把视点拓宽到语用、文化、语篇功能、译文读者接受等层面上,从英汉对比的角度介绍英汉翻译过程中所涉及的语篇、文体、语用、文化、译文功能、译文读者等诸多因素,注重切实培养学生的翻译能力,而不是停留在提高学生的语言能力上。

本教程编写以“翻译功能理论”为指导,这是基于以下两个方面的考虑:

其一,“翻译功能理论”在语言功能的基础上,吸收了现代语言学中的语义理论、语用学理论、语篇分析、修辞与文体理论等,这对翻译,特别是商务类语篇的翻译提供了实用、可行的理论指导。

其二,“翻译功能理论”注重翻译文本的交际功能,强调“功能+忠实”这一概念;同时它又吸纳了传统译论强调源语文本的特点,翻译过程中强调通过译文的预期功能来体现译文与原文在语言结构上的联系。因此,它仍然重视对源语文本的分析,这有利于开展实际教学、保证翻译教学的质量,避免理论框架完全脱离现实的问题。

本教程编写以翻译实践为主,辅以适量的理论介绍。通过对“翻译功能理论”的介绍,试图体现翻译的科学性,避免把翻译教材变成零碎的翻译方法和技巧的大汇总。同时也引导学生对翻译的理性认识、树立正确的翻译观,理性地掌握翻译方法和技巧。但理论介绍力求深入浅出,并贯穿于本教程的各个章节。

本教程由上篇“英汉翻译基础知识”和下篇“实用商务翻译”两个部分组成。

上篇“英汉翻译基础知识”共分7章。

首先介绍翻译的性质、标准、过程、所涉及的各种因素等,以让学生



对翻译有一个较为全面的理性认识。第二、第三章引入了“文体”和“文化”两大概念,以强化文体意识和跨文化交际意识对提高翻译能力的关键作用。第四至第七章分词、句、语篇三个层面,从局部到整体、微观到宏观,详细介绍商务语篇的各种翻译方法。

我们特别以两章的篇幅(第六章“英汉语篇的衔接与翻译”和第七章“英汉语篇的连贯与翻译”)来讨论商务语篇的整体翻译技巧,为的是突出语篇知识、强调译文的整体语篇效果,因为这一直是翻译教学中容易忽视的内容,而语篇知识的缺乏也是影响学生提高实际翻译水平的一大障碍。

下篇“实用商务翻译”也分7章。

重点介绍各种常见商务体裁的翻译方法,包括:商标、商号、商务名片的翻译、广告的翻译、商务信函的翻译、商品说明书的翻译和商务法律文献的翻译。旨在通过各种原始商务语篇,介绍不同体裁商务语篇的翻译方法,也进一步强化上篇所介绍的各层面上的翻译技巧。

在第九章“英语广告的翻译”中,我们增加了公益广告的翻译这项内容,这主要是基于以下两个方面的考虑:(1)在商界,公益广告已成为企业树立自身形象的一种手段,商务翻译不可避免地会涉及公益广告;而一般商务翻译教程中论述广告翻译的章节,均未谈及公益广告。(2)通过商业广告和公益广告的对比,更有利于学生把握商业广告的文体特点和翻译方法。

第十四章是商务翻译例析,通过对四类商务语篇(广告、商务信函、商品说明书和法律英语)翻译实例的分析、点评,进一步强化本教程所涵盖的翻译技巧和重点,也使学生通过具体实例,更好地把握翻译的方法。

第一至第十三章后都附有练习,供学生课后练习,书后附有练习参考答案。

本教程所用体例均突出“商务”这一主题,举例精当,并富有时代气息。

《商务英语英汉翻译教程》的主要读者是高校学生,教程实际授课时数约48课时左右。本教程也可作为广大从事跨文化商务活动的人员和商务英语学习者的自学教材。

本教程由 9 位老师共同完成,具体分工为:

第一、第二章由温秀颖编写;

第三章由刘世平编写;

第四章由徐朝晖编写;

第五章由潘红、朱天文编写;

第六章由朱天文编写;

第七、第九章由潘红编写;

第八、第十章由方笑君编写;

第十一章由熊一娣、盛丽编写;

第十二章由潘红、汪凯编写;

第十三章由刘世平、熊一娣编写;

第十四章由各相关章节的编写者提供,即由潘红、熊一娣、刘世平、盛丽编写。

潘红对全书内容进行了调整和统一,并对有些章节作了较大的修改和补充。

鉴于我们学识水平有限,书中疏漏和错误在所难免,敬请读者不吝赐教。

潘 红

2004 年 6 月 25 日于榕城

# 目 录

## 上篇 英汉翻译基础知识

第一章 翻译概论 .....	3
第一节 翻译的定义 .....	3
第二节 翻译的标准 .....	5
第三节 翻译的过程 .....	10
第四节 译者的角色和素养 .....	12
练习 .....	17
第二章 商务语篇的文体和翻译 .....	18
第一节 语篇的概念和分类 .....	18
第二节 商务语篇的分类和结构模式 .....	20
第三节 商务英语的主要文体特征及翻译 .....	27
第四节 译文的得体性 .....	33
练习 .....	37
第三章 英汉文化与商务翻译 .....	38
第一节 文化的定义、文化与语言的关系 .....	38
第二节 商务活动与跨文化交际 .....	40
第三节 文化差异在商务语篇中的反映 .....	45
第四节 翻译策略 .....	47
练习 .....	50
第四章 英汉词语对比与翻译 .....	51
第一节 英汉词义的关系 .....	51
第二节 词语的文化含义 .....	53
第三节 商务语篇中的词义特点 .....	58
第四节 商务词汇的翻译技巧 .....	65
练习 .....	73
第五章 英汉句法对比与翻译 .....	75

第一节 英汉句法结构的不同特点	75
第二节 英汉句子的语序比较和翻译	79
第三节 长句的分析和翻译	85
第四节 商务语篇中被动语态的翻译	95
练习	99
<b>第六章 英汉语篇的衔接与翻译</b>	<b>101</b>
第一节 语篇的衔接	101
第二节 衔接手段:语法手段和词汇手段	103
第三节 英汉翻译中衔接手段的应用	106
第四节 英汉思维方式的不同和衔接手段的调整	117
练习	123
<b>第七章 英汉语篇的连贯与翻译</b>	<b>126</b>
第一节 语篇的连贯及其决定因素	126
第二节 译者的语篇意识与译文的连贯重构	130
第三节 英汉语篇的连贯特征差异及译文的连贯策略	134
第四节 跨文化背景知识与译文连贯的构建	147
练习	150

## 下篇 实用商务翻译

<b>第八章 商标、商号的翻译</b>	<b>155</b>
第一节 商标的定义、功能和英语商标的构成特点	155
第二节 商标的文化内涵及翻译处理	160
第三节 商号的定义和功能	166
第四节 商号的翻译方法	167
练习	173
<b>第九章 英语广告的翻译</b>	<b>174</b>
第一节 英语广告的语篇结构	174
第二节 公益广告和商业广告及其功能	177
第三节 广告英语的文体特点和翻译	182
第四节 英语广告的翻译方法	187
练习	200
<b>第十章 商务名片的翻译</b>	<b>204</b>
第一节 人名、地址、门牌的译法	205
第二节 部门名称的翻译	207
第三节 英汉职位、职称的不对等	208

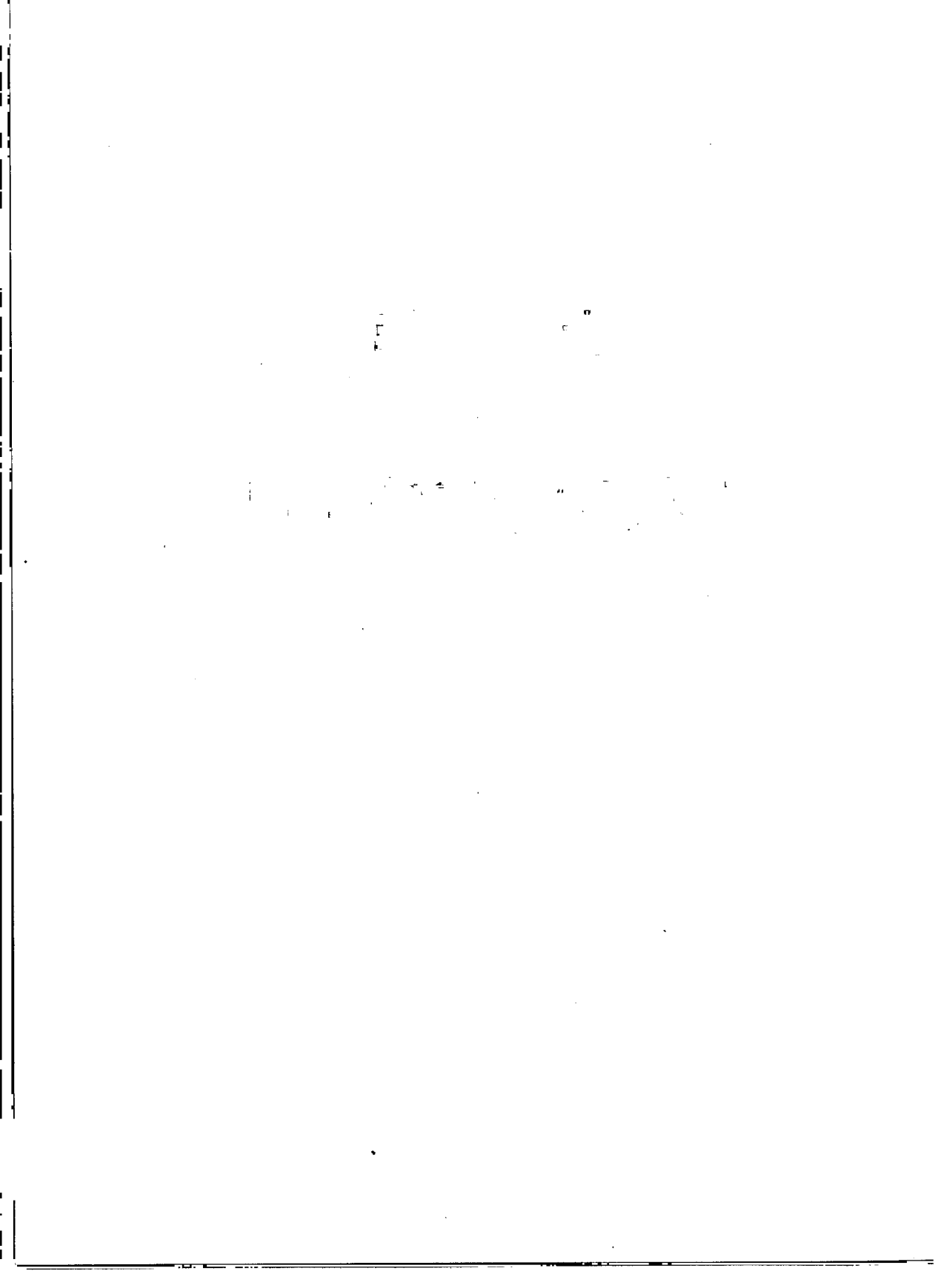
第四节 职位、职称的翻译方法 .....	210
练习 .....	213
<b>第十一章 商务信函的翻译 .....</b>	<b>215</b>
第一节 英语商务信函简介 .....	215
第二节 英语商务信函翻译的概念和标准 .....	218
第三节 英语商务信函的主要文体特点 .....	221
第四节 商务信函的分类和翻译的得体性 .....	229
练习 .....	235
<b>第十二章 商品说明书的翻译 .....</b>	<b>239</b>
第一节 商品说明书和广告的区别 .....	239
第二节 商品说明书的结构 .....	243
第三节 商品说明书的语言特点 .....	246
第四节 商品说明书的翻译 .....	252
练习 .....	258
<b>第十三章 商务法律文献的翻译 .....</b>	<b>261</b>
第一节 法律英语的文体特点 .....	261
第二节 法律英语中的词汇特点 .....	265
第三节 法律英语中的句法特点 .....	267
第四节 法律英语的翻译标准和方法 .....	270
练习 .....	278
<b>第十四章 实用商务翻译例析 .....</b>	<b>280</b>
第一节 广告翻译例析 .....	280
第二节 商务信函翻译例析 .....	286
第三节 商品说明书翻译例析 .....	289
第四节 法律英语翻译例析 .....	290
<b>练习参考答案 .....</b>	<b>295</b>
<b>主要参考文献 .....</b>	<b>312</b>

# 上 篇

---

## 英汉翻译基础知识

---



# 第一章 翻译概论

## 第一节 翻译的定义

翻译的历史源远流长。在中国,有文字可考的翻译历史可追溯至周朝。据《礼记·王制》记载,周王朝为了实现与异族的交往,在朝中设有负责东南西北各少数民族翻译任务的官员,“东方曰寄,南方曰象,西方曰狄鞮,北方曰译。”因此,后世也将翻译人员称为“象寄之才”。

有了翻译活动,也就有了对这一活动的认识和探究。在长达两千多年的翻译史上,出现了许许多多有关翻译的论述,对翻译所下的定义也不计其数。这里我们不妨列举一些,以供读者参考。

根据史料记载,“翻译”一词的出现,大约始于东汉。在这之前,各种论述翻译的文章,都只用“译”一字。北宋高僧赞宁在其编撰的《高僧传》中记载了“翻”与“译”的结合过程,并两次提到他对翻译的认识。他第一次论及翻译的本质是在《义净传》中。他说:“译之言易也,谓以所有易其所无也。譬诸枳橘焉,由易土而殖,橘化为枳。枳橘之呼虽殊,而辛芳干叶无异。”在《译经篇》中,他又说:“……懿乎东汉,始译《二十四章经》,复加之为翻也。翻也者,如翻锦绮,背面俱花,但其花有左右不同耳。由是‘翻’‘译’二名行焉。”

其后的法云在其所编佛教辞书《翻译名义集》自序中引用了上述定义,并说:“夫翻译者,谓翻梵天之语转成汉地之言。音虽似别,义则大同。”

这大概是我国最早的关于翻译本质的论述。

1980年,我国著名翻译家张培基先生在《英汉翻译教程》一书的绪论中,从语言学的角度为翻译下了这样的定义:“翻译是运用一种语言把另一种语言所表达的思维内容准确而完整地重新表达出来的语言活动。”

冯庆华先生在《实用翻译教程》一书中则从语言学和文艺学的双重角度界定了翻译的本质:“翻译是许多语言活动中的一种,它是用一种语言形式把另一种语言形式里的内容重新表现出来的语言实践活动。翻译是一门艺术,是语言艺术的再创作。”

陈宏薇教授在《汉英翻译基础》一书中,从跨文化交际的角度为翻译所下的定义是:“翻译是跨语言、跨文化的交际活动。翻译是科学。翻译是艺术。翻译是技



能。”

李运兴教授在《英汉语篇翻译》一书中,从信息传递和目的论的角度为翻译所下的定义是:“翻译就是用译语语篇传达原语语篇的信息,以实现原语语篇及译者的交际目的。”

《中国翻译词典》提供的定义是:翻译是语言活动的一个重要组成部分,是指把一种语言或语言变体的内容变为另一种语言或语言变体的过程或结果,或者说把用一种语言材料构成的文本用另一种语言准确而完整地再现出来。

20世纪80年代后,随着西方翻译理论的引入,一些西方理论家对翻译的定义也相继进入中国各种讨论翻译的文章、教材和著作中。比较有代表性的有:

美国著名翻译理论家奈达(E. A. Nida)在《翻译的科学探索》一书中所下的定义:“所谓翻译,是指在译语中用最切近而又最自然的对等语再现原语的信息,首先是意义,其次是文格。”

英国的卡特福德(J. C. Catford)在《翻译的语言学理论》一书中对翻译做出如下定义:翻译就是“用一种等值的语言(译语)的文本材料去替换另一种语言(原语)的文本材料。”

德国翻译理论家威尔斯(Wolfram Wilss)认为,翻译是一种语际信息传递过程,这一过程具有单向性和不可逆性。

苏联语言学家巴尔胡达罗夫为翻译下的定义是:“翻译是把一种语言的言语产物在保持内容方面,也就是意义不变的情况下改变为另一种语言的言语产物的过程。”

国际译联主席、保加利亚索非亚大学教授安娜·利洛娃于1985年在《普通翻译理论概要》一书中为翻译下的定义:“作为一种过程,翻译是一种口头的或笔头的活动,其目的在于把存在于一种语言的口说的或书面的话语(作品)用另一种语言再现出来,并保持原话(原文)内容基本不变。作为翻译的结果,译作是原文的类似物。”

.....

古今中外,对翻译的定义,还有许许多多,这些定义要么从语言学的角度出发,把翻译看作一门科学,认为翻译是以语言转换为基础的一种机械的编码和解码过程,有规律可循;要么从文艺学的角度出发,把翻译看作一门艺术,认为翻译是以译者心灵感悟为基础的一种再创造活动,无规律可循;要么从某一视角出发,将翻译局限于某一特定的范围内,排斥了其他的可能性。

我们认为,翻译是一项非常复杂的个性活动,在对翻译本质的认识上,任何学派的理论都难免带有某种局限性和片面性。1991年,罗格·贝尔(Roger Bell)在讨论“什么是翻译?”这一问题时,曾经说过,无论是“艺术”派,还是“科学”派,基本上都是在文学翻译或宗教翻译的框架内讨论翻译和翻译理论的。对这一论断的真实性,从中西方翻译史中,不难得到验证。其中的原因自然与宗教翻译和文学翻译一