

全新立体化商务英语系列教程 陈振东 总主编

商务英语

翻译教程

◎主 编 潘月洲

◎副主编 陆松岩 金黎明



北京交通大学出版社
<http://press.bjtu.edu.cn>

全新立体化商务英语系列教程

陈振东 总主编

商务英语翻译教程

主 编 潘月洲

副主编 陆松岩 金黎明

北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本教程介绍商务英语的语言特征,从词汇和句法两个角度讲解商务英语的翻译技巧,并讲解了汉译英过程中的一些疑难之处。全书共设 15 个单元,每单元围绕一个主题展开,结合课文,适当讲解商务知识。每单元的翻译知识和技巧的讲解都兼顾句子、段落和篇章 3 个层次的翻译操作,讲解详略得当,理论与实践相结合。每单元同时配有大量的翻译练习,有利于巩固所学翻译知识和技巧。课文选材新颖,紧扣时代脉搏,同时又注重实用性,非常适合商务英语专业及国际贸易等经贸类专业的学生使用,也适合从事国际经贸工作的人员、MBA 学员、外资企业雇员等相关人员使用。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

商务英语翻译教程/潘月洲主编. —北京:北京交通大学出版社,2007.12

(全新立体化商务英语系列教程/陈振东主编)

ISBN 978-7-81082-986-1

I. 商… II. 潘… III. 商务-英语-翻译-教材 IV. H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 044212 号

策划编辑:井 飞

责任编辑:王晓春 特邀编辑:李国芳

出版发行:北京交通大学出版社

电话:010-51686414

北京市海淀区高粱桥斜街 44 号

邮编:100044

印刷者:北京宏伟双华印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:175×235 印张:19.75 字数:420 千字

版 次:2008 年 1 月第 1 版 2008 年 1 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 978-7-81082-986-1/H·88

印 数:1~3 000 册 定价:28.00 元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。

投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。



Preface

前 言

随着经济全球化程度的进一步加深，中国与外界的经济联系日益频繁，参与全球经济活动在深度和广度两个方面都达到了前所未有的程度。中国要想走在世界的前列，就必须向世界学习先进的科学技术和管理经验。无论是“走出去”还是“请进来”，这一切活动都离不开翻译。在这样的大背景下，翻译越来越受到重视，全国范围内的翻译证书考试热便是一个最好的证明。而所有这一切都对将翻译作为一种技能的教和学提出了非常高的要求。

我们在编写本教程的过程中，研究了多种翻译教材，吸取其长处和优点，同时，加入我们的研究成果，形成自己的特色。具体来说，本教程有如下特点。

第一，翻译理论与商务英语翻译实践相结合。有人把翻译比作游泳，只有在水中扑腾才能学会游泳。翻译也是如此，只有通过大量实践才能掌握翻译的方法和技巧。故本书每单元的翻译讲座都配有“即学即练”，帮助巩固所学知识。每单元的第四部分还配有与该单元相同主题的翻译练习。教师在使用课文时，既可以用作讲解的材料，也可用作学生翻译练笔的材料。

第二，商务知识和翻译知识相结合。商务英语具有较强的专业性，没有商务方面专业知识的支撑，翻译必定谬误百出。故本书将涉及的商务知识做了适当的讲解。例如，书中对汇率的“做市商制度”（market-making system）做了一定的介绍，使学生对其有所了解。

第三，注重选材的时代性和实用性。本书选材广泛，具有强烈的时代性。书中选择的主题，如手机广告、电子商务、上海世博会、奥运经济、中国的汇率改革、中国的和平崛起、“十一五”期间中国的发展方向、知识产权、内地与港澳的 CEPA 等，均为目前经常见诸报端的话题。本书还涉及商务专业必修的外贸实务函电等相关方面，充分体现了时代性和实用性两方面的内容。

第四，兼顾词、句子、段落和语篇的翻译。书中翻译讲座主要是从词、句及汉语的特殊性方面展开的。翻译练习的安排考虑了句子和段落翻译。课文是从语篇的角度来安排讲解翻译的技巧和方法。

本教程的以上特点还体现在全书的结构安排方面。全书共设 15 个单元，每单元由 5 部分组成，分别是课文、翻译知识和技巧讲座、商务英语翻译小词典或汉英翻译小词典、翻译练习（句子翻译和段落翻译）及课文的参考译文。

课文部分包含词汇、经济术语、翻译提示等。设置这部分的目的都是为了帮助学生理解该主题的语言和背景知识，讲解侧重于帮助学生理解、学会并掌握一些具体翻译操作和翻译思路。学生在教师讲解前应充分预习，熟悉课文中的一些表达方法和难点，做到心中有数，这样才能事半功倍。

翻译知识和技巧讲座部分较系统地讲解商务英语的语言特点、商务英语翻译的基础知识、商务英语翻译的词汇和句法处理技巧与方法、汉译英中的商标和新词的翻译策略、汉译英句子层面的处理方法，以及汉语特殊句型的英译方法。这部分紧扣商务英语翻译实践，提供大量商务方面的翻译例证，来源于商务翻译实践，但又高于翻译实践。讲座之后紧接着就是“即学即练”，让学生巩固所学知识。

商务英语翻译小词典或汉英翻译小词典部分的目的是帮助学生扩大同一主题的词汇量，以点带面，让学生在学会本篇课文翻译后，把词汇量扩展到更广的范围。这是本书与众不同的地方。

翻译练习部分，无论是句子翻译还是段落翻译，内容均与本单元的主题相关，目的在于扩大知识面，巩固翻译技巧。

参考译文部分仅供学生自学和教师讲解课文时参考使用。

在使用本书的过程中，教师根据学生的实际水平，可以对内容进行适当的选择，不一定面面俱到。

本书既可供商务英语专业及国际贸易等经贸类专业的学生使用，也可供有志于从事国际经贸工作的人员、外资企业雇员等有关人员使用。

本书是集体合作的成果，编者们都是具有丰富商务英语教学经验的一线教师。潘月洲任主编，陆松岩、金黎明任副主编。参加编写工作的有：潘月洲、丁辉关、任奎艳、陆松岩、管俊、张扬扬、金黎明、王莎、胡凌、胡海青、杨远、袁利。

本书在编写过程中得到了许多师友的帮助，尤其是得到了丛书总主编、上海财经大学陈振东副教授的多方指点。周源老师为本书提供了一部分材料，出版社的井飞和王晓春女士也鼎力相助。另外，本书编写过程中参考了近年来国内出版的有关著作和刊物。在此，对上述各位师友、原文作者及翻译者致以诚挚的谢意。

由于编者的水平有限，本书中的失误、疏漏之处在所难免，敬请读者不吝指正。

编 者
2007 年 12 月

目 录

Part One 英 译 汉

Unit 1 New Ad Frontier: Cell Phones 广告新领域: 手机 (3)

Part I Passage (3)

New words & expressions (4)

Business terms & expressions (5)

Proper names (6)

Notes to the passage (7)

Part II Translation Technique (9)

商务英语的语言特征与翻译 (9)

即学即练 (13)

Part III Mini-dictionary for Business English Translation (14)

英汉对照广告常用词汇 (14)

Part IV Translation Exercises (17)

A. Translate the following sentences into Chinese (17)

B. Translate the following paragraphs into Chinese (17)

Part V Reference Version (18)

Unit 2 HSBC and Its E-banking Services 汇丰集团及其电子银行服务 (20)

Part I Passage (20)

New words & expressions (21)

Business terms & expressions (22)

Proper names (23)

Notes to the passage (23)

Part II Translation Technique	(26)
商务英语翻译基本知识	(26)
即学即练	(29)
Part III Mini-dictionary for Business English Translation	(30)
英汉对照银行英语常用词汇	(30)
Part IV Translation Exercises	(33)
A. Translate the following sentences into Chinese	(33)
B. Translate the following paragraphs into Chinese	(33)
Part V Reference Version	(34)

Unit 3 The Great Opportunity: World Expo 2010 Shanghai China 绝佳的机遇: 中国 2010 年上海世界博览会

Part I Passage	(36)
New words & expressions	(37)
Business terms & expressions	(38)
Proper names	(39)
Notes to the passage	(40)
Part II Translation Technique	(42)
商务英语翻译的词语处理(一)——词义的选择与引申、词类转译法	(42)
即学即练	(47)
Part III Mini-dictionary for Business English Translation	(49)
英汉对照会展常用词汇	(49)
Part IV Translation Exercises	(51)
A. Translate the following sentences into Chinese	(51)
B. Translate the following paragraphs into Chinese	(52)
Part V Reference Version	(53)

Unit 4 Business Letters 商务信函

Part I Passage	(55)
Letter 1 Establishment of Business Relations	(55)
Letter 2 Terms of Payment	(55)
Letter 3 Shipment	(56)
Letter 4 Agency	(56)
Letter 5 Compensation Trade	(57)

Letter 6 Processing According to Supplied Samples	(57)
New words & expressions	(58)
Business terms & expressions	(59)
Proper names	(60)
Notes to the passage	(60)
Part II Translation Technique	(66)
商务英语函电的语言特点、用词特征及翻译	(66)
即学即练	(71)
Part III Mini-dictionary for Business English Translation	(73)
英汉对照外贸函电常用词汇	(73)
Part IV Translation Exercises	(75)
A. Translate the following sentences into Chinese	(75)
B. Translate the following letter into Chinese	(76)
Part V Reference Version	(77)
Unit 5 E-commerce 电子商务	(80)
Part I Passage	(80)
New words & expressions	(82)
Business terms & expressions	(83)
Proper names	(83)
Notes to the passage	(84)
Part II Translation Technique	(88)
商务英语翻译的词语处理(二)——词量的增减、正反译、反正译与重复译法	(88)
即学即练	(91)
Part III Mini-dictionary for Business English Translation	(93)
电子商务英语常用词汇	(93)
Part IV Translation Exercises	(95)
A. Translate the following sentences into Chinese	(95)
B. Translate the following paragraphs into Chinese	(96)
Part V Reference Version	(97)
Unit 6 Logistics 物流	(99)
Part I Passage	(99)

New words & expressions	(101)
Business terms & expressions	(102)
Proper names	(102)
Notes to the passage	(103)
Part II Translation Technique	(106)
商务英语翻译的句法处理 (一) ——分译法与合译法	(106)
即学即练	(110)
Part III Mini-dictionary for Business English Translation	(110)
英汉对照物流专业常用词汇	(110)
Part IV Translation Exercises	(112)
A. Translating the following sentences into Chinese	(112)
B. Translating the following paragraphs into Chinese	(114)
Part V Reference Version	(115)
Unit 7 China's Exchange Rate Reform 人民币汇率改革	(117)
Part I Passage	(117)
New words & expressions	(118)
Business terms & expressions	(120)
Proper names	(120)
Notes to the passage	(121)
Part II Translation Technique	(125)
商务英语翻译的句法处理 (二) ——定语从句的翻译	(125)
即学即练	(127)
Part III Mini-dictionary for Business English Translation	(128)
英汉对照外汇业务及汇率常用词汇	(128)
Part IV Translation Exercises	(131)
A. Translate the following sentences into Chinese	(131)
B. Translate the following paragraphs into Chinese	(132)
Part V Reference Version	(132)
Unit 8 China's Peaceful Rise 中国的和平崛起	(134)
Part I Passage	(134)
New words & expressions	(136)
Business terms & expressions	(137)

Proper names	(138)
Notes to the passage	(138)
Part II Translation Technique	(141)
商务英语翻译的句法处理 (三) —— 主语从句与同位语从句的译法	(141)
即学即练	(144)
Part III Mini-dictionary for Business English Translation	(145)
英汉对照投资词汇	(145)
Part IV Translation Exercises	(147)
A. Translate the following sentences into Chinese	(147)
B. Translate the following paragraphs into Chinese	(148)
Part V Reference Version	(149)
Unit 9 China Beefing up US Economy 中国促进美国经济	(151)
Part I Passage	(151)
New words & expressions	(153)
Business terms & expressions	(154)
Proper names	(154)
Notes to the passage	(155)
Part II Translation Technique	(158)
商务英语翻译的句法处理 (四) —— 被动语态在商务英语中的应用及其翻译方法	(158)
即学即练	(162)
Part III Mini-dictionary for Business English Translation	(163)
英汉对照国际贸易常用词汇	(163)
Part IV Translation Exercises	(165)
A. Translate the following sentences into Chinese	(165)
B. Translate the following paragraphs into Chinese	(166)
Part V Reference Version	(166)
Unit 10 China's Development Roadmap 中国的发展路线图	(169)
Part I Passage	(169)
New words & expressions	(171)
Business terms & expressions	(172)
Proper names	(173)
Notes to the passage	(173)

Part II Translation Technique	(176)
商务英语翻译的句法处理（五）——长句的翻译	(176)
即学即练	(179)
Part III Mini-dictionary for Business English Translation	(180)
英汉对照国民经济常用词汇	(180)
Part IV Translation Exercises	(183)
A. Translate the following sentences into Chinese	(183)
B. Translate the following paragraphs into Chinese	(184)
Part V Reference Version	(185)

Part Two 汉译英

Unit 11 企业知识产权保护与自主创新	(189)
第一节 课文	(189)
词语提示	(190)
经济术语	(191)
专有名词	(192)
翻译注释	(192)
第二节 翻译技巧	(196)
中文商标词英译的特点、基本要求及方法	(196)
即学即练	(201)
第三节 汉英翻译小词典	(202)
汉英对照知识产权常用词汇	(202)
第四节 翻译练习	(204)
一、将下列句子译成英语	(204)
二、将下列段落译成英语	(206)
第五节 参考译文	(206)
Unit 12 中美经贸关系	(208)
第一节 课文	(208)
词语提示	(209)
经济术语	(210)
专有名词	(211)
翻译注释	(211)

第二节 翻译技巧	(214)
汉译英中选择主语的策略	(214)
即学即练	(216)
第三节 汉英翻译小词典	(217)
汉英对照涉外经济常用词汇	(217)
第四节 翻译练习	(220)
一、将下列句子译成英语	(220)
二、将下列段落译成英语	(221)
第五节 参考译文	(221)

Unit 13 奥运经济与科技奥运 (224)

第一节 课文	(224)
词语提示	(225)
经济术语	(226)
专有名词	(227)
翻译注释	(227)
第二节 翻译技巧	(230)
汉语句式英译的基本步骤和常用方法	(230)
即学即练	(234)
第三节 汉英翻译小词典	(235)
汉英对照北京 2008 年奥运会常用词汇	(235)
汉英对照奥运及体育项目常用词汇	(236)
第四节 翻译练习	(238)
一、将下列句子译成英语	(238)
二、将下列段落译成英语	(239)
第五节 参考译文	(239)

Unit 14 加入世贸组织后的对外经济合作 (242)

第一节 课文	(242)
词语提示	(243)
经济术语	(244)
专有名词	(244)
翻译注释	(244)
第二节 翻译技巧	(247)

汉语特殊句型的英译对策	(247)
即学即练	(252)
第三节 汉英翻译小词典	(253)
汉英对照世贸组织相关词汇	(253)
第四节 翻译练习	(255)
一、将下列句子译成英语	(255)
二、将下列段落译成英语	(257)
第五节 参考译文	(257)
Unit 15 CEPA	(260)
第一节 课文	(260)
词语提示	(261)
经济术语	(262)
专有名词	(262)
翻译注释	(263)
第二节 翻译技巧	(266)
汉语新词英译策略	(266)
即学即练	(269)
第三节 汉英翻译小词典	(269)
CEPA 中的词汇及表达方式英译	(269)
第四节 翻译练习	(272)
一、将下列句子译成英语	(272)
二、将下列段落译成英语	(273)
第五节 参考译文	(274)
参考答案	(276)
参考文献	(303)

Part One

英译汉

Part I Passage**New Ad Frontier: Cell Phones**

They're not supposed to call or send a fax to your home. E-mail may soon be off limits, too. So, spurned marketers are now training their sights on cell phones.

But they won't call you. They're betting you'll call them to participate in sweepstakes, get coupons or answer surveys. They've struck a deal with the nation's 12 largest providers of wireless phone service to set up a five-digit call-in system. Consumers dial a "short code" promoted by the company on its products and advertisements to get the company to send them back a text message that appears on their cell-phone screens.

More than 150 companies have applied to register short codes—numbers from 20000 to 99999—in the two weeks they've been available.

Consumer advocates fear that once a customer uses a code to snag a coupon, that cell-phone number could go on a list and be sold to telemarketers, making the cell phone just another target for junk solicitations.

Many of the companies that have registered for short codes so far have pledged not to share cell phone numbers with others or use them to market products unrelated to the original promotion.

Procter & Gamble Co. is using 3 - 2 - 7 - 3 - 2 to promote its Clairol Herbal Essences hair-color products. Coca-Cola Co. already is inviting people to call COKE for a shot at winning prizes. (It set up its four-digit code before the five-digit standard was established.)

Coca-Cola last month launched a trial by printing its 2 - 6 - 5 - 3 short code on posters and cardboard displays at stores to promote its sweepstakes. Customers punch the code into their cell phones and are then prompted to type in the numbers printed on the inside of their drink caps, which indicates the number of points they've earned.

Coke keeps track of a user's points in a digital account associated with that cell-phone

number. The customer then uses the cell-phone number to register on Coke's promotional Web site and redeem points for prizes.

Coke wanted to tap the growing audience of teenagers who use cell phones to send text messages, said Doug Rollins, associate brand manager of the Coca-Cola trademark. If the trial succeeds, he said, Coke might use the codes more broadly in other advertising and promotional programs.

Coke asks those who register on its Web site for permission to send additional messages to their cell phones. But it is treading carefully on what it knows is now private space. Coke has pledged not to sell its list to other marketers, or to send unwanted messages. "We're not going to push a bunch of messages," Rollins said. "Consumers are paying for each text message we send. We can't lose that confidence."

But in Asia, the popular marketing practice has been criticized because messages are often sent to cell phones without permission.

US consumer groups worry that the same will happen here.

Advocates of short codes say marketers and wireless carriers will self-police the process, sending messages only to consumers who "opt in". Marketers are expected to allow customers to accept or refuse a message. Also, short-code proponents promise they will make it easy for cell-phone users to opt out of getting new messages.

The Mobile Marketing Association plans this month to release a "code of conduct" for marketers to protect consumer privacy.



New words & expressions

frontier	<i>n.</i>	新领域; 尚待开发的领域
spurn	<i>vt.</i>	蔑视, 唾弃
market	<i>vt.</i>	出售; 推销, 营销
marketer	<i>n.</i>	推销商, 营销商
sweepstake(s)	<i>n.</i>	抽奖; (赌博) 彩, 奖
coupon	<i>n.</i>	优惠券, 优待券; (附在商品上的) 赠券
strike	<i>v.</i>	(struck; struck 或 stricken) 达成 (交易、协议、合同等); 打, 击
available	<i>a.</i>	可得到的; 可利用的
register	<i>v.</i>	记录; 登记; <i>n.</i> 记录; 名单