



“十二五”职业教育国家规划教材
经全国职业教育教材审定委员会审定

Century Business English

世纪商务英语

总主编：刘杰英

翻译教程

(第四版)

主 编 谢金领

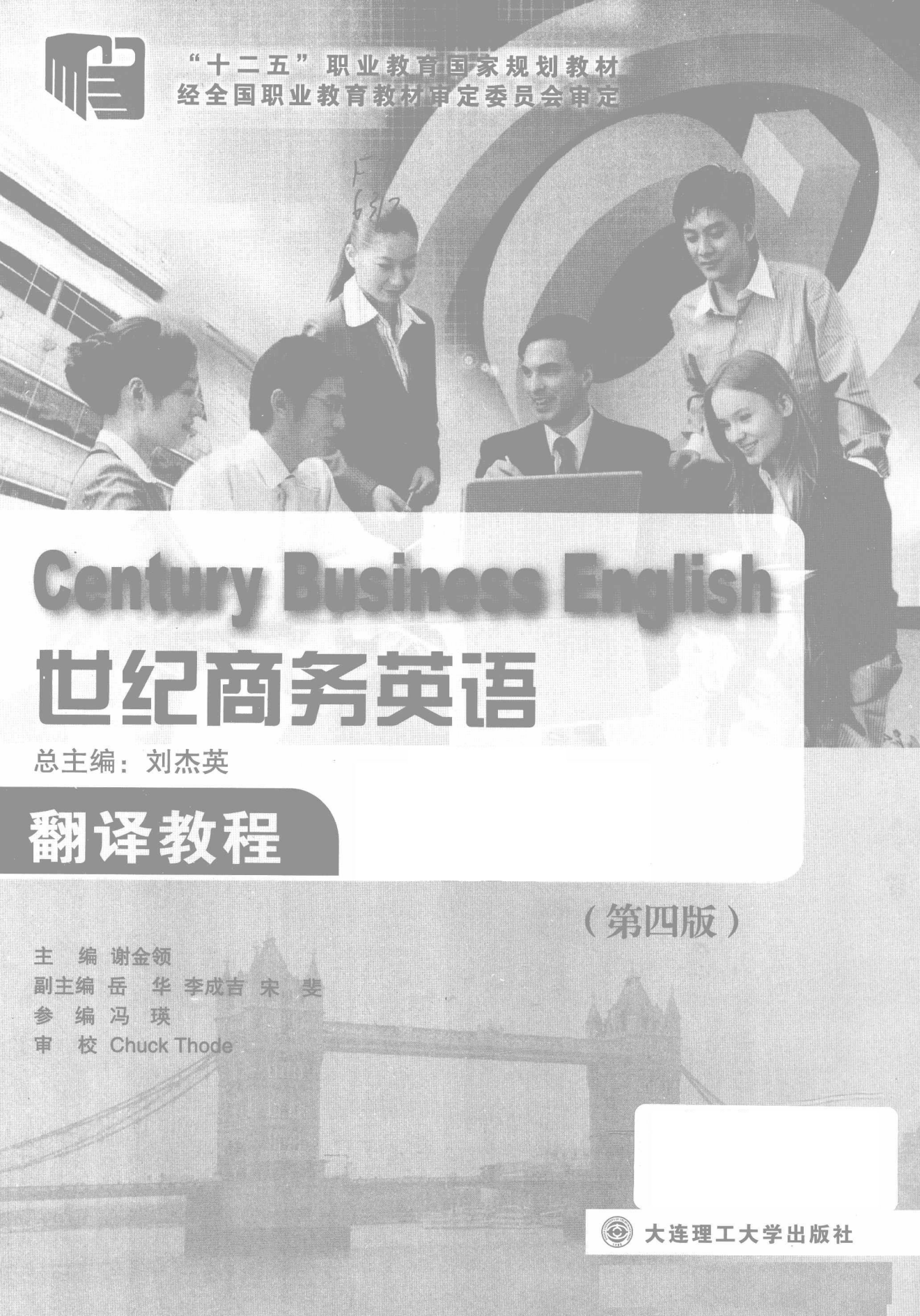
审 校 Chuck Thode



大连理工大学出版社



“十二五”职业教育国家规划教材
经全国职业教育教材审定委员会审定



Century Business English

世纪商务英语

总主编：刘杰英

翻译教程

(第四版)

主 编 谢金领
副主编 岳 华 李成吉 宋 斐
参 编 冯 瑛
审 校 Chuck Thode



大连理工大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

世纪商务英语翻译教程 / 谢金领主编. —4版. —
大连: 大连理工大学出版社, 2014.7(2014.12 重印)
新世纪高职高专商务英语类课程规划教材
ISBN 978-7-5611-8538-4

I. ①世… II. ①谢… III. ①商务—英语—翻译—高
等职业教育—教材 IV. ①H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 017984 号

大连理工大学出版社出版

地址: 大连市软件园路 80 号 邮政编码: 116023

发行: 0411-84708842 邮购: 0411-84708943 传真: 0411-84701466

E-mail: dutp@dutp.cn URL: <http://www.dutp.cn>

大连美跃彩色印刷有限公司印刷

大连理工大学出版社发行

幅面尺寸: 185mm×260mm

印张: 17.5

字数: 466 千字

2010 年 3 月第 1 版

2014 年 7 月第 4 版

2014 年 12 月第 2 次印刷

责任编辑: 徐 丹

责任校对: 姜文聪

封面设计: 波 朗

ISBN 978-7-5611-8538-4

定价: 39.90 元

总序

让理性认知的光芒普照大地

“所谓教材建设,就是建立在教学实践基础上的教材不断深化、不断完善的过程。”这是我们自投身高职教材建设时起,为了探索做好高职教材有效方法给出的定义。十几年来,它见证了我们作为高职教材建设推动主体的出版者团队的心路历程、成长历程。

早在世纪之初的2001年,我们就有幸比别人更早、更确切、更坚定不移地看到了高等教育变革的一线曙光,这就是高等职业教育变革将会而且注定会给整个高等教育变革带来重大影响。这一信念清晰地记录在了我们多数高职教材一直沿用至今的总序上:

“高等职业教育的崛起,既是高等教育体制变革的结果,也是高等教育体制变革的阶段性表征。它的进一步发展,必将极大地推进中国高等教育体制变革的进程。作为一种应用型人才培养的高等教育,它从专科层次起步,进而应用本科教育、应用硕士教育、应用博士教育……当应用型人才培养的渠道贯通之时,也许就是我们迎接中国高等教育体制变革的成功之日。”

这一信念同时也强烈地唤醒了我们沉寂已久的社会责任意识,并以极大的热忱义无反顾地投身于推动高职教育变革的历史进程:“以推动高职教育变革为己任,通过推动高职教材建设推动高职教育变革”成了我们此后始终不渝的追求。

正是由于这样的信念与追求,才使我们从零起步,逐步凝聚成万众一心、和谐向上、以推动高职教育变革为己任的优秀高职教材建设团队。

正是由于这样的信念与追求,才使我们宁可忍受长达六年之久无盈利回报,也要让更多的教材问世,创造了持续、稳定、快速增长的高职教材建设奇迹。

正是由于这样的信念与追求,才使我们顶住了逐利诱惑,让理性和智慧的光芒照耀我们一路前行,相继完成了能将每一种教材都做成经典范本的教材建设理念及基于一体化战略合作的市场运行模式等诸多创新。

我们欣喜地看到,我们当年对高职教育变革未来发展趋势的预见,正在变成现实;我们在通过推动高职教材建设推动高职教育变革的进程中所做出的贡献和取得的成就,已经有目共睹。

我们并未就此止步,因为我们深切地意识到,高职教育变革的目标远未达成,改革尚处于局部探索或个性化推进阶段,尤其是高职教育变革的路径还迟迟不能贯通。由信念与追求所积聚的忧患及能量,再一次指引我们冲破重重迷雾,探索出能够直达教改目标的有效路径,这就是构建以实践课程体系为基础的专业课程体系。

专业课程体系构建的基本原理就是,首先按照社会用人单位对专业人才初始专业实践能力需求,借助在院校教学范围内能够借助的有效的实践教学手段,构建出专业实践课程体系,而后以专业实践课程体系为依据,整合专业理论课程体系。

关于专业课程体系构建原理的科学性,我们在此不作赘述,有兴趣者可参见我们这些年来陆续整理的相关文件或资料。我们应该关注的是,它对外语类专业也是普遍适用的吗?回答是肯定的,这一从非外语类专业得出并获得普遍认同的专业课程体系构

建原理,也同样适用于外语类专业的情形。

就高职外语类专业而言,能够满足社会用人单位初始需求的专业能力由两部分构成:专业外语沟通能力和专业涉外业务能力。其中,专业外语沟通能力又分为听、说、读、写、译等专业外语实际应用能力以及对它的理解即理论认知能力;专业涉外业务能力也要分为专业涉外业务操作能力和专业涉外业务认知能力。我们不难证明,无论是专业外语沟通能力还是专业涉外业务能力,都可以分为“知其然”和“知其所以然”两个层面。前者为实际应用层面,后者为理论认知层面。

从满足社会用人单位对高职外语类专业人才能力需求的角度分析,实际应用层面的能力形成将耗去我们能够用于专业教学的绝大部分时间,而能够明确用于“知其所以然”的理论教学时间必然会相对有限,个别非专门阐述原理不能形成实际专业能力的课程则另当别论。因此,高职外语类专业构建专业课程体系理应以实践课程体系为主导;理论课程体系部分,或者更确切地说是必要的原理部分,则应有有机地、恰到好处地融入实践课程体系中讲述,以有效促进实际应用能力的形成。在这种情形下,理论课程体系部分将退居从属地位,专业课程体系将会表现为前述基本形式的简化形式,即主要表现为实践课程体系。

与其他类别如文管类、工科类专业相比,外语类专业课程体系的构建,其主体部分也更像在这些专业情形下的实践课程体系。这是因为,这些专业在构建实践课程体系时,考虑到教学效果的最大化,也会直接或间接如通过一体化教学等将必要的原理或理论相应地融入实践教学过程。

因此,在无论是专业外语沟通能力还是专业涉外业务能力都主要以实际应用能力为主的高职外语类专业,同时探索出能够有效实现专业外语沟通能力的实践课程体系和专业涉外业务能力的实践课程体系构建的有效路径,就是至关重要的。

需要明确的是,科学的专业实践课程体系既不是一般意义上的专业教学软件或教学资源的大量堆积,也不是个性化专业实践教学成果的简单集成,而是借助现有的实践教学条件,按照明确的实践教学培养目标,通过科学论证、设计、开发、测试等程序完成的专业实践教学整体解决方案,是专业实践教学科学、合理、有效的体系构建。外语类专业实践课程体系建成后,再根据需求和可能有机地融入原理或理论部分相关内容,外语类专业课程体系的科学构建就初步完成。

按照这一路径整合构建的外语类专业课程体系,通过教学过程的有效组织和一体化实施,既能最大限度地提升外语类专业人才培养效果,又能有效避免专业教学安排的主观随意性,同时也有助于体系构建的改进完善,再经过与社会实践过程的验证程序对接,就能逐步使专业教改目标趋于极致,直至最终完成。

专业课程体系不是一个新概念,但如此构建完成的专业课程体系,却已经赋予了其全新的、明确的、科学的含义。

这是理性认知的结晶,也是信念与追求的结晶。

我们坚信不疑:理性认知的光芒终将普照大地!

大连理工大学出版社

2014年2月

前言

《世纪商务英语——翻译教程》自首次出版以来,受到使用单位师生普遍欢迎和好评,我们在广泛征求并综合本教材使用师生反馈意见的基础上,结合编者的最新教研成果,先后做了两次修订,使得本教材不断完善,并入选“十二五”职业教育国家规划教材,同时也先后获评第一和第二届山东省高等学校优秀教材。

本教材由高职一线教师面向高等职业教育,以商务英语专业高年级学生为主要使用对象而编写,严格遵循国家对高等职业院校英语教学所提出的基本要求,坚持以培养外向型、复合型和应用型高技能人才为目标,认真贯彻“以应用为目的,实用为主,够用为度”的原则,走实用英语教材建设之路。

编者遵循教育部关于“十二五”职业教育教材建设的若干意见,以提高教材质量、深化产教合作、落实精品战略为宗旨,吸收借鉴国外优秀教材编写的先进理念和经验,修订更新本教材内容和结构,注意将现代信息技术引入课堂教学,使教材更加生活化、情景化、动态化、形象化,实现教材开发国际化,现对《世纪商务英语——翻译教程》做第三次修订,推出《世纪商务英语——翻译教程》(第四版),以使本教材更加成熟完善,更好地服务于商务英语教学。

本教材以着力培养学生在国际商务环境中的翻译能力为主旨,在形式和内容上都做了较大比例的调整。本教材沿用原来由12个单元组成的架构,以实用文体的分类进行排列,涵盖名片、标识、商标、组织机构、企业介绍、产品说明、广告、公关文稿、商务信函、单证、商务报告和商务合同等常见商务英语文体。

编者在各单元中适当增加或删减部分内容,主要包括:增加“Case Study(案例学习)”模块,删除原来的“Complimentary Reading(补充阅读材料)”模块,在“Practice(实训操练)”中增加情景化实训活动,并适当增加该模块的实训操练内容,精选原来的“Classic Translation(经典译文)”内容装饰于教材正文页脚,新增“Classic Translation(佳作佳译)”模块,删减或更新每个单元中过时或不够贴近商务实际的内容,代之以来自真实商务领域的鲜活内容,使教材的内容和语言更具时代感。修订后的每个单元由原来的八大模块增加为九大模块,并更新原来部分模块的名称和内容。在每个单元中,首先开篇提供一篇与单元主题相关的情景化案例,根据案例阅读材料,引入任务驱动教学,提出问题让学生动脑思考,在学生“身临其境”的体会中,引发出单元学习目标,明确学习任务。在给与学生适量呈现单元主题基础知识后,选取常见范例设计成练习呈现给学生作为热身训练。接着讨论相关文体特点和主要翻译方法与技巧,同时系统介绍一种常用的翻译方法,并相应提供多种形式的实用化和情景化的配套翻译训练题目。教师指导学生在学中做,做中学,实现教学做一体化。最后,精选一篇佳作佳译供学生课余赏析,帮助学

生提高翻译鉴赏和翻译技能水平。修订后的九大模块内容依次为:Case Study(案例学习)、Learning Objectives(学习目标)、Basic Knowledge(基础知识)、Warm-up Exercises(热身训练)、Methods and Techniques(翻译方法与技巧)、Useful Words and Expressions(常用词汇与表达方法)、Notes(注释)、Practice(实训操练)、Classic Translation(佳作佳译)。

此次修订我们重组了编写团队,吸纳年富力强、教学实践经验和教材编写经验丰富的优秀教师与企业人士参加,其中包括曾先后多年在澳大利亚商务企业和高校工作、任职,精通中英文,有着丰富商务英语应用和英汉互译经验,谙熟国外优秀教材编写理念和体例的海外学者参与修订。编者借鉴国外优秀教材的先进理念和体例,采用国际商务领域的真实案例,使本教材呈现出国际化特色,内容更加丰富完整,体例编排更加符合高职教育注重学生职业技能培养的教学要求,职业教育特色更加鲜明,进一步满足教学培养目标要求,提升实际教学效果。

《世纪商务英语——翻译教程》(第四版)由谢金领任主编,由岳华、李成吉和赖德富担任副主编,宋斐和冯瑛共同承担了部分修订工作。

为方便教师开展立体化教学,本书配有教师用书、电子课件和教学大纲,请登录教材服务网站下载。

教材中难免存在纰漏之处,敬请相关院校读者在使用本教材的过程中给予关注,并将改进意见和建议及时反馈给我们,以便修订时加以完善。

编 者

2014年7月

所有意见和建议请发往:dutpwy@163.com

欢迎访问教材服务网站:<http://www.dutpbook.com>

联系电话:0411-84707604 84706231

Contents

名片 Business Cards	179
标识 Signs	181
商标 Trademarks	183
组织机构 Organizations	185
企业介绍 Company Introduction	187
产品说明书 Product Descriptions	189
广告 Advertisements	191
公关文稿 PR Documents	193
商务信函 Business Letters	195
单证 Bill of Documents	197
商务报告 Business Reports	199
商务合同 Business Contracts	201
附录 I. Glossary 常用商务英语词汇表	245
附录 II. Abbreviations 常用商务英语缩略语表	261

1

名片

Business Cards



1.1

Case Study

名片是日常工作中常见的信息交流方式,是个人和公司形象的集中体现。如果向外国客户递上一张印刷精美但是充斥着中国式英语的名片,可能会得不到对方的关注和重视,严重者还会贻笑大方,甚至贻误商机。

例1:

提起“宣传”,有人会想到单词“propaganda”。因此宣传部长就被翻译成了“Director of Propaganda Department”。如果和母语为英语的人打交道,初次见面递上这样的名片,他们肯定会皱眉头。“propaganda”这个单词本来没有贬义,但是现代英语里往往是用来表示一方(往往是敌对的一方)为了让对方了解并接受其信条或政策所作出的努力,尤其指偏狭误导的宣传。

例如:

How can we nullify the enemy's propaganda?

我们怎样才能抵消敌人的宣传?

They have mounted a propaganda campaign against Western governments.

他们发起了一场发对西方政府的宣传运动。

That isn't true at all, it's sheer propaganda.

这根本不是真的,纯属宣传。

不友好或者敌对的一方通过报刊、广播、电视等媒介进行的宣传用“propaganda”是可以的,而用来作为自己的职务,可以用“publicity”这个词。所以“宣传部长”可以翻译成“Director of Publicity Department”。在我国,有的单位和企业主要负责公共关系,所以对于西方人士来讲,宣传部长被翻译成公关部部长/总监“Director of Public Relations”更容易被接受。

例2:

有人发现中文中常用的“编审”和“副编审”等头衔在英文中没有相对应的词汇(一般西方人士会用高级编辑),所以在翻译时就会在头衔后面加个括号标出“equal to professor”(相当于教授),以至于母语为英语的人士都会不解“风情”。

例3:

在生活中,因为名片上的英文被翻译得不规范而产生误解不乏其例:

“中海石油测井公司”被翻译成“China Ocean Log Company”,结果变成了“中国海里伐木公司”。在英文中,“log”是伐木的意思,而能表达石油行业里测井意思的是单词“logging”。小小的差别却闹出了笑话。

某石油公司“钻井处处长”被翻译成“Director of the place where drill the well”,常委被翻译成“Often Committee”,中医院被翻译成“Zhong Hospital”。而因拼写错误闹出的笑话也时有发

生,如,“副主任”被翻译成“Dice Director”(骰子主任)。

请同学们想一想,如果你是负责翻译名片的工作人员,那么例3出现的案例,应该怎么翻译合适呢?

1.2

Learning Objectives

通过本单元的学习,希望学生可以熟悉名片礼仪规范,不犯低级错误,避免歧义,翻译风格统一,语言规范严谨,符合国际惯例。具体学习目标如下:



知识目标:

1. 了解名片的构成要素、规格及款式
2. 掌握名片的语言特点及翻译技巧
3. 熟悉商务英语的特点及翻译的原则



能力目标:

1. 能够规范地进行英汉名片的互译
2. 能够根据相关要求独立设计中、英文商务名片
3. 能够在国际商务环境准确使用中、英文名片

1.3

Basic Knowledge

名片在英语中可称为“business card”、“visiting card”、“calling card”或“card”。它是社交和商务往来中用来做自我介绍的一种小卡片。通过小小一张薄纸,主人的社会地位、层次和品位可以一览无余。设计一张简洁而有效的名片是一种艺术,在合适的时候把名片递给合适的人也是一种水平,把名片背后的陌生人变成朋友更是对交际能力的一种考验。

名片没有统一的规格和固定的格式,但在我国,名片一般为9厘米长、5厘米宽的白色或黄色卡片。从国内外人们所使用的名片来看,常有横式、竖式、斜式等格式,文字排列的顺序也不固定,可以一面为中文,另一面为英文,也可以把中、英文都印在同一面,另一面留成空白。商务



The wise man knows he knows nothing, the fool thinks he knows all.
清者自清,浊者自浊。

名片可以一面印一般的内容,而另一面则印上该企业所涉及的业务范围,当然也可以把全部内容都印在一面。中、英文在同一面时,可以一行中文,一行英文,也可以把中、英文分别左右或上下排列。大多数名片都包含至少七个方面的内容:公司名称(Company)、本人姓名(Name)、职位(Position)、职称/头衔 (Title)、公司地址(Address)、电话号码(Telephone Number)、传真号码

(Fax Number)和电子邮箱(E-Mail Address)。

在排列顺序时一般不把地址、电话、邮编等放在名片的上方。一般来说,名片上姓名的字号最大,如果为了突出任职单位,也可将单位名称印得最大。有的名片还加印单位徽记,还有人将个人照片也印在名片上。

在西方国家,有的公司要求员工把学历(一般是本科以上)、行业认证证书和社会身份印在名片上,以表示员工的教育背景与工作范畴相符,也展现员工的专业化程度。这些一般

紧随在名字后面,以简写形式存在。学历简写在前,专业内容用括号括起紧随其后,不空格。如果是多种文凭或者专业,则用逗号隔开或者两者之间空一格。如,MBA(工商管理硕士)、PgradDipCom(商科研究生学历文凭)、MhumRes(人力资源管理硕士)等。有的公司甚至还要要求在学历后面写明是哪所院校毕业。

名片还具有一些其他作用。在名片的上方空白处或背面临时写一些文字或缩略语以起到某种作用,比如介绍、祝愿、祝贺、慰问等。

名片往往是留给对方的第一份资料,是给对方留下深刻而美好印象的开始。一张规范、得体的双语名片,其重要性不言而喻。

1.4

Warm-up Exercises

1. 试把下列名片中出现的词组翻译成英语或汉语。

(1) 哈尔滨

(2) Inc.

(3) 世纪新村

(4) Financial Controller

(5) Assistant Engineer

(6) Honorary Chairman

(7) C.O.O (Chief Operating Officer)

(8) Fax

(9) P.O.B.

(10) Export Sales Manager

2. 请翻译下面名片。

中国东方航空公司北京营业部

王建 总经理

北京王府井大街67号

电话:010-46655363

传真:010-46655364

电子邮箱:wangjian@yahoo.com

International Education Foundation

Linda Jones

Liaison and Program Director

International Office Tel: (212)944-7466 ext 42

4 west 43rd Street Fax: (212)944-6683

New York, NY10036 Email: ljones@iefintl.org

3. 请把你自己的姓名、所在学校名称和地址翻译成英文。

4. 请观察英语名片文体,列出一、两个英语名片文体的语言特点。

5. 你认为名片翻译的难点在哪里?

1.5

Methods and Techniques

1.5.1 名片的语言特点

随着对外经济和文化交流的逐步增多,英文名片的使用频率和重要性也不断提高。英文名片在语言上要求用词得体、语法规范、表达准确,因为只有这样才能让一张小小的卡片发挥它独到的作用。这其中有两大特点非常显著:一是内容要大写或首字母大写,二是频繁地使用缩略语。

因名片中的语言大部分为专有名词,因此首字母必须大写。其他一些非专有名词也应大写或首字母大写,因为在英语中大写代表着正式、庄重,而小写代表着随意、亲切。

一张小小的名片,空间非常狭小,因此采用缩略语可以很好地传递更多的信息。如单词的缩略(university 缩略为 uni.)、组合词的缩略(Bank of China 缩略为 B.O.C)等。

1.5.2 名片的翻译技巧

名片的翻译必须采取严肃认真、积极负责的态度,从英语国家人士的角度出发,分析中西方国家在政治、经济、文化、社会、语言等方面的差别,字斟句酌,力争使译文符合国际惯例,让名片真正起到方便沟通、提高交流质量的作用。名片的翻译可以根据名片中不同的部分采取直译、音译及功能对等的方法来翻译。很多已有定译的机构、职务、职称等都可以采用直译法,而对于一些公司、工厂名称的翻译则宜采用音译的方法,如“Deere”翻译为“迪尔公司”,“Rolls-Royce”翻译成“劳斯莱斯公司”等。对于不适合此两种翻译方法的可以采用功能对等的办法来翻译,如中英两国的人事部门都是主管人事的,尽管功能上不完全相同,但“人事部”和“Personnel Department”还是可以对等的。

以下是名片翻译中几个比较棘手的问题。

姓名的翻译

汉语姓名姓在前,名在后,姓氏与名都有着丰富的文化含义,名字还蕴含取名者所赋予的含义。由于英汉两种语言文化背景有着较大的差别,所以在翻译姓名时产生了诸多的困难,诸如人名所含的文化信息不能对等,汉语普通话拼音式的翻译不能把原先名字所表达的意思准确地翻译出来,如“李爱国”中的“爱国”含义十分清楚,但是英译成“Li Aiguo”中的“Aiguo”就看不出热爱祖国的含义。目前,针对汉语姓名的翻译主要有以下几种方式:

1. 汉语拼音直译

姓在前,名在后,单名的两个字要分开;双名的两个字要拼写在一起,中间不需要用连字符“-”。首字母要大写,复姓的拼音要连在一起。例如:李建军 Li Jianjun,王强 Wang Qiang,诸葛亮 Zhuge Liang,欧阳中石 Ouyang Zhongshi。

2. 遵照英美习惯

按照英美习惯,采用名在前、姓在后的次序写,但通常在姓的前面可加上逗号,与名字分开,也可以采用缩写。如:王建军,可以翻译成 Jianjun, Wang, 或 J.J., Wang。

3. 大写姓

人名中的姓采用全部大写的方法,以起到突出醒目的作用,同时也表明是姓名中的姓,以免外国人将姓与名搞错。例如,李建军可以翻译成 LI Jianjun,宋江可以翻译成 SONG Jiang。

地址的翻译

英语的地址与汉语中的地址写法顺序完全相反,在书写的时候要注意。例如,“青岛市黄岛区钱塘江路 369 号青岛职业技术学院”可以翻译为:Qingdao Technical College, No. 369 Qiantangjiang Rd. Huangdao District, Qingdao。在名片上,地址应该保持一定的完整性,门牌号与街道名不可分开写,必须在同一行,不可断行,但各种名称可以断开。例如:

Room*** No. *** Road/Street, ***City

*** Province *** (Post/Zip Code)

*** (Country)

同时,还要注意以下内容:

1. 路、道等的翻译

名称	英语	举例
路	Road 或缩写为 Rd.	山东路 Shandong Road, 山东北路 North Shandong Road, 山东北路 Shandong Road (N.), 中山二路 Second Zhongshan Road
街、道	Street, Avenue	长安街 Chang'an Street, 世纪大道 Century Avenue
里、弄、巷	Lane	东里 East Lane, 大井巷 Dajing Lane, 331 弄 5 支弄 5th Sub-lane 331st Lane

胡同	Alley	东条胡同 Dongtiao Alley
新村、小区	Village, Residential Quarter/ Area	世纪新村 Century Village, 中原小区 Zhongyuan Residential Quarter

2. 约定俗成的译法

澳门 Macao、香港 Hong Kong、西藏 Tibet、呼和浩特 Huhehot、哈尔滨 Harbin、内蒙古 Inner Mongolia、新疆维吾尔自治区 Xinjiang Uygur Autonomous Region、乌鲁木齐 Urumchi 等。

职务的翻译

由于中西两种文化的不同,造成了人们价值观差别很大。在小小一张名片上,便有体现。中国人名片上要求尽可能多体现出持有人的各种职务、头衔,甚至越多越好,而西方人在名片设计上则注重名片的实效性,讲求实用,一般名片上只列出最能代表持有人身份的头衔即可。以下列出名片上常出现的职务名称及其翻译,供大家参考。

名称	英语	举例
董事长	Chairman of the Board (Br. E), President (Amr. E)	
总裁	Chief Executive Officer (C.E.O.), President	
总经理	General Manager (G.M.) Managing Director (M.D.)	
副……	deputy	可搭配的词有: manager(经理)、director(主任、处长)、chairman(董事长)、editor(编辑)、minister(国家部委的部长)、secretary-general(秘书长)、ambassador(大使)、governor(省长、总督)、attorney general(检察长)
	vice	可搭配的词有: president、chairman、chancellor
	associate	表示与技术职称相关的副职,如: associate professor(副教授)、associate research fellow(副研究员)
	assistant	表示助理,如: assistant engineer(助理工程师)、assistant research fellow(助理研究员),但 assistant manager 表示助理经理或副经理。
名誉	honorary/emeritus	honorary chairman(名誉主席)
代	acting	acting factory director(代厂长)
兼	and/ and concurrently	chairman of the board of directors and chief executive officer(董事长兼首席执行官)

名片翻译示例

Shandong University of Foreign Studies

Zhang Jianjun

Professor

No. 28 XIANGJIANG RD. QINGDAO

266000 P.R.CHINA

TEL: (0532)8999 5758 (office)

(0532)8999 8788 (home)

FAX: (0532)8999 5759

E-mail: zhangjj@sufs.edu.cn

山东外国语大学

张建军

教授

地址: 中国青岛市香江路28号

邮编: 266000

电话: (0532)8999 5758 (办)

(0532)8999 8788 (宅)

传真: (0532)8999 5759

电子邮箱: zhangjj@sufs.edu.cn

Shanghai International Studies University

Shanghai Foreign Language Education Press

Wang Qiang

Editor

295 ZHONG SHAN 1ST ROAD TEL:021-6542 5300

SHANGHAI 200083

FAX:021-6542 5400

CHINA

<http://www.sbtep.com.cn>

E-mail: wangq@sohu.com

上海外国语大学

上海外语教育出版社

王强

编辑

地址: 上海市中山一路295号 邮编: 200083

电话: 021-6542 5300

传真: 021-6542 5400

网址: <http://www.sbtep.com.cn>

电子邮箱: wangq@sohu.com

PROFESSOR GEORGE WATIS

PRINCIPAL

NAPIER UNIVERSITY

EDINBURGH

MERCHISTON CAMPUS, 10 CLINTON ROAD

EDINBURGH.

SCOTLAND, UK

TEL: 55 31 544 3456

FAX: 55 31 544 2358

乔治·瓦茨教授

爱丁堡内皮尔大学

校长

英国苏格兰爱丁堡 电话 55 31 544 3456

克林顿大街10号 传真 55 31 544 2358

曼彻斯通校区

1.5.3 常用翻译方法系列: 商务英语的特点和翻译原则

商务英语(Business English)是一种包含各种商务活动内容、适合商业需要的专门用途英语,这些商务活动涉及技术引进、国际旅游、海外投资、对外贸易、招商引资、对外劳务承包与合同、国际金融、涉外保险、国际运输等。商务英语源于普通英语,具有普通英语的语言学特征,但又是商务知识和英语的综合,因而又具有独特性。

商务英语的语言特点

1. 专业术语丰富

作为专门用途英语,商务英语与商务活动密切相关,承载着对外贸易和国际商务往来等方面的信息交流。其突出的特点就体现在专业术语的大量运用。例如,The distributor agrees to accept, on presentation, and to pay with exchange, sight draft against bill of lading attached。(经销商同意在提示时予以承兑,凭所附提单以即期汇票方式支付。)在上面短短的一句话中,包含了大量的专业术语。如:distributor 经销商、accept 承兑、on presentation 提示、sight draft 即期汇票、bill of lading 提单等。不难看出,没有对商务知识的深入了解和对专业术语的熟练掌握,要进行商务英语的翻译必然举步维艰。又如negotiation一词,通常作“谈判”解,而在negotiation of the relative draft(议付有关汇票)中则表示“议付”,与普通英语中的含义相去甚远。在商务英语翻译时,译者必须懂得商务专业相关知识,避免将专业术语通俗化,否则轻则闹笑话,重则造成严重的经济损失。

2. 用词正式严谨而又灵活多样

商务活动大多具有正式、庄重的特点,与之相对应,商务英语用词一般也较为严谨、正式,以书面语为主。尤其是商务信函、法律文书、协议或合同等公文文体多使用一些正式甚至是冷僻的词汇。如:使用prior to /previous to而非before; expiry而非end; certify而非prove; solicit而非seek; appoint而非make an appointment of; continue而非keep on; in the name of而非like; along the lines of而非like; for the purpose of而非for; in the event of而非if; with reference to而非about等。同时,商务英语词汇又具有灵活多样的特点。不同的介词、词序以及单复数变化等都会导致词义发生重大变化,并给翻译带来一定的困难。例如:property in goods 货权、property of goods 货物的属性、appearance surface 外表、surface appearance 表面状况。

3. 句子结构规范而复杂

商务英语的语句往往具有结构严谨、逻辑严密的特点,以最大程度地实现表达效果的准确性、时效性和逻辑性。在一些招标文件、投标文件和商务合同中,各种复杂的复合句、分割现象、介词短语、插入语、同位语、倒装句、被动语态等较为常见。这些句子结构语义层次分明,信息量大、不易产生歧义,因此不仅有利于促进国际商务活动的时效性,而且也有利于加速商务信息的传递。例如:

This contract is made by and between the buyers and the sellers, whereby the buyers agree to buy and the sellers agree to sell the under-mentioned commodity according to the terms and conditions stipulated below. (本合同由买卖双方订立,因此买卖双方同意按照下面规定的条款买卖以下商品。)

Should either party to this contract suffer damages because of any wrongful act or neglect of other party, claim shall be adjusted by agreement or arbitration. (如果由于他方的违约行为或疏忽而使本合同任何一方遭受损失,其索赔通过协议或仲裁予以理算。)