

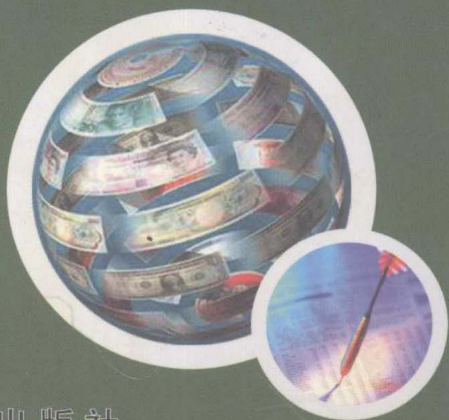
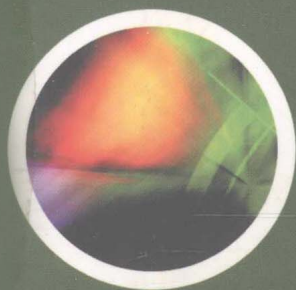
BUSINESS ENGLISH

21世纪商务英语系列教材

丛书主编 / 高嘉勇

国际商务翻译教程

主编 / 温秀颖 孙建成



南開大學出版社

21 世纪商务英语系列教材

国际商务翻译教程

主 编：温秀颖 孙建成

副主编：王学成 张力群 刘惠华 杨 建

编委（按姓氏笔画）：王学成 仇卫平 孙建成

刘惠华 刘 静 张力群

张昕昕 宋 颖 杨 建

温秀颖

南开大学出版社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

国际商务翻译教程 / 温秀颖, 孙建成主编. —天津:
南开大学出版社, 2011. 7
21 世纪商务英语系列教材
ISBN 978-7-310-03723-0

I. ①国… II. ①温… ②孙… III. ①商务—英语—
翻译—高等学校—教材 IV. ①H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 112338 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:肖占鹏

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

河北昌黎太阳红彩色印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2011 年 7 月第 1 版 2011 年 7 月第 1 次印刷

880×1230 毫米 32 开本 11 印张 1 插页 312 千字

定价:28.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

总 序

进入 21 世纪,伴随着中国对外开放的深入和全球经济一体化的到来,中国企业的机遇与挑战也相伴而来。一方面,中国企业的市场范围扩展到全球范围;另一方面,中国企业要面临国内外对手的激烈竞争。企业生存环境的变化引发了对外语人才需求的变化。越来越多的企业需要的外语人才不仅要精通语言与文化,亦要掌握某一领域的专业知识。

为迎接挑战,近年来国内许多高校纷纷开设双语教学课,并使用国外原版教材,但这引发了如下问题,即,大多数国外原版教材的视角与商务环境是美国,案例分析也多来自美国,教材内容与中国商务与文化环境并不相符,这极大影响了学习的效率与效果。

基于 21 世纪中国外语教学和对外经贸工作的迫切需要,我们编写并出版了这套“21 世纪商务英语系列教材”。先期出版 10 本,即《国际金融英语》、《会计英语》、《物流英语》、《跨文化商务交际(英文版)》、《市场营销英语》、《国际商务翻译教程》、《求职英语》、《国际商务(英文版)》、《经贸英语阅读》、《组织行为学(英文版)》。我们编写本套教材的宗旨是为中国经济建设和改革开放培养高水平的“外语+专业”的复合型人才。本系列教材的内容力求反映中国经济特点,坚持理论与实践相结合,主要体现以下几个特点:

1. 理论全面性与前瞻性兼备。本系列教材在参考国内外最新科研成果的基础上,大量吸收相关学术领域的前沿理论。同时,本系列教材亦强调理论框架的完整性和全面性。

2. 写作规范、语言准确。本套教材在编写体例上,力求规范与统一。各书主编均为在国内著名高校具有国外留学或教学经验的业务骨干,并聘请天津外国语学院 ESEC 项目美国专家审校了本套教材的

英文部分。

3. 兼顾各类人才培养。本系列教材以大学本科教学需要为立足点, 重视讲授基本理论, 符合外语专业和经贸专业本科生的培养目标和教学要求, 既为外语专业本科生奠定经济和贸易专业理论基础, 使学生掌握基本理论和专业技能, 也满足经济类本科生的专业外语学习要求。同时, 本系列教材也适用于满足高专、各类成人教育的学习和职业培训的实践要求。

“21 世纪商务英语系列教材”由天津外国语学院、南开大学、天津财经大学、广东外经贸大学等院校知名教师联合编写。我们真诚希望这套丛书能够促进我国商务英语专业教材的建设与更新, 对提升商务英语、经济、管理专业学生和我国商务人员专业英语水平有所帮助。

读者对这套丛书有何意见, 可以随时反映给我们。书中若有不妥和错误之处, 敬请指正。

高嘉勇

2008 年 5 月

电子邮箱: fgaojy@126.com

总 序

进入 21 世纪,伴随着中国对外开放的深入和全球经济一体化的到来,中国企业的机遇与挑战也相伴而来。一方面,中国企业的市场范围扩展到全球范围;另一方面,中国企业要面临国内外对手的激烈竞争。企业生存环境的变化引发了对外语人才需求的变化。越来越多的企业需要的外语人才不仅要精通语言与文化,亦要掌握某一领域的专业知识。

为迎接挑战,近年来国内许多高校纷纷开设双语教学课,并使用国外原版教材,但这引发了如下问题,即,大多数国外原版教材的视角与商务环境是美国,案例分析也多来自美国,教材内容与中国商务与文化环境并不相符,这极大影响了学习的效率与效果。

基于 21 世纪中国外语教学和对外经贸工作的迫切需要,我们编写并出版了这套“21 世纪商务英语系列教材”。先期出版 10 本,即《国际金融英语》、《会计英语》、《物流英语》、《跨文化商务交际(英文版)》、《市场营销英语》、《国际商务翻译教程》、《求职英语》、《国际商务(英文版)》、《经贸英语阅读》、《组织行为学(英文版)》。我们编写本套教材的宗旨是为中国经济建设和改革开放培养高水平的“外语+专业”的复合型人才。本系列教材的内容力求反映中国经济特点,坚持理论与实践相结合,主要体现以下几个特点:

1. 理论全面性与前瞻性强。本系列教材在参考国内外最新科研成果的基础上,大量吸收相关学术领域的前沿理论。同时,本系列教材亦强调理论框架的完整性和全面性。

2. 写作规范、语言准确。本套教材在编写体例上,力求规范与统一。各书主编均为在国内著名高校具有国外留学或教学经验的业务骨干,并聘请天津外国语学院 ESEC 项目美国专家审校了本套教材的

前 言

我国实行对外开放政策以来,尤其是随着“入世”的深化、北京奥运会和上海世博会的成功举办,日益加快的国际化进程对高级商务英语翻译人才的需求空前迫切,这对高层次的国际化、复合型、创新型、应用型人才的培养提出了更高的要求。为满足人才培养需要,近年来,国内各大院校纷纷开设商务英语翻译课程,受到学生的普遍欢迎。这本《国际商务翻译教程》也正是在这样的背景下编写而成的,旨在为培养复合型、应用型涉外人才提供一本既讲授国际贸易各个环节的知识,又要在培养相关业务环节英语表达能力的基础上提高翻译能力的专门翻译教材。

本教材强调翻译能力与专业知识并重,充分考虑学生对国际商务专业知识的需求,力图将英语技能、翻译技巧和商务知识融为一体。整个编撰过程历经三年。其间已作为英语专业国际商务方向本科高年级的选修课教材进行试用,学生普遍反映良好。我们根据学生的反馈和教师使用的情况,以及同行的宝贵意见进行了修改,现在正式付梓出版,就教于方家。

教材特色:

一、新颖性

本教材编排体例以国际商务实务中各个业务环节为依据,每个单元的课文就是对重点商务专业知识的系统介绍,包括贸易形式、建立业务关系、询盘与答复、报盘、还盘、代理、议价和订购、合同、保险、包装、运输、国际支付、索赔、仲裁等;每篇课文附有注释、参考译文和参考译文评析,立体化剖析课文及译文;翻译技巧学习部分依托该课主题,介绍一些实用的翻译技巧及例句,提高学生的领悟力

和实际翻译能力；编者寄语栏目是本书又一大创新点，从中国商务翻译史到商务礼仪基本原则，从各国商务习俗到工具书的使用，每一单元都向读者展现相关背景知识，增加了本书的可读性。

二、丰富性

每个单元除课文、注释、课文参考译文、参考译文评析外，均附有三篇左右的翻译任务，在翻译提示当中安排了重要的经贸词汇、术语注释和翻译技巧引导，以供练习者参考，并配有翻译任务参考译文，以便读者在学习中进一步体会和揣摩商务英语翻译的精髓；此外，每课课后还有大量补充练习，以增加读者的信息输入量，培养学生学习的自主性和创新性；书后的附录列出大量中英对照商务词汇以及与世贸组织相关词汇，便于读者查找和记忆。

三、前瞻性

本书的前瞻性体现在两个维度：其一，从编写思路上讲，它真正实现了以篇章为核心和以“任务型教学法”为原则的翻译教学模式，摒弃了传统的词对词、句对句的翻译教学模式，充分体现了当代教学法研究的最新理念，每单元安排不同任务内容，设置合理任务目标，进行相应任务引导，并给出任务评价指标，使读者做到心中有数，一目了然，不仅深化扩充了教学内容，而且提高了读者的主动参与意识和发现问题、解决问题的能力，培养了创新意识与合作意识。其二，从内容融合上讲，此书力争摆脱专业知识和翻译能力“两张皮”的脱节现象，努力做到商务英语和翻译实践“你中有我，我中有你”的高度统一，以适应我国高校目前的教学特点和要求。

适用对象：

本教材适用于高等院校英语专业和国际商务管理、国际贸易、国际金融、国际经济法、国际旅游等经贸类各专业本科高年级、MBA、双学位、辅修英语相关专业的学生，以及从事国际商务翻译工作的专业人员和感兴趣的普通读者。本教材既可以作为教科书，也可作为参考书使用。本教材内容可在一个学期内授完，每个学期实际授课周为

16 周，每周授课 4 课时，本课程的建议授课时数约为 72 课时。

本书由几位长期从事商务英语教学，并具有一定实践经验的教授，以及几位翻译理论基础扎实、能力较强的青年教师合作编写而成。本教材从立项到完成得到了许多同事和朋友的鼎力相助。首先要向南开大学出版社的编辑表示我们最诚挚的感谢，他们的鼓励、耐心和中肯的意见使本书终于付梓。还要特别感谢天津外国语大学的高嘉勇教授，他对本教材进行了认真的审阅，并提出了宝贵的修改意见。感谢所有在编写过程中帮助过我们的同事们。

在编写过程中，本书作者参考并借鉴了国内外出版的有关书籍和资料，从中获得很大的启示，在此谨致谢意。由于编者的业务与英语水平有限，错误、疏漏及不妥之处需要进一步完善，还望各位专家和广大读者批评指正，不吝赐教，以便在重印时及时校正。

编者

2010 年 3 月

Contents

Unit One

Text: Trade Forms /1

Translation Technique: Notions of Translation /9

Editor's Note: History of Business Translation in China (Before 1911 Revolution) /18

Unit Two

Text: Establishing Business Relations /27

Translation Technique: Factors Affecting Translation /32

Editor's Note: Nature and Criteria of Business English Translation /38

Unit Three

Text: Enquiry & Reply /48

Translation Technique: Chinese-English Thinking Differences and Translation /52

Editor's Note: Basic Principles of Business Etiquette /59

Unit Four

Text: Offer /66

Translation Technique: Four Types of Relations for Translators /69

Editor's Note: International Social Courtesies /75

Unit Five

Text: Counter-offer /82

Translation Technique: Types and Models of Business English Text /85

Editor's Note: Dos and Don'ts Concerning Foreign Affairs /90

Unit Six

Text: Agency /98

Translation Technique: Features and Translation of Business English Text /103

Editor's Note: Etiquette of Dressing on Business Occasions /111

Unit Seven

Text: Negotiating Price and Placing Orders /120

Translation Technique: Business Letter Translation /126

Editor's Note: American Business Etiquette /137

Unit Eight

Text: Acceptance & Conclusion of a Contract /145

Translation Technique: Contract Translation /150

Editor's Note: British Business Etiquette /155

Unit Nine

Text: Insurance /165

Translation Technique: Insurance Translation /170

Editor's Note: Canadian Business Etiquette /176

Unit Ten

Text: Packaging /186

Translation Technique: Packing Translation /194

Editor's Note: French Business Etiquette /198

Unit Eleven

Text: Modes of Transport /206

Translation Technique: Document Translation /214

Editor's Note: German Business Etiquette /218

Unit Twelve

Text: Payment in International Trade /227

Translation Technique: Conversion in Business English Translation /231

Editor's Note: Japanese Business Etiquette /236

Unit Thirteen

Text: Claims /244

Translation Technique: Translation of Clauses and Long Sentences /251

Editor's Note: WTO /261

Unit Fourteen

Text: Arbitration /271

Translation Technique: Cultural Translation in Business English
Translation /278

Editor's Note: Reference Books /288

Appendix I: Business English Vocabulary /296

Appendix II: International Institutional Vocabulary /330

Appendix III: References /335

目 录

第一单元

课文：贸易形式 /1

翻译技巧学习：翻译的科学理念 /9

编者寄语：中国商务翻译史（辛亥革命前） /18

第二单元

课文：建立业务关系 /27

翻译技巧学习：翻译的制约因素 /32

编者寄语：商务英语翻译的性质、标准及译者的职业素养 /38

第三单元

课文：询盘与答复 /48

翻译技巧学习：英汉思维差异与翻译 /52

编者寄语：商务礼仪基本原则 /59

第四单元

课文：报盘 /66

翻译技巧学习：翻译工作者面对的四种关系 /69

编者寄语：国际社交礼仪 /75

第五单元

课文：还盘 /82

翻译技巧学习：商务英语语篇的类型及语篇模式 /85

编者寄语：涉外礼仪注意事项 /90

第六单元

课文：代理 /98

翻译技巧学习：商务英语语篇的特点及其翻译要点 /103

编者寄语：商务活动中的装束礼仪 /111

第七单元

课文：议价与订购 /120

翻译技巧学习：商务信函翻译 /126

编者寄语：美国商务习俗 /137

第八单元

课文：接受与签订合同 /145

翻译技巧学习：合同的翻译 /150

编者寄语：英国商务习俗 /155

第九单元

课文：保险 /165

翻译技巧学习：保险的翻译 /170

编者寄语：加拿大商务习俗 /176

第十单元

课文：包装 /186

翻译技巧学习：包装的翻译 /194

编者寄语：法国商务习俗 /198

第十一单元

课文：运输方式 /206

翻译技巧学习：单证翻译 /214

编者寄语：德国商务习俗 /218

第十二单元

课文：国际贸易支付 /227

翻译技巧学习：商务翻译中的词类转化法 /231

编者寄语：日本商务习俗 /236

第十三单元

课文：索赔 /244

翻译技巧学习：商务翻译中从句和长句的翻译 /251

编者寄语：世界贸易组织 /261

第十四单元

课文：仲裁 /271

翻译技巧学习：商务翻译中的文化翻译 /278

编者寄语：工具书的使用 /288

附录 1：商务词汇 /296

附录 2：世贸组织相关词汇 /330

附录 3：参考文献 /335

第一单元

课文

Trade Forms

With the fast development of international trade, trade forms tend to be increasingly **diversified**. This text's examination will be focused on the following methods of international sale of goods:

- **Exclusive distribution**
- Agency
- **Consignment**
- **Auction**
- **Commodities futures transactions**

1. Exclusive Distribution or Sale

Exclusive distribution refers to a situation in which a distributor carries the products of one manufacturer and not those of the competing manufacturers①. This may give the **distributor** the exclusive right to distribute the company's products in other territories.

By using this form, both parties (the manufacturer and the distributor) benefit from such exclusive arrangements. The manufacturer obtains more loyal and dependable **outlets**, and the distributor obtains a steady source of supply of special products and stronger seller support. Exclusive arrangements are legal as long as they do not **substantially** lessen competition or tend to create a **monopoly** and as long as both parties enter into the agreement on exclusive distribution voluntarily (according to **the U.S. Clayton Act**) ②.

2. Agency

Agency refers to a relationship between two parties, one, the

principal, on whose behalf some action with a third party is being taken by the other, the other being the agent^③. Agency business in international trade means one party – the owner of goods (the principal) **entrusts** the other – the independent agent with the task of engaging in business activities **in the name of** the owner of the goods (the principal) and with his/her funds.

To establish an agency, there must be an agency agreement or contract signed between the principal and the agent, specifying their duties and rights. But before entering into such an agreement, the principal (normally a manufacturer) must be absolutely assured of the following four points:

- that he/she will be **duly** paid for his/her shipments;
- that the importer/the agent has all the organization necessary to achieve the highest possible volume of sales^④;
- that the importer/the agent is of such standing in his own markets as to command the respect and goodwill of the local buyers and consumers;
- that the importer/the agent is unconnected with other business interests likely to **hinder** him/her from **doing justice to** his/her own products.

3. Consignment

When using this method of selling, goods are sent by a principal (consignor) to an agent (consignee), usually in a foreign country for sale either at an agreed price or at the best market price.

The agent usually works for a **commission**, does not normally pay for the goods until they are sold and does not own them, although usually having possession of them. (That is why consignment is also looked on as one form of trade finance.)

The final settlement, often called a consignment account, details the cost of the goods, the expenses incurred, the agents commission, and the proceeds of the sale^⑤.