



“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



商务部“十二五”规划教材



高职商务英语（家电方向）系列教材

总主编 王乃彦 牛健 刁云峰

商务英语翻译(家电方向)

INTERNATIONAL BUSINESS TRANSLATION FOR HOUSEHOLD APPLIANCES

主 编 李富森 王耀强
副主编 马国志 唐德胜
主 审 刘玉玲



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

商务英语翻译

(家电方向)

INTERNATIONAL BUSINESS TRANSLATION

For Household Appliances

主 编 李富森 王耀强

副主编 马国志 唐德胜

编 者 马国志 梁 晶 刘海燕

主 审 刘玉玲



中国商务出版社

CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

商务英语翻译：家电方向 / 李富森, 王耀强主编

. — 北京：中国商务出版社, 2014. 5

“十二五”职业教育国家规划教材 商务部“十二五”
规划系列教材 高职商务英语（家电方向）系列教材
ISBN 978-7-5103-1022-5

I. ①商… II. ①李… ②王… 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 089307 号

“十二五”职业教育国家规划教材

商务部“十二五”规划教材

高职商务英语（家电方向）系列教材

商务英语翻译（家电方向）

INTERNATIONAL BUSINESS TRANSLATION FOR HOUSEHOLD APPLIANCES

主 编 李富森 王耀强

副主编 马国志 唐德胜

主 审 刘玉玲

出 版：中国商务出版社

发 行：北京中商图出版物发行有限责任公司

社 址：北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号

邮 编：100710

电 话：010-64269744 64218072（编辑一室）

010-64266119（发行部）

010-64263201（零售、邮购）

网 店：<http://cctpress.taobao.com>

网 址：<http://www.cctpress.com>

邮 箱：cctp@cctpress.com；bjys@cctpress.com

照 排：海明打字社

印 刷：北京画中画印刷有限公司

开 本：889 毫米×1194 毫米 1/16

印 张：11.25 字 数：325 千字

版 次：2014 年 8 月第 1 版 2014 年 8 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5103-1022-5

定 价：32.00 元

版权专有 侵权必究

盗版侵权举报电话：010-64245984

如所购图书发现有印、装质量问题，请及时与本社出版部联系，电话：010-64248236

编委会

顾问 王荣昌 刁云峰 钱建初

主任 牛健

编委会成员(按拼音字母排序)

陈祥国	池玫	房玉靖	汲广强	金依明
李富森	李攀	李延玉	林文斌	刘长声
卢丽虹	孟建国	宁顺青	孙梅	孙永乐
王惠	王进军	王淑荣	王耀强	吴小京
徐小贞	杨春城	姚元	于立民	袁凌燕
张伟	张莹	左亚辉		

总主编 王乃彦 牛健 刁云峰

主编 李富森 王耀强

副主编 马国志 唐德胜

编者 马国志 梁晶 刘海燕

主审 刘玉玲

总序

高职商务英语（家电方向）系列教材是根据教育部2012年11月颁布实施的《高等职业学校商务英语专业教学标准》精神，为高职院校商务英语专业量身定制的一套教材，具有如下三大特点：

1. 体现专业新标准，培养技术技能型商务英语人才

本系列教材完全按照教育部最新颁布实施的《高等职业学校商务英语专业教学标准》的要求编写，由12门课程构成，涵盖了商务英语专业中所有核心专业基础课程和职业技能课程（即专业课），完整地体现了该专业的课程体系与结构。在12门课程中，4门为专业基础课，8门为职业技能课，即专业课（见下表）。每门课程的教学设计重在应用和实践，突出能力培养，使学生在全面提高英语交流能力的基础上，掌握国际商务行业领域的基本理论知识和业务流程，毕业后能够用英语从事国际商务工作。

课 程	序 号	教 材 名 称
专业基础课	1	综合英语（1-2）
	2	英语听力（1-2）
	3	英语口语（1-2）
	4	英语应用文写作
职业技能课 （专业课）	5	商务英语综合教程（1-4）
	6	商务英语（家电方向）（1-2）
	7	商务英语听说（家电方向）（1-2）
	8	商务英语翻译（家电方向）
	9	外贸英语函电（家电方向）
	10	国际贸易实务（家电方向）
	11	国际市场营销（家电方向）
	12	外贸单证缮制（家电方向）

2. 产教融合，服务家电行业，创新和引领专业教学改革

多年来，全国高职院校商务英语专业存在严重的同质化现象，具体表现在课程结构及课程内容雷同，与区域经济和产业相关产业发展需求脱节，这是造成近年来商务英语专业毕业生就业难的重要原因之一。为此，本系列教材从我国享誉世界的先进制造业——家电行业入手，建设一套服务家电行业的商务英语专业教材，探索一条高职商务英语专业细化服务产业的教学改革之路。如此项改革经实践检验成功，我们将继续开发建设针对其他行业方向的商务英语专业系列教材。

本系列教材主要通过职业技能课（即专业课）体现与家电行业的紧密结合。专业课在教学内容上除了涵盖国际商务领域的通用知识、业务技能和要求外，着重体现家电行业的特殊要求，反映家电行业的整个生产过程、工作流程、主要工作岗位及其任务等，并与相关的职业资格标准对接，使学生毕业后可以直接到家电行业就业，为我国家电行业在全球可持续发展提供涉外业务人才支持。

专业基础课教材旨在帮助学生打好语言基础，全面提高听说读写技能，培养正确的学习方法和良好的学习习惯，为后续学习职业技能课程（即专业课）奠定良好的基础。

3. 校企合作，共同研发课程，实现一线教学与行业实际的高度结合

本系列教材的编者队伍由高职英语教育领域知名教授、一线资深英语教师和家电行业、企业的专家共同组成，联合研发课程，以确保英语学科与家电行业的有效融合。这些作者既有丰富的英语教学经验或家电行业工作经历，也有编写教材的经验。本系列教材的总主编为王乃彦教授（教育部外经贸职业教育教学指导委员会副主任委员）、牛健教授（教育部职业院校外语类专业教学指导委员会秘书长）、刁云峰（全球家电龙头——海尔集团副总裁）。王乃彦教授宏观指导，牛健教授主持编写，刁云峰副总裁提供行业支持。校企合作建设的教材主要体现在专业课中，每门专业课教材的主编为一名高职一线资深英语教师和一名家电行业、企业的专家。

本系列教材通过与家电行业结合，旨在引领和推动我国高职院校商务英语专业教学改革，探索该专业进一步发展的新路径，这在国内外尚属首次。我们希望全国高职院校能予以积极支持和配合，在使用本系列教材的过程中积极发现问题，收集反馈意见，使该教材能够与时俱进，不断贴近我国产业调整与升级需求，贴近企业发展需求，真正实现工学结合、学用一致的高职教育理念。

所有意见和建议请发往：bjys@cctpress.com

欢迎访问我们的网站：www.cctpress.com

联系电话：010-64269744/010-64218072

高职商务英语（家电方向）系列教材编委会

2014年2月

编写说明

《商务英语翻译》（家电方向）是专门为高职高专英语专业师生编写的一本实用性很强的翻译教材。本教材依据教育部 2012 年 11 月颁布的《高等职业学校商务英语专业教学标准》，秉承“实用为主，够用为度”的指导思想，着重培养学生的语言运用能力及常用商务文本的英汉互译能力。

本教材编者实地调研了涉外企事业单位对商务助理/商务文员的岗位能力要求，结合高职高专学生的学习特点，针对家电企业典型工作任务所需的商务知识和实践技能要求，确定以常用商务文本为载体，通过商务文本英汉互译训练，培养学生商务英语翻译基本技能，能够将翻译技能和商务知识有机结合，运用准确、流畅的语言完成常用商务文本的翻译任务。本教材充分体现“以就业为导向，以职业能力培养为核心”的人才培养理念，能够有效地提升职业院校学生的商务英语翻译能力。针对高职高专教学目标，本教材具有如下特点：

1. 内容系统完整，训练循序渐进

内容安排由易到难，从简单的商务文本，如名片、商业广告、简历、求职信，到一般难度的商务文本，如公司简介、旅游文本、会展文本、产品说明书，直至难度较大的商务条款类文本，如商务合同。本教材翻译单位逐步提升，自语句、段落直至语篇翻译训练，科学合理地培养学生的商务文本翻译能力。

2. 基于翻译理论，提升翻译技能

考虑到高职高专学生的语言基础和学习能力，本教材在阐释翻译理论知识时，涉及专业的术语，均采用简洁通俗、平实易懂的表达，并提供大量典型译例，引导学生掌握商务文本的英汉转换规律，提升跨文化交际水平。

本教材以商务文本为载体，将翻译方法与技巧融入典型的文本翻译训练之中。每单元首先阐述文本的功能、内容、结构和语言特点（尤其是汉英文本的篇章结构、语言形式差异），然后针对文本的内容、结构提炼出翻译思路、方法和技巧，辅以典型译例的分析阐释，培养学生的常用商务文本翻译能力。

3. 针对典型任务，合理安排训练

本教材基于岗位典型工作任务，以常用商务文本为载体，设置 5 个学习情境——求职（简历、求职信）、企业宣传（商业广告、企业简介）、生产经营（包装文本、产品说明书、售后服务）、业务拓展（名片、商务旅行、会展文本）、国际贸易（商务合同），引导学生在不同的商务情境下，有效地完成商务文本的英汉/汉英翻译任务。

本教材训练内容贴近岗位能力要求，形式多样，案例丰富，英汉翻译为主，兼顾汉英翻译，训练难度适中，具有较强的系统性和实用性。除少数语句翻译外，大部分练习是相对完整的段落、文本，内容涉及企业生产经营、招聘求职、对外宣传、业务拓展、国际贸易等方面，着力提升高职学生的常用商务文本解析能力和目的语表达能力。

本教材适用于高职高专院校商贸类专业的学生，也可供从事商务翻译、外事外贸、涉外旅游等部门工作人员及英语自学者使用。

《商务英语翻译》（家电方向）主要面向高职高专层次的学生，以《高等职业学校商务英语专业教学标准》要求为教学目标。本教材共涉及 11 个教学单元，以情境教学模块形式编写，每个单元由 6 个部分组成：

序 号	模 块	目 标 说 明
1	Learning Objectives	明确教学目标
2	Warming Up	课前热身练习：主题展开讨论，导入教学内容
3	Being Clear About It	单元内容介绍：单元内容阐述，明确文本特点
4	Grasping Translation Techniques	翻译技巧探索：根据真实案例，详解翻译思路；语句翻译跟进，磨炼翻译技能
5	Sharpening Your Skills	翻译技能强化：典型句段转换，拓展学生视野；商务案例实训，提升翻译水平
6	Practice Makes Perfect	实践产出真知：网络搜集文本，培养自学能力；主题任务操练，强化实践技能

建议各校在制定教学计划时将该课程设置为商务英语专业基础课，安排在第二学年，每周 4 学时，开设一学期，教师可根据实际需要选择讲授与训练内容。

本教材由天津商务职业学院李富森和海尔国际商社战略总监王耀强担任主编，天津商务职业学院马国志和天津百货商贸总公司家电分公司副经理唐德胜担任副主编，天津商务职业学院梁晶、刘海燕参编，刘玉玲教授担任主审。

由于编者水平所限，教材不免有欠缺之处，敬请指正。

《商务英语翻译（家电方向）》编写组

CONTENTS

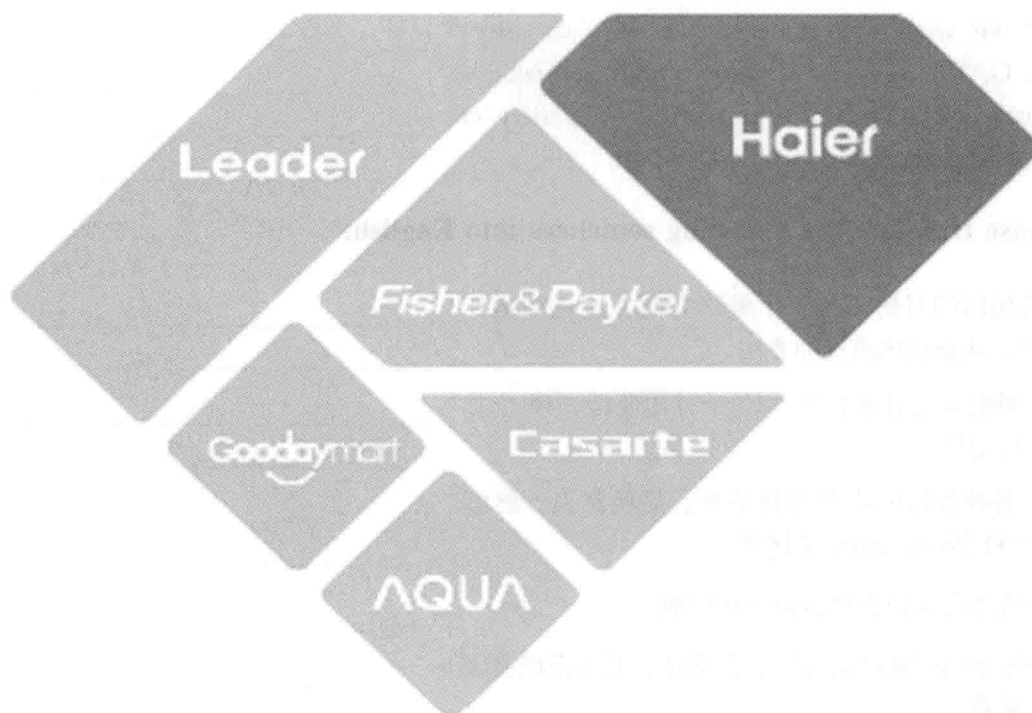
Unit 1	Grasp the Essentials of Business Translation	1
Unit 2	Design Your Own Business Cards	15
Unit 3	Display Wonderful Commercial Ads	25
Unit 4	Hunt for a Decent Job	37
Unit 5	Enjoy Pleasant Business Trips	49
Unit 6	Show Your Corporate Profiles	61
Unit 7	Understand Packing Specifications	73
Unit 8	Describe Your Products Clearly	85
Unit 9	Provide Excellent After-sale Services	97
Unit 10	Attend Rewarding Conferences and Exhibitions	111
Unit 11	Enter into Clear Business Contracts	125
Answer Key		139
Unit 1	Grasp the Essentials of Business Translation	139
Unit 2	Design Your Own Business Cards	141
Unit 3	Display Wonderful Commercial Ads	143
Unit 4	Hunt for a Decent Job	145
Unit 5	Enjoy Pleasant Business Trips	148
Unit 6	Show Your Corporate Profiles	150
Unit 7	Understand Packing Specifications	152
Unit 8	Describe Your Products Clearly	154
Unit 9	Provide Excellent After-sale Services	156
Unit 10	Attend Rewarding Conferences and Exhibitions	160
Unit 11	Enter into Clear Business Contracts	163
References		167

Grasp the Essentials of Business Translation

UNIT 1

Learning Objectives

1. Have a clear picture of business English translation;
2. Have a basic command of the techniques in translating business texts.



1 Warming Up

I. Please translate the following sentences into Chinese.

-
- This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

II. Please translate the following sentences into English.

- [illegible]

2 Being Clear About It

商务英语是英语的一种社会功能变体,是专门用途英语 (English for Specific Purposes) 中的一个分支。商务英语以普通英语为基础,完全具有普通英语的语言学特征。与此同时,商务英语又是商务知识和英语的综合,因而又具有其独特的语言特征。商务英语作为一种专门用途英语,还可以细分为广告英语、法律英语、航运英语、服装英语、包装英语、信函英语、经贸英语等多种功能变体英语。

商务英语翻译是指各类商务文本的翻译,如外贸函电、进出口单证、商业广告、产品说明书、商务合同等,也可以泛指一切与商业活动直接或间接相关的实用文本,从经贸外宣文章到旅行社的旅游指南等均可包括其中。商务文本的遣词造句和文本安排都与纯文学及纯理论文本不同,要做好商务英语翻译,首先需要了解商务英语的语言特征。

I. 商务英语的词汇特征

除了某些商务文书(如合同等法律文件)会使用一些很正式的,甚至冷僻的词汇外,大部分商务文本用词正式规范、平实达意。

1. 使用单个动词

多用非常正式的单个动词而不常使用短小的常见动词或动词短语,如多使用 appoint 而不使用 make an appointment of, 使用 continue 而不使用 keep on, 使用 supplement 而不使用 add to 等。

2. 使用繁复介词短语

由于现代英语的介词和连词比较通俗简短,和商务英语中比较正式规范的名词和动词不协调,所以,在商务英语中多使用繁复的介词短语来替代简单的介词或连词,比如,用 in the nature of 替代 like, 用 along the lines of 替代 roughly, 用 for the purpose of 替代 for, 用 in the case of 替代 if, 用 in the event that/of 替代 if, 用 with reference to 替代 about 等。

3. 大量使用专业词汇

商务涉及经济、贸易、金融、财务、会计、保险、广告等诸多领域,因此商务英语使用大量的相关词汇和行业术语。

例 1:

This Bill of Lading is issued in a negotiable form, so it shall constitute title to the goods and the holder, by endorsement of this B/L.

此句中, negotiable 在普通英语中是“可商议的”的意思,但在此意思为“可转让的”; title 在普通英语中是“标题”之意,而在此意思则为“所有权”; endorsement 在普通英语中意为“签注、认可”,而在商务英语中意为“在支票背面签名、背书”。

专门用途英语是指与某种职业或学科相关的英语,根据服务的领域,可分为职业英语 (EVP), 学术、教育英语 (EAP/EEP) 和科技英语 (EST)。

提单 (Bill of Lading) 是承运人收到货物后出具的货物收据,也是承运人和托运人之间运输合同的证明,代表所载货物的所有权。

名词化是指在语法上从其他词性的词,一般是动词和形容词,转化为名词词组的过程。

4. 名词化现象

商务英语行文的动词或形容词的名词化程度很高,信息量集中,使得整个文本显得客观、正式、严谨。例如:

例 2:

电子计算机之所以效率高,是由于其运算速度快,而且计算准确。	The effectiveness of the electronic computer lies in its great speed and accuracy in calculation.
-------------------------------	---

成功地实现单一大市场的前提就是有的公司必有所得,有的公司必有所失。	A precondition for the success of the single market is that there must be losers as well as winners.
-----------------------------------	--

这两个英文句子中的斜体词均为英语动词或形容词转换而来的名词,而在汉语中这些词均为动词或形容词,这样更符合汉语的行文习惯。

II. 商务英语的句式特征

商务英语语句的最大特点是简洁明快、逻辑严密。简洁明快主要表现在商务信函中多使用简洁句、简短并列句和简短复合句;逻辑严密主要表现在商务合同、招(投)标文件等法律文件中多用长句、复合句、并列复合句等句式以及常用介词(短语)、插入语、同位语、倒装句、被动语态等特殊句型。例如:

例 3:

America's trading partners in the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) formally charged Washington today with violating the rules of the trading agreement with its imposing 15 percent surtax on imports.	美国在关贸总协定的贸易伙伴今天正式指控华盛顿破坏贸易协定的规则,因其对进口商品征收 15% 的附加税。
---	---

此句中,修饰限制成分较多,如介词短语 in the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) 作定语,副词 formally 做状语修饰谓语,with 复合结构作状语,是句子结构复杂化。

III. 商务英语的文本特征

作为一种注重实用性的专门用途英语,商务英语文本往往是多种交际功能的集合体。一般说来,商务英语文本主要分为以下三种类型:

1. 公文文体

汉语商务公文的语言特点是简明扼要,擅用古体词,半文半白;而英语商务公文行文以书面语为主,用词正式、严谨,句子较长、句式结构较复杂,翻译时要注意选择相应的语体用词。例如:

关贸总协定是一个政府间缔结的有关关税和贸易规则的多边国际协定。关贸总协定于 1947 年 10 月 30 日在日内瓦签定,并于 1948 年 1 月 1 日开始临时适用。它是世界贸易组织(WTO)的前身。

例 4:

The invoice No. 13009 was made to your order No. 00927 for 10 chairs that totaled up to \$660. 该批货物发票号为 13009, 是应贵公司 00927 号订单发去的 10 把椅子, 价格总计为 660 美元。

原文句子较长, 还用了“was made to”这样的被动句型, 这是英语正式文体的行文, 译文也用了汉语公文常用的“该”、“为”、“贵”、“应”等单音词与之对应。

发票 (invoice) 是卖方对所出售货物开出的包括各项细节的清单, 并作为向买方收取货款的凭证。

2. 广告文体

汉语广告词讲究平衡对称, 多用四字词组, 显得语言精炼; 而英文广告, 一方面为求通俗易懂, 多使用口语化用词; 另一方面, 为求新颖别致, 其中可能还会包含一些新造词、杜撰词或有异域风味的外来词。因此, 广告体的翻译尤其需要译者的创造性。例如:

例 5:

Sumsung micro-cooker saves you from boring kitchen routines. 使用三星微波炉, 摆脱繁琐家务事。

这是韩国三星微波炉的广告标题, 如果直译为“三星微波炉将你从枯燥的厨房日常家务中解救出来。”显得死板而缺乏感召力, 不能很好传达广告简洁、生动、富有鼓动性的特征, 若译为“使用三星微波炉, 摆脱繁琐家务事。”就显得朗朗上口, 引人注目。

3. 论说文体

为推广产品所做的报告或演讲常用论说文体, 用词正式、严谨, 常用一些套语, 译文要注意与原文保持风格一致。例如:

例 6:

The market is slow but competition is pressing. Even our sales dropped there is still evidence showing that our products still have a good share as we have had so many established clients and distributors. If we could provide strong support and better after sales service we might survive the over-stressing market competition. 市场疲软但竞争形势迫人。尽管销售量下滑, 但由于我们已有了一些稳定的客户和分销商, 所以仍占有相当大的市场份额。如果我们能提供更好的支持和售后服务, 我们还是可以在激烈的竞争中胜出。

distributor
分销商

译文较好地把握了原文的语体特征, 行文清晰流畅, 符合商务报告的特点。

严复在《天演论》译例言(1898)中提出,“译事三难:信、达、雅。求其信,已大难矣!顾信矣不达,虽译犹不译也,则达尚焉。”

3 Grasping Translation Techniques

著名翻译家严复的“信、达、雅”翻译标准在中国翻译界影响深远,对商务英语翻译同样具有指导意义。商务英语要求语言严谨、准确,这就是“信”;同时在“信”的基础上追求语言通顺易懂,这就是“达”;而“雅”并不是“文雅”之意,而是指“得体”,就是译文的语言风格要与原文保持一致,而且译文的行文方式也要符合商务文本的语言特征。

但商务英语文体的涵盖面非常广泛,包括各种招商简介、商务广告、进出口业务文献、电子商务文献、外贸英语应用、备忘录、会议记录、意向书、商务合同和协议书等。对于商务英语文体的翻译,“信、达、雅”的翻译标准可以依不同文体而对这三个要素有所侧重。商务文本属于信息类文本,在翻译时要强调“信息的对等”,即语义信息、风格信息和文化信息对等。

语言的目的在于交际,任何言语活动都是在特定的环境下进行的,这种特定环境在翻译中称之为“语境”,“言内语境”指言辞的上下文,“言外语境”是指具体参与交际的人、发生的事、交际的渠道、交际者的个体心理及相互关系以及语言运用的社会文化背景、历史文化传统、思维方式、价值观念、社会心理等。在翻译中,语境决定语义,语义依赖语境。

语言是信息的载体,语义信息包括表层语义信息和深层语义信息;风格是指不同的文体,翻译中若忽略了原文的语言风格信息,会使译文显得不得体;文化信息是指不同的民族之间存在很多的文化差异,商务英语翻译者需要了解这些差异,以便在翻译中通过恰当的方法尽量保留原文的文化信息,尽量做到文化上的对等。



I. Lead-in Tasks

Task 1 Please put the following sentences into English.

1. 我们对贵公司2007年9月5日的来信很感兴趣。在信中,贵公司详细叙述了如何扩大推销我方产品的问题。

2. 海尔集团是中国家用电器制造业领头羊。它因产品创新而在国内市场闻名遐迩。

家电制造业领头羊
leading appliance
maker

3. 谈判的成功与否并不以击败对手来衡量,而是以促进整个交易活动的成功为标准,这一点贯穿于谈判的整个过程中。

Task 2 Please put the following sentences into Chinese.

1. Monetarists, led by University of Chicago Professor Emeritus Friedman, armed themselves with evidence showing that free markets on their own produce as much growth and employment as an economy can sustain.

2. Until now the US school bus market has been dominated by the reassuring shape of John Lloyd's yellow buses which have been made familiar to many all over the world through appearances in countless Hollywood films and American TV series.

Tips

- 汉语句子短,英语句子长,汉译英时注意从句。
- 注意汉英两种语言在语序方面的不同。
- 第3句注意英语从句的特点。

Tips

原句以主谓句 the US school bus market has been dominated by... 为框架,介词 by 引出施动者,关系词 which 引导的定语从句是对施动者 (the reassuring shape of John Lloyd's yellow buses) 的进一步说明,而在一定语从句中,介词短语 through... 为方式状语。



II. Exploring Skills

1. 准确翻译专业词汇

商务英语在词汇使用上的最大特点是对专业词汇的精确运用,其中包括大量具有商务含义的普通词和复合词,以及缩略词语等。如 C. W. O. 定货付款, B/L 提货单, L/C 信用证, C. O. D. 货到付款, W. P. A. 水渍险, blue chip 蓝筹股、绩优股, bad debt 呆账, 等等。不了解这些专业术语,就无法做好商务英语翻译。在翻译中,需要根据文章的内容和使用语境辨别所译词汇是一般含义还是专业含义,从而准确地把握其含义,给出恰如其分的译文。例如 soft 一词在普通英语中是“柔软”之意,但在 soft market 中是“疲软”之意,在 soft loan 中是“宽松”之意。

No. 1 Trying Your Hand

Tips

注意划线词的专业含义。

Tips

将划线词语转换成形容词。

1. He tendered a letter of resignation yesterday. Firms were invited to tender for the construction of the new motorway.)

2. The fair price connected with the superiority of varieties of our products will be able to guarantee our competitive edge in the international market.

2. 译文符合目标语的句式特点

汉语造句强调意合，简单句较多；英语造句强调形合，注重严谨的句子结构，长句较多。英语长句中主语或主句与修饰词的关系较为松散时，如果按原文翻译，会使译文结构松散，意义不明确。这时可以按照汉语多短句的习惯，把英语长句中的从句或短语转化成短句分开来叙述，也就是用“拆句法”来翻译。为了使语义连贯，有时还需要将英语句子结构打乱，重新组合，适当增加表示逻辑关系的词，以现代汉语长短句相替、单复句相间的句法修辞原则。与英汉翻译相反，汉英翻译常常需要将汉语的几个分句、短句处理成英语的一个简单句或复合句，使译文更加严谨、简洁、紧凑，符合英文的表达习惯，这就是所谓的“合句法”。

例 7:

水晶宫饭店地处天津市中心。这里的客房装饰优美、品位高雅，堪称顶级豪华饭店。

Ideally situated in the very heart of the city of Tianjin, with nice furnishing and elegant style, the Crystal Palace Hotel is well-appointed to the highest standard of luxury.

汉语用了两个分句对水晶宫饭店进行简单介绍。在对应英文的翻译中，我们以“水晶宫堪称顶级豪华饭店”为主句，“位于天津市中心”被转化为过去分词短语作地点状语，“客房装饰优美、品位高雅”转化为以 with 引导的介词短语形式作伴随状语，两句话在英文中合并为一个比较复杂的长句。