

英汉双向

TRANSLATION OF BUSINESS ENGLISH

实用商务翻译

北京外国语大学名师倾情奉献

从教20余年的翻译课程菁华
最具实战意义的翻译教材之一

彭萍◎编著

各类英文考试翻译必备秘籍，热门翻译话题全面覆盖

翻译理论精讲，攻破翻译难关
选材与时俱进，贴合全面需求
归纳话题类型，提升实战能力

一书在手，教你轻松攻克翻译难题



中国对外翻译出版公司

英汉双向

实用商务翻译

彭萍◎编著



 中国对外翻译出版社

·北京·

版权所有 侵权必究

图书在版编目 (C I P) 数据

实用商务翻译 : 英汉双向 / 彭萍编著. -- 北京 :
中国宇航出版社, 2015.1
ISBN 978-7-5159-0835-9

I. ①实… II. ①彭… 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 (2014) 第280526号

策划编辑 战颖

封面设计 李彦生

责任编辑 李莹

责任校对 刘杰

出版

发行

中国宇航出版社

社址 北京市阜成路8号

邮编 100830

(010) 68768548

网址 www.caphbook.com

经销 新华书店

发行部 (010) 68371900

(010) 88530478 (传真)

(010) 68768541

(010) 68767294 (传真)

零售店 读者服务部

北京宇航文苑

(010) 68371105

(010) 62529336

承印 三河市君旺印务有限公司

版次 2015年1月第1版

2015年1月第1次印刷

规格 787×960

开本 1/16

印张 19.75

字数 382千字

书号 ISBN 978-7-5159-0835-9

定价 34.80元

本书如有印装质量问题, 可与发行部联系调换

前言

近年来,笔者一直承担着北京外国语大学国际商学院全年级的翻译教学工作,自2012年起加上了法学院和国际关系学院的翻译教学工作。由于自己一直以翻译为专业,再加上对翻译研究、翻译实践和翻译教学的热爱,所以平时特别注意收集有关资料,当然包括商务翻译方面的资料。众所周知,随着我国改革开放和市场经济的进一步发展,现代社会对复合型人才,尤其是涉外复合型人才的需求大大增加,这就对商务英语教学提出了更高的要求。商务翻译课程作为商务英语中的高级技能训练课,需要教师在教学中不断积累素材和教学经验,探讨更适合经济发展和时代要求的教学目标、教学内容和教学模式。同时,社会上越来越多的人渴望学习商务翻译,他们有的是想提高自己在商务翻译工作中的能力,有的则是为了谋求一份商务翻译工作。笔者发现,现有的商务翻译教程或只注重英译汉,或只注重汉译英,很少能够把英汉互译均衡地放在同一本书中;还有的商务翻译教程沿用传统普通翻译教程的套路,继续将选词、省译、增译、长句的翻译等技巧作为教学的重点,商务文章的翻译只作为练习的一部分。有鉴于此,根据自己多年的翻译教学,尤其是商务翻译教学的经验,笔者撰写了《实用商务文体翻译(英汉双向)》一书,第一版于2008年出版,经认真修订补充后,现正式出版第二版,力求将商务文体同英汉互译技巧结合起来。

本书可供高等院校英语专业、商务英语专业、翻译专业等高年级本科生和研究生,以及从事翻译教学与研究,尤其是商务翻译与研究的教师和科研人员使用,也可供商务翻译工作者和广大翻译爱好者等参考学习。具体说来,本书编排特色如下:

1. 理论与实践相结合。翻译是一门综合性学科,和文体学、语言学、文化、社会学等都有着非常密切的联系。因此,本书在编写过程中,参考了商务理论、

文体学、商务语言学以及翻译学的诸多理论观点，尤其是运用文体学理论以及功能翻译理论和翻译目的论观点，力求讲解清晰，有理有据。通过丰富的翻译实践材料，包括讲解和练习，用理论来指导实践，真正做到理论与实践相结合，从而使本书不仅可以作为翻译实践的教科书，也可以作为文体学研究和商务翻译研究的理论参考书。

2. 取材范围广，实用性强。本书尽可能多地涉及商务文体，特别是日常商务工作中常见的文体，包括商务报刊、商标词、产品说明书、企业宣传材料、商务广告、商务信函、商务合同等。通过讲解，使读者了解不同文体的定义、功能以及文体特点，并针对这些特点采取相应的翻译策略，在此基础上掌握各种商务文体的翻译原则。因此，本书具有很强的实用价值，不仅可以作为翻译实践的参考书，对起草相关的商务文本也具有一定的参考价值。另外，本书在选择语料方面力求与时俱进。为跟上经济发展的步伐，适应时代发展的要求，本书在编写过程中，在参考以往的各种翻译教材，尤其是商务翻译教材的基础上，增加编者翻译实践中的最新材料，力求材料新颖，与时俱进。

3. 内容丰富，综合性强。首先，本书不仅仅讨论商务翻译技巧问题，还探讨各种商务文体的性质、功能、文体特点，做到商务知识、商务文体理论和翻译理论相结合。其次，在撰写过程中，本书不仅吸收现有的研究成果，还多方面收集新资料，内容丰富、翔实。在详细讨论各种商务文体的特点和翻译策略之后，均用表格形式进行综合归纳，使读者一目了然。总之，本书力求内容丰富，将商务文体知识和翻译实践有机地结合在一起。

4. 分析透彻，英汉双向。本书力争在分析文体特点、翻译原则和翻译策略方面做到细致透彻，既有一定的深度，又能深入浅出，将英汉两种语言对比及翻译技巧同商务文本有效结合。经过考察，笔者发现目前已出版的商务翻译教材大多要么把大部分篇幅放在一般翻译技巧上，只用较少篇幅谈及真正的商务翻译，要么只谈英汉翻译或汉英翻译，很少做到英汉双向翻译的讲解。本书则突出讲解了商务翻译技巧，并涉及英汉、汉英双向翻译。

本书在讲述商务文体翻译时，每一章均由四小节构成。具体安排如下：

第一节 热身练习 每章开始前让读者通过一个小小的笔译练习，熟悉该文体的特点，并发现该商务文体翻译的难点所在，这样，读者可以带着目的去学习，提高学习效率。作为教材使用时，教师可通过这一热身练习，发现学生的强项和弱点，有针对性地教学中突出重点。

第二节 商务文体知识与翻译 该部分是每章的重点，通过精讲解析，让读者熟悉不同商务文体的定义、功能、文体特点以及不同文体的翻译技巧，同时把握英汉语言的异同以及不同商务文体的翻译标准、原则及策略。如果用作教材，在这一环节，教师可以精讲，并组织学生围绕例句翻译进行讨论。

第三节 译文简评 该部分旨在根据前面所学知识对译文进行简要评析，指出其优缺点，以利于读者更好地巩固前面所学的翻译策略和翻译原则，吸收译文中好的一面，修改译文不完善的地方。

第四节 翻译练习 读者可根据第二节的学习，进行本章句子和文章的翻译。用作教材使用时，教师可对句子翻译进行课堂提问，督促学生自觉完成，文章翻译可作为课外作业使用，由教师进行批改，然后反馈并讲解。

俗话说，“文无定法”，翻译作为一种再创作，一千个译者可能会产生一千种译文。因为在保持原作内容和总体风格基本不变的情况下，每个译者都会不自觉地在译文中融进自己的翻译风格。所以，本书所有例子的译文没有所谓的“标准答案”，只能算作“参考译文”，目的在于启发读者。读者可以将自己的译文与所提供的参考译文进行对比。正是在对比和切磋当中，翻译水平才能不断增长。而不断学习，不断实践，不断切磋，不断打磨，字斟句酌，将翻译视为这样一种文字游戏，“乐之好之”从而达到“好之乐之”，这才是翻译的最高境界。

值得一提的是，本书从撰写到出版再到今天的修订，得到了很多人的支持和帮助，在此一并表示谢忱。感谢北京外国语大学国际商学院2000-2010级全体双学位（经济管理和英语语言文学）本科生（尤其是2005级10个班的全体同学）、北京外国语大学法学院、国际关系学院和中国语言文学学院2010级本科生为本书的撰写和修改提供了一定的灵感和素材，感谢我的先生和女儿给予我的支持和鼓励。

需要特别指出的是，本书在撰写和修订的过程中参考了多方面的资料，笔者对所用材料的作者表示衷心的感谢。但由于本书举例颇多，无法将它们的来源在每一例子后边详尽列出，故将所参考文章和著作一并列在书后参考文献中，若有遗漏，敬请谅解。另外，本书还选取了一些企业的最新说明及宣传材料，限于篇幅，不再将这些企业一一列出，在此谨致谢意。

本次修订主要对某些论述作了进一步的修改，对某些译文（包括译例分析、练习参考译文）进行了进一步打磨，替换了少数练习。但是，由于时间仓促，笔者才疏学浅，本书在商务文体特点的归纳上难免存在遗漏之处，在理论论述和译例分析上难免存有不足或不妥之处，在译文打磨方面可能有不够到位之处，恳请广大读者不吝批评匡正。

彭萍

2014年12月

于北京世纪城平心斋

目 录

第一章	概述	1
第二章	商务报刊文章	17
第一节	热身练习	18
第二节	商务报刊文章的翻译	18
第三节	商务报刊文章的译文简评	37
第四节	翻译练习	42
第三章	商标词	45
第一节	热身练习	46
第二节	商标词的翻译	46
第三节	商标词翻译简评	60
第四节	翻译练习	61
第四章	产品说明书	63
第一节	热身练习	64
第二节	产品说明书的翻译	64
第三节	产品说明书的译文简评	91
第四节	翻译练习	96
第五章	企业宣传材料	99
第一节	热身练习	100
第二节	企业宣传材料的翻译	100

第三节	企业宣传材料译文简评·····	115
第四节	翻译练习·····	119
第六章	商务广告·····	123
第一节	热身练习·····	124
第二节	商务广告的翻译·····	124
第三节	商务广告的译文简评·····	151
第四节	翻译练习·····	154
第七章	商务信函·····	157
第一节	热身练习·····	158
第二节	商务信函的翻译·····	158
第三节	商务信函的译文简评·····	190
第四节	翻译练习·····	194
第八章	商务合同·····	197
第一节	热身练习·····	198
第二节	商务合同的翻译·····	198
第三节	商务合同的译文简评·····	238
第四节	翻译练习·····	245
附录A	商务英语复数形式·····	249
附录B	商务英语常用短语·····	253
附录C	常用商务英语缩略语·····	264
附录D	商业符号·····	276
附录E	常用商务职务的翻译·····	279
附录F	常用商务标识语英汉对照·····	282
附录G	练习参考译文·····	285
参考文献	·····	303

第一章 概述

一、何谓商务翻译？

要定义商务翻译，首先要认识一下商务英语。商务英语（Business English）属于专门用途英语（English for Specific Purpose，即ESP）的一种，既有一般英语的特点，又具有特殊的内容。所谓商务英语，就是指以服务于商务活动的英语。而所谓商务活动，则包括商务交流、营销、服务、宣传、谈判、商标命名等。由此类推，商务翻译就是指与商务活动有关的翻译（本书仅讨论英汉双向翻译）。一般说来，这些商务活动都是国际性的，涉及两个或两个以上国家的企业或代理商，内容涉及技术引进、对外商业宣传、对外贸易、招商引资、对外劳务承包、商业保险、国际投资、国际运输等各个方面。

翻译从所用媒介方面进行划分，可分为口译和笔译。本书所述的商务翻译主要指商务文本的书面翻译，即笔译。商务文本可以细分为商务报刊文章、商标词、商务广告、企业宣传材料、产品说明书、商务信函、商务协议或合同等，当然还包括商务备忘录、商务会议纪要、商务通知以及各种相关的商务单据、表格等。

本书所谈及的商务翻译是指上述商务文本在商务活动中最为重要，也是对外商务活动的必备语篇，即：

- （1）商务报刊文章
- （2）商标词
- （3）商务广告
- （4）企业宣传材料
- （5）产品说明书
- （6）商务信函
- （7）商务协议或合同

这些文体中除广告具有极强的祈使和美感功能外，其他基本属于客观陈述类文体，重在提供信息，即这些文体的信息功能大于祈使和美感功能。

二、商务翻译的地位及其重要性

商务活动是一种商业交流活动，这种活动不仅涉及一个国家的内部，还涉及国与国之间的商务往来。纵观中国历史，从古代的“丝绸之路”贸易到明代的郑和下西洋，再到清朝资本主义工商业的发展，翻译一直起着非常重要的作用。中国历史上，早在隋朝时期就

曾设立互市监，唐朝也沿袭这种传统，当时监内就有译员在买卖场中担任翻译。据《太平广记》记载：

有西域诸人闾（大安国）寺求宝，见珠大喜，偕顶戴于首。胡人，贵者也。使译问曰：“珠价值几何？”僧曰：“一亿万。”胡人抚弄迟回而去。明日又至。译谓僧曰：“珠价诚值亿万。然胡客久，今有四千万，求市可乎？”僧喜，与之谒寺主。寺主许诺。明日纳钱四千万贯，市之而去。

从这则记载可以看出，翻译（特别是口译）在商务往来中的作用。现在，随着各国开放程度的深入，随着全球化经济的发展，国际间的商务活动愈来愈频繁。在商务交流的过程中，双方均需了解对方的文化、商务规则和国际惯例，要做到这些，要么去读有关方面的原文，要么就要读它们的译文。商务领域的专家或从业者并不都是精通外语的人，这时，商务翻译的作用就凸现了出来。其中，小到询价、报价，大到商务谈判材料的准备、合同的起草与签署、协议的拟定、最后生效与备案都离不开双语间的转换，这就是商务翻译活动。当然，商务谈判和对话以及商务考察过程中少不了口译工作者的辛勤劳动。而且，随着商务活动的日渐频繁，随着中国加入世界贸易组织，随着中国经济的健康快速发展，中国市场对商务翻译工作者的需求数量也会越来越多。可是，是不是只要学过外语的人就能做翻译呢？回答是否定的。学过外语的人如果经过一定的口笔译实践和训练，便不能胜任任何真正意义上或大多数的翻译工作，更何况商务翻译涉及许多的商务专业知识、商务文体知识，直接关系到交易双方的经济利益，这对商务翻译提出了更高的要求。

因此，对有志于从事商务翻译工作的人来说，系统掌握商务文体知识和翻译技巧及原则是非常必要的，也是非常重要的。

三、商务翻译工作者的素质要求

关于翻译工作者的素质要求，不少翻译家和翻译教程都已经提及，总体说来，不外乎几个方面，即扎实的语言功底（外语和母语）、广博的知识（包括有关的历史、地理、风俗、文化等知识）以及端正的工作态度（严肃认真等）。这些素质要求同样适用于商务翻译工作者。俗话说：“商场如战场”，作为国际商务交流的使者，不管从事口译工作还是笔译工作，其责任都非常重大。简单说来，对商务翻译工作者的具体素质要求可归纳为以下几个方面。

（一）扎实的中英文语言基本功

对于从事英汉商务翻译的人而言，他们的中英文水平对译文的质量起着关键作用。英译汉时，如果译者英文水平不够，就难以做到透彻理解英文原文的信息，就很难把握原文的逻辑关系，这势必影响信息的传达，导致错译；汉译英时，如果译者对英文词汇掌握得不好，英文语法不够精通，对英文中一些短语和固定搭配掌握不够牢固或储备数量不足，那么翻译出来的文字势必会在拼写、文法和表达上出现纰漏，让读者看起来别扭，读起来拗口，理解起来费力。因此，要做好商务翻译，精通英文文法，掌握足够的英文词汇，特别是一些常用词汇和商务词汇，积累英文的固定用法和搭配都是极为重要的。另一方面，长期以来，很多人存在一种误解，认为译者汉语水平的高低不会影响翻译，而且大部分中国教师和学生都会认为，既然汉语是我们的母语，在理解和表达上当然不会存在任何障碍。实则不然，很多时候，正是因为我们上述想法，便不再注重汉语水平的提高。试想，英译汉时，如果对一些汉语词汇的用法把握不到位，句式处理不好，依然不会得到通顺的译文；汉译英时，如果对汉语词汇或句子理解不透，就无法忠实地传达原文的意思。由此可见，中英文语言基本功对翻译的重要性。商务翻译是一种涉及专业领域的翻译，中英文语言功底就显得尤为重要。因此，商务翻译工作者更要注意提高自己的中英文语言水平。

（二）广博的商务知识

商务翻译工作者应该具有较宽广的商务知识面。范仲英在其编著的《实用翻译教程》中提到：“一个外语工作者要从事某种专业的翻译工作，除继续提高外语水平外，还要努力学习该专业，使自己逐渐成为熟悉该专业的行家。只有这样，才能做好这项工作。翻译实践表明，译者丰富宽广的知识，一方面有助于加深对原文的理解，由于对原文理解深刻透彻，翻译时就可以摆脱原文语言的束缚，灵活自如地表达原意。另一方面，由于对所译内容具有一定的知识，可以根据自己对这方面事物的了解，选用最恰当的词语，把原意恰如其分地表达出来，更好地为读者所接受，收到接近原文信息所表达的效果。”作为一个商务翻译工作者，需要掌握丰富的商务知识，包括金融、外贸、工商管理、会计、人力资源、电子商务等诸多领域的知识。当然，商务活动中还涉及双方的文化背景、风俗习惯等，了解有关的文化知识也是不容忽视的一个方面。

（三）严谨的翻译态度

事实上，无论做什么，都必须有责任心和严谨的工作态度。翻译首先是一种文字转换工作，在这一转换中，既要忠实原文的信息，又要保证译文通顺可读。如果在翻译过程中

草率行事,必定会导致对原文信息的误传,译文也难免出现错误,甚至会出现生硬拗口的译文。对商务翻译来说,更应该持一种严肃认真的工作态度,因为商务翻译更多地涉及双方的经济利益,稍有不慎,会将其中的数字、双方的义务或国际商务原则与规范搞错,这样势必会给商务来往的双方或单方造成一定的经济损失,妨碍商务合作与交流的正常进行。因此,培养良好的翻译作风,端正翻译的态度,是商务翻译者面临的一项重要任务。

只有具备了从事商务翻译的语言水平和商务知识,又具有认真负责的工作态度,商务翻译的质量才能真正得以提高,才能使商务翻译工作为促进国际商务活动的发展作出贡献。

四、商务文本的文体特点

商务文本的文体特点主要涉及以下几个方面。

(一) 词汇

1. 大多数商务英语语篇实义词密度高,名词化程度高

商务文本的用词特点在于:(1)实义词密度高,整个语篇负载的信息量大;(2)名词化程度高,因为名词化可以将许多需要用句子才能表达的意义用名词词组表达出来,因此,使用名词可以使信息量集中,符合商务交际中语言表达的经济原则,而且,名词化主要是动词的名词化,不使用动词而使用名词就可以避免时态、语态、语气、情态等因素,使得整个语篇显得客观、正式、严谨。

☞ 例1:

Information-age organizations can manage the complexity of large hierarchical structures without losing speed in their entrepreneurial start-up.

信息时代的公司可以处理庞杂的等级结构,同时毫无延迟地开始自己的企业运作。

(原文共18个单词,其中有14个实义词。)

☞ 例2:

If, whether during the execution of the works or after their completion and whether before or after the repudiation or other termination of the contract, between the Employer and the Contractor arises any dispute in connection with, or arising out of, the Contract or the execution of the works, including any disagreement by either

party with any action, inaction, opinion, instruction, determination, certificate or valuation of the Engineer, the matter shall, in the first place, be referred to the Disputes Review Board.

无论在工程建设过程中, 还是工程竣工后, 无论是放弃合同或以其他方式终止合同之前或之后, 如果业主与承包商之间出现任何与合同或工程建设有关的或因执行合同或工程实施而引发的争端, 包括任何一方对工程师的任何行动、不行动、意见、指示、决定、证书或评价所产生的异议, 首先提交争议审议委员会。(原文中execution、completion、repudiation、termination、connection、disagreement、action、inaction、instruction、determination 和 valuation都是从动词转化来的名词。)

但以上提到的这两种用词特点实际上主要是指商务英语的用词特点, 没有包括汉语的用词特点, 因为汉语并不是名词占主导的语言, 动词可以做主语、宾语等等, 很少有名词化的动词。而且, 商务文本中, 像广告这样的文体也不会使用大量的名词, 反而常使用祈使句, 用动词开头动员消费者采取购买行动。如Just do it。(想做就做。) 所以, 上述用词特点并不足以概括全部商务文体的用词特点。

2. 商务英语语篇大量使用介词

英语中介词是一种非常活跃的词性。据统计, 英文共有280多个介词, 大多数介词用来表示名词与名词之间的关系, 或者引出时间和地点。上文提到, 英语商务文本常使用名词负载更多的信息, 那么介词使用得多, 也就不足为奇了, 因为大部分介词表示名词与名词之间的关系。但是, 有一点值得注意, 商务英语大量使用介词导致词义发生重大变化, 这会给翻译带来一定的困难。例如, property in goods表示“货权”, property of goods则表示“货物属性”。

3. 商务英语中常有一词多义现象

商务英语中一词多义现象也很丰富, 如instrument与不同的词搭配意思则不同。譬如:

instrument of payment 支付工具

instrument of pledge 抵押契据

instrument of ratification 批准证书

instrument of credit control 信用管制手段

instrument of acquisition 购置凭证

4. 中英文商务文体均有一些专业术语

事实上, 英汉商务文本中的词汇一个重要的共同特点就是大量使用专业术语。商务文本在进行一般叙述时, 多用日常词汇, 但涉及商务活动的具体领域时, 多用专业词

汇。这些专业术语包括内容术语和商务文体术语。内容术语于涉及不同的商务领域，如金融、贸易等各个方面。例如，sole licence指“独家许可”，offer指“报盘”，counter-offer指“还盘”，insurance policy不是指“保险政策”，而是“保险单”，FOB（free on board）指“离岸价格”，C.B.D.（Cash Before Delivery）指“付现提货”。文体术语是指用于不同商务文体的惯用法，如汉语合同中经常使用“不可抗力”（force majeure）、“仲裁”（arbitration）、“争议的解决”（settlement of disputes）等，商务信函中常用的“兹”“敬请”“贵公司”“盼复”“敬请回复”等等。

当然，不同的商务文体，其用词特点也不尽相同，例如，商务广告倾向使用简单词汇，英语商务合同多使用shall这一情态动词和any这一定代词等等。这些中英文商务文本的词汇详见后面各章论述，此不赘述。

（二）语句

对于大多数商务文本，其语句的最大特点在于严密性。商务活动的特点决定了商务文本比其他语篇更注重表达的准确性、时效性、逻辑性和严密性，但不同的商务文体在语句上又有各自不同的特点。比如，商务广告力图表达简洁，多用简单句，甚至省略句，旨在最短的时间内给读者留下深刻的印象，促使读者购买其广告的产品。

☞ 例3:

Small deposit, big return.

小额存款，巨额收益。

☞ 例4:

长城永不倒，国货当自强。

The Great Wall, a great wall; that Chinese brand, a great brand.

相对于商务广告而言，商务信函的语句要复杂一些，但相对于商务合同来说，商务信函的语句则显得简短。因为商务合同涉及双方的权利和义务，所以多用长句、复杂句、语句分割现象、插入语、同位语、倒装句等特殊句型。

☞ 例5:

Three full sets of negotiable, clean on board, original ocean Bill of Lading made out to the order of shipper and blank endorsed, notifying China National Foreign Trade Transportation Corporation at the port of destination.

全套可转让清洁已装船海运提单正本三份，以托运人所指定的人为抬头，空白背书，通知目的港的中国外贸运输公司。

这个例子的英文为不完整结构，使用并列短语，显得较长，但信息非常完整、清楚。

例6:

买方应在货到目的港30天内向卖方提交索赔通知，在此期间如卖方未接到买方索赔通知及授权检验机构出具的证明材料，则认为买方无索赔要求。

Buyer shall give Seller notice of any claim within 30 days after the arrival of goods at the port of destination. Unless such notice, accompanied by proof certified by an authorized surveyor, arrives at the Seller's office during such 30 days' period, Buyer shall be deemed to have waived any claim.

该例子出自商务合同，原句可谓复杂一点的长句，译文结构层次清晰，意思表述非常明白。

关于不同商务文体的语句长短问题将在以后各章中分别讲解，这里只是让读者有一个初步的认识。

（三）时态和语态

如上文所述，为了体现时效性和客观性，不管是商务报刊文章，还是广告、合同等，英语中各种不同的商务文本常使用一般现在时。同时，为表达客观、礼貌、公正的语气，英语商务信函和商务合同多使用被动语态，这样可以使结构更加严密，细节更加突出，责任和风险、权利与义务更加明确。而汉语不存在时态问题，且句子多使用主动语态，即使表示被动意思，也倾向用主动形式。请看下面中英文的例句。

例7:

If either party *is prevented* from executing the contract by such causes of force majeure as typhoon, earthquake or other events agreed upon by both parties, the time for the execution of the contract *shall be extended* by a period to the effect of those causes.

若合同一方因双方约定的台风、地震或其他形式的不可抗力无法履行本合同，则延迟履行合同的期限应相当于事故所影响的时间。

该例句出自商务合同，其主句和从句均使用了被动语态以显示其客观公正性，其译文使用主动语态更符合汉语的表达习惯。