doi:10.3969/j.issn.1003-5559.2021.03.015

我国进出口食品包装文字英文翻译存在的问题及对策

■ 耿 娟 海南师范大学

摘 要:随着我国进出口食品贸易企业与“一带一路”沿线国家展开密切合作,国内民族特色与文化特色食品走出国门进入国际市场,同时海外优秀食品进入国内市场,对进出口食品包装文字翻译行业产生了新的变化及要求。我国进出口食品包装文字英文翻译失真现象严重,翻译过程中存在语法与用词错误,普遍存在机械式直译法,缺乏统一的译文形式以及翻译过程中艺术性与科学性失衡。为提高食品包装英文翻译质量,需要构建食品包装文字统一的译文形式,把握好进出口食品包装文字英文翻译艺术性与科学性的平衡,提升高校学生与翻译工作人员对民族文化与区域文化差异性的认识。

关键词:进出口食品;包装文字;英文翻译;食品翻译

目前,我国进出口食品包装文字英文翻译依然存在诸多弊端。虽然互联网翻译涌现一大批优秀的平台和商家,但是互联网翻译机构在进出口食品包装文字英文翻译过程中机械式直译现象严重,在市场中所占比重超过50%。随着消费者对进出口食品需求的扩大,食品包装文字英文翻译的质量涉及广大消费者的利益,不理想的翻译甚至会导致海内外消费者对食品以及企业产生负面误解,这对我国进出口食品商贸公司而言,在激烈的国际市场当中想要谋求更多的市场份额,打造良好的企业品牌形象并不利。基于此,立足我国进出口食品包装文字英文翻译的现状,针对我国进出口食品包装文字英文翻译存在的瓶颈难题与障碍进行分析,提出具有参考价值的意见,希望促进我国进出口食品包装文字英文翻译质量的进一步提升,为进出口食品包装文字英文翻译机构提供参考并希望解决现实难题。

一、我国进出口食品包装文字英文翻译发展现状

(一)翻译质量显著提升

我国进出口食品包装文字英文翻译发展起步相对较晚,但是近年来英文翻译机构数量迅速增加,尤其是2015年之后随着“一带一路”建设的不断深入,我国与东南亚、拉丁美洲、非洲以及欧洲展开密切的经贸合作,带动我国优质食品出口到全球范围,出口食品包装文字的精准翻译更为重要。另外,进口食品消费规模在不断地扩大,国内市场的需求同样在推动进出口食品包装文字翻译行业的发展,优秀的英文翻译机构不断地涌现。2020年我国进出口食品包装文字优秀英文翻译机构,具有知名影响力与市场规模的达到24家,相比较2016年数量翻2倍。进出口食品包装文字优秀英文翻译数量,同比增幅正在保持稳步增长。截至目前为止,进出口食品包装文字优秀英文翻译数量,同比增幅保持在25.89%。随着优秀英文翻译数量以及机构的增加,给消费者带来相对良好的消费体验,同时有力地促进我国进出口食品贸易规模的扩大。

(二)翻译失真现象屡屡发生

根据数据分析,截至2019年底我国进出口食品包装英文翻译失真事件引起社会广泛关注的达到51件,能够引起消费者广泛关注并且成为社会争议焦点,离不开国内人均文化水平的提升。众所周知,进出口食品商贸公司对包装文字英文翻译失真,将会造成消费者对企业形成负面影响,而且这种负面影响目前保持在70%以上,这充分说明进出口食品包装文字的英文翻译,对企业商品在市场中销售产生直接的影响。另外,随着我国茶叶、民族特色食品走出国门,在国际市场销售过程中,如果英文翻译失真现

[基金项目]本文系海南省教育国际化体制机制创新研究(海南省高校国际人文交流的现状及其展望)基金编号:9181230901-03。

[作者简介]耿娟(1978—),女,海南师范大学副教授;研究方向:英语应用语言学、英语教育、跨文化交际。

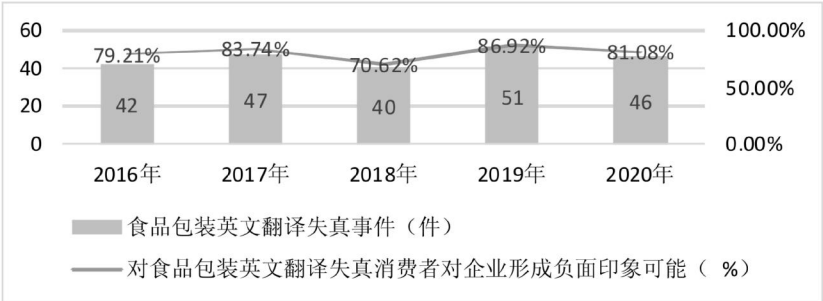

图1　2016-2020年进出口食品包装文字英文翻译失真数据统计

数据来源：互联网整理所得

象严重，既不利于商品的销售，对塑造我国食品出口贸易公司的形象也极为不利。粗略数据统计：海外市场消费者对食品包装文字英文翻译失真，甚至理解为欺骗消费者，持这一种观点的消费者大约在60%左右。

（三）产学研结合发展成果显著

当前我国进出口食品包装文字英文翻译在“生产、培育、研究”三位一体结合发展方面取得显著的成果。随着食品包装文字英文翻译产业化发展，高等院校英文翻译独立开设课程，专业英文翻译人才院校与校外实践基地合作日益频繁。2019年我国翻译院校实践基地数量扩大到39家，翻译院校实践基地数量的增加，能够提供更多的高质量进出口食品包装英文翻译产品，有助于翻译专业人才积累实际工作经验。其次，食品包装文字英文翻译教学与研究方面，我国翻译院校承接的英文翻译研究项目数量已经高达71个，充分体现出产业、教学与研究三者结合的发展模式日益成熟。与此同时，我国食品包装文字英文翻译，在专业性人才培育方面，投资规模提升到0.84亿美元。但是我国英文翻译市场人才缺口依旧持续增长，随着进出口食品贸易规模的增长，食品包装文字英文翻译需要向高质量方向发展，高等院校教育与研究所、企业共同合作发展，成为我国食品包装文字英文翻译发展的主要方向之一。

（四）与互联网翻译机构合作扩大

近5年来，我国食品进出口贸易过程中食品包装文字英文翻译行业发展，面临较大的一次冲击与产业的转变当属2020年疫情对全球经济以及工作方式的冲击。当然2018年美国恶意挑起与中国贸易摩擦也产生一定的影响，但是并没有实质性地对英文翻译行业本身产生根本性的变化。2020年我国优秀的互联网食品包装英文翻译机构数量，已经迅速增长到12家，主要是指具有市场规模、在行业内具有较高知名度的互联网翻译机构。随着疫情冲击与工作方式转变，更多的互联网翻译机构，正在与进出口食品商贸公司之间展开密切合作。互联网翻译机构翻译整体占食品包装总翻译市场的47.14%，与2019年相对比，新增近20%的市场份额。

表1　2016-2020年食品包装英文翻译与互联网翻译机构合作情况

年份	互联网食品包装英文翻译机构数量	进出口食品翻译占食品包装总翻译比(%)
2016	4	18.96%
2017	5	23.67%
2018	5	26.92%
2019	7	29.02%
2020	12	47.14%

数据来源：2016-2020年产业信息网数据统计

二、我国进出口食品包装文字英文翻译存在的问题

（一）语法与用词错误普遍

我国进出口食品包装文字英文翻译过程中，长期存在的主要弊端就是语法与用词的错误。根据对现有资料的分析和汇总，进出口食品包装文字英文翻译中语法与用语错误相当普遍。首先翻译工作人员对专有名词、约定俗成的词组，以及固定的词组搭配依然容易忽视。比如：将“川菜”采用直译法，根据“川菜”字面意思直接翻译为“Sicilian food”。然而根据专有名词以及市场中约定俗成的词组搭配方式，正确的翻译方式应该是“Sicilian cuisine”；与此同时，国内产品在对外出口过程中，部分产品的成分表当中普遍存在的错误，就是将“食用香精”翻译为“yeast extract”或者翻译为“edible spices”，然而“食用香精”作为专有名词，正确的常用翻译主要分为两种，分别是：“edible essence”或“food flavor”。其次，部分食

品包装名称翻译过程中，词语本身具有相近的意思，但是具体使用的对象以及使用的环境不同，翻译的名称也是不一样的。例如：青藏高原特色产品“牛肉粒”，被翻译机构翻译为“beef particle”，但是根据对单词意思的分析，“particle”主要是指物理的微粒、粉尘，诸如此类的语法错误或者用词错误，在我国进出口食品包装文字翻译过程当中屡屡发生。

（二）缺乏统一的译文形式

我国进出口食品包装文字英文翻译缺乏统一的译文形式。因进出口食品包装文字的翻译不仅局限于对食品名称进行翻译，对外出口贸易的食品在海外市场能够合法地销售，还要对进出口食品包装当中的“生产日期”“保质期”“使用方法”等固定的内容，进行准确、严谨、科学的翻译。然而，在现实当中，我国进出口食品包装文字英文翻译，对“生产日期”“保质期”“使用方法”不同的品牌，以及同一品牌不同的食品，所采用的翻译译文形式各不相同。例如：进出口食品包装文字当中，对“生产日期”存在两种不同的翻译形式，“生产日期”通常会翻译为“production date”，但是仍然有部分进出口食品包装文字英文翻译为“date of manufacture”，这种缺乏统一形式的译文商品，在市场正常流通过程中，会给消费者带来极大的困惑。与此同时，进出口食品包装文字英文翻译，对于食品“保质期”存在近5种不同的翻译形式：“shelf time”“storage time”“guarantee period”“quality guarantee time”“best before”。因此我国进出口食品包装文字英文翻译，针对固定的、必须翻译的单词，无论是英译汉或者是汉译英，都应该进一步地进行规范并尽快形成统一的译文形式。

（三）科学性与艺术性失衡

我国进出口食品包装英文翻译，在对包装文字进行具体翻译时，很难把握科学性与艺术性之间的平衡。英文翻译机构与英文翻译工作者，须精准地把握住科学性与艺术性之间的平衡点。但是随着国内互联网英文翻译机构迅速的崛起，传统的翻译机构仍然固执地保留刻板的翻译方法，以至于科学性与艺术性之间严重失衡。对进口食品进行翻译，或者将国内对外出口食品进行翻译，难以避免的就是翻译之后的名称出现问题，要么丧失语言艺术性，要么过于追求艺术性丧失商品名称原有含义。纵观国内进出口食品包装文字英文翻译成功的案例，其中：“可口可乐”是最为典型的，将“Coca”巧妙地翻译为“可口可乐”。首先，尊重原商标，使翻译之后的名称与原商标名称之间具有高度的关联性，体现了食品包装文字英文翻译的科学性和严谨性。其次，体现出语言的艺术美感，通过“可乐”，强调该食品带给消费者的愉悦体验。

（四）存在机械性直译现象

我国进出口食品包装文字英文翻译机械性直译现象严重。存在机械性的直译现象其中主要原因是国内英文翻译机构与英文翻译工作者缺乏对不同民族文化以及习俗的了解，认为采用稳妥的直译法，字字对应能够最大限度地保证进出口食品包装文字英文翻译的准确性。但是过度的、高频率的使用直译法，就会使进出口食品包装文字英文翻译非常机械化，缺乏语言艺术性，也无法满足年轻消费者对食品包装文字追求个性化的需求。当然，直译现象严重，尤其是对进出口食品包装文字采用机械化的直译，也是因为翻译机构与进出口贸易企业，对于语言环境、表达方式、语法习惯等差异性不够重视。如将“开袋即食”翻译为“open the bag ready-to-use”，但是“ready-to -use”本质意思为“随时可用的”，形容词不能用于修饰动词短语，甚至将“见包装背面喷码或打码”直接翻译为“see the back sprayed code or printed code”，然而正确的翻译方式应该是“see the code on the back of the package”，诸如此类的机械式的直译，使得消费者难以理解，对产品本身形象会造成严重的损毁。

三、我国进出口食品包装文字英文翻译发展的对策

（一）提高工作责任感与翻译水准

我国进出口食品包装文字英文翻译要提升翻译者的翻译水准，增强进出口食品商贸企业以及翻译机构工作人员的工作责任感。对部分专有名词标准的翻译方法，进出口食品包装文字英文翻译人员须要深刻地掌握和理解。在对进出口食品包装文字英文翻译过程中，英文翻译者要对产品的本质属性深刻地掌握和理解，在具体翻译中，须要格外注意

在市场中已经约定俗成的专业名词、专有名词的使用方法；企业必须高度重视对工作人员责任感的培养，定期通过开展专业翻译培训讲座，提升英文翻译者的工作能力与水平，确保我国进出口食品包装文字英文翻译，既能够体现语言的艺术美感，又能够科学、严谨地表达出食品包装文字的具体内容，避免消费者产生更多的误解。

（二）需要构建统一的翻译标准

构建统一的翻译标准，尤其是针对“生产日期”“保质期”“使用方法”，由国家市场监管部门主导，高校和企业共同参与，制定出具有统一标准的译文形式。海外市场消费者以英语为母语，混乱的译文形式必然会让他们错误地理解为我国对外出口的食品是假冒伪劣产品，甚至不利于我国食品走出国门融入国际市场，必然会影响到我国出口食品贸易的规模。当然在对进出口食品包装文字进行英文翻译时，首先要避免过度使用机械式的直译方法，进出口食品包装文字英文翻译频繁地发生乌龙事件，有翻译工作人员本身的能力水平问题，更重要的原因在于，进出口食品包装文字英文翻译，目前没有统一的翻译标准。例如：将“葱花薄饼”进行翻译，水平较高的翻译人员会直接翻译为“green onion pancake”，但是翻译水平较低的工作人员，由于缺乏食品包装文字英文翻译统一的标准，会按照个人的理解将其翻译为“onion flower pancake”。

（三）注重科学性与艺术性，避免翻译过度艺术化

进出口食品包装文字英文翻译，要注重科学性与艺术性之间的平衡，要避免翻译过度的艺术化。无论是出口食品还是进口食品，虽然面对的消费者所处文化不同，但是进出口食品包装文字的翻译须强调语言的简练性，能够使消费者一目了然。但目前传统的食品包装文字翻译机构，以及互联网食品包装文字翻译机构，在针对进出口食品包装文字进行英文翻译的过程中，反而过度地强调翻译的艺术性，导致食品包装文字翻译之后，脱离生活用语，让消费者难以理解。当然也存在既能够兼顾科学性，同样能够体现语言艺术美感的翻译案例。例如：美国化妆品“Origins”进入我国市场之后，被优秀的翻译工作者翻译为“悦木之源”，其中单词“Origins”原本的意思主要是指生命的起源。我国翻译工作者将这一单词“Origins”翻译为具有语言艺术美感的四字词语“悦木之源”，反而在无形之中增强了品牌的艺术感。

（四）需要充分考虑区域文化差异

无论是互联网翻译机构，或者是进出口食品商贸企业的翻译人员，都应该在充分考虑区域文化差异性的基础上对产品的包装文字进行翻译。首先，要立足于民族文化的差异性，针对性地进行精准的翻译。例如：我国四川的特色食品在对外出口贸易过程中，翻译工作人员先要深入了解食品的历史背景与文化背景，结合整体的文化因素，杜绝逐字逐句的机械化翻译，以最大限度保留特色食品本身的文化韵味。比如：四川特色食品“龙抄手”的翻译，需要深入了解我国历史文化，在中华民族传统文化当中“龙”受到万民的崇拜，是中华民族的精神图腾，其中“馄饨”是中华民族传统的美食，在四川地区又被称之为“抄手”，结合历史文化应该准确的翻译为“Long Wonton”。不仅能体现出中华民族文化的特有内容，同样能够通过食品包装文字的英文翻译，向海外市场消费者传递文化韵味，能够满足青年消费者对个性化的追求。▲

参考文献：

[1] 第峰娟. 出口食品包装文字翻译问题的归因分析与改进策略[J]. 食品安全质量检测学报, 2019(18):6369-6375.

[2] 贡建明. 食品包装文字英语翻译存在的问题及其规范化途径[J]. 食品与机械, 2016(9):102-104.

[3] 王回力. 出口食品包装文字英语翻译存在的问题及改进[J]. 海外英语, 2019(15).

[4] 国宁. 对外贸易食品包装英语翻译研究——评《食品专业英语》[J]. 食品工业, 2020(1):352-352.

[5] 孙静. 进出口食品包装文字英文翻译存在的问题及对策[J]. 饮食科学, 2018(2):218-218.