

# 出口食品包装上英语翻译存在的问题与解决途径

## Problems and solution of English translation in export food packaging

荣朋涛

RONG Peng-tao

(新乡医学院外国语言学系, 河南 新乡 453003)

(The Foreign Language Department, Xinxiang Medical University, Xinxiang, Henan 453003, China)

**摘要:**在当前对出口食品包装英语翻译缺乏有效管理的情况下,其在实际使用中开始出现各种各样的问题,对其在国际市场上的竞争力产生了很大的负面影响。这些问题主要包括机械性直译、严重语法错误、对文化内涵的忽视,以及不注意进口国的禁忌等。经过认真分析,可以发现其原因主要包括直接使用翻译软件翻译、翻译人员素质不高、忽视对消费者的文化调查,以及缺乏必要的审核等。针对这些问题,有必要在确立其是否符合英语本身的特点以及进口国文化特点这两大原则的基础上,找到有效的解决途径。

**关键词:**出口食品包装;英语翻译;食品企业;消费者

**Abstract:** Because of the lack of effective management about English translation in export food packaging, a series of problems began to emerge in its actual use, which seriously impact on the image of the corresponding food market, and has a negative effect on its competitiveness in the international market. These problems mainly include mechanical literal translation, serious grammatical errors, the neglect of cultural connotation, and the abuse of phonetic letters and other aspects. After careful analysis, it can be found that the reasons include direct use of translation software, translators without high quality, neglect of consumer culture, and the lack of the necessary audit etc.. Corresponding measures must be carried on to deal with the problems existed in the English translation of food packaging, which is based on the two principle, in line with the characteristics of the English language itself and the characteristics of the culture of the importing country.

**Keywords:** export food packaging; English translation; food enterprises; consumer

食品包装不仅能起到保护食品本身以及方便储运的作用<sup>[1]</sup>,其包装上的文字还能对相关人士尤其是消费者提供各种有价值的信息。由于英语作为当前世界通用语的缘故,出口食品包装上几乎都必须使用英语。在出口食品包装上将相应的中文信息翻译成英文,一方面可以方便外国消费者对

其意图购买的食物进行选择和使用,另一方面也能向消费者宣传其产品的国际化程度,从而更好地迎合公众的消费心理,提升其产品形象。然而,在当前对出口食品包装缺乏有效管理的情况下,其在实际使用中出现了各种各样的问题,对其在国际市场上的竞争力产生了很大的负面作用,严重的甚至可能导致进口方退货乃至造成相应的国际纠纷,给中国食品企业带来不必要的损失。因此,有必要针对这些问题的存在,通过相应的治理措施,消除出口食品包装英语翻译不规范造成的消极影响。

### 1 出口食品包装英语翻译存在的主要问题

#### 1.1 机械性直译

食品包装英语翻译出现的最普遍的问题是使用机械性直译的方式将相应的汉语信息翻译成英文。根据对等翻译理论,中文翻译成英文必须保证被翻译的对象在两种不同的语境下都具有对等的含义,而机械性直译却经常达不到这种效果,反而产生令英语语境下的消费者难以理解的低级错误<sup>[2]</sup>。比如将某食品企业生产的“葱花薄饼”,其对应的英文名称被翻译成“onion flower pancake”。即直接对应“葱”“花”“薄饼”三个词进行一一对应的机械性翻译,从而产生了这种令人尴尬的英文翻译结果。这一翻译中每一个英文单词所对应的汉字本身是没有问题的,但由于采用机械性直译的方式,没有注意到汉字组合成汉语词汇时意义的变化。“pancake”翻译成“薄饼”是没有问题的,但将“葱花”翻译成“onion flower”却是明显的错误。在汉语词汇中,“葱花”是一个专用名词,和“葱的花”即英文的“onion flower”是存在明显区别的。因此,机械性直译由于忽视了不同语言中表面相对应的词汇在实际使用上功能的不一致等,必然出现这种翻译错误的现象。

#### 1.2 严重语法错误

食品包装的英文翻译必须符合英语语法的要求,才能使人们能准确理解其所要表达的英文意思。由于汉语语法和英语的差异,不少食品包装上的英文在使用时出现严重的语法错误,从而使人看了之后不知所云,严重影响该商品的品牌形象<sup>[3]</sup>。比如很多食品需要在阴凉的地方密封保存,于是

作者简介:荣朋涛(1981—),男,新乡医学院讲师,硕士。  
E-mail:taotao81@126.com

收稿日期:2016-05-09

有的食品企业在其食品包装上使用英文标注储存条件时,采取这样的叙述方式,“Please put it in a cool place to sealing save”,按照英文语法,“to”在这里不是作为介词使用,而应当与后面的动词构成动词不定式,其后面应当用动词原型,而不是“sealing”这种动名词。而且“sealing save”明显具有机械性直译的问题,根本不符合英文使用习惯。比较正确的翻译方法应当是“Please put it in a cool place sealed to save”。这种严重语法错误的出现,虽然其真实意思多数时候也能够被英语母语消费者猜出,但仍会使其感到很不方便,从而降低其对该食品的购买兴趣。

### 1.3 对进口国民俗文化忽视

语言作为其使用人群文化的载体,不同种类的语言所包含的文化意蕴必然存在较大的差别。很多食品包装在英语翻译的过程中,忽视其中所包含的文化意蕴,从而使英文母语消费者完全不明白其中的意思,在效果上甚至适得其反<sup>[4]</sup>。如中国的知名糖果品牌“大白兔”,很多人认为食品包装上应当直接将其翻译成“the big white rabbit”。事实上,在英文中,“white rabbit”的意义即和中文的“大白兔”的意义类似,加上了“big”之后,对于使用英语的消费者的印象就是“硕大的白色兔子”,其可爱的形象荡然无存,因此无法体会到“大白兔”所体现的可爱、活泼的含义。另外,中国很多食品企业的品牌中都带有“龙”字,其在出口食品包装中直接将其翻译成英文的“dragon”。殊不知,中英文语境中的“龙”和“dragon”意义虽然类似,但在中文中“龙”是一种吉祥物,而英文中的“dragon”则是一种凶恶的猛兽,很难想象英语文化下的消费者会对有着“dragon”字样品牌的中国食品会产生很好的印象。在食品行业中还有不少企业以“芳芳”为名,于是在其出口食品包装上,一些企业直接将其翻译成“Fang Fang”,而在英文中“Fang”代表的是动物的“毒牙”。当使用英语的消费者在食品包装上看到这样的词语时,很难想象其能够提起任何食欲。

### 1.4 不注意进口国的禁忌

很多进口中国食品的国家都存在一些宗教或者政治上的禁忌。如在宗教方面,伊斯兰教徒不食猪肉,中国有不少食品企业以神话人物“猪八戒”为商标,其出口的食品包装经常被直接翻译成英文“Pigsy”,假如其被出口到伊斯兰国家,极可能被当地海关拒收甚至引起相应的国际纠纷。在政治禁忌方面,如韩国和朝鲜目前处于两国分治状态,但双方都认为自己是朝鲜半岛的唯一合法政治代表。在食品英文包装上,涉及到韩国和朝鲜的内容,按照中国国内的通行做法是直接使用“South Korea”和“North Korea”,这样的食品包装如果出口到韩国或者朝鲜,同样会被直接拒收,而必须按照其官方要求,使用其国际标准英文名,韩国是“Republic of Korea”,朝鲜是“Democratic People’s Republic of Korea”。

## 2 出口食品包装英语翻译存在问题产生的主要原因

出口食品包装翻译中之所以存在一系列用词和语法不规范的情况,关键原因是作为食品包装英语翻译主体的生产厂家和直接负责翻译的人员对其没有足够的重视。

### 2.1 直接使用翻译软件进行翻译

不少食品生产厂家因为规模不大,相应从业人员素质不

高,对食品包装规范使用英语的重要性认识不足,出于方便和节约成本的目的,直接使用翻译软件进行翻译,从而导致相应的机械式直译的错误。如上述例子中将“葱花”翻译成“onion flower”,很有可能是相应的翻译软件不能正确分辨“葱花”和“葱”的“花”之间的区别,从而直接机械地将“葱”翻译成“onion”,将“花”翻译成“flower”。诚然,翻译软件是当前英语翻译人员普遍使用的工具软件,其确实能在很大程度上减轻翻译人员的劳动强度并大大提高了翻译的效力。但一般来说,任何专业的英语翻译人员都不可能直接使用翻译软件进行翻译,而是将翻译软件的结果作为一种参考,然后在此基础上按照汉语的意思和英文的规则进行相应的修改。直接使用翻译软件固然简单,但不加修饰地直接将其使用在食品包装上,必然导致机械式直译问题的出现。

### 2.2 翻译人员本身素质不高

对于多数食品企业来说,由于规模及经营者观念的原因,都没有设置专门的专业英语翻译人员。这些非英文翻译人员缺乏必要的英文知识,不明白汉语和英语之间的差异,不懂英文翻译的基本理论。翻译人员本身素质不高,不仅导致其在翻译语法上错漏百出,而且会因为其不懂英语特有的文化而在翻译过程中词不达意。另外,这类翻译人员还可能干脆直接使用翻译软件完成相应的英语翻译,且无法对其进行必要的调整和矫正,导致机械式直译问题出现。更有甚者,其为了简单省事的缘故,直接使用汉语拼音替代应有的英文翻译,从而导致滥用汉语拼音的问题<sup>[5]</sup>。总体上来讲,任何食品包装上英语翻译问题的存在,都与相关翻译人员本身素质不高有着非常密切的联系,这是导致英语翻译问题存在的主要原因之一。

### 2.3 忽视对目标消费者的文化调查

相当部分的中国食品企业,由于其规模小且主要消费群体位于国内的原因,其对使用英语的目标消费者重视程度不够,从而忽视了对这部分消费者的文化调查,导致对英语母语目标消费者群体的文化知之甚少甚至一无所知。正是因为对英语文化缺乏了解,所以才会出现对英语翻译文化内涵忽视的问题。比如上面提到的将“芳芳”翻译成“Fang Fang”、“龙”翻译成“dragon”、“猪八戒”翻译成“pigsy”(出口伊斯兰国家)、“大白兔”翻译成“big white rabbit”、韩国和朝鲜翻译成“South Korea”和“North Korea”等,都与这些食品企业忽视对目标消费者的文化调查,不明白相应英文词汇在不同文化语境中的真实含义,甚至触犯当地的禁忌有关。

### 2.4 缺乏严格的审核

食品市场上之所以出现食品包装英语翻译上的问题,很大程度上是其并没有受到严格的审核。一方面,很多食品经营者及其从业人员不重视相应食品包装上的英文翻译,对其是否存在问题漠不关心,从而使其并未经过食品专业翻译人员的审核而直接进入食品市场之中。另一方面,即使是那些经过了专业人士审核的食品包装英语翻译,由于其一般仅对其语法和用词是否正确进行检查,而忽视了其在文化上可能存在的问题,一直到相关食品包装进入销售对象国市场才发现问题的存在<sup>[6]</sup>。正是因为食品经营者对食品包装英语翻译的漠不关心和对进口国文化的不熟悉,食品包装英语翻译出现问题时因为缺乏严格的审核而不能得到及时矫正,导

致这些问题在食品市场上屡见不鲜,并对产品造成不利影响。

### 3 出口食品包装英语翻译问题的解决途径

出口食品包装英语翻译上存在的问题,已经对中国食品企业在国际市场上的竞争力产生了非常明显的负面作用。因此,应当针对相应问题产生的原因,在坚持其必须符合英语本身的特点和目标市场的文化特点这两大原则的基础上,寻找相应问题的解决途径。

#### 3.1 食品生产企业增强对食品包装英语翻译的重视

食品包装英语翻译上存在问题的根源,是食品生产企业自身对其重视程度不够。无论是过度依赖翻译软件,还是翻译人员的素质不高,乃至对目标消费者文化缺乏调查,缺乏必要的审核等具体原因的产生,归根结底都同食品生产企业对食品包装英语翻译的忽视密切相关。因此,食品生产企业必须增强对食品包装英语翻译的重视,从而真正达到对此类问题进行根治的目的。具体来讲,食品生产企业可以采取以下措施增强对其的重视。首先,加强对与食品包装英语翻译相关的人员的宣传和教育,包括直接负责翻译的人员,以及最终决策的人员,使其对食品包装英语翻译的重要性以及应当注意和克服的主要方面有着清晰的认识,避免在实际翻译中出现相应的问题。其次,应当制定严格的审核机制,在食品包装英语翻译初稿完成后,交由专业人士予以审核,发现问题及时矫正,防止问题英语翻译食品包装直接进入市场。最后,适当加大食品包装英语翻译方面的投入,尽可能聘用专业翻译人员或者委托专业翻译机构完成相应翻译工作。

#### 3.2 提高相关翻译人员的素质

食品包装英语翻译出现的问题,直接原因是相关翻译人员素质方面的不足。对于素质较高的翻译人员来讲,其会将“葱花薄饼”直接翻译成“green onion pancake”,而不会出现“onion flower pancake”这样的低级错误。因此,必须采取相应措施提高相关翻译人员的素质,这些措施可以包括以下方面。首先,对目前食品企业负责食品包装英语翻译的相关人员,通过加强培训的方式,增强其在此方面的知识,并掌握必要的英语翻译的相关理论,提升其整体英语翻译的能力。其次,对食品企业自身的翻译人员难以确定的英语翻译上的问题,同专业翻译机构合作,由企业自身翻译人员同专业翻译机构充分沟通和合作,在此基础上进一步提升相关翻译人员的素质。最后,对相关翻译人员制定科学的考核制度,尤其对自己负责的食品包装英文翻译出现的问题承担相应的后果,防止其由于疏忽大意而出现不必要的错误。通过提高相关翻译人员的素质,即能从源头上控制食品包装英语翻译问题的出现,通过提高食品包装英语翻译的质量促进其市场竞争力的提高<sup>[7]</sup>。

#### 3.3 高度关注目标消费者对食品包装英语的文化体验

高度关注目标消费者对食品包装英语的文化体验是现代社以消费者为导向的市场经济发展的需要。具体来讲,食品生产企业应当有意识地采取两方面措施对目标消费者的文化习俗进行充分的了解。一方面,通过各种公开的信息资料搜索相关目标销售市场消费者的文化特色,并将其同自己企业的食品包装英语翻译相对照,尤其注意不要触碰目标消费者的文化禁忌。另一方面,对于已经初步完成英语翻译

的食品包装,尽可能给熟悉目标市场文化特点的专业人士或者目标市场的消费者代表进行审查,在确认其不会产生文化上的负面影响的情况下才正式投入使用<sup>[8]</sup>。通过这些措施的实行,在类似于将“芳芳”翻译成“Fang Fang”的例子中,其必然会注意到“Fang Fang”在英文中具有“毒牙”意思。而会根据其相关文化调查将其翻译成“Fan Fan”,通过其具有“迷恋、热爱”等正面的英文含义,在一定程度上提升相关食品企业在国际市场上的品牌形象。

#### 3.4 通过集思广益的方法解决疑难食品英语的翻译

对于疑难食品英语翻译,坚持集思广益的原则。对于一些由于文化差异而难以确定的食品包装英语翻译,应当在广泛征求目标市场当地消费者意见的基础上,聘用专业的食品英语翻译人士以及市场策划人士,在充分研究分析的基础上,找出最佳食品包装英语翻译方式。如知名糖果品牌“大白兔”,在征求多方意见的基础上最后确定的英文翻译名为“white rabbit”,从而在很大程度上促进了其出口市场的发展。而在搜集多方意见的基础上,使用“猪八戒”食品商标的企业出口伊斯兰国家的食品包装英文翻译一般表示成“Eight-Commandment”,即符合中文“八戒”的含义,也同伊斯兰国家消费者重视戒律的要求相吻合。“龙”则被相关企业直接翻译成“long”或“loong”,以规避“dragon”可能对消费者产生的不良印象。

### 4 结语

随着中国食品产业的日益国际化,以及英语在国际贸易中的地位,出口食品包装上使用英语翻译不可避免。然而,由于食品生产企业对食品包装英语翻译缺乏足够的认识,往往导致其出现各种各样的问题,从而对相关企业出口食品的产品竞争力造成非常不利的影响。因此,针对食品包装英语翻译上存在的问题,有必要在确立其符合英语本身的特点以及进口国文化特点这两大原则的基础上,找到解决这些问题的有效途径。

#### 参考文献

[1] 曾玉英. 食品物流存在的食品安全问题与对策[J]. 食品与机械, 2015, 31(3): 278-280.

[2] 谢纹纹. 浅析广告翻译中的机械直译[J]. 中国外资月刊, 2012(2): 224-225.

[3] 胡雅宁. 商品包装英语翻译的科学性与艺术性分析[J]. 中国包装工业, 2015(21): 155.

[4] 李燕, 刘昌平. 商品包装英语翻译常见问题的调查研究[J]. 中国包装工业, 2015(22): 203-206.

[5] 王鹏. 机辅翻译软件的设计及其对译者能力的影响[J]. 自动化与仪器仪表, 2016(4): 178-179.

[6] 张爱朴. 从食品包装上的英文译文看加强翻译监督的必要性[J]. 南京晓庄学院学报, 2005, 21(3): 106-108.

[7] 袁锡兴. 一份理想的食品包装英译[J]. 中国科技翻译, 1998(2): 61.

[8] 李利. 中国休闲食品外包装英译问题的文化解读——兼论中国饮食文化走出去[J]. 成都理工大学学报: 社会科学版, 2016(1): 100-103.