

辽宁企业对外交流语言服务能力提升研究

邬依霖, 李田新*, 王英爽, 耿明珠, 贾雨萌, 郑思琦

沈阳工业大学 外国语学院, 辽宁 沈阳 110870

DOI:10.61369/SE.2025110007

摘要: 在“一带一路”倡议与东北振兴战略双重背景下, 辽宁企业国际化进程持续推进, 对外交流日益频繁, 语言服务作为关键支撑要素的重要性愈发凸显。本文聚焦辽宁企业对外交流中的语言服务问题, 系统梳理辽宁企业对外交流的语言服务现状。结合辽宁产业特色与国际化需求, 提出针对性提升策略, 为辽宁企业优化对外交流效果、塑造国际形象提供实践指导, 助力辽宁企业更好地“走出去”实现国际化发展目标。

关键词: 辽宁企业; 语言服务; 能力提升; 国际化发展

Research on the Improvement of Language Service Capabilities for Liaoning Enterprises in International Exchanges

Wu Yilin, Li Tianxin*, Wang Yingshuang, Geng Mingzhu, Jia Yumeng, Zheng Siqi

School of Foreign Languages, Shenyang University of Technology, Shenyang, Liaoning 110870

Abstract: Under the dual background of the Belt and Road Initiative and the Northeast Revitalization Strategy, the internationalization process of Liaoning enterprises continues to advance, and international exchanges are becoming increasingly frequent. The importance of language services as a key supporting element has become more prominent. This paper focuses on the language service issues in the international exchanges of Liaoning enterprises, systematically reviewing the current status of language services in their international exchanges. Combining the industrial characteristics and internationalization needs of Liaoning, targeted improvement strategies are proposed to provide practical guidance for Liaoning enterprises to optimize the effectiveness of their international exchanges and shape their international image, thereby helping them better "go global" and achieve their international development goals.

Keywords: Liaoning enterprises; language services; ability enhancement; international development

引言

当前, 共建“一带一路”正在向落地生根、持久发展的阶段迈进, 推动共建“一带一路”向高质量发展转变离不开坚实过硬的语言服务能力。需要看到, 我国语言服务业当前仍处于起步阶段, 存在语言服务意识薄弱, 语言服务体系不健全, 语言人才培养和储备不足且比例失衡, 语言产品和技术薄弱等短板问题。应从政府引导与市场运作、人才培养与技术开发、专业培养与应急投入相结合等方面入手, 提升国家和社会的语言服务意识和能力。^[1]

一、研究意义

在其他变量不变的情况下, 语言服务便利度每提高10%, 我国与“一带一路”沿线各国的双边贸易总额就相应增长4.82%, 服务贸易额相应增长5.33%, 商品贸易额相应增长3.08%。^[2]通过优化语言服务提升, 助力辽宁企业更好地融入全球市场, 为东北振兴注入持续动力。

二、辽宁企业语言服务能力现状

(一) 语言服务基础具备但不均衡

部分大型国企已构建基础语言服务体系, 多数建有英文网站, 部分拓展日、韩、俄等多语种版本, 具备文本翻译、信息发布等基础能力; 部分企业引入人机协同翻译, 适配跨境电商、国际展会等场景。但是中小企业语言服务薄弱, 缺乏系统化布局;

作者简介: 邬依霖 (2005-), 女, 辽宁鞍山人, 本科, 英语专业, 研究方向: 应用语言学。

通讯作者: 李田新 (1971-), 女, 辽宁凌海人, 硕士, 教授, 研究方向: 应用语言学, 语用学。

小语种覆盖有限，难以匹配多元市场需求。在企业外宣商务话语上，我们虽然采用英文为语言媒介，但文化维度仍体现出比较典型的中国文化特征。^[3]

各网站之间缺乏合作互赢意识。农业政府网站之间尚有友情链接可以进行信息浏览的快速切换，但政府网站、事业和社会组织网站以及大批农业企业之间的网站几乎脱节，互不联系。辽宁农事企业网虽然介绍了一部分企业的网站，但数量有限，不能起到有效推广辽宁农业产业化龙头企业的作用。由于缺乏整体协调，造成农业企业的网络影响力明显偏低。^[4]

（二）语言服务质量有待提升

翻译质量问题：专业术语翻译不一致、文化负载词处理生硬（如“工匠精神”直译为“Artisan Spirit”未适配目标文化）、小语种翻译存在语法错误，影响信息传递准确性。

服务适配性不足：网站搜索不支持多语种关键词识别，降低使用便捷性。

三、辽宁企业语言服务能力提升策略

（一）优化语言服务核心要素质量

我国企业‘走出去’需重视语言服务，企业商务宣传文本的翻译旨在最大限度传播企业文化，获取营运优势，因此不宜将原文不加区分地全盘直译，应该合理使用‘创译’策略。^[5]

统一专业术语表述：梳理装备制造、石化等核心行业高频术语清单，明确统一表述规范与呈现标准，发放企业参考，减少沟通歧义。如科技用语在一定程度上影响受众对产品的认知及选择。业界人士对行业了解程度不同，译者应考虑目标受众的专业程度，科学用词。进而借助语料库或目的语网站等工具筛选、验证。^[6]

提升翻译与文化适配水平：企业英文外宣网站的翻译过程是一种涉及多种能力的过程，需要译者不仅掌握中英文两种语言而且具有一定水平的网页设计技能。本文的实例分析表明，以原文为基础的直译法、意译法和逻辑层次编译法等是企业外宣网站翻译的有效途径。灵活自如地使用这些方法能够使企业英文外宣网站发挥最大的正面效应，从而有助于中国企业在海外树立良好的企业形象并立足于海外市场。^[7]引入专业翻译团队，建立“术语库+文化适配指南”，针对目标市场习俗优化宣传内容与视觉符

号；避免文化负载词直译，增强话语感染力。企业网站英译不能直接套用中文网站的文本内容、页面布局、图像等符号信息，而应该利用超文本的文本特点，对部分符号信息进行灵活转换。要根据外国企业网站的使用习惯重新设计网站界面，从而有效传递原中文网站信息。^[8]

强化小语种服务覆盖：聚焦“一带一路”沿线及东北亚重点市场，优先拓展越南语、阿拉伯语、俄语等刚需小语种服务，适配跨境业务场景需求。目前不少中国企业英文网页中的企业概况大都是按中文原稿逐字翻译而来，而“没有考虑译文的交际功能、中西文

化差异和译文受众的需求、认知和价值观等，因此存在各种各样的失误，在很大程度上降低了译文的质量”^[9]中国企业在走向全球市场的进程中，其英文网页建设也应当与国际接轨，与其日益发展成为国际顶尖企业集团的形象相匹配。^[10]

（二）健全政策支持与监管机制

制定行业规范标准：由政府部门联合行业协会、龙头企业，出台《辽宁工业企业网站术语表述规范》《合规信息披露指引》。

加强企业指导培训：开展语言服务专项培训与线上咨询，帮助企业理解监管要求与国际市场需求。

设立专项扶持政策：针对中小企业推出网站优化资金补贴，降低优化门槛；将语言服务质量纳入国企考核参考指标。

四、结论

本研究通过对辽宁企业对外交流语言服务能力的系统研究，明确了语言服务在提升沟通效率、塑造国际形象、规避跨境风险中的核心作用，揭示了辽宁企业在语言服务均衡性、质量、体系化建设等方面的突出问题。结合辽宁产业特色与国际化需求，提出了优化核心要素质量、完善体系建设、借鉴标杆经验、健全政策支持的提升策略。提升语言服务能力是辽宁企业深化国际化发展的关键举措，未来企业需强化对语言服务的战略重视，主动推进本土化、场景化、多元化的语言服务优化；政府部门应加强政策引导与资源支持，形成企业主导、政府推动、行业协同的良好格局，助力辽宁企业更好地融入全球市场，为东北振兴注入持续动力。

参考文献

- [1] 付卓茗, 王铭玉. 提升语言服务能力助推“一带一路”高质量发展, 光明日报. 2018.
- [2] 王立非, 崔璨. “一带一路”对外贸易中的语言服务便利度测量实证研究 [J]. 语言文字应用, 2020, (03): 26-35.
- [3] 史兴松, 单晓晖. 基于语料库探讨中国企业英文网站的跨文化适应水平 [J]. 中国外语, 2019, 16(02): 71-80.
- [4] 于跃, 刘伟刚 & 孙超. 辽宁农业门户网站建设现状与发展对策研究 [J]. 农业经济, 2015, (04), 72-75.
- [5] 卢晶晶. 基于 Wmatrix 的中美药企网站企业概况文本对比研究——兼论“创译”策略下的商务文本英译 [J]. 上海翻译 (中英文), 2019, (1): 63-69.
- [6] 罗洁 & 张建伟. 中美新能源企业网站文本的比较研究 [J]. 中国科技翻译, 2022, 35(01), 2830+45. 2022.01.012.
- [7] 代艳莉. 企业外宣网站汉译英失误及策略探讨 [J]. 经济师, 2014, (08), 258-259.
- [8] 朱海琪. 企业网站超文本英译中符号转换研究 [J]. 江苏商论, 2024, (02), 138-141.
- [9] 范勇. 2009功能主义视角下的中国高校英文网页中的翻译问题研究 [M]. 北京: 科学出版社.
- [10] 卢小军. 中美网站企业概况的文本对比与外宣英译 [J]. 中国翻译, 2012, 33(01): 92-97.