

叙事理论视角下中国白酒外宣文本翻译研究 ——以泸州老窖为例

葛秋亭

广西科技大学外国语学院, 广西 柳州

收稿日期: 2025年4月9日; 录用日期: 2025年5月16日; 发布日期: 2025年5月30日

摘要

中国白酒是中华优秀传统文化的重要组成部分之一。随着“一带一路”倡议和全球化的不断发展, 白酒的国际影响力和市场份额也在逐渐扩大。翻译作为文化交流的中介和经济合作的桥梁, 在白酒的国际化进程中起着不可替代的作用。叙事理论为翻译研究提供了新的视角和方法, 通过将叙事理论引入到中国白酒外宣翻译研究中, 构建叙事理论视角下中国白酒外宣翻译的策略, 有利于提升白酒的国际知名度, 传播中华优秀白酒文化。

关键词

叙事理论, 中国白酒, 泸州老窖, 外宣翻译

A Study on the Translation of Chinese Baijiu Publicity from the Perspective of Narrative Theory

—A Case Study of Luzhou Laojiao

Qiuting Ge

School of Foreign Languages, Guangxi University of Science and Technology, Liuzhou Guangxi

Received: Apr. 9th, 2025; accepted: May 16th, 2025; published: May 30th, 2025

Abstract

Chinese Baijiu is a vital component of traditional Chinese culture. With the continuous development of the Belt and Road Initiative and globalization, the international influence and market share of

Baijiu have gradually expanded. Translation, serving as an intermediary for cultural exchange and a bridge for economic cooperation, plays an irreplaceable role in the internationalization process of Baijiu. Narrative theory offers a new perspective and methodology for translation research. By introducing narrative theory into the research on the publicity translation of Chinese Baijiu and constructing translation strategies from the perspective of narrative theory, it is conducive to enhancing the international reputation of Baijiu and disseminating the excellent Chinese Baijiu culture.

Keywords

Narrative Theory, Chinese Baijiu, Luzhou Laojiao, External Publicity Translation

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

白酒是中国的特有酒种，拥有十分悠久的发展历史，同时也蕴含着丰富的文化内涵，是璀璨中华优秀传统文化中重要的一抹色彩。推动白酒及白酒文化的国际化对于促进经济发展，提升文化软实力意义重大。近年来，白酒及白酒文化的国际推广度和知名度有了较大提高，但其出口市场主要集中于亚洲地区，和威士忌以及白兰地等烈性酒品牌相比，其在欧美市场的占有份额远远不足。究其原因，文化以及生活习惯的差异是其中的重要因素之一，外国消费者特别是欧美国家消费者对于白酒的认知较少。翻译作为文化交流和经济合作的中间人，是推广白酒文化和拓宽白酒海外市场的重要媒介，其中，白酒外宣文本翻译是白酒国际化的重要承载之一。针对白酒外宣文本的翻译策略研究，田娜从生态翻译学的角度出发，重点研究四川白酒文化的生态翻译，倡导建立以译者为主导、以文本为依托、以跨文化信息转换为宗旨的生态观，推动白酒的对外传播[1]。席连俊将跨文化语用学应用到白酒外宣文本翻译研究中，强调归化翻译、提升译文逻辑性和抽象事物具体化的重要性[2]。陈昌琳提出了关联理论关照下的四川白酒文化的跨文化传播途径，认为在外宣的翻译表达上，应借鉴西方的表达方式，考虑目标语国家的文化特征和受众心理需求[3]。本文将基于叙事理论视角，通过分析泸州老窖的官方英译外宣文本以构建适应中国白酒外宣文本的翻译策略，以期对中国白酒及白酒文化的国际化有所裨益。

2. 叙事理论和翻译阐释

2.1. 叙事理论

叙事理论由英国理论家蒙娜·贝克(Mona Baker)提出。在《翻译与冲突—叙事性阐述》一书中，她谈到叙事不仅是一种描述现实事件的方式，同时也参与了现实事件的建构发展，利用不同的文本叙述方式可以建构出不同效果的现实[4]。蒙娜·贝克将叙事概括为四个类型，分别是本体叙事、公共叙事、概念叙事以及元叙事[5]。本体叙事是指从个体角度出发对自身经历与事迹所进行的叙事；公共叙事是指大于个人的社会组织机构如家庭、教育机构、媒体等所进行的叙事，主要表现为在社会上进行传播的故事报道；概念叙事是指特定领域的专业学者对其调查和研究成果进行的叙事；而元叙事是指越过地理和国家的边界对影响到所有人的事件所进行的叙事，如“进化”、“工业化”等。在建构现实的过程中，叙事有四大特性：(1) 时空性：事件的叙述建构通常是按照一定的具有意义的顺序发展的；(2) 关联性：叙事作为一个整体呈现，是由不同的部分组合而成，整体呈现出的面貌是否合理一致取决于各组成部分之间的融合

效果；(3) 因果性：事件的叙述表达都有其动机，因果关系是叙事过程中的重要特征，通过对事件的因果关系进行描述，可以引导读者产生相应的回应；(4) 选择性：在描述和建构现实的过程中，叙事者可以选择性地对某些元素加以突显和强调，或对其进行削弱和隐化来服务于特定主题或情节设置的需要，但这也可能是出于叙事者的个人经历、价值观或文化背景。

2.2. 翻译中的叙事

蒙娜·贝克认为翻译的本质是再叙事，翻译的过程也是对源文本的叙事进行重新建构的过程。在此过程中，通过采用不同的建构策略，译者可以选择性地对源叙事的某些要素进行强化或弱化，从而建构出新的现实。简而言之，翻译就是译者自主地利用各种策略进行的叙事建构。其中主要包括以下四种策略：(1) 标签建构：通过变动源文本的词汇、用语和名称来重新叙事，使读者更易识别新叙事中的人物、地点、事件等要素；(2) 选择性采用建构：在翻译的过程中，译者可以根据特定的目的自主地添加或删减源文本的某些要素，从而达到增强或抑制源叙事的效果；(3) 参与者重新定位建构是指对原文叙事参与者之间的关系进行重新定位，包括文本内的再定位和文本外的再定位；文本内再定位是指译者通过变更源文本中的人称代词、指示词、语体、方位等来重新定位译文参与者之间的关系，拉近或拉远译文与读者之间的距离，而文本外再定位是指通过操控副本来进行重新定位各参与者之间的关系。(4) 时空建构：将源叙事融入新的时间与空间背景之中，引导读者将自身现实生活与源叙事相互映照，缩短读者与源文本叙事之间的距离，进而使源叙事更加鲜明和富有吸引力。

叙事理论的建构性打破了翻译中的简单二分，例如归化与异化策略的划分、直译和意译的争论。从叙事建构的角度来研究翻译，能够更全面地揭示翻译的复杂本质，避免将其简化为非黑即白的二元选择。

总之，叙事理论强调从建构的角度来阐释译者的翻译行为，翻译叙事同其他类型的叙事一样，既是对现实的描述，也是对现实的建构过程，本质就在于对源文本叙事的重新叙述与诠释，从而为翻译研究开辟了一个更为广阔的视野。

3. 泸州老窖外宣文本翻译中的叙事建构

作为当今中国白酒的代表之一，泸州老窖有“浓香鼻祖，酒中泰斗”之称，其酿造工艺历经元、明、清三朝而创制、定型、成熟。泸州老窖的 1573 国宝级窖池群，在 1996 年率先成为全国范围内同行业中的重点文物保护单位，而传统酿造技艺也在 2006 年被列入首批国家级非物质文化遗产名录，因此泸州老窖也被誉为“双国宝级单位”。在过去的 690 余年间，依托于其独有的产品特性和厚重的传统文化，泸州老窖已成为中国众多白酒品牌中不可忽视的重要一支。2020 年至 2024 年上半年，泸州老窖近五年的营收与利润情况均呈现出稳步增长的趋势，彰显出了其强大的市场竞争力和盈利能力。近年来，随着中国白酒行业国际化步伐加快，中国的白酒品牌正在积极拓展海外市场，贵州茅台、宜宾五粮液等企业大力推动品牌文化输出，海外渠道搭建和产品市场落地。而泸州老窖在全力落实上述措施之外，还格外重视语言的本地化。与其他白酒品牌相比，泸州老窖不仅设有官方的英文网页，同时英译文本覆盖内容更为全面。在此，将以泸州老窖英文网站的译本为例，结合叙事理论具体探讨其中的建构策略。

3.1. 标签建构

标签构建指的是通过选用特定的词语和术语来强调叙事中角色、事件、地点等要素的方法，通过调整某些关键词汇，源叙事得到重塑或更加突出地展现[6]。对于“白酒”一词，翻译版本多种多样，如意译的“Chinese distilled spirit”，直译的“white spirit”以及音译的“Baijiu”等。在 2021 年 1 月 1 日起生效的《中华人民共和国进出口税则》中，官方采用了音译的翻译方法来实现语言的转换，中国白酒的英

文被正式确立为 Chinese Baijiu。从叙事理论的视角出发，我们可以将这种选择看成是利用特定的标签来对叙事进行建构的过程。在泸州老窖的官方英文网站中，利用汉语拼音进行标签建构的译法十分常见，如“泸州老窖”、“久香”牌、“国窖 1573”等词分别译作“Luzhou Laojiao”，“Jiuxiang brand”和“Guojiao 1573”。音译的标签建构之法不仅最大程度上保留了中国白酒以及泸州老窖的独特之处，利用原汁原味的读音展现了其背后的文化色彩，同时还起到了加强叙事的效果，为泸州老窖品牌的海外推广和传播创造了有利条件，进一步推动了品牌的国际化进程。

3.2. 选择性采用建构

选择性采用建构指的是通过增加或删除文本内容来改变源文本叙事特征的建构方法，利用选择性采用建构策略，译者能够强化或淡化某一文本的叙事，实现对文本叙事最直接的选择性操控。这种方法主要围绕文本的词汇选择、叙事安排和语篇结构等层面进行建构。

例 1：自公元 1573 年(明朝万历年间)起持续酿造至今，450 年从未间断的 1573 国宝窖池群，是我国现存建造早、持续使用时间长、保存完整的原生古窖池群落，是与都江堰并存于世的“活文物”。

译文：Since 1573 A.D. (the Wanli Period of Ming Dynasty), the precious 1573 National Cellars have been producing without interruption for more than four hundred and forty years and are the most ancient, most well preserved and most long used ones up till now in China. It is also acclaimed as the only ‘living cultural relics’ in parallel with Dujiang-yan, an irrigation system built in two thousand years ago and still working.

原文中提到了“都江堰”，作为中国知名的大型水利工程，它始建于公元前 256 年，已有近两千年的历史，至今为止仍发挥着十分重要的作用，因此原文作者在此将 1573 国宝窖池群与都江堰作了一个类比，以凸显该窖池的古老性和实用性。对于中国的读者来说，都江堰水利工程几乎家喻户晓，它的重要意义无需多言。但是，在转换为另一种语言时，文化和历史的差异是必须要考虑的重要因素，对于外国读者来说，“都江堰”是一个完全陌生的词汇，仅靠音译其背后所蕴含的重要意义无法切实地传递到位。因此在音译之外，译者增添了解释性文本，对“都江堰”的建设时间、作用和实用性进行了说明，从而增强了源文本的叙事，使得目标读者更能深刻理解国窖 1573 窖池群的重要地位。

例 2：郭怀玉创制甘醇曲开始，泸州老窖酒传统酿制技艺传承至今已有 690 余年。

译文：The ‘Founder of Yeast’ Guo Huaiyu invented the Ganchun Yeast, the first generation Daqu Baijiu. That’s the beginning of brewing Baijiu with strong aroma.

同样，在上面的例子中，针对人物“郭怀玉”的翻译，译者选择性的增加了对其身份的补充说明，使得读者能清楚的了解该人物的作用和历史影响力，完善了人物叙事。同时，在对“甘醇曲”进行翻译时，译者对该词的内涵进行了说明，使得整段叙事更加完整和清晰。

3.3. 参与者重新定位建构

参与者重新定位建构指的是通过语言技巧来调整或重新界定文本参与者之间的相对位置与关系。其中又可以分为文本内的再定位和文本外的再定位两类。文本内的再定位是指译者能够通过微观或宏观层面的调整来重新定位读者与原文叙事事件间的关系，这些调整可以是对指示词、语域和方言等的调整运用。文本外再定位是指运用副文本手段对参与者进行重新定位。热奈特在 *Paratexts: Thresholds of Interpretation* [7]中指出内副文本包括标题、副标题、署名、前言、序言、注释、插图、跋、后记等[8]。

例 3：“酒城酒脉知何处，风水宝地凤凰山。”

译文：If you want to know the essence of the Baijiu city Luzhou, go to the premium site Fenghuang Mountain.

在本例中，译者使用了原文所没有的人称代词“you”，从一个更贴近读者的角度进行了再叙事。增加的第三人称代词重新定位了作者和读者之间的关系，拉近了与读者之间的距离，以便其更深入的感受和参与译者所建构的叙事。

例 4: 450 年不间断，她每一天都在创造历史。

译文: Without intermission for over four hundred and fifty years, it has been creating history every day!

例 5: 为了那一滴的甘醇，她经历了数千年的物竞天择。

译文: For that sweet dew, she sustained the natural selection of thousands of years.

以上两句分别取自泸州老窖官网对地窖和酿酒用的原粮进行介绍时的文本。在源文本中，两句的主语都使用的是第三人称代词“她”，但是在翻译时，译者进行了不同的处理，第一句中的“她”译作“it”，第二句译作“she”。从语法层面上看，两种译法都完全正确。但从叙事建构的角度来说，“she”能够赋予源叙事中指代的原粮以感情，将其拟人化。这种译法能够体现出泸州老窖酿酒所用原粮的独特性和优质性。

除了文本内的再定位之外，利用标题、副标题、署名、前言等副文本手段也可以实现对参与者的重新定位。例如泸州老窖“国窖 1573” logo 的设计，通过在圆形 logo 的内边缘底部增添“the best cellar in China”的副文本，译者预先为读者突出了叙事重点，为进一步探索叙事情节铺设了道路，从而增强了译本在叙事交流方面的功能。

4. 结语

蒙娜·贝克的叙事理论为四川白酒的外宣翻译提供了独特的研究视角。在翻译过程中，译者应充分发挥其主体性，运用标签建构、选择性采用建构和参与者重新定位建构(包括文本内和文本外的再定位)等策略，以实现更有效的文本传达效果，从而提升中国白酒在国际上的知名度和认知度，进一步推动中国白酒产品和白酒文化的“走出去”。

参考文献

- [1] 田娜. 川酒文化国际传播的生态翻译研究[J]. 酿酒科技, 2015(2): 118-121.
- [2] 席连俊. 跨文化语用学视角下中国白酒外宣文本英文翻译策略研究[J]. 酿酒科技, 2022(4): 140-144.
- [3] 陈昌琳. 关联翻译理论下川酒文化的跨文化传播研究[J]. 海外英语, 2019(13): 146-147, 153.
- [4] Baker, M. (2006) *Translation and Conflict: A Narrative Account*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203099919>
- [5] 黄婷, 黄勤. 蒙娜·贝克的叙事理论在翻译中的应用[J]. 翻译论坛, 2016(4): 15-18.
- [6] 罗淑君, 刘著妍. 蒙娜·贝克叙事理论视角下英语新闻汉译研究[J]. 新闻研究导刊, 2021(18): 178-180.
- [7] Genette, G. (1997) *Paratexts: Thresholds of Interpretation*. Cambridge University Press, 15.
- [8] 姚丽文. 中国民俗文化翻译的叙事建构[J]. 哈尔滨职业技术学院学报, 2022(2): 149-151.