

# 《万象中国》黄酒文化的英译与外宣探析

马媛媛, 陈千谦\*, 刘昭盈\*

湖南大学外国语学院, 湖南 长沙

收稿日期: 2024年10月28日; 录用日期: 2024年11月18日; 发布日期: 2024年11月28日

## 摘要

在全球化背景下, 黄酒文化作为中华饮食文化的重要组成部分, 已成为我国文化软实力对外传播的重要载体。中英文双语纪录片《万象中国》生动展示了中国黄酒文化的独特魅力, 为中华酒文化的外宣贡献了新的视角与内容。本文基于目的论框架, 对该纪录片中黄酒文化的英译进行剖析, 探讨译者如何运用增译、转换与减译等翻译技巧, 有效实现忠实原则、连贯原则与目的原则。本文认为, 在忠实原则层面, 译者通过增译精准保留黄酒的独特风味、色泽与原料选择; 在连贯原则层面, 译者采用主被动及形合与意合的转换, 使表达更符合英语表达习惯; 在目的原则层面, 译者采用减译有效传达黄酒的文化内涵, 促进中国酒文化的国际传播。

## 关键词

《万象中国》英译, 黄酒文化, 外宣, 目的论

# A Study on the English Translation and Overseas Dissemination of Huangjiu Culture in *China Bouquet*

Yuanyuan Ma, Qianqian Chen\*, Zhaoying Liu\*

School of Foreign Languages, Hunan University, Changsha Hunan

Received: Oct. 28<sup>th</sup>, 2024; accepted: Nov. 18<sup>th</sup>, 2024; published: Nov. 28<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

In the context of globalization, Huangjiu culture, as an integral element of Chinese food culture, has emerged as a vital carrier to propagate China's cultural soft power abroad. The bilingual documentary

\*通讯作者。

文章引用: 马媛媛, 陈千谦, 刘昭盈. 《万象中国》黄酒文化的英译与外宣探析[J]. 国外英语考试教学与研究, 2024, 6(4): 162-168. DOI: 10.12677/oetpr.2024.64019

*China Bouquet* vividly demonstrates the unique charm of Chinese Huangjiu culture, contributing new perspectives and contents to the overseas dissemination of Chinese wine culture. Based on the framework of Skopos Theory, this paper analyzes the English translation of Huangjiu culture in the documentary, exploring how translation techniques such as addition, shift and omission are utilized to enforce the fidelity, coherence and Skopos rules by translator. The paper argues that from the perspective of fidelity rule, the translator accurately presents the unique flavor, color and ingredients of Huangjiu through addition; from the perspective of coherence rule, the translator shifts between active and passive voices as well as between parataxis and hypotaxis to align Chinese expressions with English forms; from the perspective of skopos rule, the translator adopts the method of omission to convey the cultural implications of Huangjiu, and facilitates the international publicity of Chinese wine culture.

## Keywords

English Translation of *China Bouquet*, Huangjiu Culture, Overseas Dissemination, Skopos Theory

Copyright © 2024 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

随着全球化进程的深入推进，中国文化的国际传播力度与全球影响力显著增强。在这一过程中，作为文化软实力的关键组成部分，中华酒文化在对外宣传中的作用尤为突出。2022年发布的中英文双语纪录片《万象中国》不仅全面展示了中国黄酒的独特原料与酿造技艺，亦深入解析了其中蕴含的文化意义与情感内涵。该纪录片的英译字幕灵活运用多种翻译技巧，以准确连贯的表达方式向全球观众成功传播中国黄酒文化。本文试以目的论为理论框架，依托忠实原则、连贯原则与目的原则，深入剖析《万象中国》英文字幕中黄酒文化相关部分的翻译技巧，以期探讨全球语境下中国文化外宣的有力策略。

## 2. 理论背景

德国翻译理论家汉斯·弗米尔(Hans Vermeer, 1930~2010)于20世纪70年代首次提出“目的论”(Skopos Theory)。其后，德国翻译学者克里斯蒂安·诺德(Christiane Nord, 1943~)在弗米尔的基础上对目的论进行更为系统的阐述，并提出“翻译目的是决定任何翻译过程的首要原则”[1]。诺德认为，目的论由目的原则、连贯原则与忠实原则三个部分组成。目的原则(Skopos Rule)强调“任何翻译的首要规则皆为目的原则，即翻译行为受其目的所驱动”[1]；连贯原则(Coherence Rule)，亦称语内连贯(Intratextual Coherence)，要求“目标文本必须具有足够的连贯性，以确保目标受众在假定的背景知识与情境下能够正确理解”[2]；忠实原则(Fidelity Rule)，亦称语际连贯(Intertextual Coherence)，则主张“一种可能的语际连贯性可能是对源文本的最大程度的忠实模仿”[1]。以上原则共同构成目的论的理论框架，为译员的翻译实践提供有益指导。

## 3. 以增译保留黄酒特性

忠实原则作为目的论的核心要素之一，要求译文保持源文内容的精准再现。在黄酒文化外宣的相关英译中，忠实原则尤为重要。为确保译文能够准确传达黄酒的独特风味、色泽与原料，译者通常采用增译技巧，在译文中适当增加解释性信息，弥补因文化差异而可能导致的理解偏差。以此方式，译文得以

保留黄酒的本味，并在忠于源文的基础上扩大译文的文化输出影响。

例 1:

ST: 经过几轮四季，这坛酒水已经脱去稚气。

TT: With the passing of the seasons, the wine has lost its sharpness and become smooth and mellow.

根据《现代汉语词典》，“稚气”意指“孩子气”[3]，容易让人联想为“childishness”。但根据《牛津英语词典》(*The Oxford English Dictionary*, 1989)，“childishness”意为“[q]uality or conduct not befitting mature age”[4]，即“与成熟年龄不相称的品质或行为，表现为幼稚或愚蠢”[4]，通常用于形容人的不成熟状态，含有贬义色彩。因此，若将“酒水”的“稚气”直译为“childishness”，恐与源文相去甚远。此时，鉴于“稚”在中文语境中亦有“幼小”之意[3]，此例中的“稚气”可理解为黄酒新酿时的初始状态，即其“口味粗糙、闻香不足，较刺激，不柔和”[5]的特质。因此，译者将其译为“sharpness”，即“[p]ungency to the taste”[6]，凸显黄酒“味道辛辣”[6]，这一理解深度契合黄酒初酿时的特性，传神还原黄酒早期的辛辣风味。

然而，仅凭“sharpness”一词，恐难传达黄酒的独特品质，无法实现中国酒文化外宣的预期效果。学者袁晓宁认为，外宣翻译在文化层面要“以我为准”，即“翻译工作者就应将我们的文化原汁原味地介绍给世界”[7]。因而，为全面展示黄酒的独特性，译者需在忠于源文的基础上，适当调整译文，全面传播中华酒文化。根据忠实原则，译者应“在翻译行为中对翻译过程中的各方参与者负责，竭力协调好各方关系”[8]。由此可见，译者应平衡多方期待，确保翻译结果同时满足文化语境与文本传播的需求。在文化外宣背景下这一要求尤为重要，翻译不仅涉及语言的转换，更肩负着跨文化交流与中华文化价值传播的使命。黄酒作为中华酒文化中的一支，是“世界上最古老的酒种之一”[5]，并“起源于中国，且为中国所独有”[5]。《万象中国》纪录片意在呈现黄酒的独特风味，以此扩大中国酒文化的国际影响力。此例中，若仅用“sharpness”一词形容“稚气”，虽能体现初期辛辣的口感，却未能完整投射黄酒愈陈愈醇的文化特质。鉴于陈酿“使酒味变得柔和、馥郁”[5]，译者运用增译技巧，在“sharpness”的基础上补充“become smooth and mellow”的细致描述，更能全面呈现黄酒的文化特性。增译作为一种翻译技巧，意指“根据目的语词法、句法、语义、修辞或文体的需要，或因受制于目的语某些特定文化规范，在翻译中增添某些词、句或段落，以更好地表达原作思想内容，或更好地实现特定翻译目的”[9]。此处，“smooth”表示“[o]f liquor: Soft or pleasing to the taste”[6]，即“酒的风味柔和、令人愉悦，无刺激性”[6]，而“mellow”则意蕴“[o]f wines or their flavour: Well-matured; free from acidity or harshness”[10]，即“酒的风味成熟，无酸涩感”[10]。经由此二词增译，整句译文不仅精准呈现黄酒从辛辣到醇和的风味变化，更凸显其独特的酿造工艺与文化价值。译文在忠实源文的同时，充分展现黄酒特性，使海外观众得以理解与欣赏黄酒的文化内涵。这一翻译技巧的运用，既体现忠实原则的灵活性，亦能增强中华酒文化外宣的力度。

例 2:

ST: 二十几年前，绍兴人汪明中为自己刚出生的女儿配制了数坛黄酒。

TT: Over two decades ago, Shaoxing native Wang Mingzhong brewed several jars of Huangjiu (yellow rice wine) for his newborn daughter.

首先，译者将“黄酒”音译为“Huangjiu”，能够突出这一传统酒酿在中华文化中的独特性。恰如学者项东与王蒙指出，“使用音译能更好地保留中国文化的一些特有概念与词汇，有利于文化交流和传播”[11]，音译“Huangjiu”借用原词的发音与韵律，最大限度保留黄酒文化元素的原始特征与文化价值。然而，尽管“Huangjiu”一词可以精准还原黄酒的汉语发音，但海外观众恐难仅凭音译即可理解黄酒的独特原料与色泽。针对这一局限，学者黄友义提出“外宣三贴近”原则，即“贴近中国发展的实际、贴近国外受众对中国信息的需求、贴近国外受众的思维习惯”[12]。这意味着在文化外宣过程中，译文不仅应保留

中华文化的独特性，亦需符合海外观众的语言模式，以增强其接受度。在“外宣三贴近”背景下，若“黄酒”仅音译为“Huangjiu”，显然未能有效贯彻“贴近国外受众”的准则。基于忠实原则，译者需“在两种文化之间进行调和，不能将一种文化特定的概念强行施加于另一文化群体的成员”[1]，即译者在传达源文信息时，应妥善处理文化差异，以确保翻译内容符合目标群体的习惯。

为弥补直接音译带来的不足，译者在《万象中国》中首次出现“黄酒”一词时，采用音译加注的翻译技巧。具体而言，译者在音译“Huangjiu”后附加“yellow rice wine”这一注释，进一步阐释黄酒的独特颜色与原料，以期海外观众能够直观理解黄酒。学者熊兵指出，加注法“实质上可视为增译法的一种特殊形式”[9]。在此语境下，译者通过增译技巧，在音译后添加注释，强调黄酒特有的原料选择与色泽观感。由于“绍兴黄酒系采用上等精白糯米、优质黄皮小麦和鉴湖佳水为主要原料。经独特技艺酿制而成的优质黄酒”[5]，注释中使用的“rice”一词能让海外观众理解大米作为黄酒原料来源的重要性。中国大米历史悠久，对于中国乃至世界都有重要意义。稻谷“始于8000多年前温暖湿润的长江流域”[13]，是中国人主要的食物之一，更是中国农耕文明的基石。20世纪80年代，袁隆平杂交水稻的成功表明“中国对水稻这个世界主要粮食作物的研究、开发、利用已远远领先于世界”[13]。此例中加注“rice”一词，不仅能使海外观众清晰理解黄酒的原料构成，亦能向全球推广中国独特的农耕文化，凸显中国稻米的重要地位，助推中华黄酒文化的国际传播。原料之余，黄酒的色泽亦为其特色之一。鉴于“黄酒一般呈浅橙黄色、橙色或橙黄色”[5]，译者使用“yellow”一词直观展现黄酒的典型色泽。亦因“悦目的色彩会给人以美的享受”[5]，此括号中的加注表达可引导受众的直观联想，进一步加深对黄酒的理解。项东与王蒙强调，音译与增译的巧妙结合“不仅可以解决文化上的翻译困难，而且可以较好地保留源文浓郁的中华文化特色，使译文更好地发挥文化传播的作用”[11]。此例中，译者凭借音译与增译，在保留源文文化特色的基础上契合国外受众的理解需求，实现两种文化之间的有效调解，成功达成中华酒文化外宣的目的。

#### 4. 以转换加强黄酒推广

此外，连贯原则亦在目的论中发挥重要作用。连贯原则要求译文与源文保持语言结构的一致与连贯，这一原则在中华酒文化的对外传播中尤为关键。为提升语言的流畅性与可读性，译者多采取转换技巧，调整译文的结构与表达方式，以期自然顺畅呈现源文，从而让受众理解与接受中国黄酒文化的独特内涵。

例3:

ST: 在中国江南的饭桌上，人们也常巧用黄酒烹饪美食。

TT: In southern China, Huangjiu is often used to cook gourmet foods.

黄酒除直接饮用外，亦“在烹饪中能很好地起到祛腥、去膻、解腻、增香、添味等作用”[5]，在中华饮食中发挥关键作用。此例中，若译者按字面意思，依照汉语主动语态将句子译为“People often use Huangjiu to cook gourmet foods”，则会引导受众更多关注动作的执行者“人”，而忽略纪录片的主角“黄酒”，从而削弱宣传黄酒文化价值的目的。教授袁晓宁强调，在进行外宣翻译时，“在语言层面即在句法结构、语段语篇构成、逻辑连贯、语体风格上一般是以目的语即英语为依归的”[7]。换言之，如果外宣英译本忽视英语受众的语言习惯，未将句子译作被动语态结构，恐难以让海外观众理解黄酒在中华烹饪中的重要价值。

因此，基于连贯原则，“译文必须以对译文接收者有意义的方式翻译，考虑他们的情况、知识与需求”[14]，译者在翻译过程中需调整语言与表达方式，尽量适应目标受众的语言与思维习惯。学者熊兵认为，“转换”意指“把原文的语言单位或结构转化为目的语中具有类似属性、或对应属性、或异质属性的语言单位或结构的过程”[9]。其中，主动与被动互换是“转换”的形式之一[9]。学者连淑能指出，被动语态在英语中使用颇为频繁，常见于“施事不如受事重要，或受事需要强调”[15]的语境。这表明译者应

根据句子意思选择适当语态进行翻译。此例中，译者使用被动语态，将“Huangjiu”置于句首，替代源文的主语“人们”一词，突出黄酒作为文化元素的地位。与此同时，英译本弱化动作的执行者“人们”，将受众的关注点集中在黄酒及其功能上，从而凸显黄酒作为佐料在烹饪中的重要性，增强中华酒文化的外宣效果。

例 4:

ST: 位于中国浙江省的绍兴，得天独厚的水源和稻米为酿造黄酒提供了天然的原料。

TT: Shaoxing, a city in Zhejiang Province, with its water and rice, is uniquely suited for brewing Huangjiu.

中国黄酒分布地域广泛，其中，绍兴黄酒则是“被中国酿酒界公认、在国际国内市场最受欢迎、最具中国特色”[5]的代表性黄酒。绍兴黄酒自古以来“作为吴越文化的一个重要分支，对古越文化乃至华夏文明的传播和发展发挥了极为重要的作用”[5]。在近现代，绍兴黄酒“多次成为东西方文化交流的使者，为促进中外友谊和东西方文化交流发挥重要作用”[5]。由此可见，绍兴黄酒作为对外交流的名片，有助于黄酒文化乃至中华文明的传播。此例中，“水源和稻米”用于描述绍兴酿造黄酒的优势，属于次要信息，而“绍兴”这一城市则是主要信息。由于英文具有“重形合”的特点，即“根据英文用句法结构表示语义层次的特性，翻译时应将主要信息放在主句中，次要信息放在从属结构中”[7]，因此应将“绍兴”置于主语位置，而将“水源和稻米”置于从属结构中。若直接按汉语顺序将水源与稻米作为主语，译为“water and rice provide natural materials for brewing Huangjiu”，则会颠倒主次，不利于海外受众理解绍兴作为中国黄酒之乡的独特性。

诺德提出，连贯原则要求“目标文本应该是可接受的与有意义的，即它与接收文本的情境相一致”[1]。为实现这种连贯性，译者在英译过程中需充分考虑英语的语言特点与文化习惯，注重语法结构的严谨性。正如连淑能指出，“英语造句常用各种形式手段连接词、语、分句或从句注重显性接应，注重句子形式，注重结构完整，注重以形显义”[15]。在此例中，译者成功完成形合与意合的转换，将“水源和稻米”译为介词词组“with its water and rice”，使其处于从属位置，同时将“Shaoxing”置于句首，承担整句的主语，突出绍兴这一鱼米之乡在黄酒文化中的重要性。这种句式转换的翻译方式符合英文以形显义、“重形合”的特征，利于提升英译本语言的流畅性与连贯性。

此外，在翻译“水源和稻米”时，译者使用介词短语“with its water and rice”来阐释绍兴酝酿黄酒的自然优势。为有效展示这一优势，译者需考虑英汉语言在句法结构上的显著差异。承如连淑能所言，“英语造句几乎离不开介词，汉语则常常不用或省略介词”[15]，且“介词是英语里最活跃的词类之一，是连接词、语或从句的重要手段”[15]。在英译中，合理使用介词有助于增强译文的严谨性。《牛津英语词典》将“with”定义为“an attribute, quality, or condition of the person or thing spoken of”[16]，意为“所提及的人或事物的属性、特点或状况”[16]。此例中，译者使用“with”引导的介词短语，自然引入绍兴优越的自然资源，从而帮助海外观众深入理解绍兴对于黄酒文化代表的关键作用。袁晓宁认为，在外宣英译的语言层面，应“以目的语为依归”[7]，即“外宣英译要刻意地去贴近英语受众的思维与表达习惯，否则英语受众就无法听懂或看懂译文，汉译英也就没有意义了”[7]。此例中，译者巧妙借用介词“with”的英文含义，遵循英语重形合的表达方式，使译文更具文化适应性，有益于中华黄酒文化的外宣。

综上，译者通过合理运用转换技巧，完成译文由主动到被动、由形合到意合的转换，提升英译文的流畅性，符合英语受众的思维模式与表达方式，帮助海外受众准确理解中国独一无二的黄酒文化。

## 5. 以减译传播黄酒内涵

目的原则主张以目的为指导思想，即“翻译行为应以实现特定目标为导向”[1]。在黄酒文化外宣英译中，译者应始终服务于传播中国黄酒文化，提升文化软实力这一目的。在传达黄酒背后蕴含的文化内

涵时,译者常用减译技巧对原文进行必要简化,突出核心信息,避免因文化差异导致的误解与信息冗余,从而精准传达黄酒的思想精髓,实现黄酒文化外宣目的。

例 5:

ST: 江南的冬季潮湿阴冷,温一壶黄酒,在春寒料峭之时,招待乡亲,与家人共聚,为身体去除一整个冬季的余寒,让味道和心意流传。

TT: Southern China's winter is cold and humid, Huangjiu is traditionally warmed to entertain guests, to drive away the winter chills, and to warm the soul.

首先,译者省略成语“春寒料峭”的翻译,使句子简洁易懂,帮助海外观众了解中国黄酒的季节性特征,从而有效实现中华酒文化传播的目的。根据《汉语成语词典》,“春寒料峭”用来描述“春季的冷风,使人感到微寒”[17],此处特指中国江南地区冬末初春时节特有的寒冷气候。然而,前文“江南的冬季潮湿阴冷”已直接交代饮用黄酒的季节性特点。鉴于“累赘重复”是“修辞的一忌”[18],易于“造成理解困难,降低交际效率”[19],此处若重复翻译“春寒料峭”,则与前文稍显冗余。学者黄友义指出,“许多中文里约定俗成的词句原封不动地翻译成英文后,不但难以达到忠实地传达中文原意的目的,反而会引起不必要的误解”[12]。因此,译者往往对不影响核心内容的成语与俗语进行必要的删减,使译文“更简洁、顺畅地表达原作思想内容,或更好地实现特定的翻译目的”[9],以期符合外宣翻译的要求。此外,译文充分体现中国人对自然节气顺应与尊重的生态思想。黄酒的饮用与节气变化密切相关,尤其是在冬季或初春。研究表明,“适量的酒可以扩张皮肤血管,使人皮肤发红而有温暖感”[20]。因此,饮用温热黄酒成为人们抵御寒冷、调节身心重要方式。这一习俗不仅反映中国人民对自然变化的敏锐观察,亦折射中华饮食文化与自然环境之间的深刻关联,更彰显中华民族与自然和谐共生的生态智慧。

与此同时,译者将“招待乡亲,与家人共聚”减译为“entertain guests”,意在帮助海外读者理解中国人“来者皆客”的待客之道,进而实现黄酒文化对外传播的预期目的。这一翻译技巧符合诺德的目的原则,即“每篇文本都是为特定目的而编写的,并应服务于该目的”[1]。《万象中国》纪录片中有关中国黄酒的部分不仅重在宣传黄酒独特的原料与工艺,更致力于传播其深厚的中华文化内涵。此例中,“招待乡亲,与家人共聚”不仅展示黄酒在社交中的重要作用,亦凸显中国文化中人际关系的传统。在《现代汉语词典》中,“乡亲”意为“同乡的人”[3],“家人”意为“一家的人”。此处,译者将二词减译为“guest”,即“[o]ne who is entertained at the house or table”[21],其含义为“在别人家里或餐桌上受到款待的人”[21]。这种处理方式与纪录片中的实际场景相契合:人们围坐在桌旁共同举杯庆祝,无论同饮之人是“同乡”抑或“家人”,皆可统称为“guest”,这体现中国文化中“来者皆客”的待人态度。再者,译者借“entertain”一词涵盖“招待”与“共聚”二层含义,简单明了地表达了中国人以黄酒接待亲朋的特征。根据《牛津英语词典》,“entertain”意指“to show hospitality to”[22],即“热情款待”[22],这充分体现中国人民热情好客的传统,以酒“表达主人对宾客的欢迎之情,让酒营造一种温暖的气氛,以叙友情,话情谊”[20]。对中国人而言,共饮黄酒不仅是味觉上的享受,更是联络感情的一种方式。

最后,译者在意译基础上进行适度减译,将“让味道和心意流传”译为“to warm the soul”,进一步深化黄酒的精神意义。袁晓宁强调,“外宣英译的目的是让其受者明确无误地理解和获得译文所传递的信息,起到对外宣传的效果”[7]。此例中,若将“让味道和心意流传”直译为“let the taste and emotion be passed on”或类似表达,海外受众恐难领会其中深意,从而使外宣目的无法达成。因此,译者将“味道”与“心意”这两个具体意象减译为“soul”这一抽象概念,使目标受众更易理解黄酒所承载的精神温暖与情感传递。根据《牛津英语词典》,“soul”意指“[t]he seat of the emotions, feelings, or sentiments”[23],即“情绪、感觉或情感的来源”[23]。译者将黄酒与“soul”进行结合,丰富与拓展黄酒的精神意义,在介绍黄酒暖身的功能之余,更强调中国人对情感的珍视。通过减译,译者有效概括源文中复杂的

情感内涵, 助推目标受众领悟黄酒蕴藏的精神内涵与文化价值。

综上, 译者在“春寒料峭”、“招待乡亲, 与家人共聚”及“让味道和心意流传”三处采用减译技巧, 使译文在表达上更加简洁流畅, 逻辑关系更为清晰明了, 从而确保核心信息的有效传递。同时, 这一翻译技巧亦有效凸显黄酒文化中蕴含的思想内核, 即中国人民对自然规律的顺应与对情感纽带的珍视。以上减译技巧不仅有效避免冗余与重复, 亦精准传递黄酒文化的深刻内涵, 有力支持中华酒文化的国际传播。

## 6. 总结

随着全球化的不断推进, 中国文化在国际传播中的重要性日益增强。基于目的论三原则, 本文认为双语纪录片《万象中国》中有关黄酒部分的英译字幕完美契合目的原则、连贯原则与忠实原则。在忠实原则层面, 译者采用增译技巧, 通过增加词汇贴切传达黄酒的独特原料与风味, 帮助海外观众了解黄酒文化。在连贯原则层面, 译者调整表达习惯, 通过转换使译文贴近英语语言逻辑, 从而提升译文的连贯性与可读性, 力求将黄酒文化清晰传递给国际观众。在目的原则层面, 译者运用减译技巧, 删减重复内容, 简化译文, 助推海外观众更深入地理解黄酒文化的精髓。综上, 《万象中国》英译本有效展示了中国黄酒的独特魅力, 推动了中华酒文化在全球范围内传播, 为中国黄酒在国际舞台上的形象塑造作出了重要贡献。

## 参考文献

- [1] Nord, C. (2018) *Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained*. 2nd Edition, Routledge, 26, 28, 31, 115, 136.
- [2] Schäffner, C. (1998) Skopos Theory. In: Baker, M., Ed., *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*, Routledge, 235-238.
- [3] 中国社会科学院语言研究所词典编辑室. 现代汉语词典[M]. 第5版. 北京: 商务印书馆, 2005: 654, 1483, 1761.
- [4] Simpson, J.A. and Weiner, E.S.C. (1989) *The Oxford English Dictionary (Volume III)*. Oxford University Press, 116.
- [5] 杨国军. 绍兴黄酒酿制技艺[M]. 杭州: 浙江摄影出版社, 2009: 4, 5, 28, 48, 54, 62, 71.
- [6] Simpson, J.A. and Weiner, E.S.C. (1989) *The Oxford English Dictionary (Volume XV)*. Oxford University Press, 189, 808.
- [7] 袁晓宁. 论外宣英译策略的二元共存[J]. 中国翻译, 2013, 34(1): 93-97.
- [8] 马红, 林建强. 功能翻译理论与其翻译原则和方法[J]. 外语学刊, 2007(5): 118-120.
- [9] 熊兵. 翻译研究中的概念混淆——以“翻译策略”、“翻译方法”和“翻译技巧”为例[J]. 中国翻译, 2014, 35(3): 82-88.
- [10] Simpson, J.A. and Weiner, E.S.C. (1989) *The Oxford English Dictionary (Volume IX)*. Oxford University Press, 583.
- [11] 项东, 王蒙. 中国传统文化文本英译的音译规范刍议[J]. 中国翻译, 2013, 34(4): 104-109.
- [12] 黄友义. 坚持“外宣三贴近”原则, 处理好外宣翻译中的难点问题[J]. 中国翻译, 2004(6): 29-30.
- [13] 岳玉峰. 中国水稻史话[M]. 沈阳: 沈阳出版社, 2019: 130, 131.
- [14] Munday, J. (2016) *Introducing Translation Studies: Theories and Applications*. Routledge, 128.
- [15] 连淑能. 英汉对比研究[M]. 北京: 高等教育出版社, 1993: 48, 49, 50, 51, 87.
- [16] Simpson, J.A. and Weiner, E.S.C. (1989) *The Oxford English Dictionary (Volume XX)*. Oxford University Press, 446.
- [17] 宋永培, 端木黎明. 汉语成语词典[M]. 成都: 四川辞书出版社, 2001: 129.
- [18] 王立弟, 张立云. 重复——在汉英翻译中的处理[J]. 中国翻译, 2002(5): 17-20.
- [19] 田艳. 冗余信息与增译和省译[J]. 中国翻译, 2001(5): 31-33.
- [20] 向春阶, 张耀南, 陈金芳. 酒文化[M]. 北京: 中国经济出版社, 1995: 36, 126, 127.
- [21] Simpson, J.A. and Weiner, E.S.C. (1989) *The Oxford English Dictionary (Volume VI)*. Oxford University Press, 925.
- [22] Simpson, J.A. and Weiner, E.S.C. (1989) *The Oxford English Dictionary (Volume V)*. Oxford University Press, 294.
- [23] Simpson, J.A. and Weiner, E.S.C. (1989) *The Oxford English Dictionary (Volume XVI)*. Oxford University Press, 40.