

中国品牌在柬埔寨的译名研究

李艳焱 廖晓玲

(广西外国语学院东南亚语言文化学院 530222)

摘要: 随着中国和柬埔寨两国之间各方面日益密切的合作往来,近几年入驻柬埔寨的中国商家品牌也越来越多,既然是中国品牌入驻柬埔寨那就要有符合当地本土文化的品牌名称。通过网络对入驻柬埔寨的品牌的译名进行收集整理,从介绍中国品牌翻译的不同策略方法入手,分析各种品牌翻译在语境中的优劣差异,分析研究中国品牌在柬埔寨翻译中的成功案例,发现存在品牌名称翻译拼写错误、译名未表达出品牌文化内涵、译错或不译的太多以及品牌商家不注重品牌名翻译等问题,为此提出了针对品牌方商人和译者们重视品牌翻译问题及提升自身能力的建议。

关键词: 中国品牌;柬埔寨语;翻译

近年来,随着大家知识产权意识和品牌意识的提升,国内商家也更加注重品牌意识了。而我国与柬埔寨既是好邻居又是好朋友、好伙伴,两国之间的商业合作也在增加。柬埔寨商人会来到中国参加在南宁举办的东盟博览会,中国也有更多的商人前往柬埔寨经商。因为越来越多的中国品牌入驻柬埔寨,品牌的名称翻译问题也就随之而来了。因此我以中国出口到柬埔寨的国内品牌为调查研究对象,以其品牌名称在柬埔寨的译名为研究主体,通过网络、报刊报道等渠道展开了研究。

一、绪论

(一) 选题背景

中柬两国之间的经济合作日益密切,选择进入柬埔寨市场的中国品牌产品也越来越多,两国官方语言的不同就必定存在品牌名称的翻译问题,而我刚好对此方面有兴趣,因此选择了这个研究课题。

(二) 国内外研究动态

1.卢静(2010)、张莲(2010)、郑淑明(2017)、谭武英、李睿(2019)等分别从国际化视角、国际化战略视角、文化资本论视角以及叙事学视角等多个不同的视角对国内品牌名称的英译进行了研究。从这一类文献中可以了解到,国内的品牌名称翻译受到文化因素以及专业知识欠缺等等多方面的影响,国内品牌名称翻译还有很大的进步空间。

2.王斌华、简汀滢(2013)、王斌(2010)、尤璐、秦雅琼、陈静(2019)、陈柯利、石惠方(2012)等对国内品牌名称英译的主要翻译方法进行了研究。从此类文献中我们能够了解到目前来说国内品牌名称翻译的主要方式有音译、意译、拼音化译法、直译等等。

3.国外学者对于中国品牌名称翻译方面的研究也大多是往中国品牌名称英译的方向进行研究,研究的多是中国品牌名称英译翻译方式以及翻译存在的不足,目前暂未找到关于中国品牌在柬埔寨译名的研究内容。

(三) 研究意义

到目前为止,国内的研究人员已经在中国品牌翻译方面进行了深入的研究,特别是在国内品牌名称英译方面的研究已经比较全面,但是对于中国品牌在柬埔寨的译名翻译这个方向的研究目前还未有人涉及。中柬两国本就是兄弟国,近年来中柬两国合作更是日益紧密,两国人民之间的交往也更加密切,但是由于国内缺少柬埔寨语专业翻译人员,导致翻译中出现拼写错误和语法错误等给双方交流带来了很多问题。而如今所以对中国品牌在柬埔寨的译名进行研究是很有必要的。

(四) 研究内容

1.通过网络收集现有的中国品牌名称翻译的资料,将收集到的资料整理归类后分析总结出中国品牌名称翻译的翻译特点、翻译方法、翻译现状等。

2.通过网络收集现有的出口到柬埔寨的中国品牌的柬埔寨译名材料,将收集到的材料整理归类后进行分析,总结出目前中国品牌在柬埔寨译名的翻译现状、翻译方法及翻译特点,针对翻译问题,提出解决方案。

二、中国品牌在柬埔寨发展现状

通过近几个月对中国出口到柬埔寨的品牌的信息进行收集整理,可以发现近年中国实施“一带一路”倡议后,中柬两国之间的合作日益密切,也促成了更多的中国品牌商人住柬埔寨经济市场。在这个大背景之下,入驻柬埔寨的中国品牌几乎涵盖了各行各业,发展也各不相同。

通过调查了解到在柬埔寨最受欢迎发展最好的中国品牌电子产品之一就是智能手机,例如华为、小米、VIVO等品牌,在柬埔寨街头都能够看见大大小小的品牌门店。在柬埔寨由于汽车进口海关关税高昂的问题,而实际上人均收入仍旧较低,因此在柬埔寨大街上能见到的更多的是二手车。但随着近年来的合作发展,也有更多的汽车品牌在柬埔寨市场占据一席之地,例如红旗和比亚迪登品牌。因为两国的友好关系,不少中国人进入柬埔寨创业,不少服务业品牌看准了柬埔寨的商机,如“CE速递”就是依托柬埔寨运输不够便利的背景从而在当地发展迅速。入驻柬埔寨经济市场的中国家电品牌也不少,例如美的、海尔等国内知名家电品牌,因为产品的质量够好实用性也很强因此在柬埔寨市场中也很受青睐。

总之大部分的品牌在进入柬埔寨市场后都会有比较好的发展,能够在市场中有自己的竞争力。不过有好也有坏,比较大的知名度高的品牌明显要比小众的品牌发展得好,而有些小众品牌则会因为知名度不够高而发展缓慢困难。

三、中国品牌在柬埔寨译名现状分析

经过长达几个月的时间对中国出口到柬埔寨的品牌名称翻译信息进行收集整理,我了解到随着社会的飞速发展,进入柬埔寨市场收到柬埔寨当地人欢迎的中国品牌产品有很多。

1.电子产品类

在柬埔寨最火热的中国电子产品之一就是智能手机,在国内大家都熟知的华为、小米、vivo等手机在柬埔寨都有门店,这些收集品牌中,华为手机在柬埔寨的品牌译名主要以两种形式出现,第一种是华为的汉语拼音“Huawei”,这一种采用的翻译方法就是拼音译法;第二种形式是根据“华为”的汉字读音直接翻译成柬埔寨语中读音一致的词,这一种方式就是翻译当中的音译法。小米则是选择使用英文品牌名“MI”,这一个翻译方式也属于音译的范畴。还有VIVO以及OPPO这两个品牌的手机,在柬埔寨直接使用了在国内的品牌名,没有进行翻译。

2.汽车品牌

还有进入柬埔寨市场的中国汽车品牌,例如比亚迪、红旗等汽车品牌。前者比亚迪汽车品牌选择了直接使用字母“BYD”,也就是“比亚迪”三个字的拼音首字母,这采取的翻译方式就是不译。而后者红旗汽车在柬埔寨的译名则是“红旗”二字的读音直接翻译成柬埔寨语读音相同的词汇“ ”,这也属于音译法。

3.电器品牌

另外,进入柬埔寨经济市场的中国电器品牌例如在国内家喻户晓的美的品牌,进入柬埔寨市场的美的没有将品牌名称进行翻译,而是直接选用了他的英文品牌名“Midea”,可以归为不译的一类。

还有中国的功夫龙品牌，也是选择了不译，直接取用了自身的英文品牌名称“Konfulon”。

4. 服务行业

还有进入柬埔寨的服务行业品牌，例如CE速递、奉轩家政等。CE速递品牌的柬文品牌名被译为“**CE**”，采取了按中文品牌名字面意思直译的方法。

另一个奉轩家政的柬文名称译为“**CE**”，这个品牌名是对“奉轩”进行了音译，名称后半部分则用了直译的方式。

5. 服装品牌

此外还有服装领域的中国女孩服装品牌，该品牌将品牌名译为“**CE**”，这是采取了按品牌名称字面意思直译的方式。

6. 医疗行业

还有一个医疗行业的品牌厚生眼科，这个品牌的柬文译名为“**CE**”，采取了意译加音译结合的方式进行翻译。

除此以外还有很多涉及各行各业各领域的品牌，这些品牌在进入柬埔寨经济市场之后采用的品牌名的翻译方式各不相同，但大致就是采取音译、意译、直译、不译、音译意译结合等几种中翻译方式进行翻译。不过在数量分布上看占多数是按中文音译或者直接用英文品牌名，而采取直译方式的紧随其后，再接下去是采用音译意译结合的翻译方式的，而不译的和直接使用中文品牌名称拼音的不相上下。

四、中国品牌在柬埔寨译名存在的问题

从所有收集到的资料来看，选择加入柬埔寨市场的中国品牌产品数量数不胜数，涵盖了很多个方面的产品，但是在品牌名称翻译这一块的问题也比较多。

1. 第一点就是问题就是品牌方对品牌名称翻译后词汇的拼写错误问题。就拿服装品牌“中国女孩”来说，这个品牌将品牌名称翻译成了“**CE**”，后来被柬埔寨政府相关部门指出品牌的柬文名称拼写有误被责令修改。

2. 就是不译而选择直接使用中文拼音的方式作为品牌名的，比如说比亚迪的“BYD”。像这样的品牌名，不懂中文没学过拼音的人根本就不会明白这三个字母想要表达的是什么意思，单看品牌名也不会知道是什么产品。这种情况就会使得消费者有可能直接忽略掉这个品牌的产品转而选择他们更加了解的其他产品。

3. 就是按中文读音音译的，过于简单随意，没有把品牌本身所富含的深厚意义体现出来。就拿汽车品牌红旗来说，该品牌将品牌名称直接音译成了“**CE**”，了解过中文的柬埔寨人可能会知道这大概是品牌的中文名称读音，不了解的根本不知道是什么意思，因为在柬文中没有“**CE**”这个词，而在词典中只能找到“**CE**”，被标注为汉语外来词汇，第一层释义为：股份；厘米，公分；第二层释义为：入股的，股份的。而红旗品牌汽车在国内是有着不一般的意义的，第一辆红旗牌轿车诞生于1958年，成为国家领导人和国家重大活动的国事用车，所以对于中国人来说，红旗不仅仅是一个汽车品牌还是一种记忆和情怀。而这个翻译过来的品牌名称没有体现出品牌的内涵。

诸如此类的品牌名还有很多，大多都过于粗暴直接，既没有传达出品牌的产品优势也没有传达出品牌的文化内涵，而对于一个品牌来说，走出国门入驻别国最重要的就是拥有一个本土化的品牌译名，肯德基前段时间在中国将品牌名称注册成“金拱门”就是一个很好的实例。

还有一个比较大的问题就是从中国到柬埔寨经商的中国商人越来越多，但是他们的柬埔寨语水平参差不齐，从收集到的新闻材料中我了解到近年柬埔寨很多中国人开的店铺的招牌和宣传标语经常出现翻译错误和拼写错误等问题；还有一些商家出现了没有获得当地的经营许可就开店营业的问题。

五、中国品牌在柬埔寨译名出现问题的原因和解决方案

1. 原因分析

如今因为中柬两国之间的合作越来越密切，入驻柬埔寨的中国品牌越来越多，品牌名称翻译的问题就必须得到解决，要想解决问题就得先找到出现这些问题的原因。那么为什么会出现这些问题呢？首先出现这些问题的原因，第一点就是目前来说还是比较缺乏高水平的翻译人才，第二点就是很多的品牌公司都还没有意识到品牌名称本土化翻译的重要性，第三点就是品牌方自己不注重品牌翻译这个问题，并没有将品牌翻译考虑进去，最后一点就是商人自身的柬埔寨语言水平的不足，有的商人选择自己翻译品牌名称却因为自身水平有限出现翻译拼写错误的问题。

2. 解决方案

既然存在问题，那么就要解决问题。针对目前入驻柬埔寨的中国品牌的译名存在的一系列问题，提出以下解决方案：

(1) 培养高素质的翻译人才，提升实际翻译水平，以此改善目前的品牌名翻译不准确的问题。只有翻译人才提升翻译能力才能更好的进行品牌名称翻译的工作。

(2) 深入学习了解柬埔寨当地的文化以及当地人的风俗习惯，以便融入当地，实现品牌名称翻译本土化让当地人更容易接受。对于消费者来说，本土化的产品也许更能够带给他们亲切感，让他们有购买产品的想法。

(3) 企业自身的品牌文化要明确，将企业自身的品牌文化融入到品牌名称当中，让消费者能够了解到品牌的内涵。这样做可以让消费者更加了解一个品牌的产品，了解产品的来历等相关的事物，提起他们对品牌产品的兴趣。

(4) 针对进入柬埔寨经商的商人来说，他们应该自己主动学习一下柬埔寨语。这样就不会出现那么多选择自己翻译品牌名称而翻译存在错误商家自己还不知道的问题，同时也可以帮助商家能够更好更直接的跟消费者沟通交流，了解消费者的需求。

除了这几点以外，入驻柬埔寨的中国商家最重要的是要有品牌意识和知识产权保护意识，要通过当地法律注册合法商标来避免产生不必要的纠纷。

六、结论

综上所述，目前来看中国品牌在柬埔寨的品牌名称翻译方面还远远不够完善，国内品牌公司要想成功入驻柬埔寨并且在柬埔寨打开市场，就得有优秀准确的本土化的品牌译名。这就要求译者有足够的高水平，因此除了企业管理者对品牌名本土化翻译的重视之外，译者要努力提升自己的翻译水平和文化知识储备。当然，各个经商者也要注意了解当地的法律法规注册合法的品牌商标并切要拿到营业许可证。

参考文献：

- [1] 谭武英, 李睿. 叙事学视域下服装品牌名称英译探究——以中国特色服装品牌为例[J]. 棉纺织技术, 2021, 49(03).
- [2] 卢静. 国际化视角下中国品牌翻译现状分析[J]. 泰州职业技术学院学报, 2010, 10(02).
- [3] 王斌华, 简汀莹. 中国品牌英译的调研报告[J]. 外语教学, 2013, 34(05).
- [4] 王平. 从跨文化角度谈中文品牌名称的英文翻译[J]. 英语广场, 2015(11).
- [5] 张莲. 国际化战略下的中国品牌名称英译[J]. 重庆教育学院学报, 2010, 23(02).

基金项目：2020年自治区大学生创新创业项目“中国品牌在柬埔寨的译名研究”（项目编号：D202004292214363258）。

作者简介：李艳焱，女，副教授，广西外国语学院东南亚语言文化学院柬埔寨语教师。廖晓玲，女，广西外国语学院东南亚语言文化学院柬埔寨语专业学生，研究方向：品牌名称翻译。