

Research on Cross-cultural Communication and Business Translation Strategies of Intangible Cultural Heritage Traditional Chinese Medicine Techniques—Industry-university Co-built Live Streaming Education Practice

Zheng Wei

Xi'an Fanyi University, Xi'an, Shaanxi, 710105, China

Abstract

Against the background of the deep integration of cultural globalization and the big health industry, the commercialization and internationalization of intangible cultural heritage (ICH) traditional Chinese medicine (TCM) techniques have become important paths for cultural inheritance and industrial innovation. Taking the "Mimi Ji" TCM care products associated with Xi'an Fanyi University as the research carrier, this paper focuses on the cross-cultural communication needs of national-level ICH TCM processing techniques. From the perspective of business translation, it systematically analyzes its cultural translation dilemmas and core difficulties in business text translation, constructs an appropriate business translation strategy system based on relevant theories, and verifies the feasibility of the strategy through practice and evaluation. The research shows that the business translation of ICH TCM needs to break through three bottlenecks, and the dual transmission of cultural and commercial values can be achieved through core strategies. The three-dimensional translation model constructed in this paper provides practical solutions and theoretical references for the internationalization of "Mimi Ji" and the business translation of similar products, expanding the application boundary of business translation.

Keywords

ICH Traditional Chinese Medicine; business translation; cross-cultural communication; text translation; translation strategy

非遗中医药技艺的跨文化传播与商务翻译策略研究——校企共建直播育人实践

魏征

西安翻译学院, 中国·陕西 西安 710105

摘要

在文化全球化与大健康产业深度融合背景下, 非遗中医药技艺的商业化与国际化成为文化传承与产业创新的重要路径。本文以西安翻译学院关联的“宓蜜纪”中医药护理产品为研究载体, 聚焦国家级非遗中医药炮制技艺的跨文化传播需求, 从商务翻译视角, 系统分析其文化转译困境与商务文本翻译难点, 结合相关理论构建适配的商务翻译策略体系, 并通过实践与评估验证策略可行性。研究表明, 非遗中医药商务翻译需突破三重瓶颈, 通过核心策略可实现文化与商业价值双重传递。本文构建的三维翻译模型, 为“宓蜜纪”国际化及同类产品商务翻译提供了实操方案与理论参考, 拓展了商务翻译的应用边界。

关键词

非遗中医药; 商务翻译; 跨文化传播; 文本翻译; 翻译策略

1 引言

中医药作为中华优秀传统文化的核心载体, 其非遗技艺凝聚着中华民族千年医学智慧与文化基因。随着“健康中国”战略推进、居民消费升级及非遗活化传承深化, 非遗中医药与现代消费品的跨界融合成为热点, “宓蜜纪”便是典型代表, 其融合国家级非遗中医药炮制技艺与现代经期护理工艺, 以古法草本配方为核心、依托道地中药材, 通过非遗

【课题项目】 本文系西安翻译学院校级教改项目项目“基于产出导向的商务英语翻译应用型人才培养策略研究——校企共建直播育人实践”(项目编号: 2025B45)的研究成果。

【作者简介】 魏征(1977-), 男, 中国陕西礼泉人, 硕士, 从事口、笔译, 商务英语翻译, 区域国别研究。

工序打造兼具护理功能与文化内涵的产品，实现非遗技艺从“小众传承”到“大众应用”的转化。经济全球化背景下，非遗中医药产品国际化是文化“走出去”与产业升级的关键，商务翻译作为跨文化沟通核心媒介，直接影响文化传递与市场接受度。其较普通商务翻译更具跨学科性与复杂性，需实现多领域术语精准转换、文化负载元素合理诠释，兼顾文本功能与目标市场合规要求，而当前学界相关实证研究与策略构建匮乏，难以满足实际需求。

2 相关理论基础

非遗文化跨文化传播，是将核心内涵与技艺从原生语境传递至异质语境、实现受众理解认同的过程，核心是在保留文化真实性的同时，通过适配转化降低理解门槛。霍尔高低语境理论指出，中国高语境重含蓄共鸣，西方低语境重直接逻辑。中医药非遗富含文化隐喻，易因语境差异产生偏差，需合理解码转译，精准传递文化与产品价值，这也是非遗中医药商务翻译的核心目标。

3 非遗中医药商务翻译的核心特征与“宓蜜纪”产品翻译难点分析

3.1 非遗中医药商务翻译的核心特征

非遗中医药商务翻译作为多领域交叉翻译类型，区别于普通商务翻译，核心特征体现在五方面：一是跨学科性，融合中医学、商务学、语言学等多学科知识，对翻译者综合能力要求较高；二是双重导向性，兼顾文化传播与商业推广双重目标；三是文本多样性，涵盖产品说明书、宣传文案等多种功能差异显著的文本；四是合规性要求高，需严格遵循目标市场相关法规；五是文化负载性强，大量非遗及中医药术语缺乏目标语言直接对应表达，翻译难度突出。

3.2 “宓蜜纪”产品概况与翻译场景

“宓蜜纪”以国家级非遗中医药炮制技艺为核心竞争力，聚焦女性经期护理，融合古法草本配方与现代工艺，甄选艾叶、苦参等道地中药材，打造兼具文化价值与商业价值的特色产品。其商务翻译场景覆盖产品推广、国际贸易等全流程，核心文本分为三类：信息型（产品说明书、成分表）、说服型（宣传文案、品牌故事）、操作型（使用指南），各类文本功能差异显著，对翻译策略提出不同要求。

3.3 “宓蜜纪”产品商务翻译的核心难点

中医药产品翻译面临五大核心难题：一是文化负载词转译困境，“国家级非遗中医药炮制技艺”“道地中药材”等文化内涵独特，目标语缺对应表达，“气嗅疗法”等需平衡中医与现代医学表述；二是专业术语标准化冲突，“艾叶”等存在一词多译，需统一卫生护理、商务及非遗技艺术语；三是文本功能适配难题，说明书、宣传文案、使用指南功能差异大，需实现功能对等；四是跨文化语境适配障碍，中西方对经期护理认知不同，易致译文接受度低；五是合规性翻译把控难，健康类产品译文需符合目标市场法规，平衡

专业与可读性。

4 非遗中医药商务翻译策略体系构建——基于“宓蜜纪”产品案例

结合前文理论基础、翻译特征及“宓蜜纪”产品难点，本文构建“文化解码——专业转化——市场适配”三维翻译策略体系，三者相互支撑，为非遗中医药产品商务翻译提供系统性解决方案。

4.1 文化解码维度：文化负载元素的精准转译策略

文化解码是非遗中医药商务翻译的基础，核心是精准传递文化内涵、降低受众理解门槛，结合“宓蜜纪”产品特征，采用三种差异化策略：

4.1.1 释义性翻译策略

针对核心文化专属术语，采用“核心术语+简洁注释”模式，兼顾专业与可读性。例如，“国家级非遗中医药炮制技艺”译为“national-level ICH TCM processing techniques (a time-honored craftsmanship preserving herbal essence)”；“道地中药材”译为“authentic regional Chinese medicinal materials (sourced from traditional high-quality producing areas)”。

4.1.2 关联性翻译策略

对非遗艺术术语，关联目标市场熟悉的工艺概念翻译。例如，“古法发酵”译为“traditional fermentation (a time-honored ICH technique enhancing herbal bioavailability)”，降低理解门槛。

4.1.3 文化简化策略

对西方受众陌生的中医术语，采用“定位+功能”简化翻译，避免信息冗余。例如，“会阴穴”译为“perineal area (facilitating herbal transdermal absorption)”，关联产品核心功能。

4.2 专业转化维度：专业术语与文本的标准化适配策略

专业转化是核心，目标是实现术语标准化与文本功能适配，具体分为两种策略：

4.2.1 术语标准化统一策略：

参考《世界卫生组织国际中医药术语表》等权威资料，统一核心术语译法，确保全文一致。核心术语翻译示例如下：

艾叶译 mugwort leaf，为 WHO 推荐及行业通用译法；苦参译 sophora flavescens，结合拉丁学名与英文通用名；透皮吸收译 transdermal absorption，是卫生护理领域标准术语；抑菌译 bacterial inhibition，符合国际合规要求、规避绝对化表述。

4.2.2 文本类型差异化翻译策略

结合文本类型理论，针对三类核心文本制定策略：信息型文本重准确清晰，采用表格化提升可读性；说服型文本重情感共鸣与价值凸显，优化营销表达；操作型文本重简洁

实用,使用短句与祈使句,确保指引清晰^[3]。

4.3 市场适配维度:跨文化传播的语境适配策略

以市场适配为核心目标,提升“宓蜜纪”产品市场接受度,采用三大适配策略:一是受众导向,按市场调整表达,东南亚保留中医药文化,欧美强化科学性;二是合规性,遵循欧盟 REACH、美国 FDA 等法规,规范功效与成分表述;三是营销语言,优化文案关键词,品牌名译为“Mimi Ji”,贴合当地语言习惯。

5 翻译实践验证与效果评估

为验证三维翻译策略体系的可行性与有效性,选取“宓蜜纪”核心商务文本开展翻译实践,从准确性、专业性、可读性、营销性四个维度进行评估,确保满足产品国际化需求^[4]。

5.1 核心文本翻译实践

选取产品核心卖点、品牌故事片段、使用指南三类文本,基于构建的策略体系进行翻译实践,核心示例如下:

5.1.1 产品核心卖点翻译

国家级非遗中医药炮制技艺与现代生产工艺深度融合,译为 Deep integration of national-level ICH TCM processing techniques and modern production technology, 应用文化解码+专业转化策略;

通过“透皮吸收”与“气嗅疗法”,有效缓解经期不适,抑制细菌滋生,译为 Alleviates menstrual discomfort and aids in reducing bacterial growth through “transdermal absorption” and “aromatherapy combined with herbal absorption”, 应用专业转化+市场适配策略。

5.1.2 品牌故事片段翻译

中文原文:“宓蜜纪”源自千年中医药文化传承,将国家级非遗炮制技艺融入现代经期护理,甄选道地草本原料,为女性带来温和、安全、有效的经期呵护。

英文翻译:“Mimi Ji” originates from the millennium-old inheritance of TCM culture, integrating national-level ICH processing techniques into modern menstrual care, providing women with gentle, safe and effective menstrual care. 策略应用:融合文化解码、专业转化与市场适配,兼顾文化传递与情感共鸣。

5.1.3 产品使用指南翻译

中文原文:1. 经期正常使用,取出产品贴合会阴部位;
2. 每 4-6 小时更换一次;3. 密封保存于阴凉干燥处。

英文翻译:1. Use normally during menstruation: apply to

the perineal area; 2. Replace every 4-6 hours; 3. Store in a sealed container in a cool, dry place. 策略应用:遵循文本类型差异化策略,简洁实用、指引清晰。

5.2 翻译效果评估

5.2.1 评估指标与方法

选取 10 名专业人士组成评估小组,涵盖中医药翻译专家、商务英语教师、跨境电商专员及欧美消费者代表,采用 5 分制,从四个核心维度进行评估,取平均得分并收集反馈。

5.2.2 评估结果与分析

评估结果验证了策略体系的可行性与有效性,四个维度平均得分均 ≥ 4.5 ,其中准确性 4.8、专业性 4.7、可读性 4.6、营销性 4.5。内容术语规范,文化与核心信息传递准确,契合行业表达规范且专业可信度高;语言流畅易懂,能突出产品优势、契合市场消费心理。

综合反馈表明,该策略体系可有效解决“宓蜜纪”翻译难点,为产品国际化提供有力语言支撑,评估人员建议进一步优化营销文案感染力,后续可针对性完善^[5]。

6 结论与展望

本文以“宓蜜纪”产品为案例,系统研究非遗中医药技艺商业化场景下的商务翻译问题,得出核心结论:非遗中医药商务翻译具有五大鲜明特征,核心目标是实现文化与商业价值双重传递,其翻译难点集中在五个方面,本文构建的“文化解码——专业转化——市场适配”三维策略体系,可有效解决翻译难点,且经实践与评估验证具备可行性与有效性,能满足产品国际化需求。本文存在三点局限:研究对象单一、采用模拟评估、对不同市场翻译偏好研究浅显^[6]。未来将扩大研究对象范围、结合实证跟踪市场反馈、深入研究市场差异、探索 AI 与人工结合的翻译模式,助力非遗中医药文化全球化传播与商业价值转化。

参考文献

- [1] 李明. 商务翻译理论与实践[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2020.
- [2] 王宏印. 中医药翻译研究[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2018.
- [3] 霍尔. 超越文化[M]. 何道宽, 译. 北京: 北京大学出版社, 2019.
- [4] 纽马克. 翻译教程[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2001.
- [5] 国家中医药管理局. 世界卫生组织国际中医药术语表[Z]. 北京: 中国中医药出版社, 2019.
- [6] 张健. 跨文化商务翻译中的文化适配问题研究[J]. 中国翻译, 2021(3): 89-95.