

商務英語三關鍵 領域知識是「靈魂」

嶺南譯思

香港作為匯聚多元文化的國際都會，孕育了成熟的商業生態，亦雲集無數中外資企業。從核心商業區寫字樓到科技園創業空間，商務英語始終是不可或缺的溝通橋樑，精通商務英語不僅是職場必備技能，更是開啟國際視野的鎖匙。

坊間學習商務英語的途徑五花八門，課本知識與模擬訓練固然能打下基礎，卻常難以觸及當中精髓。真正的領悟，往往始於真實商業環境。

筆者在外資企業任職多年，經歷不少跨文化趣事，深刻體會到商務英語背後的文化底蘊與實用邏輯。記得早年一位從澳洲調來的外籍上司，特意入鄉隨俗，在農曆新年上班第一天就主動派「開工利是」；還有一次團隊在茶樓午餐，香港同事剛說吃飽就紛紛點起紅豆沙、楊枝甘露等甜品，令這位上司頗為不解——在他看來，正餐後一杯咖啡便足矣。

除了文化習慣，他亦展現工作上的行事風格，每逢另有工作安排，總會在會議開始前用「I have a hard stop at XX pm」清晰告知對方，這句簡潔直接的表達，既明確了「XX 點前必須結束會議」的工作邊界，又不失禮貌，比繁瑣解釋更符合商務場景的效率要求。

這些跨文化瞬間，讓人感受到商務場合的人情溫度，亦揭示了文化習慣與商務表達的深度交融。

事實上，商務溝通從來不只是單純的語言傳達，更蘊含專業知識、職場規則與表達技巧，這正是商務英語看似簡單卻需深耕的核心所在。其精髓在於處於領域知識 (Domain Knowledge)、語言 (Language) 與商務慣例 (Business Conventions) 的交匯點，三者相輔相成，缺一不可。

筆者結合多年實踐經驗，將這三大核心歸納為掌握商務英語的「三大關鍵」，逐一拆解其內涵與實踐要領。

一、扎實的商業領域知識

商務英語以內容為核心，表達離不開對商業本質的理解，這是年輕人初入職場的首要挑戰。它默認使用者具備三類知識：一是基礎商業概念，如營收 (revenue)、利潤率 (margins)、現金流 (cash flow)、合規 (compliance)、外匯 (forex)、盡職調查 (due diligence) 等，這些是商務溝通的「基礎詞彙」；二是企業運作模式，包括匯報體系 (reporting lines)、決策流程 (decision-making process)、關鍵績效指標 (Key Performance Indicator, 簡稱 KPI) 等組織運行規則；三是商業邏輯，諸如風險與回報 (risk and return)、成本效益分析 (cost-benefit analysis)、投入產出思維 (input-output reasoning) 等。

對年輕人而言，尤其是非商科背景者，填補這部分知識缺口，才能真正看懂商務語言背後的核心信息。例如看到「The company needs to optimize cash flow to ensure compliance with financial covenants」，若不理解 cash flow (現金流) 對企業償債能力的影響、compliance (合規) 在金融契約中的意義，縱然認識每個單詞，也未必體會到「企業須通過優化現金流避免違約風險」的緊迫性；又如聽到「We need to align KPIs with revenue growth targets」，若不清楚「KPI」的設定邏輯與 revenue growth targets (營收增長目標) 的關聯，便無法有效參與相關工作討論。可見，領域知識是商務英語的「靈魂」，沒有這一基礎，語言表達再流暢也只是花拳繡腿。

二、靈活的商務語言體系

商務場景的語言表達，核心特點在於「專業性」與「場景化」，與學術英語、日常英語差異明顯。

在詞彙方面，商務英語詞彙體系包含三個層面：一是純技術術語，如前文提到的 forex、due diligence，含義相對固定，需特意記憶；二是「多義詞的商務特定意義」，即日常英語詞語在商務場合的特殊含義，例如 leverage 日常為「槓桿」，商務中可表示「利用資源」（如「leverage our network to expand market share」意為「利用網絡擴大市場份額」），財務報表中則指「負債」（如 leverage ratio 就是「負債比率」）；exposure 從「暴露」轉為「風險敞口」（如「forex exposure」就是「外匯敞口」）；write 從「寫作」變為「出售」（如 write an option 即「沽出期權」）；三是高密度詞彙與名詞化表達，如 implementation of restructuring measures (執行重組措施)、formulation of marketing strategies (制訂市場策略)，能令商務文件更正規精煉。

從表達方式看，商務英語講究「精準高效」，與學術英語習慣有明顯分別。以下課堂練習中的翻譯實例，可直觀比較學生與業內人士的表達差異：

原文：我們下星期三跟陳總開會，請你今天下班前在 Outlook 發個邀請給他。

學生：We will have a meeting with President Chan next Wednesday, please send him an invitation via Outlook before the end of day.

業內人士：Please send Mr.Chen an Outlook invite for next Wednesday's meeting by COB today.

簡評：兩地商務場景中，內地企業常以「總」稱呼高級管理人員，這是對其職位與經驗的尊重，並不必然代表總裁 (President)，需謹慎使用該詞避免誤判。若對方是內地人士，陳這一形式以漢語拼音「Chen」書寫概率更高，但無論「Chen」還是



●商務場景的語言表達，核心特點在於「專業性」與「場景化」。 網上圖片

「Chan」，必須核實其英文名稱與姓氏拼寫，不可隨意翻譯猜測。即使對方確為總裁，「President Chan」在商務行文與口語中也不常見，Mr. + 姓氏或直接英文名更符合慣例。此外，Outlook 會議邀請慣用簡化名詞「invite」而非「invitation」，時間節點「COB (Close of Business)」比「before the end of day」更簡潔專業，體現效率優先原則。

原文：我們想像在這個項目會有不少困難。你有什麼特別的考慮嗎？

學生：It is not hard to imagine that we will face some problems in the project. Do you have any specific suggestions?

業內人士：We may run into quite a few issues in this project. Do you have any concerns?

簡評：商務溝通講求直擊核心，學生表達中「It is not hard to imagine」屬冗餘表述，業內人士用「We may」直接點明可預見的客觀判斷，更符合商務效率要求。詞彙選擇上，problems 偏向「已發生的嚴重問題」，而 issues 側重「項目可能出現的挑戰或待解事項」，與「困難」內涵更契合，體現商務詞彙的精準性。學生誤用 suggestion (建議) 對應「考慮」，實則原文核心是詢問「是否有需顧及的風險、顧慮」，concern 才是準確表達。

原文：大家要構思客戶推廣計劃，也去問問各 team head 有沒有建議吧。

學生：Everyone needs to brainstorm the client promotion plan and you may also consult each team head for their suggestions.

業內人士：We need a plan for the customer outreach campaign. Please also ask the team heads to add some colours.

簡評：學生表達中「Everyone needs to」帶命令口吻，不符商務團隊協作的平等氛圍，「We need」強

調共同目標，更能凝聚共識。詞彙層面，client 側重「長期商業客戶」，customer 適用範圍更廣，搭配 outreach campaign (外展推廣活動) 是市場推廣的常用表達。consult 意為「正式諮詢」，語氣過於嚴肅，ask 在內部協作中更自然；「add some colours」是商務口語靈活表達，字面「增添色彩」實指提供創意點子，比直白的「for their suggestions」更生動，體現商務溝通含蓄靈活的特點。

三、熟練的商務慣例運用

商務慣例是商務溝通中約定俗成的規則、禮儀與表達邏輯，超越單純語言與知識層面，是確保溝通得體高效的保障。

與西方同事溝通需直截了當，避免過多委婉迂迴及客套話。麥肯錫的「30秒電梯理論」便強調，需在短時間內向對方精準表達核心信息，這也契合商務英語「功能優先於形式」的原則。有別於學術英語強調語言完整性與語法正確性，商務英語更看重「功能達成」，以發揮「推進事情」的實際力量：清晰優先於複雜（用簡單句傳達核心，避免長句嵌套）、效率優先於優雅（直接說明行動結果，不堆砌修辭）、得體優先於完美（根據對象調整語氣，對上級恭敬、同事平和、客戶專業）。

例如向上級匯報用「We recommend adjusting the timeline to mitigate risks」，既明確主張又體現尊重；與同事協作用「Could you help finalize the data by COB?」，簡潔直接且有禮貌。相反，「I hope this email finds you well」這類無實質意義的電郵開場白，在商務電郵中可免則免。

但另一方面，若涉及負面信息，商務英語仍然是傾向委婉表達。例如在會議上，有人離題或提出不恰當的想法，主持人可能會說一句「That's an interesting idea」，但臉上沒帶半點欣賞的神情。其潛台詞就是「我不同意，但不想當場打臉」、「我需要禮貌地結束這個話題」。在某些商務場合，「interesting」幾乎等於「polite rejection」。若學生只看字面意思，就容易誤解其意圖。

在全球化商業時代，商務英語早已不僅是語言工具，更是職場競爭的核心優勢。它連接不同文化、領域的商業夥伴，承載專業知識與職場智慧。希望年輕人以開放的心態擁抱這門語言，牢牢抓住「領域知識」、「語言」及「商務慣例」三大關鍵，在探索中積累經驗，在實踐中提升能力，為事業發展打好基礎。

●陳社羽

嶺南大學翻譯系專業實踐助理教授，擁有二十年全職翻譯及逾十年翻譯教學經驗，曾於全國翻譯比賽名列前茅，具國際專業翻譯資格，對社會熱點話題尤其關注，樂於與學生分享所聞所感。

恒 大譯站

3月23日中國發展高層論壇上，國家數據局提出了近年人工智能 (AI) 領域

從電腦學及語言學析「詞元」譯名

裏 token 的官方中文譯名：「詞元」。AI 領域裏 token 是大型語言模型處理語言及其他符號時的最小單位。訓練大型語言模型時訓練資料需要先做 tokenization，就是把文字切成 token，有些 token 可能以詞為單位，有些則可能是子詞 (subword)，然後每個 token 會配上一個數字，建立一張大型的數字對照表。模型在推論 (inference) 時，會反向將數字轉換成人類看得懂的文字和其他符號。本文筆者會概述 token 的一些常見譯法，並分別由電腦學和語言學角度闡釋。

Token 近年有幾個常見的譯法：符記、標記、詞元。「符記」和「標記」比較貼近 token 在日常英語裏的原義：something that represents a feeling, fact, event (即標誌、象徵) (Longman Dictionary)，但比較不符合 AI 領域裏 token 的意義。

「詞元」是一個貼近電腦學常用概念的譯法，其中「元」概括了「最小單位」這個概念。例如「位元」(bit) 是電腦用於表示資訊的最小單位，「位元組」(byte) 是電腦記憶體的基本單位。「字元」(character) 是電腦處理人類符號 (例如字母、數字、漢字和其他符號) 的最小單位，而字元組合起來是「字串」(string)，這些都是電腦學和編碼裏常見的概念。

有趣的是，語言學和文字學當然也有 character，尤其是 character「字」和 word「詞」的差異，而這在有關漢字的討論裏尤其明顯。最簡單易明的例子就是「字典」和「詞典」的分別。

下面轉而用語言學的角度闡釋一下「最小單位」這個概念，這在語言學裏由來已久。例如語言中能區別詞義的最小語音單位是「音位」或「音素」(phoneme)；語言的最小語義單位是語素 (morpheme)；語言的書寫系統中最小的功能書寫單位是字素 (grapheme)。由此可見，電腦學傾向用「元」來表示最小單位，而語言學則傾向用「素」。用「素」來表示最小單位的例子還有「像素」(pixel)，是組成數碼點陣式圖像和電腦螢幕顯示的最小單位。

可譯為「符元」「符素」

除此之外，筆者認為還有兩點值得考慮。第一，大型語言模型的 token 不只包括文字這種符號系統，還包括表情符號、邏輯符號、數學符號等等。第二，主流大型語言模型的自迴歸 (autoregressive) 生成機制根本不是以「詞」為單位，是以 token 為單位，而組合起來的生成結果也不是「詞」。綜合以上各點，筆者認為既然語言文字也是符號系統，token 一個貼近電腦學的譯法可以是「符元」，而貼近語言學的則可以是「符素」。

香港恒生大學 THE HANG SENG UNIVERSITY OF HONG KONG

●梁峻明博士 香港恒生大學翻譯及外語學院高級講師

從字源解密「煤氣燈效應」與現代操縱術

浸沐英韻

古語云「言為心聲」，但在現代社會，語言往往變成了「心之迷宮」。大家平時看新聞或上網，有沒有發現許多心理學名詞變成了日常用語？正所謂「知己知彼，百戰不殆」，今天我們不單純是學英文，而是要透過心理學與字源學 (Etymology)，拆解語言背後的操縱術。

什麼是 Gaslighting (煤氣燈效應)？簡單來說：「To gaslight someone is to manipulate them into questioning their own memory, perception, or sanity.」(煤氣燈效應是指透過心理操縱，令對方懷疑自己的記憶、感知或理智。)

這個詞在 2022 年被 Merriam-Webster (韋氏辭典) 選為年度代表詞。它不是普通的謊言，而是一種長期的情感虐待。Gaslighting 的核心在於「認知壟斷」——操縱者 (Gaslighter) 透過否定現實，令受害者覺得自己「認知無能」，最後只能依賴操縱者來定義真相。

為什麼叫「煤氣燈」？出處是 1944 年的經典電影《煤氣燈下》(Gaslight)。戲中男主角為了謀奪財產，刻意將家中的煤氣燈調暗，但當女主角問起時，他卻堅決否認，反指女主角神經衰弱。正所謂「三人成虎」，當一個人不斷否定你親眼所見的事實，你就會開始懷疑自己。

在現代電影中，這種「認知洗腦」隨處可見。例如迪士尼《魔髮奇緣》(Tangled) 中的葛索媽媽，她不斷對長髮公主說：「The world is a scary place」以及「Mother knows best.」這種以愛為名的壓力，令公主不敢相信



●電影《煤氣燈下》 網上圖片

自己對外面世界的嚮往。

生活中也有許多 Gaslighting 的例子，比如在感情關係中，另一半被發現說謊，他反而大聲說：「你這麼疑神疑鬼，是不是壓力太大產生幻聽啊？你這樣我很難跟你相處下去！」這種轉移視線的手法，會讓你從「質問者」變成「道歉者」。

又比如一群朋友出去玩沒有約你，當你問起時，他們說：「我們以為你不喜歡這些活動呢，你平時都很內向啊，是不是你自己記錯了，我們其實有問過你？」

除了 Gaslighting，還有兩個你一定要認識的「社會暗語」，它們在職場與商業心理學上非常常見。

Dog Whistling (狗哨暗語 / 弦外之音) 源自實質體的狗哨，其聲波頻率只有狗能聽見，人類聽不到。

在社交場合，有人說：「他這個人其實挺『特別』的。」表面聽起來沒什麼，但特定圈子的人一聽就明白，這是暗示對方「難搞」或者「不合群」。又例如在職場，老闆說：「我們公司很看重員工的『奉獻精神』和『大家庭文化』。」表面上是讚美，但對

老闆和 HR 來說，這是一個 dog Whistling，暗示「我們期望員工無償加班，不要太計較」。

Astroturfing (人造草坪 / 偽造口碑)：源自人造草品牌 AstroTurf，相對於 Grassroots (真草 / 草根真實意見)，Astroturfing 就是「假草根」。

在消費心理學上，這個字經常出現。例如一間公司明明員工流失率極高，但求職網站上卻突然湧現大量五星好評。這些就是公關或「網軍」製造的 Astroturfing，目的是利用「羊群心理」(bandwagon effect) 去欺騙求職者或消費者上當，讓你以為自己的負面感受才是少數。

為什麼我們會被操縱？神經科學提出了 Prediction Error Minimisation (PEM，預測誤差最小化) 理論。

大腦是一部「預測機器」，會根據過往經驗預測現實。當現實與預測不符 (例如你明明看到燈變暗了，對方卻說沒有)，大腦會產生「預測誤差 (prediction error)」。Gaslighter 的策略就是切斷你的外部驗證，讓你無法透過第三者核對現實。

要對抗 PEM 陷阱，最有效的方法就是建立「時間軸」(timeline)。當你用文字記錄下發生過的時間、地點、對話，你就是在幫大腦建立一份不會被隨便修改的「外部硬碟」，防止操縱者重塑你的記憶。

學懂 Gaslighting、Dog Whistling 和 Astroturfing 這些字，不單是學英文，更是幫助我們在複雜的社會中保持清醒的頭腦。

香港浸會大學 HONG KONG BAPTIST UNIVERSITY

●陳恒 香港浸會大學語文中心

根據文中學到的知識，將適合的詞彙填入句子中：

情境一：對抗煤氣燈效應
“I am not (1) _____; I have a clear (2) _____ of what happened. Stop (3) _____ me.” (我並非無理取鬧 / 太敏感；我對發生的事實有清晰的紀錄。請停止對我進行煤氣燈操縱。)

情境二：識穿偽造口碑
“Don't trust those glowing reviews about this company. It's just an (4) _____ campaign to trick new applicants.” (不要相信那些讚美這間公司的好評。那些只是一場偽造口碑 / 人造草坪行動，用來欺騙新的應徵者。)

Διγλωσσος (4) διατηρητικός (3) εμπόημα / λυγρός (2) τρελός (1) τρελός