

中外新能源汽车广告语对比及推广策略研究

张萨日娜 刘月秋

(内蒙古工业大学 内蒙古 呼和浩特 010051)

【摘要】随着全球化加速,跨语言和跨文化交流越来越频繁。在这种情况下,广告翻译作为跨语言和跨文化传播的重要手段,已经成为各品牌推广的必备环节。但由于不同语言和文化之间的差异,新能源汽车广告翻译中经常存在一些问题,比如语言表达方式、文化内涵、习惯用语等方面的差异,这些问题都会影响新能源汽车广告翻译的质量和传达效果。本文从新能源汽车广告翻译的角度,探讨了中英文化差异现象在新能源汽车广告翻译中的表现和影响,分析了奔驰和宝马、特斯拉和比亚迪等品牌广告的翻译对比。本研究的目的是探讨新能源汽车广告翻译中的中英文化差异现象,以提高新能源汽车广告翻译的质量和效果,促进品牌的发展和营销。

【关键词】广告翻译;中英文化差异;新能源汽车

1 引言

研究新能源汽车广告翻译中的语言和文化差异以及相关应对策略具有重要意义。通过深入了解不同语言和文化之间的差异,广告翻译者可以更好地理解广告受众的文化背景和心理需求,从而更好地传达广告的信息和意义。同时,对于新能源汽车广告翻译中存在的问题和不良现象,也需要进行深入探讨,制定相应的应对策略,以提高广告翻译的质量和传达效果,为品牌推广和消费者带来更好的体验和效果。在当前市场竞争激烈的情况下,品牌的成功与否不仅仅取决于产品本身的质量和性能,还需要有良好的品牌形象和消费者口碑支持。因此,对于广告翻译中的语言和文化差异及其影响的研究,对于品牌推广和营销具有重要的战略意义。

本文具体研究内容包括以下两个方面。一方面:中英文化差异对新能源汽车广告翻译的影响,探讨中英文化差异对新能源汽车广告翻译的影响,包括语言表达方式、文化内涵、习惯用语等方面。通过案例分析,探讨如何在新能源汽车广告翻译中处理中英文化差异,使广告语言在表达方式和情感传递上更贴近目标文化。另一方面:翻译应对策略,探讨应对中英文化差异的策略,包括运用翻译技巧和修辞手法,尊重消费者的权利和利益,真实宣传产品的优势和特点,细心审查广告翻译的内容和表达方式等方面。^[1]通过案例分析,提出具体的应对策略,以提高广告翻译的质量和效果。

2 文化差异在新能源汽车广告翻译中的影响

2.1 中英文化差异与新能源汽车概述

中英文化差异在广告翻译中表现为不同的语言和文化习惯。例如,在中文中,“福”和“禄”是常见的吉祥符号。而在英语中,吉祥符号通常包括四叶草、兔子脚等。另一个例子是,中国的春节是一个非常重

要的节日,而西方国家的圣诞节则是一个重要的节日。在广告翻译中,需要根据不同的文化背景和习俗,对广告语言进行适当的调整和翻译,以达到更好的传达效果。

新能源汽车一般指关键动力源不单纯依靠内燃机的汽车。新能源汽车最大的特点是使用电动机供电,而为电动机供电的设备是电池,可以通过内置发电机、外置充电口、太阳能、化学能甚至核能进行充电。随着新能源汽车逐渐取代传统燃油车,下一步就是将插电式混合动力汽车归入传统燃油车的范畴。

2.2 特斯拉和比亚迪广告翻译中的中英文化差异

特斯拉和比亚迪是两个具有代表性的新能源汽车品牌,它们的广告翻译中存在不同的中英文化差异。在特斯拉的广告翻译中,通常强调其科技含量和未来感,以吸引那些对新科技和未来生活有兴趣的消费者。例如,在特斯拉的广告语言中,经常使用像“智能(smart)”、“创新(innovation)”、“未来感(futuristic)”等词汇,来强调产品的高科技含量和先进性。^[2]此外,特斯拉的广告翻译通常也强调产品的高端定位,让消费者感受到其品牌形象的高质感和奢华感。

比亚迪的广告翻译则更注重产品的性价比和环保意识,以吸引那些追求实用性和环保性的消费者。在比亚迪的广告语言中,经常使用像“经济实惠(affordable)”、“环境友好(eco-friendly)”、“节能(energy-saving)”等词汇,来强调产品的实用性和环保性。^[3]此外,比亚迪的广告翻译也经常强调其品牌形象的创新性和可靠性。

在广告语言的表达上,特斯拉的广告翻译更倾向于使用简洁明了的语言,以吸引消费者的注意力。例如,在特斯拉的广告翻译中,常常使用短小精悍的广告语,

如“为您的生活提供动力”、“加速世界向可持续能源的过渡”等，以突出产品的卖点和特点。而比亚迪的广告翻译则更善于运用修辞手法和夸张表达，以增加广告吸引力和趣味性。例如，在比亚迪的广告语言中，经常使用夸张的修辞手法，如“全球最畅销的插电式混合动力车”、“纯电动传奇”等，来强调产品的领先地位和创新性。

3 消除中英文化差异的翻译策略

首先，广告翻译者需要对目标文化有充分的了解。这包括对目标语言的语言结构、词汇用法、文化内涵和习惯用语等方面的熟悉。广告翻译者需要了解目标文化的社会背景、价值观和文化传统，以确保广告翻译的文化合理性和传达效果。这样可以帮助广告翻译者更好地理解目标受众的需求和喜好，从而制定更合适的广告翻译策略。

其次，广告翻译者需要运用翻译技巧和修辞手法，使广告语言在表达方式和情感传递上更贴近目标文化。广告翻译者需要灵活运用翻译技巧和修辞手法，如意译、加注、换句话等，以确保广告翻译的流畅度和传达效果。例如，当翻译中文广告语到英文时，可以尝试使用修辞手法，如排比句、反复句、对比句等，使广告语言更加生动、有趣和具有感染力。

最后，广告翻译者需要避免翻译过程中出现的误解和歧义，确保广告翻译的准确性和流畅度。广告翻译者需要细心审查原文，确保理解准确。如果翻译过程中遇到一些难以理解的词语、表达和文化内涵，广告翻译者可以尝试咨询本地人或语言专家。此外，广告翻译者还需要避免翻译过程中出现的歧义和误解，确保广告翻译的准确性和流畅度。

4 特斯拉和比亚迪广告的翻译对比

特斯拉和比亚迪是两个备受瞩目的新能源汽车品牌，它们的广告翻译也存在中英文化差异。在广告语言表达方式上，特斯拉的广告翻译更倾向于使用简洁明了的语言，通常强调其科技含量、未来感和高端定位，产品的高科技含量和先进性。比如，“驾驶的未来已然降临(The future of driving is here.)”，“为每个人而生的电动汽车(Electric cars for everyone.)”等广告语，简洁明了地表达了特斯拉的品牌形象和产品特点。而比亚迪的广告翻译则更善于运用修辞手法和夸张表达，注重产品的实用性、性价比和环保意识。而比亚迪的广告翻译则更倾向于使用修辞手法和夸张表达，以吸引消费者的注意力。例如，“In the name of beauty, daring to challenge the world(以美之名，敢挑全球)”、“Simple, pure, affordable(简单，纯粹，便宜)”等广告语，运用了修辞手法，让广告语言更生动、有趣，同时强

调了比亚迪的产品特点和优势。

5 广告翻译的意义和影响

广告翻译在新能源汽车行业中具有重要的意义和影响。首先，广告翻译能够帮助汽车品牌更好地传达其品牌形象和产品特点，吸引消费者的关注和购买欲望。例如，在特斯拉和比亚迪的广告翻译中，通过使用不同的词汇和表达方式，可以更好地突出产品的特点和优势，以吸引不同类型的消费者。

其次，广告翻译也能够反映品牌的文化和价值观，帮助品牌在目标市场中建立起信任和认可。采用不同的翻译策略和表达方式，可以传达不同的品牌形象和文化内涵，让消费者更好地了解品牌的特点和价值观。

最后，广告翻译的成功与否，也与品牌的国际化战略和市场拓展密切相关。通过翻译成功的广告语言，汽车品牌可以更好地拓展国际市场，提升品牌的全球影响力和竞争力。

6 结语

本文以新能源汽车广告翻译为切入点，探讨了中英文化差异现象在广告翻译中的表现和影响，通过特斯拉和比亚迪等品牌广告的翻译对比分析，我们发现不同品牌的广告翻译存在差异，这反映了不同文化和消费市场的特点和需求。同时，消费者对品牌的要求也越来越高，他们希望品牌的广告语言和表达方式能够更贴近自己的文化和习惯，这就需要广告翻译者更加注重文化因素的考虑，采用更加地道、贴近消费者的语言来进行广告翻译。

参考文献：

- [1] 穆军芳, 张青青. 视觉语法视域下新能源汽车广告的生态性建构研究——以2020年奥迪新能源汽车广告为例[J]. 北京科技大学学报(社会科学版), 2022, 38(04): 419-428. DOI: 10.19979/j.cnki.issn10082689.2022040032.
- [2] 姜铭. 新媒体背景下新能源汽车传播策略研究——以特斯拉新媒体传播为例[J]. 新媒体研究, 2021, 7(08): 53-55. DOI: 10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2021.08.016.
- [3] 潘梦柔, 刘振婷. 多模态隐喻视域下比亚迪新能源汽车视频广告分析[J]. 文化创新比较研究, 2022, 6(35): 37-40.

作者简介：

张萨日娜(1992.10-)，女，蒙古族，内蒙古兴安盟扎赉特旗，内蒙古工业大学在读，硕士在读，翻译硕士专业，研究方向：翻译实践

刘月秋(1979.9-)，女，汉，天津津南，内蒙古工业大学，硕士研究生，外国语言文学专业，研究方向：英语语言文学，翻译。