

安徽省5A级景区英文网站建设的问题与对策研究

乔萍萍, 冯香丽

滁州职业技术学院, 安徽 滁州 239000

DOI: 10.61369/SDME.2026010026

摘 要 : 通过网络调查、内容分析、对比研究等方式, 梳理了安徽省5A级景区现有英文网站建设情况。调查研究发现, 安徽省现有13个国家5A级景区, 其中有5个景区设立了英文网站, 这些英文网站存在功能单薄、文本质量不高、多模态协同应用不足等问题。建议完善英文界面菜单和服务功能, 加强文本质量管理并建立译文质量控制流程, 同时融合多模态表达手段, 丰富数字化呈现方式, 从而增强海内外游客的文化体验与游览意愿, 向世界讲好“安徽故事”。

关 键 词 : 安徽省5A级景区; 英文网站优化; 国际形象; 多模态

Research on the Problems and Countermeasures of English Website Construction for 5A-Level Scenic Spots in Anhui Province

Qiao Pingping, Feng Xiangli

Chuzhou Polytechnic, Chuzhou, Anhui 239000

Abstract : Through methods such as network survey, content analysis and comparative study, this paper sorts out the current situation of English website construction for existing 5A-level scenic spots in Anhui Province. The survey finds that among the 13 national 5A-level scenic spots in Anhui, only 5 have established English websites. These English websites face problems including insufficient functional diversity, substandard text quality, and inadequate application of multimodal coordination. It is suggested to improve the English interface menus and service functions, strengthen text quality management and establish a translation quality control process, while integrating multimodal expression methods and enriching digital presentation forms. These measures aim to enhance the cultural experience and travel willingness of tourists at home and abroad, and better tell "Anhui stories" to the world.

Keywords : 5A-level scenic spots in Anhui Province; English website optimization; international image; multimodality

2024年2月6日, 文化和旅游部发布公告, 正式确定21家旅游景区为国家5A级旅游景区, 安徽省滁州市琅琊山景区入选。截至目前, 安徽省共有13个国家5A级景区。安徽省文化和旅游厅公布的数据显示, 2024年我省接待入境游客同比增长94.8%, 高于全国34.8个百分点, 安徽文旅产业的国际吸引力持续增强。习近平总书记指出, 文化产业和旅游产业密不可分, 要坚持以文塑旅、以旅彰文, 推动文化和旅游融合发展, 让人们在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美。推动文旅深度融合, 让国际游客在领略安徽自然之美的同时, 也能深刻感悟徽文化独特魅力, 成为提升安徽文旅国际竞争力的关键所在。在文旅产业国际化发展进程中, 景区官网作为信息集中、获取便捷且权威的对外传播窗口, 其重要性不言而喻。各景区英文网站作为向国际游客介绍当地旅游资源、提供出行建议的重要渠道, 是各地开展对外宣传的重要窗口之一。加强景区英文网站建设, 向国际游客介绍安徽省美丽的自然和人文景观, 促进文旅发展为经济赋能, 既是立足于提升景区服务质量的现实要求, 又是提高安徽对外形象的战略举措。

一、安徽省5A级景区英文网站设置情况

在安徽省现有的13个5A级景区中, 大部分景区的管理体制呈现管理权与经营权分离的特点: 通常由作为政府派出机构的景区管理委员会承担行政管理与规划监督职能, 而景区具体的开发运营、市场推广及网站建设等业务则由旅游开发公司负责。为准确地确认各景区官方英文网站, 本研究采用百度搜索引擎, 分别以“景区名称+官网”、“景区名称+管委会”以及“景区名称+旅游开发公司”作为关键词进行组合检索。需要说明的是,

此次研究范围仅限于景区专属网站, 即以景区核心名称命名、功能独立的网站, 仅在旅游开发集团官网设置景区介绍专栏的网站不属于本研究范围。部分景区存在管委会官网, 但其核心职能定位于政务公开与行政管理, 内容与游客的游览信息需求存在显著偏差, 因而亦不属于本研究范畴。

检索发现, 有五个景区设置了英文网站, 分别为黄山市皖南古村落——西递宏村(仅西递景区)、安庆市天柱山风景区、六安市天堂寨旅游景区、阜阳市八里河风景区、六安市万佛湖风景区以及滁州市琅琊山景区, 这些景区在其中文网站中设置了语言

项目信息: 滁州职业技术学院校级科研项目“安徽省5A级景区英文网站建设的问题与对策研究”(SKY-2024-2)。

作者简介: 乔萍萍, 助教, 硕士, 研究方向: 翻译理论与实践; 冯香丽, 副教授, 硕士, 研究方向: 英语语言学与英语教学。

切换的菜单，点击可以切换至英文界面。本研究的数据采集与核实阶段为2024年9月至2025年9月，以下关于安徽省5A级景区官方网站（包括中文主站及英文版）的检索、识别、访问与内容分析均在此时间窗口内完成。

二、安徽省5A级景区英文网站存在的问题

（一）功能单薄

旅游网站的信息传导性会正向影响旅游者的感知有用性与愉悦性，潜在旅游者的出游意愿会受到非常显著的影响。^[1]因此，旅游网站建设必然要以游客需求为导向，提供清晰、准确、即时的核心信息，展现景区的独特魅力，成为游客出行前至关重要的决策工具。反之，如果网站建设流于形式，内容陈旧，功能单薄，那么它不仅无法有效传递价值，更会严重损害景区的专业形象和口碑，其带来的负面效果甚至会大于不做。纵观安徽省5A级景区英文官网，部分网站只提供景区简介，具体的景点介绍、特色活动、交通指南等内容缺失，无法为外国游客提供实质性帮助。例如，八里河风景区官网和天堂寨景区官网虽然提供英语支持，但当切换到英文界面，则只有一段对景区的英文介绍，别无其他功能，导致网站的实用价值与传播效果大打折扣。

（二）文本质量有待提高

英文旅游网站作为向外国游客推销旅游品牌、传播旅游资源和资讯的重要窗口，其翻译质量会促进或制约旅游业的发展，还可以衡量一个省文化软实力的高低。^[2]安徽省5A级景区英文网站的文本多由其中文官网内容翻译或编译而来，这一转换过程存在若干问题，导致英文文本质量不佳。

1. 专有名词翻译不准确或不统一

景区网站文本中涉及到大量人名、地名、机构名等特有名称，这些专有名词的翻译质量直接关系到景区对外传播的准确性与品牌声誉，因此，准确且统一的译法至关重要。而在这些专有名词的英译处理上，部分景区英文官网仍存在语义传达不准确、译法不一致等现象。如西递中文官网中介绍了西递胡氏先祖胡昌翼研究经学，其英文官网中将“经学”译为“book of changes”，疑似译者将经学理解为《易经》。但“经学”指训释、阐述、研究儒家经典的学问^[3]，并非单指《易经》一本经典，因而译为“Study of Confucian Classics”更合适。琅琊山景区英文官网“Beauty Article of Langya Mountain”菜单下一篇名为“Record of the Langya Mountain”的文章中，将中文官网原文中的“欧文苏字”译为“Ouwen Su character”，疑似将“欧文苏”误当作人名，实际上“欧文苏字”指欧阳修的文章和苏轼的书法，可译为“the prose of Ouyang Xiu and the calligraphy of Su Shi”。万佛湖景区英文网站中的景区介绍中，出现了两种万佛湖的译法，分别是“Wanfohu”和“Wanfo Lake”，违背了术语翻译的一致性原则。

2. 语法与表达问题

部分译者英语语法敏感度不足或受母语思维干扰，将汉语的结构和表达方式生搬硬套在英语的行文结构上，导致译文存在单复数错误、句子结构混乱、成分残缺等语法问题，或是表达生硬，不符合英语母语者的阅读习惯，意义不明。

例：The Eight Mile River tourist area is located in the

eight in Yingshang County of Anhui Province town, East Ying River, south of the Huai River, as the best in all the land of farmers Park, known as the “Northern Plains a piece of pure land”, good natural environment was awarded by the United Nations environmental protection “five global Pokka”, scenic spot is a national agricultural tourism demonstration sites.

此处介绍来自八里河旅游区英文官网，中文官网中原文为“八里河旅游区位于安徽省颍上县八里河镇，东邻颍河，南依淮水，良好的自然环境被联合国授予环保‘全球五百佳’，景区是全国‘农业旅游示范点’，被安徽省列为省级自然保护区，国家5A级旅游景区。”该句英文译文存在着明显的质量问题。首先，中文流水句翻译不当导致译文结构混乱，各分句之间逻辑关系不明确，如“...located in the eight in Yingshang County of Anhui Province town, East Ying River, south of the Huai River, as the best in all the land...”一句。中文常采用意合方式串联短语，而英语作为形合语言，需要更显性的连接结构。该句正确处理方式是通过对拆分句子意群，将地理位置、获奖情况、称号认定等分别构成独立句子或从句。在表达方面，该句存在大量由过度直译导致的错误与生硬表述，如“...in the eight in Yingshang County of Anhui Province town...”。“八里河”可音译为“Balihe”（Eight Mile River），直接译为“the eight”属错误译法。该句可修改为：The Balihe (Eight Mile River) tourist area is located in Balihe Town, Yingshang County, Anhui Province, bordered by the Ying River to the east and the Huai River to the south. It was added to the Global 500 Roll of Honour by the United Nations for its environmental achievements. The scenic area is a national agricultural tourism demonstration site, a provincial-level nature reserve in Anhui Province, and a national 5A-rated tourist attraction.

3. 文化负载词处理不当

文化负载词（culture-loaded terms）指某种文化中特有事物的词、词组和习语，这些词汇反映了特定民族在漫长的历史进程中逐渐积累的有别于其他民族的独特的活动方式。^[4]非文学翻译有许多不同于文学翻译的特点，旅游文本往往带有本族语多重文化色彩和表达习惯。^[5]景区网站作为介绍当地历史文化民俗的重要平台，不可避免地会包含大量文化负载词。若能以恰当的方式填补这些文化缺省，便可实现良性的跨文化交际。关于文化负载词的处理策略，多个学者均有研究，提出了不同的翻译补偿策略，如意译、直译+注释、音译+注释等^[6]。但在部分景区的英文官网中，文化负载词仅仅被简单直译，缺乏必要的背景阐释。

例：In feudal society, the marriage was the whole show by parents or matchmaker, when someone is at the age of marriage; she or he will be matched by matchmaker according to their fortune and eight-character about her or his birth.

本句来自西递英文官网“FOLK CUSTOM”菜单下的“Marriage and wedding ceremony”版块，主要介绍了西递的婚嫁风俗，其中提到了“八字”这一中国特有的文化现象。八字指个人出生之年、月、日、时对应的天干地支组合，是中国传统民俗中用于推测个人命运的重要依据。对于外国游客而言，“八字”是一个陌生且难以理解的概念，而此处介绍并没有

对这一概念进行解释,导致他们可能无法全面理解这一民俗的内涵和意义。因此,可以采用直译+注释的方式将该句改写为: In feudal Chinese society, marriage was managed entirely by parents or matchmakers. When someone reached marriageable age, a match was made based on their fortune and the "eight characters", a traditional Chinese system that combines birth year, month, day, and hour (each represented by a Heavenly Stem and an Earthly Branch) to predict one's destiny.

（三）多模态协同应用不足

多模态话语指运用听觉、视觉、触觉等多种感觉,通过语言、图像、声音、动作等多种手段和符号资源进行交际的现象。^[7]对于景区官网而言,传统以文字描述和静态图片为主的信息呈现方式,难以充分还原景区独特的自然风光和文化底蕴。随着数字技术的发展,高清影像、虚拟现实、人工智能导航等现代化手段已逐步应用于部分官网,使用户能够更直观、立体地感知景区环境与文化内涵。而纵观安徽省5A级景区英文官网,大部分信息以文字形式呈现,视觉展示以静态图片为主,普遍存在图片资源不足、尺寸过小、分辨率低、内容陈旧等问题,缺乏高清图、动态影像等高质量视觉素材,体现出多模态手段的协同应用不足。以西递景区英文官网为例,“FOLK CUSTOM”菜单下文字外的符号资源只有几张尺寸小、分辨率低的照片,不利于跨文化游客对于民俗特色的直观理解;在用来展示西递优美自然风光的“SCENERY”菜单下,本该作为核心视觉吸引力的景区图片尺寸更是小得惊人,被压缩为邮票大小的缩略图。万佛湖景区英文官网“Wonderful views in Wanfohu”菜单下的雪景图甚至是2016年的图片。

三、加强安徽省5A级景区英文网站建设的建议

（一）增设英文界面菜单,丰富英文网站功能。

就目前设有英文界面的几处安徽省5A级景区而言,英文界面的内容大多只局限于景点介绍,信息呈现较为单薄。参照一些国外知名景点网站,除了对景点的地理位置、历史文化、荣誉称号等基本信息的介绍,还可增加一些实用菜单帮助国外游客规划行程,如购票信息、展览信息、开放时间、路线、周边食宿等;同时,可完善英文界面的在线门票预订系统,增设在线购票菜单,并支持多种国际常用支付方式。在与游客的互动方面,还可设立留言板区域,鼓励游客分享自己的心得体会和意见建议,并安排专人负责回复游客的留言和咨询,及时解决游客遇到的问题。

（二）加强文本质量管理,建立文本质量审校机制。

安徽省5A级景区不仅是安徽省各地旅游景点的示范标杆,更是区域旅游形象的国际名片,其英文网站的英译文本质量是当地人文素养的直观体现,因此有必要组建一支专业能力强、对文本和用户高度负责的英文文本制作团队和审校团队。文本制作团队应确保语言的准确性、流畅性和地道性,避免出现语法错误、中式英语、表达生硬等现象,同时要深入理解景区的文化内涵,准确传达文化信息,避免文化误解和失真。在此基础上,文本制作者还需加强平行文本研究。平行文本应用于翻译实践能有效改善译者语言能力薄弱和专业知识匮乏等对翻译质量的制约。^[8]文本制作者可搜集英语国家景点官网的文本作为平行文本来源,深入剖析其在词汇运用、

句式结构、篇章布局等方面的特点,并将其运用到实际的翻译或创作中去。文本审校机制也是确保翻译质量的重要一环,不仅要对英文文本的信息完整度和整体风格进行检查,还要核对有无拼写、标点、排版等方面的错误,确保专业领域内术语的一致性,避免不同译者采用不同译法造成的术语混乱。

（三）融合多模态手段,丰富数字化呈现方式。

多模态介入是翻译活动不可分割的一部分,拥有建构内容及思想的权力。^[9]对于景区网站设计而言,多模态手段的协同应用能够帮助游客更直观地感受和理解当地自然风光和人文内涵,有效激发其亲临实地的意愿。因此,网站建设团队应当重视视觉、听觉、空间等多模态在跨文化传播中的关键作用,充分利用包括文本、图像、声音、视频、超链接等不同形式的符号或符号连接形式,充分展现景区的视觉和文化魅力^[10]。在内容采集环节,既要捕捉景区的自然风光,又要注重记录具有文化特色的民俗活动、节庆仪式等场景。阜阳八里河的特色美食制作工艺、西递的婚丧嫁娶与徽州祠祭、以及六安天堂寨的天赐节等民俗活动,在现有网站中仅通过文字或少量静态图片呈现。若能在文字介绍的基础上,采用高质量视频进行动态展示,将能超越语言障碍,直观传递节庆的盛大场面、工艺的精湛细节与民俗的独特氛围,从而激发游客的体验意愿与访问动机。

四、结语

安徽省拥有着得天独厚的自然与人文资源,但当前5A级景区的英文网站在功能人性化、语言准确度和多模态表达方面仍有较大提升空间。优化景区英文网站不仅是一次技术升级,更是提升跨文化传播能力和本地化能力的体现,须以功能性为导向,避免流于形式的门面装点。通过丰富英文界面功能,提高英文文本质量,融合多模态表达,网站可以为国际游客提供更高质量的服务,更加生动地传递景区的视觉与情感冲击力,也能帮助外国游客更深入地理解安徽文旅的独特价值。安徽省5A级景区可借鉴国际优秀案例,结合本土特色,打造兼具视觉吸引力和用户体验的英文门户网站,提升国际旅游竞争力,向世界讲好“安徽故事”。

参考文献

- [1] 陈晔,易柳凤,何钊,耿佳.旅游网站的粘性及其影响因素——基于双系统认知理论[J].旅游学刊,2016,234(2):53-63
- [2] 林菲.福建旅游网站翻译现状的生态翻译学审视[J].北京航空航天大学学报(社会科学版),2014(6):88-91
- [3] 高明峰.“经学”与“儒学”概念辨析[J].山东省青年管理干部学院学报,2009(2):134-137
- [4] 廖七一.当代西方翻译理论探索[M].南京:译林出版社,2000:232
- [5] 李德超,王克非.平行文本比较模式与旅游文本的英译[J].中国翻译,2009(4):54-59
- [6] 郑德虎.中国文化走出去与文化负载词的翻译[J].上海翻译,2016(2):53-56
- [7] 张德禄.多模态话语分析综合理论框架探索[J].中国外语,2009,6(1):24-30
- [8] 周学恒,邓晓明.平行文本在非文学翻译中的应用[J].河北北方学院学报(社会科学版),2011,27(4):42-50
- [9] 吴赞.媒介转向下的多模态翻译研究[J].外国语,2001,44(1):115-123
- [10] 刘剑.地级市政府门户网站国际化建设及英译研究[J].电子科技大学学报(社会科学版),2012,14(2):59-63