



# 出海模式更加成熟和多元 翻译力量更加专业和高效 中国网文 世界圈粉

## 从兼职到全职，培养更专业的译者团队

“刀剑有何区别？”“怎么理解中国小说里的‘打脸’？”……最近，美国人Deathblade在海外视频网站YouTube上传了一系列“关于中国网文问答”的科普视频。而他在网站“武侠世界”上翻译的中国仙侠小说《一念永恒》已积累数万名读者，中国朋友亲切地称他“老白”。

老白是近年来中国网文“走出去”过程中海外译者群的一个缩影。伴随着中国网文出海热潮，起点国际、Wuxia World(武侠世界)、Gravity Tales(引力世界)等一批海外网文平台势头正猛，中国网文的海外粉丝群日益扩大，从东南亚国家再到美、英等国，足迹已遍布全球20多个国家和地区。

然而，中国网络文学在翻译上专业人才缺失、质量无人监管、效率难以把控等短板也显现出来，成为世界圈粉的一道难关。走出去的网络文学如何穿越文化壁垒，突破翻译关卡？如何探索网文译本对外传播的全新模式，找准下一步发力点？

《人民日报》

“剑客的剑，文人的笔，英雄的斗志。”这是老白从美国加州来到中国后写下的微信签名，也是他成为一名全职网文译者的心情注脚。

“平均每天两更，需要花费4个小时左右，一周更新14章，节日可能会送个‘爆更’给读者。”老白说，开始翻译一部小说要做好至少需两年的准备，如果不是真正热爱，根本难以坚持。

“我现在翻译‘我吃西红柿’的《莽荒纪》，几乎是在理解原作的基础上，用自己的方式重新写一遍。”“武侠世界”创始人赖静平认为，优秀的译者需要在译作中发挥创造的价值。令他欣喜的是，越发成熟的市场和稳定良好的运行规则，为译者提供了收入保障，使他们能够安全而稳定地产出内容。据了解，“武侠世界”2017年累计的访问人次达2400万，至今累计访问量超17亿次；签约全职译者的比例已接近一半，译者的门槛也从最初的每周更新3章提高至每周7—10章。作为出海渠道链条上的重要一环，网文的翻译力量正在专业化、正规化。

去年5月开放上线的起点国际，则探索着一条不同于民间翻译组的译者培养路线。阅文集团联席CEO吴文辉介绍，将通过“翻译孵化计划”加大投入培育孵化一支专业高效的译者团队，统一制定行文及词汇标准。现在，起点国际爆

款更新速度最快可达每日3至10更，上线作品已达100部，累计访问人次已超400万。

## 从国内到国外，探寻更多元的商业模式

网文在国内的兴盛源于“VIP付费阅读制度”这一核心商业模式的建立，但漂洋过海后情况却不尽相同。目前海外商业模式主要有广告、打赏与众筹三种。网文翻译网站大都免费提供译文，辅之以页面广告，通过打赏译者、众筹捐款等形式来鼓励译者积极性，增加章节更新。

《2017年中国网络文学出海白皮书》数据显示，海外中国网文读者不愿付费的占比达58.8%；而在愿意尝试的付费方式上，超过六成读者倾向于打赏译者和作者。“有次一位读者特意留言说，不好意思这个月收入拮据，不能支持你了。”《三界独尊》译者、网文翻译网站volare novels(飞阅文学)创始人艾菲尔(etvolare)说，读者付费有时仅出于支持译者。客观来说在按字数计费的逻辑下网文内容水分较大，与北美市场同类型小说相比还存在较大质量差距，难以让读者心甘情愿买单。

随着网络文学的海外市场持续拓展，商业化和产业化的必要性日益凸显。网文译本该不该收费？设置什么样的收费模式？如何进一步延伸和扩展出海全产业链条，将中国元素打入海外主流市场？这些问题还没有标准答案，各

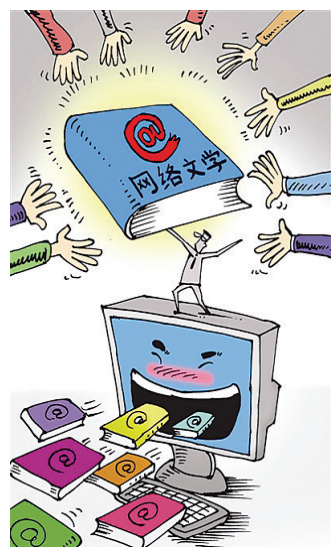
平台正在依托各自优势进行越来越多元化、差异化的探索。

“‘武侠世界’虽然设有预读功能，但付费率仅为1%—2%，在这种情况下，类似国内月票、VIP这样成熟的付费制度在国外的市场根基仍然薄弱。”赖静平认为未来网文出海的商业模式，仍然应该维持良好的免费阅读机制，同时建立一套成熟的“翻译—捐助—分享”体系。而起点国际凭借自身充足的正版作品储备形成的强大的市场竞争力，更大胆地探索了诸如VIP增值服务、预读计费制度等多元化商业模式建设。与此同时，不少IP海外效益和价值也日益凸显，如《全职高手》《从前有座灵剑山》动画在海外取得成功，对网络出海产业的进一步延伸和扩展提出要求。“未来，以深受海外读者喜爱的原生IP为核心，中国网文更需借助电影、游戏、动漫等形式，在全球文创市场大放异彩。”吴文辉分析。

## 从小众到主流，助推更多精品走出去

遗憾的是，“尽管中国的网络小说在海外越来越受欢迎，但它仍然是一个‘小众市场’，在主流文化中并不流行。”老白说。

从《2017年中国网络文学出海白皮书》统计来看，中国网文每年新增近15%的海外读者，市场空间潜力巨大；但业内共识和直观感受是高速增长现状不会一直保持，中国网络文学走出去机遇与挑战并存。



艾菲尔认为，在译者职业化比例增加的今天，个人风格和翻译品质将取代更新速度成为突出优势，“你的翻译要让读者融入小说，跟角色一起哭，一起笑，一起感受这个世界。”对于今天的网文来说，关键是打造更多能承载中国文化气度的优秀载体，让翻译精品更多地传播出去。老白翻译完结的网文《我欲封天》已接洽美国出版社，准备花一年的时间重新编辑并线上出版。

“对一个极有前景、极具发展潜力的海外市场进行开发，挖掘内容是基础，建立渠道、进入市场是关键。”吴文辉表示，期待政府发挥“火车头”作用，帮助企业境外“唱戏”。一方面固牢内容，“希望政府能倾斜翻译资源，加大翻译补贴和人才培养，在高校挖掘对中国文化有研究的境外人员。还可以与境外政府展开优秀网文翻译人才培养计划。”另一方面拓宽渠道，他希望，“政府带领国内网文龙头企业境外参展、根据企业合理要求提供境外合作伙伴白名单等，以构筑海外展示平台。”

