

# 网文出海,老外也爱看“霸总”

网文出海已成为文化企业出海“三件套”之一。据媒体报道,近几年,网文、网剧、网游等新载体,承载着东方神韵,在全球刮起“中国风”,成为文化企业出海“新三样”。

2021年,网文出海概念开始爆火,该赛道逐渐热闹。《2020年中国网络文学出海研究报告》显示:2019年,海外中国网络文学的用户数量达到3193.5万,中国网络文学在海外的市场规模达到4.6亿元人民币。在近期发布的《2023中国网络文学出海趋势报告》中提到,2022年中国网络文学全行业海外营收规模达40.63亿元,同比增长39.87%。数据显示,阅文旗下海外门户“起点国际”上线约3800部中国网文的翻译作品,培养约41万名海外原创作家,推出海外原创作品约62万部,累计访问用户约2.3亿。

经历数年的发展,网文出海已从读者自发翻译,到“WuxiaWorld(武侠世界网)”试水,再到如今国内头部企业多IP、多渠道的成熟运营。据了解,目前,网文出海的主要模式为“搬运”,即将国内成熟网文进行翻译,传播到海外市场。这一模式下,对手握版权和IP的老玩家来说,其成本主要为翻译和运营;对新玩家来说,除了固定的翻译成本,还需有购买作品版权的费用支出。而“翻译”是网文出海躲不过去的一环。

## 在国内给老外当翻译

现阶段AI还降不了网文翻译的成本。

“比如,网文中很多省略号,如果直接让AI翻译,它会以为这是让它补充发挥一下,然后哗啦啦长篇大论给你补写一大串。”李幸磊告诉记者,在使用AI或机器来翻译网文后,他们还要进行审核,但机器翻译时大概知道规则可以提前设定,目前AI更多是“乱发挥”。

李幸磊是海读科技创始人,目前公司的主要业务是承接国内出海网文的翻译。“AI充满未知性,你告诉它一个需求,然后它会尽量按照你的指令输出内容给你,但有时会接近,有时会出现较大的偏差。”李幸磊说。

海读科技位于北京通惠河畔,办公区被划分成两层,曾经用来接待的一楼,在业务的变化下改成了开放式办公区,二三十个员工的工位紧紧挨在一起,键盘敲击声此起彼伏。

2022年,海读科技成立,其业务主要面向B端用户,技术出身的李幸磊牵头创立了该公司。目前海读科技正式员工20人左右,平台下“覆盖”可用的译员已超过千人。

“网文出海可分为几个阶段,一开始就是先做海外华人,然后开始去做一些如东南亚这些地方的市场,后来才开始去做欧美市场。”李幸磊表示,一开始做欧美市场有点偏出版,和国内网文不是一个逻辑,后来因武侠世界网,大家才意识到原来网文翻译到海外也是可以的。

2014年,赖静平依靠翻译中国网文《盘龙》累积了一部分原始读者,次年他辞职后创立了武侠世界网。于是,武侠世界网成为第一家中国网络文学英语网站,为中国网文出海提供了初始平台。

这个平台和国内早期的字幕组相似,通过某个平台,组织众多“野生”译者自发地将中国网络小说翻译成外文。除了武侠世界网,同期国外主流网络小说英文翻译网站还有GravityTales、Webnovel、Volarenovels等等。

“有些译者一开始是读者,看了网文后觉得内容不错,就加入了。比如武侠世界网的创始人,他发现流量越来越大后,‘广告+免费阅读’的模式也能运转起来。后来有了盈利,武侠世界网的翻译也从过去志愿无偿翻译的模式变为专门的翻译团队来做这件事。”李幸磊说。

在这些平台免费推广下,才有了后来的中国网文的现象级破圈:大批外国读者入坑、追更,甚至有人不惜高价悬赏求翻译。

2017年左右,依靠中国仙侠题材网文起家的

武侠世界网成为中国网文出海平台的头部网站。Alexa全球网站流量排名显示,武侠世界网位列全球1000名左右。武侠世界网采用“预读付费”机制,与国内网文网站“按章收费”有很大区别。但在“预读付费”的同时武侠世界网还保有“等就免费”的模式,跟国内视频平台类似,“超前解锁”和延后的免费解锁并存,以此保证读者的长期活跃度。

但武侠世界网也只是让大家看到了可能性,网文出海的商业化依旧受到制约。

据艾瑞咨询数据,2019年中国网络文学盗版损失规模高达56.4亿元,在海外用户流量排名前十的文学网站中,作品侵权盗版率高达83.3%。当网文出海至世界各地,不同地区对版权要求也不尽相同,无法从根本上解决盗版问题。

除了盗版问题,翻译和文本也是网文出海中的“隐痛”。

记者在某海外网文网站首页推荐书目的评论区,发现有不少读者留言抱怨作品质量太差,“Writing poor(写作太差了)”“Grammar is basic(语法都很基础)”“incredibly lifeless(太不接地气了)”。

从事出海网文翻译的小羊解释道:“看网文的人大多也都知道目前出海网文质量参差不齐的,但现在没有什么比较好的解决办法,只能一个愿打一个愿挨。”

而李幸磊则认为,留言的只是少数,为网文买单的付费读者才是沉默的大多数。“从投放量看,发声的还是少部分读者。我们经历过一些评论说某些内容质量不好,但反过来去看它的付费转化率还是很高的,所以如果不去看完整的数据,就很容易被迷惑。”李幸磊说。

曾任职某上市公司网文出海项目的内容负责人肖帆表示,网文出海的成本一直不低,目前市面上纯机翻的价格在千字几毛,机翻+人工的价格千字20元—50元,纯人工翻译的价格是千字最低70元。他在职时,为提高翻译的准确性和阅读的体验,曾为提高文本质量培养了一批英语母语使用者做后期校对。“这样一算,光是翻译成本就难以控制。”肖帆说。

除了翻译成本,对中小玩家来说最头疼的还有版权问题。肖帆提到版权购买一直是网文出海成本的大头,爆款版权少的也要几万块,多的几十万都打不住。除此之外还有打包选书的形式,几千块能买一堆书,但里面能不能出一个爆款就要看运气了。

## 网文出海第一步,让老外懂“道”

“爽文”无国界。

“网文体量做大后,大家发现,我们这些网文故事的套路节奏,大家挺喜欢的。”李幸磊观察发现,最初出海网文的内容结构早已经发生了转

变,“如果说武侠世界网把喜欢武侠仙侠类型的读者都聚到了一起,那么随着女频文的兴起,‘霸道总裁爱上我’逐渐成为一种固定模式下的稳定产出。”



李幸磊回忆,欧美畅销吸血鬼小说《暮光之城》全球范围内销售已超1.5亿册,其套路便是围绕霸道总裁型男主和灰姑娘型女主展开爱情故事。“这种套路在国内网文中能找到成千上万的主题材作品。它在全球范围内的成功,也为中国女频文在海外的流行铺平了路。”李幸磊说。

相较男频文,翻译起来更加硬核的修仙、武侠类作品,女频文更简单省力,本地化也更加好做。李幸磊说,如果是翻译国内已有的女频文,本地化的大部分工作只需要把北京上海替换成纽约或伦敦,不需要费心地向读者解释各种“术语”。

但有一种情况是例外。李幸磊回忆,海读科技曾接过近年在女频文中比较流行的“重生马甲类”翻译,这类文本最开始就要介绍主人公身世,“比如这个女主她带着通天的中医修为重生而来,这个情节对东南亚、日韩等地比较好解释,但面向欧美时就没办法完全说明白。”

企业出海很大程度是取决于本地化做得怎么样。而文化类产品出海中,跨文化一直是无形的“强壁垒”。

据艾瑞咨询数据,2021年海外读者最喜欢题材,言情类占82.4%,幻想类占55.3%。从海外女频爆款《抱歉我拿的是女主剧本》的成绩也能看出,其在起点国际上线后,点击量超过3.574亿,在站内排行一直占据点击总榜、收藏总榜的榜首。同期男频最佳《天道图书馆》截至2023年点击量约在1.8亿。

“比这类重生系统文,更难搞定的是地地道道的男频修仙文。”李幸磊表示,公司每次接到这种需求,都会先找有经验的译员,再和客户沟通,看

最终翻译效果是否能如预期,而这样的翻译服务价格也会相对高一些。

武侠世界网在创立初期就发现了这个问题。对东方奇幻文化感兴趣的海外读者大有人在,但能真正成为铁杆书迷则需要经历一个漫长且有点痛苦的过程。

比如,如何解释最基础的“道”就难倒了很多。目前,国外某百科网站对“道”的翻译是“Tao”,再由英文直译过来的解释是:道即宇宙中自然的运行方式,一个人必须激发自己内在的潜能才能够被辨别是否有灵性。道不是一个简单的概念,而是要通过日常生活中的实际经验去看待。该网站对此字解释的拓展长达几千字,但对大多数海外读者来说依然很晦涩。

最初,武侠世界网对这类问题的解决方式是建立词库。把常看到的生僻词汇按词条做解释。“跟字典类似,读者读到难懂处能够立即查阅,但词库对读者留存起到的作用微乎其微,愿意花时间了解的人只会越来越懂,而绝大多数情况则是看不懂所以干脆不看了。”李幸磊说。

而这也让男频文和女频文的发展产生了差异。李幸磊发现有一些男频文费时费力翻译过去之后转化率很差,“读者的理解成本高,愿意持续付费看的读者就少。从这个角度说,没有阅读门槛的女频文才是市场选择的结果。”

小羊总结了有爆款潜质的几个题材:“海外网文爆款也分阶段,‘离婚带球跑’题材一直都是爆款的高频地带,前段时间最爆的是替嫁‘千金和马甲文’。”

## 出海网文遇短剧

“当时几个月里突然多出了一两百家做网文出海的公司。但仅仅2年不到的时间,这些公司要么没能活下来,要么转型去做短剧。”李幸磊回忆,2021年前后朋友圈里不少游戏行业的朋友跨行业来做出海网文,2022年后又有不少转行做了出海短剧。

“公司在决定做网文出海之初就订立了明确的目标,一年之内冲进行业前十,但一年之期到后,网文已非出海赛道最热的文化产品,即便冲进了前十,项目还是被砍掉。”肖帆表示。而后,肖帆本人也跟着“风口”去做短剧。

肖帆的经历并非个例,2022年开始,各家海外网文平台都开始短剧赛道发力。

记者梳理发现,最早出击海外网文的中文在线旗下的枫叶互动,2022年8月上线了短剧平台ReelShort,并一度在App Store娱乐类别中超越TikTok登顶。畅读科技旗下的MoboReader,曾海外上线过并稳居海外网文APP下载量前十,依托网文平台的成功,畅读科技又推出了MoboReels和Lera等多款短剧APP。专攻女频的海外网文平台Dreame,在2023年大刀阔斧砍掉了网文业务后,直接转型为线上短剧平台。

传统IP产业链主要分为前端内容生产、中端内容加工和终端营销传播这三个部分。前端的选择与生产过程奠定了IP的核心价值,中端的二次加工是对IP原创内容的创新与增值,最后环节的营销与

传播则是成熟的产品投入市场的分发与销售。

网文的产业链也与其相似。从商业来看,网文与短剧,天然一体。对曾经止步于终端营销传播的网文来说,又有了拓展,而短剧如同网文的“重生”。

在李幸磊眼中,短剧可以看作网文的衍生品。国内由网文IP改编而来的爆款短剧层出不穷,其在海外也有不俗的成绩。中文在线旗下小说网站的《民国复仇千金》改编成短剧《招惹》后,在国外视频网站上的播放量早已超千万。而ReelShort的爆款海外短剧《Fatal Temptation Between Two Alphas》也有同名小说在海外上线。

从网文到短剧,文化企业出海一直在循着市场选择推进。

李幸磊根据读者的阅读习惯分别贴上“小白”或“老白”的标签。“小白”接触的网文短剧相对较少,还处在兴萌芽的状态里;而“老白”则是读过近百本网文,深谙东方奇幻文化和社会背景。李幸磊表示:“小白到老白,只是一个过程,哪怕最开始是从离婚带球跑入坑的小白。”

在李幸磊眼里,无论是“小白”读者还是“老白”读者,在海外都是下沉市场的一分子,而这些下沉的读者才是真正的大众读者。“能在商业上取得成功,反而是文化企业出海最好的模式。”李幸磊说。

据《中国企业家》李海天/文

## 讲文明 树新风 公益广告



# 环境保护在心中 垃圾分类在手中