

文化出海“新三样” 开启本土化新模式

The "New Three" of Cultural Exports Embark on a New Model of Localization

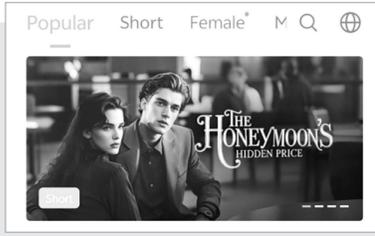
中国出版传媒商报记者 聂慧超



网易游戏《永劫无间》海报



YUEWEN WONDERLAND 嘉年华引爆新加坡, 谷子产品实力圈粉。



点众科技旗下小说平台Webfic界面

中国网文《宿命之环》引发外国读者疯狂“催更”, 游戏《黑神话:悟空》在全球“圈粉”, 短剧The Missing Master Chef(《消失的厨神》)成功跻身海外短剧热播榜前10……从产品到产业, 中国文化出海之路越走越宽。

近年来, 以中国网络文学、网络影视剧、网络游戏为代表的文化“新三样”迅速崛起。据商务部统计, 2024年我国文化贸易总额达1.4万亿元, 其中网络游戏、网络视听等数字元素非常富集的文化贸

易超过3700亿元, 在文化贸易的比重达25.8%, 已经超过四分之一。规模之外, 出海模式持续迭代升级, 如网文领域形成“IP跨国共创”生态, AI技术驱动“漫剧出海”新赛道, 游戏行业实现“3A研发+本土运营”双轮驱动等, 均展示了中国文化出海正从“产品输出”向“生态共建”加速跃迁, 中国文化企业逐步将“书—漫—影—游”等产业链模式带向海外。

用本地语境讲好中国故事

网文出海已成为中华文化“走出去”的一张名片。中国社会科学院日前发布的《2024中国网络文学发展研究报告》显示, 2024年网络文学出海市场规模超50亿元, 海外用户规模超3.5亿人。

“文化出海”新三样”是中国故事的青春化语态。它们以年轻表达建立起跨文化共鸣, 推动中华文化从“出海”到“入心”, 真正走进全球年轻人的文化生活。”阅文集团相关负责人介绍, 阅文集团不仅将文化出海视为商业增长的“第二曲线”, 更将其作为提升中华文化全球影响力的时代使命。近年来, 该公司在出版、有声、动漫等多个领域, 均迎来出海规模的快速增长, 截至2024年底, 已有约6800部中国网文翻译作品、1700部漫画、12部动画, 以及《庆余年》《大奉打更人》等大批IP改编影视在海外传播, 还培养了46万名海外作家, 推出约70万部海外原创作品。这些成绩不仅彰显了中国文化内容的强大吸引力, 也为全球文化产业的多元化发展注入了新活力, 持续拓展着中国文化在世界舞台上的影响力版图。

北京点众科技股份有限公司(以下简称“点众科技”)在文化出海策略上, 提供了一个经典范本。2019年9月该公司开始开展海外阅读业务, 上线了“Webfic”APP, 并在港澳台、东南亚等地区推出了“小说大全APP”以及“小说快读APP”两款繁体产品, 2023年开始推出面向海外市场的短剧应用DramaBox, 并加大了微短剧业务投入比例。目前面向160个国家和地区, 英语、西班牙语、印尼语、日语、韩语、中文繁体等10种语言提供数字阅读服务, 重点向北美等英语地区以及日韩等市场推出短剧业务, 取得较好的市场反响。

本地化是原创内容扎根海外市场的关键所在。点众科技相关负责人在阐述网文出海运营策略时, 将本地化方法论拆解为精准选品、特色供给、专业翻译3个核心维度。

在内容选品上, 以用户喜好为第一导向, 深入研究不同国家地区的文化背景、社会热点、读者喜好, 选择具有共通性且能引发当地读者兴趣的故事题材。以浪漫爱情类内容为例, 虽为全球通用题材, 但团队会依据不同地区的文化基因与审美取向进行精细选品: 针对欧美市场用户付费习惯成熟、消费能力较强且注重内容品质与思想深度的特点, 重点挑选制作精良、剧情紧凑且兼具创新性的网文作品, 通过翻译与本土化包装推向市场。

在内容供给层面, 点众科技充分发挥中国网文在玄幻、仙侠、武侠等特色题材的资源优势, 结合目标市场进行本地化改造。一方面对既有IP进行本地化二次开发, 在保留东方文化内核的基础上, 对世界观设定、叙事节奏等进行适应性调整, 使其更贴合海外读者的阅读习惯; 另一方面积极培育本土创作力量, 引导中国作者深入研究目标市场的文化背景与用户需求, 创作兼具中国元素与当地特色的原创故事, 从内容生产源头实现文化适配。

在语言转化环节, 点众科技建立了专业的翻译团队, 并与外部优质翻译机构建立合作, 针对不同语种的语言特性与表达习惯进行持续优化。“在翻译过程中, 我们非常注重对文化内蕴的准确传达, 对于一些具有中国文化特色或难以直接翻译的词汇、表达, 会采用意译、注释等方式, 让海外读者能够更好地理解和接受。同时, 也会根据目标市场的文化背景和读者习惯, 对情节描写、对话风格等进行适当的调整和优化, 使其更符合当地的文化表达方式。”

点众科技同样注重短剧的本地化呈现, 在制作海外短剧时, 虽然国内的编剧团队提供创意支持, 但具体的剧本创作则完全交由海外编剧负责, 以确保短剧内容更贴近当地文化和观众口味。

文化出海“新三样”中的游戏, 展现出独特价值的同时, 不断衍生出新的发展模式, 如“全球化+本

地化”双轨运营等。《2024年中国游戏产业报告》显示, 2024年, 中国自主研发游戏海外实际销售收入同比增长13.39%至185.57亿美元, 中国移动游戏的出海游戏收入占比前五的国家是美国、日本、韩国、德国和英国, 对其他市场的拓展也在持续强化。

作为国内游戏产业的领军者, 网易自2015年开启海外市场探索征程, 目前已成功发行超30款游戏产品, 近3年海外用户新增超3亿, 业务版图覆盖200余个国家和地区, 构建起横跨东西方的数字文化传播新通道。

网易游戏相关负责人表示, 旗下东方武侠题材多人动作竞技游戏《永劫无间》堪称近年来全球影响力最大、出海成果最突出的动作竞技类游戏之一。该游戏凭借硬核战斗玩法与东方美学的深度融合, 上市30天便迅速触达126个“一带一路”共建国家用户, 在越南等东南亚市场掀起全民竞技热潮。上线2年后, 其全球玩家总数突破4000万大关, 持续刷新国产买断制游戏的销售纪录, 树立了中国游戏出海的全新篇章。目前, 《永劫无间》已实现全球市场全覆盖, 支持英语、日语、韩语等12种语言, 通过本地化运营与全球电竞赛事体系, 进一步强化国际影响力。

在中华优秀传统文化创造性转化的探索中, 《永劫无间》形成三大核心方向: 以传统美术的写意场景呈现国风特色, 在美学和游戏设定中融入中国神话元素, 以及创造和诠释全新的东方英雄形象。该负责人谈道, “我们相信拥有几千年灿烂历史的中国文化对于世界玩家具有持续的吸引力和感染力, 我们需要寻找更容易让海外玩家产生共鸣的呈现方式, 帮助他们更好地理解和认知中国元素。比如, 我们在游戏《永劫无间》中, 将刀光剑影、拳拳到肉的侠客对决, 融入海外玩家高接受度的多人竞技生存玩法, 并率先应用顶尖的图形引擎技术, 以精美细节最大化呈现中国冷兵器近战美学, 让海外玩家在传统竞技的‘枪林弹雨’之外, 也能够体验中国武术‘我身无拘’的快感。”

AI驱动文化出海驶入快车道

伴随市场逐渐回归理性, 文化出海“新三样”进入了以精品化和精细化为特征的新阶段, AI工具参与制作流程成为其中一大风口。

对于国内很多网文领域来说, “AI+人工”模式被应用于多语种翻译领域, 显著提升了翻译作品的文化适配度与质量, 让“一键出海, 直达全球”成为可能。比如, 阅文集团借助AIGC技术助力优秀网络文学作品的规模化、多语种出海。据阅文集团相关负责人介绍, 目前, 该公司的网文已覆盖西班牙语、葡萄牙语、德语、法语、印尼语、日语等多个语种。借助于小语种翻译的突破, 日本、西班牙、巴西、法国、德国成为2024年网文海外增速前五大国, 尤其是日本的用户增速达180%, 几乎翻倍。从收入来看, 该公司2024年AI翻译的非英语作品的收入增长超过350%。中文在线近日正式推出面向国际创作者的AI写作平台——逍遥海外作者平台(XIAOYAO), 该平台依托中文在线自研的“逍遥大模型”, 聚焦英文小说赛道, 为全球创作者, 尤其是中国网文作者提供AI辅助写作与出海变现的全链路解决方案。

随着AI技术的迭代发展, 内容创作的“完善”维度正走向多元化, 从画风渲染到题材创新皆成为突破点。继电影、剧集成功实现全球化输出, 多部网文改编剧在海外主流视频平台创下亮眼收视成绩后, 影视出海的探索路径持续拓展——从短剧出海热潮的兴起, 到漫剧出海赛道的开辟, 再到AI漫剧迈入规模化生产阶段, 影视出海正在进入技术与内容融合创新的全新时代。

在短剧出海的大趋势下, 本身具备了二次元内容跨语种特质的漫剧, 在国际文化传播上文化壁垒相

对较低的优势被进一步放大。中文在线作为AI漫剧的先行尝试者, 已利用AI技术成功制作近百部漫画、动态漫作品, 包括《开局物价贬值百万倍, 我竟成了世界首富》《我在诡秘世界玩嗨了》等, 累计观看量超过30亿次。目前该公司已经有数十部漫剧在海外多个市场上线, 覆盖日韩、东南亚、北美、中东等地区, 市场反馈总体积极。据了解, AI漫剧制作全流程大致包括创意构思与剧本创作、角色与场景设计、分镜头脚本制作、AI图像生成、视频制作、配音与音效合成、后期剪辑等环节, 对比传统动画制作周期提效明显。今年中文在线预计生产300部AI漫剧, 进一步扩大海外市场布局, 更高效地制作符合国际审美的作品。

AI技术同样是内地游戏企业开拓海外市场的“新引擎”。无论是游戏的研发、运营, 还是市场推广, AI都发挥着日益重要的作用。比如, 网易游戏加码研发投入, 通过动态捕捉、AI生成等核心技术提升文化表达精度。三七互娱利用AI技术将文物修复体验融入游戏, 促进文化创新, 推动游戏高效出海。

深化IP的国际共创

“新三样”标志着文化出海的范式革新。从某种角度看, 产业的竞争力也代表了文化的影响力, 产业强则文化强。具有强烈IP属性的文化产品, 往往更具全球穿透力。2024年, 中国网络文学IP改编市场规模达2985.6亿元, 同比增长14.61%。随着短剧、游戏、衍生品与AI技术的深度融合, “多端协同、一体开发”的模式推动网络文学IP价值持续裂变。

阅文集团作为IP出海先行者, 见证并参与了中国IP产业的出海升级——从作品出海到模式出海、生态出海再到如今的“全球共创IP”新阶段。5月7日, 阅文集团与日本知名文化企业CCC集团在日本大阪达成战略合作, 双方将围绕IP共创与创新运营展开深度合作, 通过整合中日顶尖文化产业资源, 打通从网络文学创作培育、IP开发到线下运营的全产业链生态, 为中国网络文学出海探索全新范式。更引人注目的是, 阅文集团还携手茑屋书店开设限时快闪店, 通过沉浸式展览、互动体验与衍生品销售, 让中国知名IP深入日本年轻人的生活场景。

阅文集团相关负责人介绍, 该公司近年来与美、英、印等多国本土团队合作IP海外开发, 历届起点国际全球年度有奖征文品牌活动(WSA)获奖作品中, 已有七成进入有声、动漫、影视等开发中; 与大英图书馆开启合作, 10部中国网文人藏, 《诡秘之主》更与《莎士比亚十四行诗》《爱丽丝漫游奇境记》等经典名著展开联动; 与迪士尼、奈飞、索尼影业等海外影视、动漫、出版等顶尖伙伴合作, 协同提升IP在海外市场的长线生命力。此外, 与瑞士国家旅游局、新加坡旅游局合作探索“IP+文旅”融合模式, 包括与瑞士国家旅游局发起“全职高手: 25年相约苏黎世计划”, 开展为期一年的深度海外文旅营销活动; 在新加坡举办IP盛典、音乐节、IP市集等多元活动, 发挥“谷子”经济效能, 为IP出海探索新场景新体验。

点众科技在IP出海领域展现出精准的策略眼光, 其核心在于对国内IP题材与国外用户需求适配度的深度判断。点众科技相关负责人告诉记者, 该公司在IP开发过程中, 并非简单移植国内IP, 而是从故事背景和世界观入手, 进行符合国外用户文化背景的调整。以狼人题材为例, 公司通过对主人公设定的二次修改, 将其融入当地文化元素, 使IP在保留核心吸引力的同时, 更易被海外读者接受。“网文出海如今更加注重原创内容的生产, 更加本地化的内容才能更好地契合海外读者的喜好, 不过在此过程中, 我们仍然会以国内的套路和玩法为指导, 引导作者提供更有吸引力的作品。”

业者论坛

西班牙语国家包括西班牙和拉丁美洲以西班牙语为官方语言的众多国家, 其文学作品在中国有着悠久的历史研究译介和出版历史, 尤其在20世纪80年代对中国当代文学产生了重要影响, 在中国作家群掀起了关于魔幻现实主义的热议讨论。然而, 国内出版机构此前的出版焦点常集中在以《堂吉珂德》为代表的经典文学, 以及以加西亚·马尔克斯、博尔赫斯、巴尔加斯·略萨等为代表的拉美男性作家及其作品上, 对于在文学史上占有同样重要地位的女性作家作品的出版和传播则相对较少且起步较晚, 对该群体以文学史上经典作家的介绍为主。近年来, 国内出版界对西语国家女作家的关注显著升温, 相关出版工作不仅实现了与国际出版节奏的深度同步, 更呈现出多元题材交融、创作风格竞放之势。

西语文学作品的大量译介与出版主要集中在20世纪80年代, 归因于国内各高校成立近30年的西语专业培养了大量专家与译者, 《世界文学》等外国文学杂志的大力推动, 多位西语国家作家获得诺贝尔文学奖的加持, 以及读者对异域风格强烈的文学作品的渴求。其中, 西班牙内战后第一代女作家的领头人卡门·拉福雷特的《一无所获》(1982年由江苏人民出版社出版)和《破镜重圆》(1986年由陕西人民出版社出版), 以及拉美第一位诺贝尔文学奖获得者、智利女诗人米斯特拉尔《柔情》(1986年由漓江出版社出版)和《露珠》(1988年由上海译文出版社出版)均以单本形式出版, 让读者对西语国家经典女作家的创作有了初步的感性认识。

到了20世纪90年代, 西班牙19世纪现实主义文学大师帕尔多·巴桑, 内战后代表女作家卡门·孔德、梅塞·罗多雷达和索莱达·普埃托托拉斯, 以及拉美“文学爆炸”后时期的代表女作家伊莎贝尔·阿连德等作家的作品得以问世。河北教育出版社于1995年~1996年出版的“蓝珠子丛书”中的《温柔的激情: 拉美南欧卷》, 系统梳理了拉美和南欧诸国不同历史时期的女作家及其文学成就。该选集涵盖多元主题与体裁, 且从作家创作到译者团队均由女性担纲, 形成极具性别视角的文学图谱。

来到21世纪, 西语国家女作家作品既有以丛书形式(如人民文学出版社的“她势力”)出版的, 也出现了单本畅销书(如南海出版公司的《时间的针脚》)。阿连德和埃斯基韦尔等在文学史上占有重要地位的作家, 会以作家代表作品集的方式在我国“一版再版”, 创作体裁以长篇小说为主。近年来, 一大批70后、80后中青年女作家的单行本相继在我国出版, 如恩里克斯·施维柏林、路易塞利、弗洛雷斯等。她们有的是国际文学奖的新晋得主, 有的是首部作品就受到评论界广泛关注的新闻人, 这几位作家均以短篇小说为主要创作体裁, 几乎在原著出版3年内, 其中译本就与我国读者见面。

西语国家女作家在我国的出版历程, 从长期的不可见、起步晚, 到当前的风格多样、百花齐放, 与她们在本国的出版轨迹高度相似。这一转变与多重因素紧密相关: 越来越多的女性创作者勇于表达内心诉求, 学术界对相关对象的研究提供的学理支撑, 读者的阅读需求与审美趣味不断演变, 以及出版传播的推动力趋向多元化。一个有趣的现象是, 一些曾因被贴上“唯美浪漫”标签而被排除在“正典”之外的20世纪女性文学巨匠, 近年来在各国新书畅销榜单中持续占据一席之地, 如皮尼克、邦巴、佩里·罗西等。她们虽曾斩获奖项并获得时代认可, 却长期徘徊于主流视野边缘, 一度被遗忘。如今, 她们的重新走红呈现两种路径: 一是因曲折的人生轨迹和反叛时代的精神特质, 在社交媒体上引发年轻人的情感共鸣和追捧; 二是新一代女性读者和作家试图寻找文学的母系血脉, 通过跨时空对话重新“发现”其风格、语言与美学价值, 推动了对她们的再解读。

这种文学经典的重构与拓宽对我们具有积极的参考价值。相较于西语文学的男性作家所达到的广泛影响力和公众知名度, 大多数西语国家女作家在中国的出版传播仍有较大的发展空间。我国大部分读者对西语国家的大量经典作家, 尤其是女作家感到陌生。如何培育读者对多样化文学的兴趣, 是出版界面临的挑战。如今, 市场的精细化程度越来越高, 读者的口味各异, 高情感共鸣、强情绪交流的需求成为其选择图书的驱动力。经历了时空考验, 兼具地域特色和普遍情感表达的西语国家女作家的作品, 恰恰能够与上述提及的读者需求完美契合。此外, 学界对女作家的研究(如文学史介绍、研究专著)走在作品出版前列, 学术界的关注是推动特定作家作品进入出版视野的重要驱动力之一。未来可以继续加强与学术研究的联动, 增强营销活动中的情感交流针对性, 实现学术研究、专业翻译与大众出版的良性互动, 在填补出版空白的同时, 巩固与发展好读者群, 将更多具有文学价值但市场知名度不高的女作家的作品引介给读者。(作者单位: 人民文学出版社)

『她势力』观察: 西语国家女作家在中国的出版现状与展望

张欣宜