

目录

总主编的话	i
前言	vii

第一章 中国网络文学译介与传播的脉络样态	1
----------------------	---

1.1 网文企业的海外出版授权	2
1.1.1 阅文集团男频网文尝试开拓海外市场	2
1.1.2 晋江文学城女频网文逐步主导海外出版市场	4
1.2 海外粉丝群体的自发译介	10
1.2.1 东南亚言情网文翻译网站的创设	11
1.2.2 中国网络小说英译网站的崛起	13
1.2.3 其他语种网文翻译网站的勃兴	20
1.3 网文企业的翻译作品输出与原创内容培育	23
1.3.1 头部网文企业的翻译作品和运营生态出海	24
1.3.2 新兴网文企业的多语种海外原创网文平台	39
1.3.3 中国互联网企业的多语种海外原创 网文平台	42
1.4 网文 IP 改编影视剧与动漫联动出海	44
1.4.1 网文 IP 改编影视剧在海外方兴未艾	45
1.4.2 网文 IP 改编动漫在海外崭露头角	57

第二章 中国网络文学译介与传播的发展态势

67

2.1 传统阅读模式及其受众群体的迭代演进 ······	67
2.1.1 在线阅读用户规模增速放缓 ······	68
2.1.2 受众群体的迭代及其审美意识的转变 ······	70
2.2 网文 IP 跨媒介国际传播的多模态趋向 ······	72
2.2.1 当代世界文化实践的视听转向 ······	73
2.2.2 网文 IP 改编微短剧的生态出海 ······	75
2.2.3 网文 IP 改编广播剧与游戏的“破圈”潜力 ······	80
2.3 网文 IP 衍生品和主题文旅的情感消费新形态 ······	84
2.3.1 网文 IP 衍生品 ······	85
2.3.2 网文 IP 主题文旅 ······	87

第三章 中国网络文学译介与传播的效能分析

92

3.1 《三生三世十里桃花》跨媒介国际传播的联动效应 ······	93
3.1.1 英译本声名初显 ······	94
3.1.2 电视剧改编名声大噪 ······	97
3.1.3 电影改编聚讼纷纭 ······	101
3.1.4 风靡海外的底层逻辑 ······	104
3.1.5 小结 ······	117
3.2 《魔道祖师》多语种多模态国际传播的经典效应 ······	118
3.2.1 粉丝英译本无胫而行 ······	119
3.2.2 动画版声名鹊起 ······	127
3.2.3 电视剧版久盛不衰 ······	130
3.2.4 官方英译本再掀热潮 ······	135
3.2.5 经典化的逻辑动因 ······	143
3.2.6 小结 ······	153

3.3 《许你万丈光芒好》跨媒介连载的口碑效应 ······	155
3.3.1 粉丝翻译网站连载积累初始人气 ······	156
3.3.2 起点国际翻译连载提升阅读体验 ······	157
3.3.3 数字化出版赢得高度认可 ······	172
3.3.4 英文版漫画起点国际连载增强受众黏性 ······	176
3.3.5 小结 ······	178
第四章 中国网络文学译介与传播的优化机制	180
4.1 叙事体系的中国性与题材类型的多样性 ······	181
4.1.1 彰显中国故事的文化底蕴与情感深度 ······	182
4.1.2 推动题材类型的分众化与差异化布局 ······	183
4.2 IP 衍生开发的协同与跨媒介传播平台的联动 ······	186
4.2.1 构建全 IP 产业链协同的海外运营机制 ······	186
4.2.2 搭建跨媒介协同的海外传播平台 ······	189
4.2.3 构建基于情感共同体的社交传播机制 ······	191
4.3 译者群体的中外协作与翻译过程的归异平衡 ······	193
4.3.1 构建多元译者协同合作的翻译机制 ······	194
4.3.2 遵循归异平衡文化调适的翻译诗学 ······	196
第五章 中国网络文学译介与传播的挑战与展望	200
5.1 挑战与思考 ······	200
5.1.1 本土化运营 ······	201
5.1.2 海外推介渠道 ······	203
5.1.3 国际版权保护 ······	206
5.1.4 海外本土内容竞争 ······	208

5.2 启示与展望	211
5.2.1 内容创作的文学自觉与世界视野	212
5.2.2 国际传播的受众思维与市场导向	213
第六章 结语	216
参考文献	220

中国网络文学译介与传播的脉络样态

2001 年左右，中国网络文学开始在东南亚地区传播。其 20 余年的海外传播历程可大致分为三个阶段，分别以版权输出、翻译连载、生态出海为主要标志，投射出网络文学衍生开发的产业形态愈益多元化的发展脉络。第一个阶段（2001—2013 年），中国网文企业开始向泰国、越南等东南亚国家出售网络小说实体书版权。第二个阶段（2014—2017 年），海外粉丝群体自发创建的中国网络小说翻译网站率先在海外掀起阅读热潮，阅文集团等中国网文企业亦随即自主搭建海外传播平台，推动网络小说的大量翻译和在线连载。与此同时，由网文 IP 改编的影视剧在东南亚、日韩及欧美等地区初露锋芒。第三个阶段（2018 年至今），阅文集团的海外传播平台起点国际开通了海外原创功能，将中国网络文学的运营模式输出至海外市场。随着翻译效率的持续提升，中国网络小说的输出在语言种类和题材类型上不断丰富，覆盖的国家和地区日益广泛。大量改编自热门网文 IP 的影视和动漫作品通过海外电视台及流媒体平台实现与国内同步播出，受到海外观众热捧。网文企业的海外出版授权也进一步拓展至日韩、欧美、拉美等国家和地区。中国网络文学在海外逐步建立起多语种翻译、多模态传播的生态，形成了海外出版授权、在线翻译连载、网文 IP 改编的影视和动漫作品联动出海的格局。

1.1 网文企业的海外出版授权

中国网络文学的海外传播历程始于海外出版授权，网络玄幻小说最早通过实体图书出版走进海外读者的视野。马季（2023：16）在论述网络文学的缘起和脉络时指出，没有玄幻小说，就没有今天的网络文学，玄幻小说以其独特性为网络文学打开了一扇大门。诚然，玄幻小说从中国古代神话、历史传说和文化典籍中汲取叙事资源，与西方奇幻文学的创作模式迥然不同，其恢宏奇异的世界架构以及新颖独特的情节设定充分满足了海外读者的猎奇心理和阅读趣味，故而在海外受到狂热追捧。许多热爱中国网络玄幻小说的海外读者在一些论坛中直接将“玄幻”音译为Xuanhuan，用以指称具有东方文化背景的幻想小说，以区别于西方幻想小说（庄焕明2021：255）。由此，Xuanhuan逐渐演变为网络文学在海外读者群体中具有代表性的文化符号。可以说，正是玄幻小说为中国网络文学在海外打响了知名度。此外，仙侠、历史、奇幻、游戏、言情等题材的网络小说亦受到众多海外读者喜爱。总体而言，阅文集团主导了玄幻、仙侠、历史、奇幻、游戏等男频网文的版权出海，而晋江文学城则主导了言情、耽美等女频网文的版权出海。

1.1.1 阅文集团男频网文尝试开拓海外出版市场

起点中文网创建于2002年，是阅文集团旗下的原创网络文学网站，诞生了在国内外拥有庞大读者群体的玄幻、仙侠、武侠、历史、奇幻等众多男频网络小说类型，成为中国网络文学出海的先锋和主力。早在2001年，“宝剑锋”（后来的起点中文网创始人之一）的玄幻小说《魔法骑士英雄传说》便开始在东南亚地区传播。2004年，起点中文网向泰国、越南等国家出售网络小说版权，涵盖玄幻、历

史、言情等题材。2006 年，“天下霸唱”的悬疑小说《鬼吹灯》被翻译成越南语和韩语出版，“萧鼎”的仙侠小说《诛仙》在越南打开了中国网络小说的市场。2011 年，“南派三叔”的奇幻小说《盗墓笔记》英文版上架亚马逊平台。2013—2014 年，中国网络小说在越南掀起阅读热潮。“猫腻”的玄幻小说《将夜》泰语版以分册形式在泰国出版，曾登顶 2016 年度泰国 Naiin Bookstore 排行榜榜首，受到泰国读者的热烈追捧。时至今日，泰国许多大型书店仍将《将夜》泰语版置于畅销区的显眼位置，由此可见其持久的市场影响力。

此外，阅文集团还向日韩、欧美等国家和地区输出了大量热门网络小说的实体和数字出版权。2015 年，“蝴蝶蓝”的游戏竞技小说《全职高手》的日文版由日本知名出版社 Libre 出版，下载量高达 3,000 万次。为了帮助日本读者更好地理解文中的网络竞技词汇，网站还专门开辟了“用语解说”栏目（阅文集团 2018a）。截至 2017 年，阅文集团海外授权出版的作品超过 300 部，涵盖英语、法语、韩语、日语、泰语、越南语、土耳其语等 7 个语种。2017—2018 年，《鬼吹灯》英语纸质版第一部 *The City of Sand* 与第二部 *The Dragon Ridge Tombs* 由美国企鹅兰登书屋出版。2018 年，“囧囧有妖”的言情小说《许你万丈光芒好》授权以越南语、泰语和土耳其语等多种语言出版数字产品，并授权越南文化企业进行影视改编。此外，阅文集团还授权法语区最大的中国文学爱好者社区 Chireads 上线《放开那个女巫》《斗破苍穹》《我欲封天》《盘龙》《择天记》等 23 部作品的法语电子版；同时，授权土耳其 Epik 公司出版《盘龙》《星辰变》《全职高手》《天道图书馆》《放开那个女巫》等 37 部作品的土耳其语电子版（阅文集团 2018b）。另外，“天蚕土豆”的玄幻小说《斗破苍穹》已授权出版泰语纸质版以及英语、法语、韩语、泰语、土耳其语的电子版。2020 年，“唐家三少”的玄幻小说《斗罗大陆》授权法语版，

“我吃西红柿”的奇幻小说《盘龙》授权土耳其语版。截至 2023 年 10 月 31 日，阅文集团向全球多地授权数字出版和实体图书出版作品 1,000 余部，已与 66 家海外出版机构建立了合作关系（虞婧 2023）。截至 2024 年 11 月 30 日，阅文集团网文签约海外出版授权书同比增长了 80%（中国音像与数字出版协会 2024）。

1.1.2 晋江文学城女频网文逐步主导海外出版市场

晋江文学城创立于 2003 年，是在国内外皆有广泛影响力的专注女性读者市场的原创网络文学平台，亦是推动中国网络小说海外出版的核心力量之一。截至 2025 年 9 月，平台已上线超过 675 万部作品，涵盖言情、纯爱、穿越、仙侠及衍生等多种题材类型，孕育了《花千骨》《知否？知否？应是绿肥红瘦》《魔道祖师》《天官赐福》《撒野》《默读》《破云》《偷偷藏不住》《黑莲花攻略手册》等众多拥有百万级粉丝的经典网文 IP。目前，晋江文学城的注册用户数超过 7,397 万，日均页面浏览量超过 4 亿次。全球有近 200 个国家和地区的用户访问该平台，其中美国、加拿大、澳大利亚等发达国家的用户占比较高，海外用户流量占比超过 10%。¹ 这些数据充分说明，女频网络文学这一独特的文化现象，在国内外皆拥有广泛的年轻女性受众群体。

晋江文学城主要通过版权输出的方式推动旗下的网络小说出海，包括海外实体出版授权、海外数字出版授权以及授权海外合作方进行影视、动漫、广播剧、舞台剧等形式的改编。言情小说是晋江文学城受众覆盖面最广的题材，包括古代言情、现代言情、幻想现言、古代穿越、奇幻言情等多种细分类型，不仅在国内出版市场占据超

¹ 以上数据均引自晋江文学城官网。

过 70% 的份额，亦受到海外出版商的广泛关注。2011 年，晋江文学城签订首份越南语版权合同，正式开启了言情类网络小说的出海之路。2011—2012 年，晋江文学城陆续与越南、泰国等国家的版权合作方达成协议，以文化底蕴相近的东南亚国家作为版权出海的第一步。2019 年，晋江与马来西亚、缅甸等国家签署了实体和数字出版授权的合作协议。截至 2023 年 9 月，东南亚是晋江文学城海外出版授权签约量最多的地区，占其出海作品总量的 70%，其中授权泰国的作品最多，其次是越南（刘旭东 2023）。从晋江文学城公布的版权出海成果来看，泰国至今仍是其海外出版授权签约量最大的国家。许多晋江文学城的网络小说在东南亚国家出版纸质图书后多次加印，并屡次登上当地畅销书榜单。

值得关注的是，网络小说在海外出版的纸质图书与据其改编的影视剧可为彼此造势，相互成就。如“Fresh 果果”的仙侠言情小说《花千骨》在东南亚地区广受欢迎，正是纸质图书与其改编影视剧联动传播的结果。2012 年，有懂中文的越南网友在当地网络平台翻译《花千骨》等网文作品，吸引了大量读者追更。晋江文学城随即主动联系越南出版商，授权其出版《花千骨》越南语纸质版，图书上市后迅速掀起阅读热潮，多次加印后仍持续畅销。同年，晋江文学城也售出了《花千骨》泰文版纸质书版权。2013 年，《花千骨》泰文版以分册形式出版，一经推出便被抢购一空，迅速积累了庞大的读者群体。2015 年，《花千骨》改编的电视剧还在国内热播期间，就引起了泰国粉丝的强烈关注。泰国青年竞相模仿女主角花千骨的“女神”妆容，在泰国社交媒体上蔚然成风，被泰国的《星暹日报》称为“花千骨现象”。《花千骨》在越南最大的视频网站 ZingTV 播出期间，点击量突破千万次，并带动原著小说在当地热销至断货。此外，网文改编影视剧的海外热播，亦能带动更多作品出海。2018 年，“关心则

“乱”的古代言情小说《知否？知否？应是绿肥红瘦》改编的电视剧在国内热播时，也陆续在马来西亚、新加坡等国电视台及 YouTube 平台播出。2019 年 4 月，该剧在韩国播出，成为韩国中华电视台收视率排行榜冠军，由此带动了晋江文学城更多的网络文学作品进入韩国市场（渠竞帆 2024）。

事实上，网络小说改编的影视和动漫在海外积累了高人气之后，不仅能够带动原著小说的多语种出版，亦能推动作者其他作品的海外出版。“墨香铜臭”的玄幻小说《魔道祖师》堪称这一模式的典范。自 2018 年起，《魔道祖师》改编的同名动画以及电视剧《陈情令》相继在海外引发广泛关注和热烈讨论，不久便带动了《魔道祖师》多语种译本的竞相出版和全球畅销。2019 年 6 月，《陈情令》在泰国播出后，《魔道祖师》小说泰语版在泰国各大书店热卖至断货。时至今日，《魔道祖师》仍受到众多泰国年轻读者的喜爱，不少书店将主角蓝忘机和魏无羡的人形立牌及海报布置在门口进行宣传。2019 年 10 月，《陈情令》在韩国热播，带动了古风耽美武侠小说及影视剧风靡韩国。如今，《魔道祖师》仍稳居韩国“10 后”青少年群体畅销书第一名（丁茜雯 2024）。2020 年 9 月，《魔道祖师》动画在日本播出，受到众多日本粉丝高度好评。2021 年 5 月，《魔道祖师》小说日语版 4 卷上市，累计发售超过 35 万册（渠竞帆 2024）。2021 年 12 月至 2023 年 5 月，《魔道祖师》小说英文版 5 卷由北美知名漫画出版商 Seven Seas Entertainment 出版，第一、二、五卷登上了《纽约时报》畅销书排行榜。2022 年 12 月至 2024 年 10 月，《魔道祖师》西班牙语版 9 卷由西班牙出版社 Norma Editorial 出版。2022 年 12 月至 2025 年 1 月，《魔道祖师》小说德语版 8 卷由德国出版社 TOKYOPOP Verlag 出版。2022 年 12 月至 2025 年 8 月，《魔道祖师》法语版 5 卷由法国出版社 MxM Bookmark 出版。

《魔道祖师》风靡全球亦带动了“墨香铜臭”另外两部玄幻小说的多语种出版。2021年12月至2022年11月,《人渣反派自救系统》英文版4卷由Seven Seas Entertainment出版,第一卷亦登上了《纽约时报》畅销书排行榜。2023年,《人渣反派自救系统》日译本电子版在日本连载,实体书第一卷则于2025年2月出版。2024年4月至2025年11月,法国出版商MxM Bookmark计划出版《人渣反派自救系统》法语版4卷。此外,2021年12月至2023年11月,Seven Seas Entertainment出版了《天官赐福》英文版8卷,第一卷和第八卷同样登上了《纽约时报》畅销书排行榜。2022年至2024年,俄罗斯出版商Komilfo出版了《天官赐福》俄语版6卷。2024年9月至2025年3月,西班牙出版商Planeta Publishing出版了《天官赐福》西班牙语版前三卷。2024年7月至2025年10月,《天官赐福》法语版前三卷亦由法国出版商MxM Bookmark出版。此外,2022年和2023年,《天官赐福》还分别授权日本和缅甸出版商出版。

近年来,中国网络小说在俄罗斯市场受到狂热追捧,实体图书销量激增。在俄罗斯圣彼得堡百年书店,晋江文学城的网络小说俄语版已成为热销出版物。值得关注的是,《天官赐福》的畅销已成为近年来俄罗斯图书市场令人瞩目的文化现象。《天官赐福》俄语版出版后迅速席卷俄罗斯图书市场,连年稳居各大书店畅销书排行榜榜首。圣彼得堡国立大学汉学家阿列克谢·罗季奥诺夫(Aleksei Rodionov)指出,《天官赐福》俄语版第一卷发行了8万册,自20世纪90年代以来还没有任何书籍有过如此大的发行量(俄罗斯卫星通讯社2022)。据俄罗斯卫星通讯社报道,《天官赐福》俄语版前三卷总发行量超过50万册(俄罗斯卫星通讯社2023a),而第四卷和第五卷的首印量均达到12万册(俄罗斯卫星通讯社2024),由此可见《天官赐福》在俄罗斯的受欢迎程度。

2023年，俄罗斯图书联盟发布的销售数据显示，《天官赐福》前三卷连续两年位居俄罗斯小说销量榜首，超越了全球畅销书作家J. K. 罗琳（J. K. Rowling）的“哈利·波特”系列。俄罗斯图书联盟2024年上半年图书销售数据显示，《天官赐福》以9,200万卢布（约合756万元人民币）的销售额位居榜首，其中第六卷贡献了3,900万卢布的销售额，排名第三的是“墨香铜臭”的处女作《人渣反派自救系统》，总销售额为3,250万卢布（赵依雪2024）。此外，罗季奥诺夫还提到，2020年，“墨香铜臭”的小说《魔道祖师》四卷本在俄罗斯出版时，马克杯、背心、T恤等各种衍生商品也随之进入俄罗斯市场（俄罗斯卫星通讯社2022）。2023年，《魔道祖师》已经第六次再版（俄罗斯卫星通讯社2023b）。由是观之，“墨香铜臭”的3部代表作在俄罗斯年轻读者群体中有着不可估量的影响力。俄罗斯出版商Komilfo编辑部的中国事务负责人叶连娜·梅德韦德尼科娃（Elena Medvedikova）曾谈到，中国网络文学在俄罗斯的盛行，主要缘于俄罗斯本土缺乏高质量的青春文学，无法为年轻读者提供太多作品，《天官赐福》因此成为一股新鲜空气（俄罗斯卫星通讯社2023a）。由于《天官赐福》在俄罗斯受到空前欢迎，当地出版商纷纷将目光投向中国的热门网络小说。

继《魔道祖师》《天官赐福》及其改编作品在全球引发广泛关注之后，耽美网络小说在海外出版市场的热度持续攀升，甚至超过了男频的玄幻小说，愈益受到东南亚、日韩、欧美、巴西等国家和地区出版机构的青睐。从晋江文学城近年来公布的版权出海成果可知，《小蘑菇》《二哈和他的白猫师尊》《杀破狼》《默读》等在国内点击量超过百万次的高人气耽美小说，相继进入了俄罗斯、日本、韩国、匈牙利、美国、加拿大、巴西等国家的出版市场。2022—2023年，“一十四洲”的耽美科幻小说《小蘑菇》相继授权韩国、泰国和俄罗

斯等国的出版商出版；“肉包不吃肉”的耽美仙侠小说《二哈和他的白猫师尊》相继授权缅甸、匈牙利、美国和加拿大等国的出版商出版。2023—2025年，“肉包不吃肉”的耽美仙侠小说《余污》相继授权韩国、泰国、美国和越南等国的出版商出版。此外，其耽美都市小说《病案本》亦于2024年相继授权日本、美国和泰国等国的出版商出版。近年来，晋江文学城签约作者“Priest”的热门耽美小说尤其受到海外出版商青睐。2022—2024年，“Priest”的耽美奇幻小说《烈火浇愁》先后授权泰国和日本的出版商出版，其耽美奇幻小说《残次品》亦先后授权日本出版纸质和电子版；2023年，其耽美都市小说《默读》授权日本出版商出版；2023—2024年，其耽美都市小说《镇魂》相继授权美国、加拿大和巴西等国的出版商出版；2022—2025年，其耽美历史小说《杀破狼》亦相继授权缅甸、美国、加拿大和巴西等国的出版商出版。2023—2024年，“语笑阑珊”的耽美历史小说《帝王攻略》先后授权越南和巴西的出版商出版。

毋庸置疑，越来越多的海外出版机构引进晋江文学城的高人气耽美网络小说，很大程度上缘于国内外年轻女性读者群体的审美趣味与情感诉求具有高度一致性，这些作品在海外市场同样有着巨大的传播潜力与市场价值。耽美网络小说涵盖玄幻、科幻、仙侠、重生、穿越、历史、权谋、悬疑、都市等多种细分类型，颠覆了传统言情小说中“男强女弱”的叙事套路，通常以“双强”的人物设定展演跌宕起伏、充满悬念和转折的故事情节。近年来，越来越多的海外粉丝因喜爱中国耽美网络小说而热衷于“嗑CP”¹，通过沉浸于主

¹ CP是英文coupling（配对）的缩写，最初起源于日本ACGN（即动画、漫画、游戏和小说）领域的同人文化。所谓“嗑CP”，是指极度喜爱并沉浸于小说、动漫、影视作品甚至现实生活中的特定配对关系，并从中获得精神愉悦和情感满足的行为。

角之间的美好情感获得精神愉悦。广大 CP 粉通过情感同构和情感意义的生产形成群体共情，建构起具有群体身份符号的情感共同体（刘旨 2023：91–92）。这种以情感为纽带的粉丝社群具有参与性、生产力和创造力（费斯克 2006：173–175），能够推动作品的广泛传播并扩大其 IP 衍生价值。

10 多年来，晋江文学城的海外出版授权规模持续扩大，已成为在海外市场出版网络小说实体书和电子书最多的平台。截至 2024 年 11 月，晋江文学城海外授权出版的网络小说累计超过 5,000 部，输出范围覆盖东南亚、日韩、欧美等 20 多个国家和地区（渠竞帆 2024）。晋江文学城推动女频网络文学出海的经验表明，作品本身的质量和口碑至关重要。好故事能让海外出版商有迫切引入的需求，许多海外出版商会参考晋江文学城的各类排行榜挑选作品。从题材偏好来看，玄幻仙侠、穿越时空、江湖侠义等类型的作品更受日本、韩国、泰国和缅甸等国家的读者青睐；越南读者更偏爱现代校园和情感类作品；欧美读者则更关注推理悬疑、古代玄幻仙侠及现代奇幻冒险类作品（扬子江网文评论 2025）。

1.2 海外粉丝群体的自发译介

值得注意的是，中国网络文学最初在东南亚和北美等地区引起广泛关注和热议，很大程度上归功于海外粉丝译者的自发译介与传播。不可思议的是，中国网络文学通过这一契机燃起燎原之火，逐渐占据了传统印刷文学未能触及的海外类型小说市场，并依托新媒体所蕴含的巨大传播潜力，逐步发展为当今全球瞩目的文化现象。全球互联网和数字媒体的勃兴为大众提供了一个人人皆可参与的公