

# AI时代跨境电商语言服务者的角色重构与能力框架：从“语言转换者”到“跨文化沟通顾问”

董爱林, 石志亮

中原工学院外国语学院, 河南 郑州

收稿日期: 2026年8月31日; 录用日期: 2026年10月3日; 发布日期: 2026年10月15日

## 摘要

人工智能进入跨境电商语言服务之后, 机器翻译和生成式AI承担一部分标准化语言生产任务, 语言服务者专业参与逐渐转向输出评价、文化适配和专业决策。本文以译者主体性、职业角色理论为基础, 运用理论综合法、概念分析法来探究AI介入后主体性迁移以及职业功能重构。研究表明, AI促使语言服务者的语言生产向输出筛选、事实核对、文化风险识别及方案选择转变。因此, 本文提出“跨文化沟通顾问”这个分析性的功能角色, 并构建“技术执行 - 情境分析 - 专业决策”三层能力框架以及“正确 - 适切 - 有效”三个维度的评价体系, 为理解AI时代下跨境电商语言服务的职业功能变化提供一定的理论基础。

## 关键词

跨境电商, 语言服务, 人工智能, 译者主体性, 跨文化沟通顾问, 角色重构

# The Role Reconstruction and Competency Framework of Cross-Border E-Commerce Language Service Providers in the AI Era: From “Language Converters” to “Intercultural Communication Consultants”

Ailin Dong, Zhiliang Shi

School of Foreign Studies, Zhongyuan University of Technology, Zhengzhou Henan

Received: August 31, 2026; accepted: October 3, 2026; published: October 15, 2026

文章引用: 董爱林, 石志亮. AI时代跨境电商语言服务者的角色重构与能力框架: 从“语言转换者”到“跨文化沟通顾问” [J]. 现代语言学, 2026, 14(10): 216-223. DOI: 10.12677/ml.2026.1410985

## Abstract

The integration of artificial intelligence into cross-border e-commerce language services has enabled machine translation and generative AI to assume a substantial portion of standardized language-production tasks. As a result, human language service practitioners are increasingly shifting their professional focus toward output evaluation, cultural adaptation, and professional decision-making. Drawing on theories of translator subjectivity and occupational roles, this study employs theoretical synthesis and conceptual analysis to examine the shift in subjectivity and the functional reconfiguration of language service practitioners following the integration of AI. The findings reveal that AI is shifting practitioners' roles from direct language production toward tasks such as output screening, fact-checking, cultural-risk identification, and strategic solution selection. Accordingly, the study proposes "intercultural communication consultant" as an analytical role and develops a three-tier competence framework—"technical execution, contextual analysis, and professional decision-making"—alongside a three-dimensional evaluation framework of "correctness, appropriateness, and effectiveness". This framework provides theoretical support for understanding the evolving occupational functions of language service practitioners in AI-driven cross-border e-commerce.

## Keywords

Cross-Border E-Commerce, Language Services, Artificial Intelligence, Translator Subjectivity, Intercultural Communication Consultant, Role Reconstruction

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

人工智能进入跨境电商之后, 跨语言信息的生产方式发生了明显变化, 商品标题、产品详情、广告文案和部分客服文本可以利用机器翻译及生成式 AI 快速生成, 部分重复性语言生产任务开始由技术承担, 同时跨境电商语言服务也由单纯的文本翻译扩大到商品展示、营销推广、消费者互动和售后服务等环节[1]。

与一般语言服务相比, 跨境电商具有更强的商业传播和跨文化沟通属性。商品文案不仅要准确传达产品信息, 还要符合目标市场的消费习惯和平台环境; 同一产品进入不同市场后, 其表达习惯和文化要求也可能存在差异, 因此 AI 生成的语言方案不能直接套用。已有研究表明, 跨境电商语言服务涉及产品信息翻译、译后编辑和语言适配等内容[2]。

人工智能承担部分语言生产任务后, 语言服务者的工作重心随之变化, 输出评价、事实核查、文化适配和风险判断的重要性提高[3]。已有研究分别讨论了 AI 对译者主体性、译后编辑能力的影响[4], 但对 AI 带来的任务变化如何进一步促使语言服务者的职业角色和能力结构发生转变, 仍缺少系统讨论。尤其在跨境电商场景中, 语言表达即使“正确”, 也可能因文化、平台和品牌差异影响传播效果。

基于此, 本研究以译者主体性和职业角色理论为基础, 结合译后编辑与译者能力研究, 运用理论综合法和概念分析法, 探究 AI 介入后跨境电商语言服务者的职能变化, 并提出“跨文化沟通顾问”这一分析性角色。在此基础上, 构建“技术执行 - 情境分析 - 专业决策”三层能力框架和“正确 - 適切 - 有效”评价标准, 以解释 AI 时代语言服务者由“语言转换者”向复合型跨文化沟通角色转变的过程。

## 2. 理论基础与研究方法

### 2.1. 相关研究与理论基础

人工智能介入语言服务后,译者主体性并未消失,而是由直接文本生产逐渐转向 AI 输出评价、任务控制和沟通判断。本研究将“主体性迁移”理解为语言服务者专业作用方式的变化。围绕这一变化,国内外研究主要从国际翻译研究、人机交互、翻译社会学、译后编辑与译者能力以及跨境电商语言服务等方面展开,为分析 AI 时代语言服务职业功能变化提供了不同视角。

国外研究从不同角度讨论 AI 对语言服务的影响。国际翻译研究关注人工智能介入后译者主体性与职业角色的变化,有学者认为译者的能动性更多体现为对技术使用方式的反思、选择和控制[5],生成式 AI 的相关研究认为,AI 素养、翻译能力以及跨文化能力都是译者适应技术变化的重要条件[6]。人机交互及人本机器翻译研究认为机器翻译评价不能只根据系统性能来判断,还要结合用户、具体任务的情境来进行判断[7]。翻译社会学主要研究翻译实践中的互动关系、权力结构、专业关系,给理解技术介入后职业关系的变化提供一定的参考[8]。在字幕翻译领域,已有研究也对译后编辑岗位画像开展梳理,为通用译后编辑职业研究提供参照[9]。上述研究分别从主体性、人机协同、职业关系等几个方面为认识 AI 时代语言服务者角色的转变打下了基础。

国内研究多集中在译后编辑、人机协同以及跨境电商语言服务方面。译后编辑研究主要是对机器翻译输出的错误进行识别、修改语言以及质量控制[4],译后编辑能力研究把有关的能力从语言修改扩展到判断和质量控制等方面[10],学界也较早关注全球语言服务行业发展背景下译后编辑人才的培养路径[11]。生成式 AI 的发展,有关的研究也逐渐开始重视译者在提示设计、输出评价和复杂任务处理方面的作用[12]。提示素养的研究又进一步地指出了译者为了有效地利用并掌控生成式 AI 所必须具备的技术能力[13]。从翻译能力走向译者素养,也反映出技术时代对翻译人才综合能力的新要求[14]。跨境电商语言服务的内容已经由文本翻译发展到了产品信息、营销传播和消费者沟通等各个方面,对于跨境电商译后编辑的研究认为,电商文本机器输出仍然需要人工对语言做调整,并且要对质量加以把控[2],也有学者针对跨境电商英语文本总结出可实操的译后编辑策略[15]。面对 AI 带来的翻译新形态,科技翻译领域也探讨了人工对机器输出的补偿机制[16];生态翻译学视角同样为跨境电商产品文本英译提供重要分析工具[17]。伴随技术迭代,翻译的人学反思与伦理议题持续受到学界关注,学者探讨 AI 语境下翻译的本质重构与伦理担当[18],也有研究专门剖析人机交互环境下翻译伦理的转型问题[19]。

现有研究虽涉及主体性、人机协作、职业关系和译后编辑等问题,但较少结合跨境电商的跨文化商业传播情境,从“任务变化-主体性迁移-职业功能重构”解释语言服务者的角色变化。据此,本研究以主体性迁移连接 AI 任务变化与职业功能变化,并从技术执行、情境分析和专业决策三个层面构建能力框架,以“正确-适切-有效”作为服务评价标准。

与现有译后编辑能力模型相比,本研究将能力范围由机器输出纠错扩展至目标市场、平台和文化情境分析,形成“技术执行-情境分析-专业决策”的递进结构,并将其与“正确-适切-有效”的评价维度结合,进一步提出“跨文化沟通顾问”这一分析性功能角色。

### 2.2. 研究方法

一是采用理论综合法。梳理 AI 时代翻译、译者主体性、职业角色、译后编辑和语言服务能力等研究成果,归纳 AI 介入后的主要变化,将主体性、职业角色与能力结构纳入同一框架,解释 AI 如何改变语言生产任务和人工参与方式,进而重构语言服务职业功能。

二是运用概念分析法,按照语言转换者、译后编辑者、本地化人员、国际营销人员等不同角色进行

比较,在明确各个角色的工作对象、主要任务和专业判断范围的基础上,对“跨文化沟通顾问”进行界定。概念分析的关键不是证明该角色已经作为一个独立职业普遍存在,而是考察这一概念是否能概括出AI时代跨境电商语言服务者在语言处理、文化适配、情境分析、专业决策等各方面所形成的复合性功能。

本文从理论上对概念进行构建,未经过企业的岗位调查、从业者访谈或者消费者实验来对所提出的角色和能力模型进行实证检验,因此,“跨文化沟通顾问”及其能力模型主要具有理论解释和分析框架的意义,其现实适用性及具体的评价标准还有待后续研究的检验与修正。

3. AI 介入下语言服务者的主体性迁移与职能重构

3.1. 从人工生产到人机协同：不同 AI 工具下的任务重新分配与风险再分配

人工智能介入跨境电商语言服务后,不同工具承担的任务和人工参与程度有所差异。机器翻译主要用于语言转换,生成式 AI 进一步扩展到文本生成和改写,术语库、翻译记忆及 CAT 工具则主要提供术语管理和流程辅助,具体情况见表 1。

Table 1. Functions of different AI tools and human involvement in cross-border e-commerce language services  
表 1. 不同 AI 工具在跨境电商语言服务中的功能及人工参与

| AI 工具/技术类型                     | 主要功能             | 跨境电商典型任务       | 人的主要作用              |
|--------------------------------|------------------|----------------|---------------------|
| Google Translate、DeepL 等机器翻译工具 | 跨语言转换            | 商品标题、产品规格、产品说明 | 译后编辑、术语核查、错误修正      |
| ChatGPT 等生成式 AI                | 翻译、生成、改写、多版本输出   | 商品文案、广告文案、客服回复 | 提示设计、事实核查、文化适配、方案选择 |
| 术语库、翻译记忆及 CAT 工具               | 术语管理、重复内容处理、辅助质检 | 专业术语、批量产品内容    | 术语维护、质量控制、流程管理      |

由表 1 可知,不同的 AI 工具对于语言服务任务的影响是不一样的,人工参与从直接生产转为译后编辑、输出评价和任务控制,同时伴随风险和专业责任的重新分配。

生成式 AI 的事实幻觉增大了人工核查的必要性,Shopify Magic 和 Amazon 都允许用生成式人工智能创建商品标题、说明等,但是平台在发布前会进行审核。AI 生成的内容如果包含未经证实的产品信息,就会造成消费者被误导、退货纠纷以及品牌信任度下降,因此语言服务者对产品信息、功能描述及宣传内容做事实核对的工作。

AI 生成的内容还会出现偏见以及文化不适当的情况,Etsy 认为没有有效控制的 AI 应用会加剧偏见并造成歧视性影响。对于跨境电商来说,即使文本语言是通顺的,但是由于不同的目标消费者、文化背景和使用情境的不同,仍然会产生不适当的效果。因此,语言服务者不能只判断 AI 输出是否正确,还要判断它是否適切,发现潜在的文化、传播风险。

因此,AI 承担部分生产任务之后,人工参与主要集中于输出评价、事实核查、风险识别,并进一步涉及专业判断,为后文讨论主体性迁移和职业功能重构提供现实基础。

3.2. 从文本生产到判断控制：译者主体性的转移

语言服务任务的重新分配使得译者主体性实现方式发生了改变,译者主体性不单表现在语言转换中,也包含理解、选择、判断和承担责任[20],当机器完成一部分语言生成工作之后,人工主体的作用就不再主要是独立地完成目标文本,而更多地体现为对任务要求、机器输出和最终表达进行判断和控制。

这样的变化并不意味着译者主体性的消失, 只是主体性作用的对象、实现的方式和功能的重心发生了改变。传统翻译时, 译者主要依靠源文本进行理解并选择语言; 在人机协同环境下, 译者除了处理源文本外, 还要判断 AI 输出是否准确、完整并且符合任务要求, 并对不同的表达方案进行筛选、修改和确认[3]。因此人的专业作用就从直接生产延伸到判断与控制。

跨境电商中的主体性转移又受跨文化商业传播情境的影响。商品文案、广告话术和客服回复不仅要传递准确的信息, 还要考虑目标市场文化、消费者习惯、品牌定位和沟通风险。因此语言服务者要对 AI 生成的方案进行文化适配与情境判断, 在不同的表达之间做出选择, 于是译者主体性从文本层面的语言选择拓展到了跨文化沟通情境下的综合性判断。

### 3.3. 从语言服务执行到沟通判断: 职业功能的重构

语言服务者在 AI 介入之后, 所要解决的问题就由“怎样完成语言转换”转变成了“在一定的场合下应该选择怎样的表达方式”, 例如, 同一商品信息经 AI 生成后可能形成多个版本, 语言服务者不仅要筛除事实错误或表达问题, 还需结合目标市场、平台环境和品牌定位, 判断哪种表达更适合发布。因此, 专业判断的范围已经从文本本身逐渐扩展到文本所在的商业传播情境。

输出筛选、译后编辑、文化适配和营销沟通等功能并非 AI 时代才出现, AI 带来的变化主要是这些功能在同一服务流程中的进一步融合, 以及专业判断范围的扩大。

语言服务者的职业功能可以概括为技术控制、情境分析和沟通决策三个方面, 即既要 AI 的输出进行处理和核验, 又要根据具体的市场、文化情境做出判断, 并且要在语言准确性、文化適切性和传播目的之间进行权衡, 因此语言服务者从文本生产执行者逐渐转变为具有技术控制、情境分析、沟通判断等专业能力的参与者, 为提出跨文化沟通顾问这个分析性功能角色提供依据。

## 4. “跨文化沟通顾问”的角色建构

### 4.1. 概念界定

AI 介入并非主要表现为语言服务职业产生了全新的任务, 而是使既有任务与技术使用、情境分析和专业决策等功能进一步组合。在跨境电商的人机协同环境中, 语言生成、机器输出控制、文化适配和沟通决策逐渐围绕同一商业传播任务形成衔接, 职业角色也由此呈现功能复合化趋势。

如果仅从单项任务看, 输出评价、译后编辑、文化适配和营销沟通并非 AI 时代才出现。然而, 现有“译者”“译后编辑者”“本地化人员”等角色各有侧重, 难以完整概括 AI 介入后语言处理、机器输出控制、跨文化情境分析和沟通决策相结合的复合性功能。因此, 本文提出“跨文化沟通顾问”这一分析性功能角色, 将其界定为: 在 AI 参与的语言服务流程中, 依托语言能力、人机协同素养和跨文化知识, 面向特定目标市场、沟通对象和传播目标, 对语言信息进行情境分析、文化风险识别和方案选择, 并提供专业判断的一种职业功能角色。

“跨文化沟通顾问”并非对既有职业名称的简单替换, 其提出主要建立在三个相互关联的变化基础之上: 一是 AI 参与语言生成后, 语言服务者对机器输出的控制和评价更加突出; 二是跨境电商的商业传播属性使语言判断进一步进入目标市场、消费者和文化情境; 三是不同语言方案之间存在准确性、文化规范、品牌定位与传播目的等方面的权衡, 需要人工进行选择。因此, 该概念所概括的并非新的任务, 而是既有任务在 AI 环境下形成的功能组合及专业判断范围的扩大。

### 4.2. 与邻近角色的功能边界

“跨文化沟通顾问”同语言转换器、译后编辑者、本地化人员以及国际营销人员有一定的功能交叉,

但所关注的重点却有所差异。语言转换者主要进行的是跨语言的文本转换工作, 译后编辑者主要是对机器翻译的文本进行检查并加以修改, 本地化人员则重视语言、文化及市场规范三者之间的相互适应问题, 而国际营销人员更多的是考虑目标市场内产品定位、营销策略与市场运作的问题, 相比较之下, “跨文化沟通顾问”把语言处理、文化适配、情境判断和沟通决策融合在一起, 其重点就是信息在某一特定的跨文化情境下是如何被表达出来的、怎样才能被理解以及存在的潜在风险。

与语言转换者相比, 跨文化沟通顾问所关注的范围已经不再只是文本的转换, 而是将目标市场、受众和传播目的都纳入了考虑之中; 相比于译后编辑者来说, 其工作不仅仅是控制机器翻译后的语言质量, 还要对文化风险进行识别并做出表达方案的选择; 相对于本地化人员而言, 它更加侧重于对跨文化沟通情境的分析以及专业判断; 相对于国际营销人员来说, 它主要解决的是语言与文化层面的沟通问题, 而不是产品、渠道和价格等市场经营问题。

因此, “跨文化沟通顾问”更适宜作为一种职业功能而不是独立岗位, 其核心不是承担新的语言任务, 而是把语言能力、文化判断、情境分析和沟通决策融合在一起, 体现 AI 时代跨境电商语言服务者由文本生产向跨文化沟通判断转变的职业趋势。

## 5. 能力框架与评价标准

### 5.1. 评价维度: 从“正确”到“适切”再到“有效”

AI 介入语言服务之后, 语言生成的效率得到提高, 仅以语言层面的“正确”来评判服务质量已经不能满足跨境电商的实际需求了, 商品营销、客服沟通等任务还要考虑目标文化、平台环境、受众习惯和品牌定位等因素, 所以对语言服务质量的判断也要扩展到情境适配和传播目标的实现。

因此本文将语言服务评价划分为“正确、适切、有效”三个层次。“正确”即对术语、事实、信息的完整性以及语言表达的准确性进行考察, “适切”就是指表达方式是否适合目标文化、平台环境、受众习惯、品牌风格等各方面的要求, “有效”指的是信息被受众接受并理解, 能够达到预期的传播目的, 并且能有效地降低跨文化交流的风险。

三个层面之间是递进关系, “正确”属于语言服务的基础, 但是正确不等于适合某种文化和传播环境。例如, 一条广告文案在语言上完全正确, 但其中的夸张表达不符合目标市场的文化习惯, 这时只能达到“正确”, 还没有达到“适切”, 如果再进一步影响受众理解和品牌传播效果, 则不能实现“有效”。

“正确 - 适切 - 有效”并非三个独立指标, 也不代表任务分三个阶段, 而是概括了 AI 时代跨境电商语言服务质量判断范围的拓展。该框架对应前文所述的主体性迁移: 当人工从语言生产转向判断与决策时, 其专业价值也从保证“正确”扩展到判断“适切”与选择“有效”的方案。本框架侧重结果评价, 但完整的人机协同评价还需兼顾提示词设计、多方案比对和风险研判等过程。本文以“正确 - 适切 - 有效”作为结果评价的基础, 后续将纳入过程指标, 构建综合评价体系。

### 5.2. “技术执行 - 情境分析 - 专业决策”三层递进能力框架

“正确 - 适切 - 有效”回答的语言服务结果该达到什么标准, 而能力模型要解决的, 是服务者本身该具备哪些能力。AI 时代语言服务者需要面对技术操作与输出核验、具体情境分析以及多重要求下的方案选择, 由此形成“技术执行 - 情境分析 - 专业决策”三个能力层面。

第一层是技术执行能力, 即双语能力、AI 工具使用、提示设计、译后编辑、信息检索、事实核验和质量控制等, 对 AI 生成的结果进行处理、核验、确认, 保证语言信息的基本正确性。

第二层是情境分析能力, 主要是对目标市场、消费者习惯、文化适配、文化风险、品牌语气、平台语境等进行分析, 核心是判断语言方案是否符合具体的沟通情境。

第三层为专业决策能力, 主要包含表达方案比较、创造性再表达、文化意象转换、伦理判断、风险权衡等, 核心是语言准确性、文化规范、品牌定位、传播目的之间的权衡之后作出最终选择。

三个层面并非彼此并列, 而是语言服务者专业参与范围扩大的体现, 技术执行关注 AI 输出是否正确处理, 情境分析关注语言方案与具体市场和沟通环境的匹配度, 专业决策是针对不同要求发生冲突时的方案选择, 因此能力的要求就由语言和技术的操作扩展到情境判断和方案的决策。

## 6. 结论与研究展望

人工智能对跨境电商语言服务职业的影响并非单纯的任务替换, 而是在改变语言生产方式的同时, 推动人工主体性的作用对象、实现方式和责任位置发生转移。随着这种主体性迁移进入受目标市场、消费者、平台、品牌和文化风险等因素约束的商业传播情境, 语言服务者的专业功能由文本处理进一步拓展至情境分析、文化适配和沟通决策。基于此, 本研究将这种复合型职业功能概念化为“跨文化沟通顾问”, 以“技术执行-情境分析-专业决策”解释其能力结构, 以“正确-适切-有效”构建服务评价标准, 形成“AI 介入-主体性迁移-职业功能重构-能力与评价重构”的理论链条。

“跨文化沟通顾问”并非对既有翻译或语言服务职业的简单替代, 也不是对新职业的经验性确认, 而是解释 AI 时代跨境电商语言服务功能复合化的分析性概念。本研究的理论贡献主要体现在两个方面: 一是将 AI 时代主体性变化与跨境电商跨文化商业传播情境结合, 解释职业功能由文本生产向沟通判断拓展的机制; 二是将这一功能变化落实为“技术执行-情境分析-专业决策”的能力结构和“正确-适切-有效”的评价维度。由于缺乏企业岗位文本、从业者调查和消费者实验等经验材料, 相关角色及模型仍需通过后续实证研究进一步检验和修正。

## 基金项目

本研究为 2026 年度中原工学院研究生创新项目(项目编号: YKY2026SK22)、河南省高等学校重点科研项目“生成式人工智能赋能外语学习者能动性投入的增值评价研究”(项目编号: 25A880007)的阶段性成果。

## 参考文献

- [1] 张慧玉, 陈玥羽. 资源基础观视阈下中国跨境电商的语言服务模式研究——以阿里巴巴为例[J]. 天津外国语学院学报, 2023, 30(2): 83-93, 113.
- [2] 侯凌霄. 跨境电商学生译者译后编辑能力的培养与实践探索[J]. 科教文汇, 2024(14): 129-132.
- [3] 陈伟, 潘佳琪. 数智翻译时代的译者主体性问题研究——基于审美创造性的译后编辑反思[J]. 外语研究, 2025, 42(3): 84-92, 113.
- [4] 蔡佳立, 喻旭东. 基于机器翻译的译后编辑能力研究[J]. 常州工学院学报(社科版), 2021, 39(2): 104-107.
- [5] Lai, H. (2025) Using Critical Posthumanist Methods to Navigate Human Translators' Roles in the AI Era. *InContext. Studies in Translation and Interculturalism*, 5, 65-86. <https://doi.org/10.54754/incontext.v5i1.113>
- [6] Mao, J. and Zheng, B. (2026) Does GenAI Reliance Undermine Translators' Roles and Identities? GenAI Literacy and Translation Competence Matter. *The Journal of Specialised Translation*, No. 46, 21-46.
- [7] Carpuat, M., et al. (2025) An Interdisciplinary Approach to Human-Centered Machine Translation. *Proceedings of the 2025 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing*, Suzhou, 4-9 November 2025, 22859-22879.
- [8] Bochmann, A. (2022) The Sociology and Practice of Translation: Interaction, Indexicality, and Power. *Qualitative Research*, 23, 1781-1799. <https://doi.org/10.1177/14687941221124736>
- [9] Tardel, A., Hansen-Schirra, S. and Nitzke, J. (2021) Post-Editing Job Profiles for Subtitlers. *Proceedings of the 1st Workshop on Automatic Spoken Language Translation in Real-World Settings (ASLTRW)*, 16-20 August 2021, 13-22.
- [10] 冯全功, 刘明. 译后编辑能力三维模型构建[J]. 外语界, 2018(3): 55-61.

- 
- [11] 冯全功, 张慧玉. 全球语言服务行业背景下译后编辑者培养研究[J]. 外语界, 2015(1): 65-72.
- [12] 谭雅琼, 李华东. 人机协同翻译时代译者的角色转变研究述评[J]. 现代语言学, 2026, 14(3): 225-234.
- [13] 王均松, 张政. 人机协同翻译时代的译者提示素养: 框架构建与提升路径[J]. 中国外语, 2026, 23(3): 89-95.
- [14] 李瑞林. 从翻译能力到译者素养: 翻译教学的目标转向[J]. 中国翻译, 2011, 32(1): 46-51, 93.
- [15] 聂璐璐, 刘正喜. 跨境电商英语的译后编辑策略探析[J]. 中国科技翻译, 2024, 37(1): 36-38, 51.
- [16] 潘卫民, 郭莹, 陈件. AI时代科技翻译中人工对机器的翻译补偿机制研究[J]. 中国翻译, 2025, 46(5): 161-169.
- [17] 吴君. 生态翻译学视角下跨境电商产品说明的英译策略研究[J]. 智慧领航, 2026(2): 108-110.
- [18] 许钧. 人学视域下翻译的本质重构: 存在、文化与 AI 时代的伦理担当[J]. 当代外语研究, 2025(5): 12-14, 26.
- [19] 张成智, 张春良. 从人际伦理到人机伦理——ChatGPT 时代翻译伦理研究[J]. 外国语言与文化, 2023, 7(4): 104-112.
- [20] 蓝红军. AI 时代翻译的“人学”之思[J]. 当代外语研究, 2025(5): 39-47.