

网站内容/商品多语言运营技术方案

V1, 2019-07

1. 背景及问题

网站多语言呈现是大多数互联网应用的首选，应用普遍，技术成熟。多语言的实现主要是参照传统应用软件，以语言包的形式提供，如常见的 Windows、Office 的语言包，通过安装不同的语言包，Windows、Office 可以使用不同的界面语言进行各种内容的管理与创作。

网站的多语言呈现也是如此，通过提供预先翻译好的语言包，一个网站可以通过切换语言标签实现不同语言的界面。

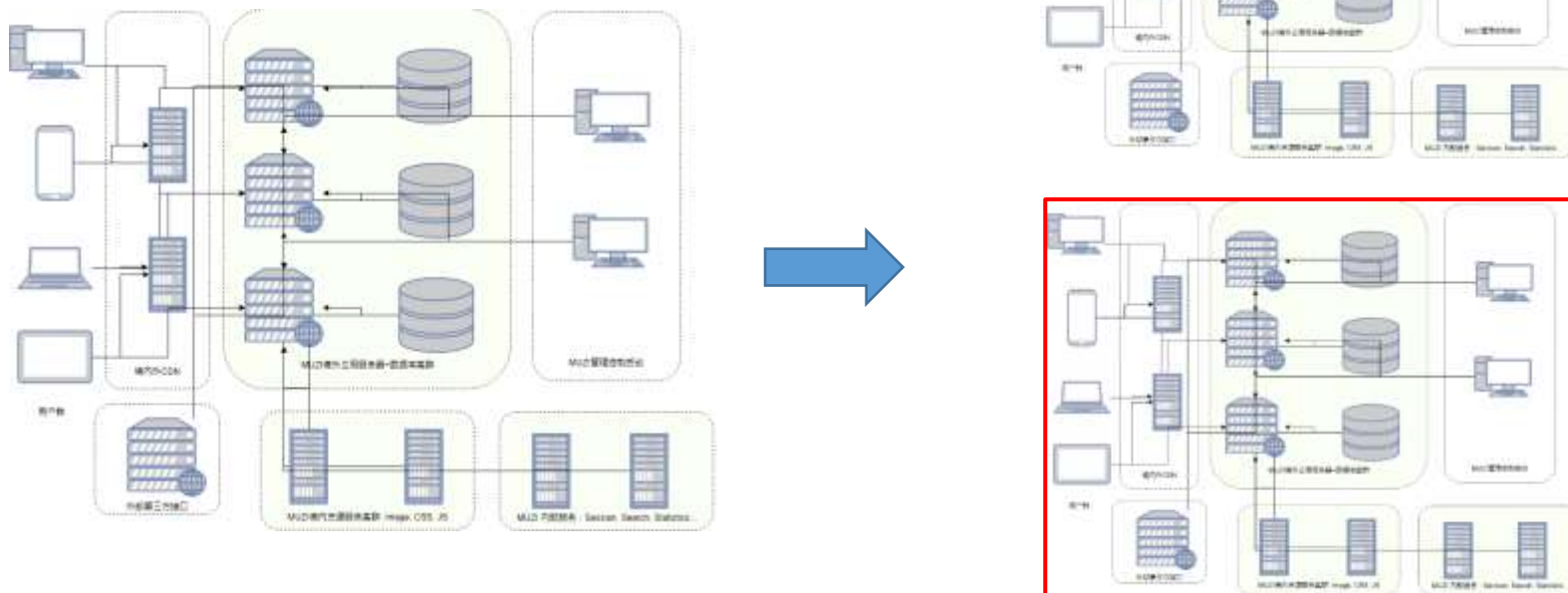
比如常见的国际化 Youtube、Facebook、Twitter 等，通过选择不同的语言，其管理和操作界面也呈现相应的用户熟悉的语言。HkMuziMedi 目前也是采用这样的技术实现方式，面向不同的用户，其界面呈现不同的语言。

然而，如上国际化的方案是针对“界面语言”，如上面的多语言站点在切换语言后，其内容/信息流通常不会变。

如果要实现针对不同的用户（语言），呈现不同的内容（商品），则分站运营或机器翻译是可参考的解决办法。

如下根据在技术链上不同层次的分站方案，提供四种可能的内容/商品多语言运营技术解决办法。

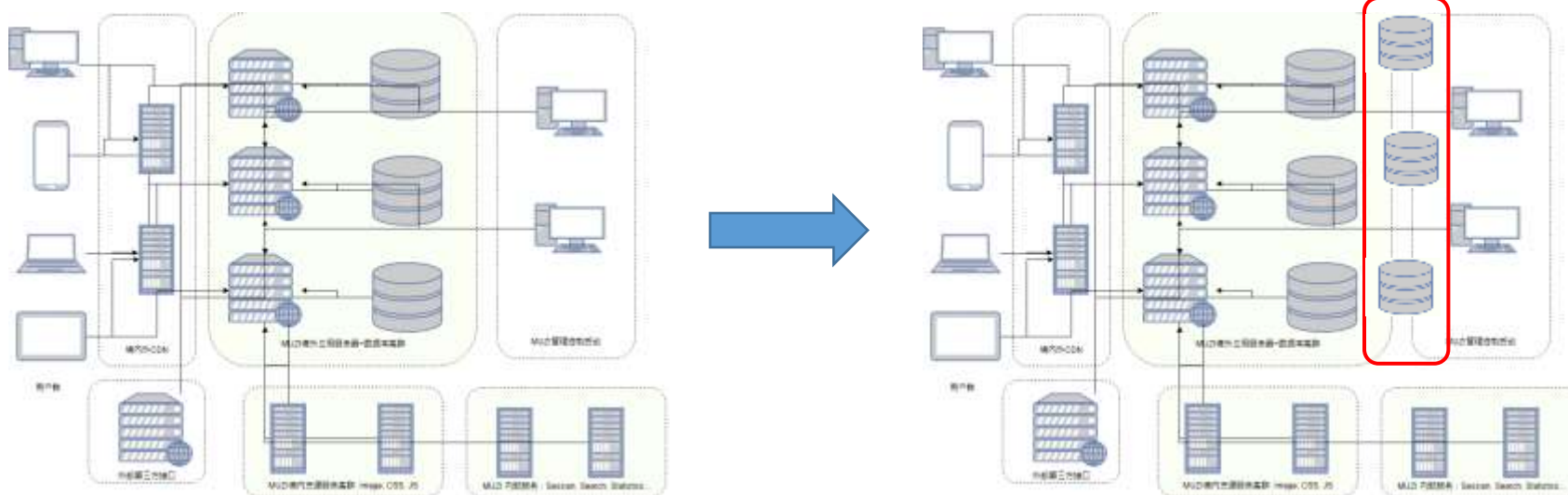
2. 传统方案：整体架构复制架设分站



说明：复制整套软硬件系统，使用不同的域名引导用户进入不同的内容/商品分站。无二次开发费用，后期运维成本高。

红色框图为新增部分。

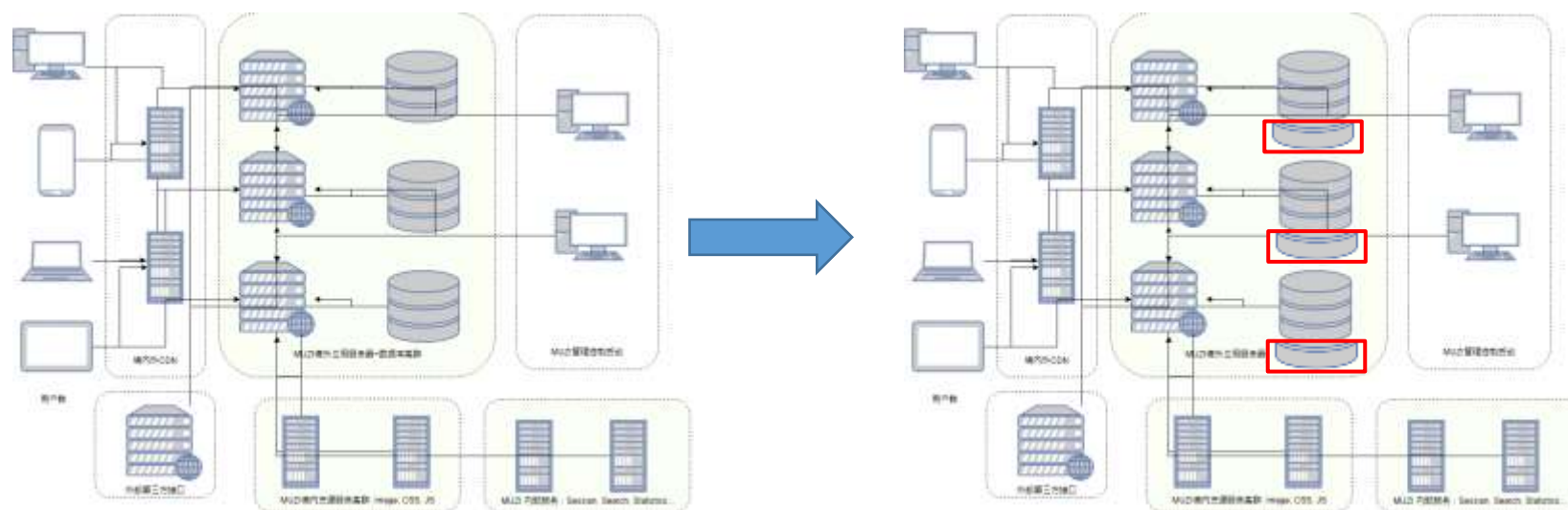
3. 创新方案 A：数据库主机复制分站



说明：整体架构不需全部复制，只复制部分数据库主机，分别承载对接不同语言的内容/商品。需要二次开发，后期运维成本略低。

红色框图为新增部分。二次开发工程量较大。

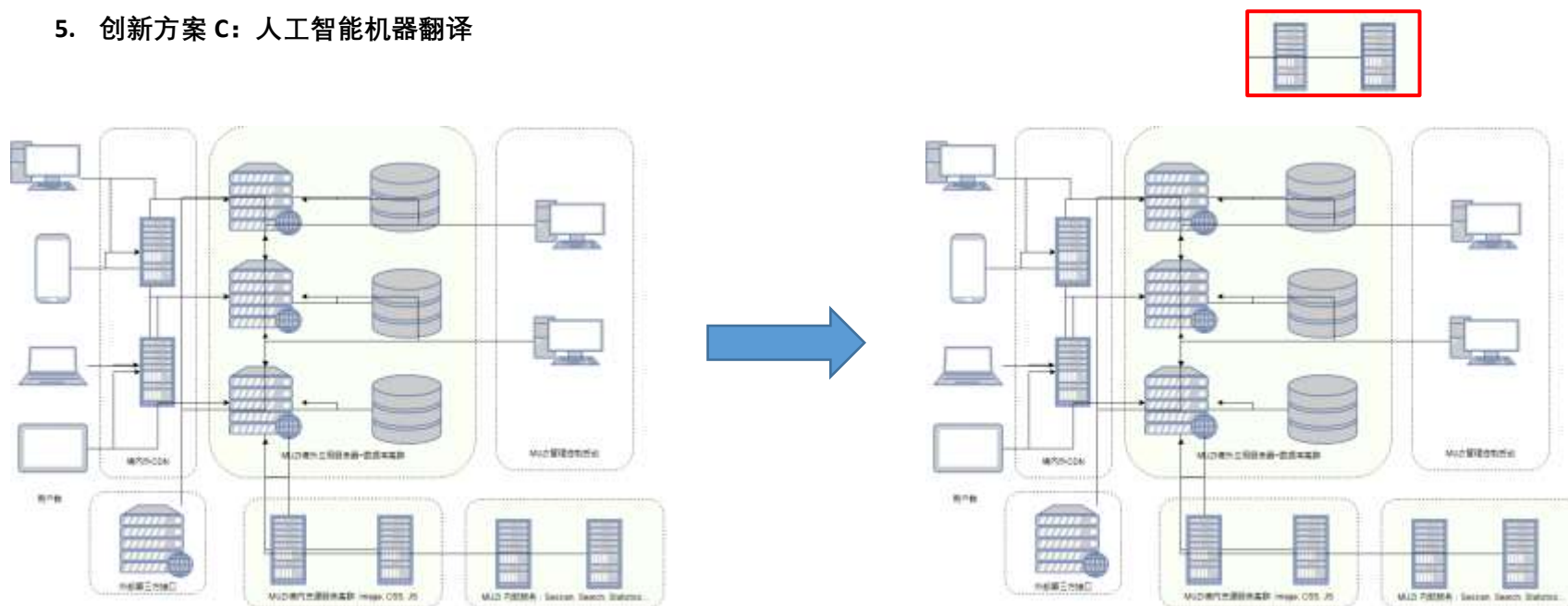
4. 创新方案 B：数据库复制分站



说明：不需进行系统架构复制，在已有的数据库主机上，创建不同语言的数据库。需要二次开发，后期运维成本低。

红色框图为新增部分。二次开发工程量较大。

5. 创新方案 C：人工智能机器翻译



说明：不需进行系统架构复制，需新增基于人工智能的机器翻译引擎服务。二次开发费用高，后期运维成本略低。

红色框图为新增部分。存在机器翻译生硬、不准确的现象，不能翻译图片上的文字。二次开发工程量大。

注意：分站运营是物理上或逻辑上区分两个相对独立的系统，分站之间相互独立，内容各不相关，甚至是用户账号系统也不通用。