

© Чжао Чаоян, Чжан Шисянь, Юдалевич Н.В., Ян МинХао, Ян Шаохуа, 2025

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассматриваются современные онлайн-сервисы Китая, а также выясняется, какие именно сервисы пользуются наибольшей популярностью у современной молодёжи Китая, какие сервисы молодёжь использует для совершения покупок, организации досуга, учебы, какие способы оплаты являются предпочтительными.

Ключевые слова: онлайн-сервисы Китая, выбор молодёжи, WeChat, Douyin, Taobao, Tmall, Alibaba Group, AliExpress, Pinduoduo, Alipay, WeChat Pay, iQiyi, Youku, Xuexi Qiangguo, Zuoyebang, Yuanfudao

В последние годы Китай стал одним из мировых лидеров по развитию цифровых технологий и онлайн-услуг. В стране с более чем 1 миллиардом пользователей интернета сформировалась уникальная экосистема сервисов, ориентированных на удовлетворение потребностей самых разных групп населения, включая молодое поколение.

В этой статье мы рассмотрим основные тенденции в использовании онлайн-сервисов среди китайской молодёжи.

Но прежде всего постараемся рассмотреть цифровые технологии по предоставлению онлайн-услуг в виде следующих групп:

- социальные сети и мессенджеры;
- мобильные платежи;
- стриминговые сервисы;
- образование и саморазвитие;
- здоровье и фитнес;
- социальные сети и мессенджеры.

Одной из ключевых платформ для общения и обмена информацией среди молодых китайцев является WeChat (微信). Это суперприложение объединяет функции социальных сетей, мессенджера, платёжной системы и даже платформы для электронной коммерции. Молодёжь активно использует WeChat не только для общения с друзьями и родственниками, но и для ведения бизнеса, заказа еды, оплаты коммунальных услуг и многого другого.

Другим популярным сервисом является Douyin (抖音), китайский аналог TikTok. Это платформа коротких видео, которая позволяет пользователям создавать и делиться контентом. Благодаря своей простоте и доступности, Douyin быстро завоевал популярность среди молодого поколения, став одной из главных площадок для самовыражения и развлечений.

Электронная коммерция

Молодые люди в Китае активно пользуются различными платформами электронной коммерции. Taobao (淘宝) и Tmall (天猫) от Alibaba Group являются одними из наиболее популярных сайтов для покупок. Эти площадки предлагают широкий ассортимент товаров, начиная от одежды и электроники до продуктов питания и косметики. В том числе, популярностью у молодёжи пользуется AliExpress, который позволяет покупать товары напрямую у китайских производителей.

Кроме того, молодые китайцы часто используют Pinduoduo (拼多多) — платформу социальной электронной коммерции, где пользователи могут объединяться для совместных покупок и получать скидки. Эта модель особенно привлекательна для студентов и молодых специалистов, которые стремятся сэкономить деньги.

Мобильные платежи

Китайская молодёжь практически полностью перешла на мобильные платежи. Alipay (支付宝) и WeChat Pay (微信支付) стали основными инструментами для осуществления финансовых операций. С помощью этих приложений можно оплачивать покупки как в физических магазинах, так и в интернете, переводить деньги друзьям и родственникам, а также оплачивать коммунальные услуги и штрафы.

Такая популярность мобильных платежей связана с удобством использования и высокой степенью безопасности. Многие молодые люди вообще не носят с собой наличные деньги, предпочитая использовать смартфоны для всех финансовых операций.

Стриминговые сервисы

Одним из любимых видов досуга среди молодой аудитории Китая являются стриминговые сервисы. Bilibili (哔哩哔哩) — это популярная платформа для просмотра аниме, игр и других видеоматериалов. Пользователи могут оставлять комментарии прямо во

время просмотра, создавая интерактивное сообщество вокруг контента.

Также стоит отметить iQiyi (爱奇艺) и Youku (优酷), которые предлагают широкий выбор фильмов, сериалов и телешоу. Эти сервисы привлекают молодую аудиторию благодаря возможности смотреть контент в любое удобное время и без рекламы.

Образование и саморазвитие

С развитием онлайн-образования многие молодые китайцы начали активно пользоваться образовательными платформами. Xuexi Qiangguo (学习强国) — это приложение, которое предлагает курсы по различным темам, включая политику, историю и культуру. Несмотря на свою идеологическую направленность, оно пользуется популярностью среди молодёжи благодаря удобному интерфейсу и широкому выбору курсов.

Другие образовательные платформы, такие как Zuoyebang (作业帮) и Yuanfudao (猿辅导), предлагают помощь в подготовке к экзаменам и изучении школьных предметов. Они предоставляют возможность получить индивидуальные консультации от преподавателей и участвовать в онлайн-занятиях.

Здоровье и фитнес

Тема здоровья и фитнеса становится всё более популярной среди китайской молодёжи. Приложения вроде Keer (Keep健身) позволяют следить за физической активностью, планировать тренировки и общаться с другими пользователями. Молодые люди также активно используют различные приложения для отслеживания сна, питания и общего состояния здоровья.

Считается, что молодёжь — это та часть населения любой страны, которая чаще всего использует передовые технологии. Для проверки данной гипотезы студенты из Китая, обучающиеся в БМБШ ИГУ САФ провели опрос среди своих друзей и знакомых.

Был проведён опрос, в ходе которого был задан ряд вопросов по ключевым позициям. Вопросы были следующие.

В Китае существуют следующие типы социального программного обеспечения, которые обычно используются людьми. Каким социальным программным обеспечением вы часто пользуетесь ?

- WeChat: мощное социальное программное обеспечение, которое может осуществлять текстовые, голосовые и видеочаты, а также обмениваться кругами друзей, совершать мобильные платежи и т.д.

- QQ: У него долгая история. В дополнение к функции чата, есть также специальные функции, такие как динамика пространства и групповые чаты.

- Weibo: Делитесь информацией в виде коротких текстов, фотографий, видео и т.д. Пользователи могут следить за знаменитостями, СМИ, big V и т.д., чтобы узнавать о текущих событиях и различных актуальных темах

- Bilibili: платформа для обмена видео, демонстрирующая двумерную культуру и культуру заграждений («заграждение» — довольно новый термин для пользователей, реагирующих на онлайн-трансляции. Человек при просмотре видео-контента может отправлять свои комментарии на экран видео в виде текста и эмодзи в режиме реального времени. Это создаёт уникальный интерактивный опыт для всех людей, просматривающих и комментирующих видео). Пользователи могут просматривать на нем различные типы видео, включая анимацию, игры, кино и телевидение, технологии и т.д. В то же время пользователи также могут создавать и загружать свои собственные видео для взаимодействия с другими пользователями. Билибили пользуется большой популярностью среди молодых групп и является ярким и творческим сообществом.

Итак, согласно результатам исследований получилась следующая картина:

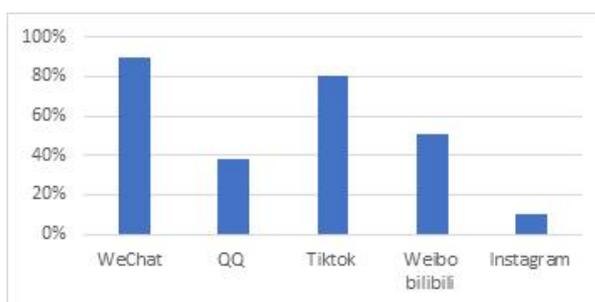


Рис.1. Использование онлайн-сервисов для организации досуга в Китае

К WeChat обращаются более 90 % жителей Китая, в то время как пользователи QQ в настоящее время неактивны — только 38 %, число пользователей Tiktok достигает 80 %, Weibo bilibili используют 51 % людей, instagram — только 10 %.

Что касается сервисов онлайн-покупок.

Каким программным обеспечением вы часто пользуетесь для онлайн-покупок ?



Рис. 2. Сервисы онлайн—покупок Китая

С точки зрения молодёжи, интегрированные платформы электронной коммерции — это Taobao, Tmall, Jingdong, Pinduoduo и др. Именно они являются наиболее часто используемыми онлайн-платформами для совершения покупок молодыми людьми. На этих платформах представлен широкий ассортимент товаров и множество брендов, которые могут удовлетворить разнообразные потребности молодёжи в покупках.

Например, молодые люди могут покупать модную одежду и персонализированные культурные и креативные товары на Taobao; покупать электронные товары, бытовую технику и т.д. на Jingdong, а скорость логистики и дистрибуции Jingdong высока, что очень привлекательно для молодых людей, стремящихся к эффективности; Pinduoduo пользуется популярностью у многих молодых людей, стремящихся к эффективности. выгодная групповая покупка по низким ценам.

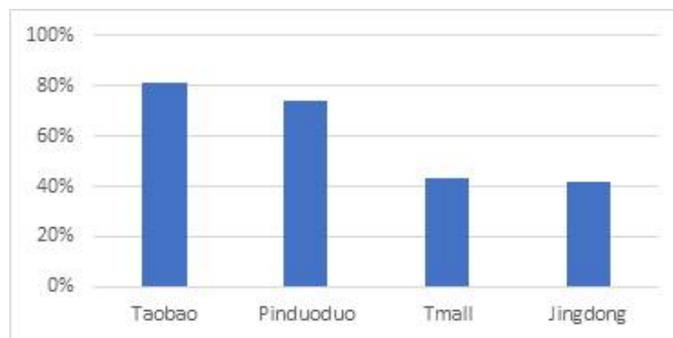


Рис. 3. Использование онлайн—сервисов для совершения покупок в Китае

Согласно результатам опроса 81 % людей пользуются Taobao, 74 % — Pinduoduo, 43 % — Tmall, 42 % — Jingdong, и теперь есть пользователи, которые совершают покупки онлайн на Tiktok.

В следствие того, что люди всё больше используют онлайн-сервисы для покупки тех или иных товаров, немаловажным становится вопрос о способах оплаты, купленных товаров. Согласно результатам опроса 87,6 % пользователей выберут онлайн-оплату, и в целом считается, что онлайн-оплата более удобна и быстра.

Итак, большинство молодых людей в Китае пользуются онлайн-платежами и редко пользуются наличными. Многие вещи можно легко сделать в Интернете. С помощью сетевого сервиса можно учиться, работать, играть, обращаться за медицинской помощью, совершать покупки и расплачиваться.

В заключение можно сказать, что китайские онлайн-сервисы играют важную роль в жизни современной молодёжи. Они охватывают все аспекты повседневной жизни — от общения и шопинга до образования и

здоровья. Молодые люди в Китае активно используют эти платформы, адаптируя их под свои потребности и интересы. Такая тенденция свидетельствует о том, что развитие цифровых технологий будет продолжать играть ключевую роль в формировании будущего страны. ■

China's online services: what does youth prefer

© Zhao Chaoyang, Zhang Shixian, Iudalevich N., Yang Shaohua, Yang Minghao, 2025

The article examines contemporary online services in China and determines which ones are most popular among Chinese youth. It also looks at the services young people use for shopping, leisure activities, education, and their preferred payment methods.

Keywords: China's online services, youth preferences, WeChat, Douyin, Taobao, Tmall, Alibaba Group, AliExpress, Pinduoduo, Alipay, WeChat Pay, iQiyi, Youku, Xuexi Qiangguo, Zuoyebang, Yuanfudao