**Социальная коммерция в Китае: на примере Доуин/ТикТок**

***Цуй Аобинь***

*Студент (магистр)*

*Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова,*

*Институт русского языка и культуры, Москва, Россия*

*E-mail: cuiaobin0922@gmail.com*

1. Развитие Интернета привело к появлению электронной коммерции, онлайн-торговли. Китай является крупнейшим рынком электронной коммерции в мире.  По данным Министерства коммерции Китая, розничные онлайн-продажи Китая в 2023 году достигли 15,42 трлн юаней или 2,17 трлн долларов США, что составило около 30% от общего объема продаж [1].
2. Особенностью китайского рынка электронной коммерции является то, что 80% всех транзакций осуществляется через мобильные телефоны [2]. Учитывая это, китайские социальные сети соединили соцсеть, развлечения и электронную торговлю, что особенно интересно для молодежи. Так родилась социальная коммерция. Социальной коммерцией (s-commerce) называют такой способ покупки, при котором весь процесс от поиска товара до оформления заказа и оплаты происходит на платформе социальных сетей. Социальная коммерция – это новая форма онлайн-покупок, облегчающая процесс покупок и прямого взаимодействия с брендами. В 2022 году около 84% китайских потребителей совершали покупки на социальных платформах. [3]. Если в 2019 году социальная коммерция в Китае составляла 186 млрд.долл. (для сравнения в США – всего 19 млрд.) , то к концу 2023 года - достигла огромной цифры в 430 млрд. долл. , почти 30% от всего китайского рынка электронной коммерции [4]. Ожидается, что в 2024 году объем розничных продаж социальной торговли в Китае составит 508 млрд.долл. [5].

Быстрый рост социальной коммерции можно объяснить изменением способа потребления и несколькими факторами.

1) Развитие социальных сетей и их функционалов, рост количества подписчиков.

2) Удобный алгоритм покупок в соцсетях, скорость и простота совершения покупок. Такие платформы, как Доуин/ТикТок позволяют пользователям удобно покупать товары, которые они видят в видеороликах.

3) Помощь потребителям при покупке со стороны лидеров мнений или инфлюенсеров. В силу специфики менталитета, в Китае потребители предпочитают покупать продукты и услуги, основываясь на рекомендациях людей, которым доверяют. Сильно влияние интернет-селебрити, блогеров, инфлюенсеров, которые в соцсети помогают выбрать товар. Социальная коммерция - это, по-существу, продажи с помощью лидеров мнений.

4) Стремление молодого поколения Z соединить покупки и развлечения. Молодежь предпочитают онлайн-покупки, потому что просматривать ленту в социальной сети гораздо интереснее, чем ходить по магазинам.

3. Социальная сеть Доуин, известная за пределами Китая как TikTok, была разработана китайской компанией «ByteDance» в 2016 году для просмотра коротких музыкальных видеороли в в качестве развлечения. С 2019 года Доуин начал заниматься рекламой и коммерцией как соцсеть со встроенной китайской торговой площадкой. Это не маркетплейс, но на площадке Доуин активно практикуется формат продвижения в виде стримов в реальном времени.

В настоящее время Доуин  **— крупная социальная сеть в Китае (второе место по популярности после WeChat).** В 2023 году количество пользователей достигало 1,012 млрд. чел. 90% пользователей Доуин/ТикТок пользуются соцсетью каждый день населения. Чаще всего – это молодые люди в возрасте до 30 лет. Короткие видеоролики просматривают почти 3 часа в день на душу. Поэтому интерес к продвижению товаров в Douyin и TikTok проявляют все большее количество брендов и компаний.

Прямая трансляция электронной коммерции уже является крупным бизнесом для китайской версии приложения Доуин. В 2022 году **валовая стоимость проданных товаров Доуин достигла 69 млрд.долл.[6].** Соцсеть Доуин привлекает пользователей своей простотой - нет необходимости выбирать и принимать решения: по лайкам, репостам и досмотрам видео умные алгоритмы сами решают, что показывать пользователю, помогают выбрать нужный товар, покупки можно делать в несколько кликов.

 4. Большую роль в социальной коммерции играют и**нфлюенсеры –** знаменитости, лидеры мнений**. Они** в режиме live представляют и рекламируют товары, мотивируют своих последователей совершать покупки.Лучшие онлайн-звезды продают товаров на миллиарды долларов в год. Всего за один день в октябре 2021 года два китайских стримера — Ли Цзяци и Вия — продали товары на сумму $3 млрд, что примерно в три раза больше, чем среднесуточные продажи Amazon **[7].**  Кроме того, Доуин привлекает к рекламе и обычных потребителей. У них небольшие сети, но своих подписчиков они, как правило, знают лично и могут дать хороший совет. На аккаунте обычный потребитель предлагает к просмотру видеоролик, а заинтересовавшийся покупатель может нажать на логотип сумки для покупок, оплатить и приобрести товар. Еще одна группа продавцов – реселлеры. Это индивидуальные предприниматели, которые предлагают чужие товары и услуги своим подписчикам. Производители продукции тоже могут участвовать в разных формах социальной коммерции. Они могут открыть свой магазин на Доуин, что стоит примерно 10000 юаней или 1400 долл.[6]. Доуин, в частности, является площадкой для торговли иностранными товарами по системе кросс-бордер, что является упрощенным методом экспорта товаров в Китай.

**Литература**

**1.** [Douyin eCommerce: Бизнес-гид - Электронная коммерция Китай (ecommercechinaagency.com)](https://ecommercechinaagency.com/douyin-ecommerce/) 28 сентября, 2023 GML e-commerce agency.

2. <https://spark.ru/startup/china-smm/blog/71892/pochemu-kitaj-lidiruet-v-prodazhah-cherez-sotsialnie-seti?ysclid=ls6cij10i985741342> 28 Января 2021; [Маркетинг на Douyin 2023: руководство по китайскому Douyin (hicom-asia.com)](https://www.hicom-asia.com/ru/%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3-%D0%BD%D0%B0-douyin-%D0%B2-2023-%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D1%83/).

3. [Spotlight on social selling in China | FedEx Ireland (turbopages.org)](https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.7c3def0e-65be7dfb-8aea52ed-74722d776562/https/www.fedex.com/en-ie/campaign/small-business-hub/trends-and-insights/spotlight-on-china.html).

4. Tenba Group [Электронный ресурс] // TenbaGroup (Дата обращения: 22.07.2020) URL: <https://tenbagroup.com>.

5. Китай сегодня [Китайский рынок онлайн-торговли на протяжении 11 лет является крупнейшим в мире (prc.today)](https://prc.today/kitajskij-rynok-onlajn-torgovli-na-protyazhenii-11-let-yavlyaetsya-krupnejshim-v-mire/?ysclid=ls6aau9ke286707402) [Бизнес новости Китая на портале Китай сегодня -(prc.today)](https://prc.today/) 25.01.2024.

6. [Покупай у людей. Социальная коммерция как будущее шопинга – Проект «Новое в менеджменте» – Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (hse.ru)](https://gsb.hse.ru/newmanagement/news/843090489.html?ysclid=ls6dtckhr8975391542) 16 июня, 2023 г.