

ПЛАТФОРМЫ DOUYIN И KUAISHOU: ХАРАКТЕРИСТИКА И СПОСОБЫ МОНЕТИЗАЦИИ

Н. А. Федотова¹⁾, Го Голун²⁾

¹⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
nf333@yandex.ru,

²⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
1017026960@qq.com

В публикации дана характеристика крупнейших в Китае платформ интернет-контента и коротких видео Douyin и Kuaishou, рассмотрены их сходства и отличия. В материале также представлены способы монетизации контента, учитывая особенности развития Douyin и Kuaishou и потребности их целевых аудиторий.

Ключевые слова: Douyin; Kuaishou; платформы коротких видео; контент; монетизация.

DOUYIN AND KUAISHOU PLATFORMS: CHARACTERISTICS AND MONETIZATION METHODS

N. A. Fedotova^a, Guo Guolong^b

^aBelarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: N. A. Fedotova (*nf333@yandex.ru*),

^bBelarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: Guo Guolong (*1017026960@qq.com*)

The publication characterizes China's largest Internet content and short video platforms Douyin and Kuaishou, discusses their similarities and differences. The material also presents ways to monetize content, taking into account the peculiarities of the development of Douyin and Kuaishou and the needs of their target audiences.

Key words: Douyin; Kuaishou; short video platforms; content; monetization.

Douyin и Kuaishou на сегодня являются крупнейшими платформами интернет-контента в Китае (не считая WeChat и QQ, которые популярны как площадки для обмена мгновенными сообщениями). Когда мы говорим «крупнейшие», имеем в виду не только количество пользователей (аудитория Douyin/Kuishou на сентябрь 2021 года составила 719 миллионов / 544 миллиона соответственно) и время просмотра (ежедневно среднее время просмотра на душу населения составляет около 90 минут), но и огромное количество пользователей, участвующих в создании контента. Так, в 2020 году количество пользователей Kuaishou, опубликовавших контент, достигло 300 миллионов, а ежедневный выпуск пользовательского контента составил более 15 миллионов; количество создателей на Douyin увеличилось на 130 миллионов в прошлом году.

С точки зрения количества пользователей и продолжительности просмотров, Douyin и Kuaishou имеют абсолютное преимущество в области короткого и среднего видеоконтента, и третьему приложению для коротких видео трудно конкурировать с «DouKuai» в сфере развлекательного контента в краткосрочной перспективе.

Kuaishou имеет более продолжительную историю, чем Douyin. Платформа появилась в 2011 году как приложение для GIF-анимаций. В 2013 году Kuaishou превратилась в платформу для коротких видео и социальную сеть. В 2016 году на площадке появились прямые трансляции. В целом Kuaishou и Douyin похожи и имеют аналогичные инструменты и механику.

Однако в Kuaishou еще есть раздел для поиска работы, текстовые новости, игры, маркетплейс, различные бытовые сервисы: заказ еды, покупка туристических путевок, специальный раздел с медицинскими консультациями. Алгоритм рекомендаций новых видео в Kuaishou децентрализован. Приложение преимущественно показывает пользователям видео от аккаунтов, на которые они уже подписаны. Таким образом, в Kuaishou формируются более тесные связи между пользователями, а у создателей контента больше равных возможностей стать популярными. Кроме того, уровень вовлеченности пользователей на Kuaishou выше, чем на Douyin. Kuaishou руководствуется слоганом «снимай мир, снимай себя» (记录世界记录你). Это более инклюзивная платформа: здесь до сих пор много пользователей из деревень и сел, которые снимают повседневные и простые видео [1].

По сравнению с акцентом Kuaishou на социальные связи между людьми, Douyin уделяет больше внимания содержанию. Цель состоит

в том, чтобы отфильтровать и постоянно увеличивать высококачественный контент, оптимизировать опыт потребления пользовательского контента и, естественно, привести к быстрому росту пользователей и производительности просмотров.

Важно отметить, что Douyin – это китайская версия известного приложения TikTok. У приложений внешне одинаковый интерфейс, но разные функции, контент и целевые аудитории. У Douyin больше функций по сравнению с TikTok: загрузка видео продолжительностью до 15 минут, лайвстрим-продажи (у TikTok они есть только в Великобритании, Индонезии и Таиланде) и локальные сервисы для бизнеса [1].

Одним из направлений доработки продукта Douyin является увеличение социальных атрибутов. Например, появилась страница «Друзья», несущая социальные функции добавления знакомых/полуз знакомых и имеющая функцию «дневника», содержимое которого отображается в разделе «Друзья». На конференции «Douyin Creators Conference 2020» Чжан Нан, генеральный директор ByteDance (Китай), сказал, что «Douyin проделал хорошую работу с точки зрения ценности контента, но его понимание людей недостаточно глубоко. Функции, услуги, контент и алгоритмы Douyin должны быть «ориентированы на людей», и это значение аналогично ценностям, которых придерживается Kuaishou» [2]. Таким образом, можно говорить о том, что ценности продуктов Douyin меняются.

Текущие характеристики, алгоритмы и операции двух платформ претерпевают быстрые изменения, соответственно, возможности монетизации контента Douyin и Kuaishou также имеют определенные отличия. Так, Douyin больше подходит для монетизации рекламного трафика (на основе контента), тогда как Kuaishou больше подходит для монетизации в сценариях прямых трансляций (на основе реализации талантов). Пользователи Douyin больше приходят на платформу из-за качественного контента (а не экспертов), поэтому меньше смотрят прямые трансляции. Пользователи Kuaishou приходят на платформу благодаря экспертам, поэтому в сегменте отвода трафика пользователи смотрят больше прямых трансляций, имеют более высокое чувство близости и доверия к экспертам.

Таким образом, рассмотренные платформы Douyin и Kuaishou предоставляют большие функции для удовлетворения потребностей пользователей, нацелены на производство качественного востребованного контента, работают по формуле «больше трафика = больше возможно-

стей». Обе платформы быстро растут и совершенствуются, разрабатывают собственные бизнес-модели, их партнеры по отраслевой цепочке также демонстрируют рост, что заслуживает дальнейшего внимания медиаисследователей.

Библиографические ссылки

1. Китайские платформы коротких видео Douyin и Kuaishou: в чем разница? [Электронный ресурс]. URL: <http://ekd.me/2022/04/kitajskie-platformy-korotkix-video-douyin-i-kuaishou-v-chem-raznica> (дата обращения: 23.09.2022).
2. *Чжан Ренжи*. Отчет о конкурентном анализе: Douyin VS Kuaishou [Электронный ресурс]. URL: <https://www.woshipm.com/evaluating/4472868.html> (дата обращения: 23.09.2022).