

СМАРТФОН ПРИЛОЖЕНИЯТА В СЪВРЕМЕНЕН КИТАЙ – ОТРАЖЕНИЕ НА ГЛОБАЛНИЯ И ТЕХНОЛОГИЧЕН НАПРЕДЪК НА СТРАНАТА.

Теодора Йонкова¹

SMARTPHONE APPLICATIONS IN TODAY'S CHINA – REFLECTION OF THE COUNTRY'S ADVANCEMENT ON THE GLOBAL AND TECHNOLOGICAL STAGE.

Teodora Yonkova

Abstract: The article focuses on the most popular and widely used smartphone applications in China and their rapid development. The research is based on personal observations made by the author while conducting field work in Beijing during the period between the beginning of September 2017 the end of January 2018. The first application discussed in this work is WeChat, which started as just a social media platform but quickly became much more than that. It now contains various services, the most important one being WeChat Pay. Then we move on to Taobao and Meituan-Dianpin. Taobao is a website and an application for online shopping where one can buy almost anything, and Meituan is an app where food can be ordered from a vast choice of establishments offering local or international cuisine or goods from supermarkets. The latter two applications are Jing Dong – similar to Taobao, but focused on selling electronics and other pieces of technology – and DiDi Chixing which is the equivalent of Uber and mainly offers ride-hailing services.

Keywords: Smartphone Applications, WeChat, WeChat Pay, Taobao, Meituan, DiDi Chuxing, Jing Dong.

На мнозина вече е известно, че Китай е втората икономика в света и продължава да се развива с невероятна скорост, която може би е непо-

¹ Теодора Петкова Йонкова е асистент в катедра „Класически и източни езици и култури”, Филологически факултет на Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий”, t.p.yonkova@gmail.com

нятна за повечето незапознати с китайската действителност. Този труд е базиран на лични впечатления и събран теренен материал по време на моята работа в Пекин в края на 2017 и началото на 2018 г., свързана с дисертационния ми труд. След това посещение в Пекин се убедих, че само за по-малко от десет години градът се е променил до неузнаваемост. Нямам предвид само развитието на инфраструктурата, строителството и т.н., а по-скоро развоя на смартфон приложенията – до къде се е разпрострляла тяхната употреба и до колко са проникнали в живота на китайските граждани.

Напредъкът в сферата на мобилните телефони и мобилния софтуер в Китай е толкова голям, че на моменти е почти невъобразим за останалия свят. Само онзи, който е имал възможността да се потопи във всекидневието на китайската действителност, в атмосферата на мегаполисите в страната, само той може да разбере докъде в действителност се простира този технологичен напредък. Огромното развитие на смартфоните вече проличава в тяхното качество на световно ниво – само в топ пет на най-продавани марки смартфони за 2019 г., три от тях са китайски марки. Водещи на първо и второ място са съответно Samsung и Apple, на трето – Huawei, следвани от Oppo и Vivo, като веднага след тях на 6-то място се нарежда Xiaomi. А малко по-надолу в класацията са Lenovo и ZTE. Повсеместното разпространение на смартфоните и масовата употреба на приложенията за тях, правят всяко нещо във всекидневието може би без аналог другаде по света. Модерните технологии до толкова са проникнали в живота на китаеца, че животът му става невъобразим без телефон в ръка. Като започнем от най-простата функция – комуникацията, минем през пазаруване и поръчване на храни и услуги, отключване на споделени велосипеди и стигнем до плащане без пари в брой чрез някои приложения, почти всичко е в едно устройство, което се събира в джоба или в ръката.

Едно от най-използваните приложения е WeChat. Приложението е стартирано през януари 2011 г. от китайската мултинационална компания Tencent Holding Limited. По данни на компанията за миналата година неговите потребители са над милиард, което го превръща в едно от най-важните приложения за смартфони в Китай. WeChat е многофункционално приложение за смартфони, което далеч надхвърля функциите, предлагани от други подобни приложения, като например WhatsApp. Платформата на WeChat интегрира различни услуги, като пращане и получаване на съобщения, социализация, услуги за разплащане. Функционалността му постоянно се разширява и включва нови услуги, като например резервиране на билети за превозни средства в големите градове, поръчване на

такси и други. Като социална медия основните функции на приложението включват изпращане на съобщения до други потребители, споделяне на снимки и видеоклипове чрез функцията *Моменти*. В *Моменти* потребителите могат да споделят снимки и видеоклипове, да ги коментират и да харесват такива на други потребители, подобно на Facebook, но същевременно и различно. Също така се предлагат функции за безплатни видео и гласови обаждания и огромен брой емотиконки и стикери, които изразяват и подчертават голям набор от емоционални състояния. Това е само една малка част от това, което е WeChat, далеч повече от обикновена социална медия. Приложението също така е и платформа за получаване на всякакъв вид информация, чрез функцията WeChat-Public-Account, която дава възможност на потребителите да получават информация, следвайки публични акаунти (профили). Все повече организации, предприятия, университети и пр. използват WeChat-Public-Account, за да предават информация на конкретни потребители и да взаимодействат с тях. Друга важна функция, добавена през 2014 г., е изпращането и получаването на червени пликове 红包. Тази функция отразява китайската традиция да се дават червени пликове с пари, особено на деца, по време на Пролетния фестивал или по-познат като Китайската Нова година, когато цялото семейство се събира и празнува около масата. Друга функция, която се налага все повече и всъщност се е превърнала в предпочитан метод на плащане в Китай, е WeChat Pay (плащане през приложението). Чрез тази функция потребителите могат да получават пари или да плащат по три начина, след като свържат банковата си карта с приложението. По този начин те могат да плащат за онлайн услуги и продукти във всички видове магазини, да изпращат пари на други контакти, да се плащат различни сметки и прочее. Поради тази функция плащането с пари в брой в Китай се превръща в отживелица и много хора дори не носят пари в себе си. Данните сочат, че през септември 2017 г. 902 млн. души влизат всеки ден в WeChat и 38 млрд. съобщения се изпращат през платформата всеки ден. Средният потребител прекарва около 139 минути на месец в приложението, за да се обади, а 68 млн. видеоклипа се публикуват всеки ден през 2017 г. Всичко това доказва, че WeChat се е превърнал в неразривна част от всекидневието на потребителите в Китай (Montag, Becker, Gan 2018).

Две други масови приложения са Taobao и Meituan-Dianpin. Първото е платформа за онлайн пазаруване, а второто е приложение за поръчване на храна и услуги.

Taobao е собственост на Alibaba Group, китайска мултинационална компания, която е специализирана в онлайн търговия. Компанията е основана още през 1999 г. от Джак Ма в Ханджоу. Alibaba е бизнес за бизнес

(Business-to-business, B2B) платформа за търговия, а Taobao е фокусирано върху бизнес към потребител (Business-to-consumer, B2C), или потребител към потребител (Consumer-to-consumer, C2C). През 2018 г. Alibaba има пазарен капитал от 460 млрд. американски долара, което прави компанията втората най-скъпа компания за онлайн търговия след Amazon.com (Zen, Li 2018). Освен че Taobao е сайт за онлайн пазаруване, който също има и приложение за смартфони, а употребата на приложението се насърчава, като поръчките през него имат процент намаление за разлика от тези в сайта. Дали търсите дрехи и обувки, антики, тор за растения, нов сешоар, подправки или каквото и да е друго, в Taobao може да намерите всичко. Бързият възход на Taobao спомага и за израстването на куриерски компании за милиарди долари, които са способни да доставят пакети от Шънджън² до Пекин за по-малко от 24 часа. Освен това навсякъде в страната са разпръснати над 2000 Taobao селища, където жителите разчитат на Taobao да продават производството си. Един проблем, пред който Taobao и Alibaba се изправят преди години, е доверието на потребителите, които не са сигурни дали продавачът ще им изпрати покупка след като платят, а от друга страна, продавачите не са склонни да изпратят покупката, ако не са получили потвърждение, че плащането е завършено. За да бъде разрешен този проблем, през 2004 г. е въведена ескроу³ услугата Alipay, която задържа плащанията, докато купувачът не получи покупката и след това ги освобождава и ги изпраща на продавача. Днес Alipay е най-доминиращата трета в страната платформа за онлайн плащания (Zen, Li 2018). Милиарди хора поръчват всеки ден разни неща от Taobao, а куриерите ги доставят с невероятна скорост до входната врата или до специални шкафчета⁴. Шкафчетата обикновено имат различни размери за различни по големина пратки. Когато поръчате до шкафче, получавате съобщение с пин код на телефона си, който въвеждате на специален за целта монитор или сканирате QR код и отваряте шкафчето.

² Шънджън се намира в южен Китай, в близост до Хонконг и е на над 2000 км от Пекин.

³ Терминът произлиза от френската дума *escroe*, която означава свитък или част от документ. Счита се, че в правото започва да се използва в САЩ от 1916 г. *Escrow* означава договор между две страни, с който договор се предоставя държането на някаква вещ или документ на едно трето лице до осъществяването на предварително уговорените условия.

⁴ Подобни са на навлезлите последните години шкафчета на куриерските фирми Спиди и Еконт, с тази разлика, че там пратката вече е предварително платена, докато при нас, където все още не сме се преборили с проблема с недоверието, има и устройство, където може да се плати с банкова карта.

Докато Таобао е най-голямото приложение за предлагане и търсене на стоки с физически характер, Meituan-Dianpin е най-голямата платформа за предлагане на услуги, основна сред които е поръчване на храна. Meituan-Dianpin е най-голямата онлайн до офлайн (O2O) платформа за услуги. Първоначално Meituan и Dianpin са две отделни компании, като първата, основана през 2010 г., е основно фокусирана върху доставка на храна, а втората, основана през 2003 г., е фокусирана върху даване на ревюта на ресторанти. И двете приложения имат, базирана на местонахождението на потребителя, функция за предлагане на ресторанти и услуги в близост до него. През 2015 г. двете компании, които до този момент се конкурират, се обединяват и в днешно време предлагат четири отделни приложения, които дават на потребителите различни възможности, като например поръчване на храна, купуване на билети, оценки, групови купони и други. Поради силната подкрепа от страна на Tencent, Meituan-Dianpin работи заедно с WeChat, като по този начин потребителите могат да плащат директно чрез тяхната сметка в WeChat (WeChat Pay account). Компанията разполага с около 600 хил. отличително облечени служители на скутери, които доставят храна до потребителите, а в приложението може да следиш целия процес и колко време ще отнеме, докато пристигне. Освен че доставят храна, вече все по-често доставят и просто продукти от различни магазини и супермаркети до домовете. По този начин не се налага хората да излизат да пазаруват. Доставя се не само храна и други покупки, а и всичко останало – от кабели за телефони до някои лекарства, за които не се изисква рецепта.

Друго голямо приложение е Jing Dong (JD), подобно на Таобао, в което се предлагат множество продукти от прясна храна до облекла, електроника и козметика, въпреки че е фокусирано главно върху техника. Jing Dong е сред най-големите уебсайтове за онлайн търговия, като са налични и приложения за двете операционни системи за смартфони – Android и iOS. Компанията Jing Dong е основана през 1998 г. от Лиу Цян-дун, известен още като Ричард Лиу, а платформата започва да оперира онлайн през 2004 г. За разлика от Таобао, Jing Dong е бизнес към потребител (Business-to-consumer, B2C) платформа. Други основни разлики с Таобао и подобни сайтове и приложения, като T-mall например, са методите на плащане (WeChat Pay или банкова карта) и това, че основният фокус на Jing Dong е продажбата на техника. Jing Dong е първият избор на потребителите за закупуване на домакински уреди и електроника. Най-голямото предимство на Jing Dong е изградената в цялата страна собствена инфраструктура за доставяне на покупките. Компанията разполага с над

86 склада с обща площ над 1.5 млн. м² в 36 града на Китай (CIW Team). Благодарение на тази инфраструктура, доставките се извършават на същия или на следващия ден, след като е направена поръчката.

И последното приложение, което ще отбележим и което няма как да пропуснем, е приложението на компанията DiDi Chuxing. Това е приложение за споделено пътуване, подобно на Uber. Чрез приложението до водачите на автомобили достигат заявки за пътуване от пътниците, като същевременно се предлагат и редица други услуги. Услугата е следствие от нишата, оставена от големия брой желаещи да пътуват и малкия брой таксита, които далеч не са достатъчни да обслужват многомилионните градове в Китай. По тази причина се появяват много „черни таксита”, чиито водачи са обикновени хора, извършващи услугите на такси, но на високи цени. Този факт, както и ограниченият брой таксита с фиксирани ниски цени, обезкуражават действията за нови водачи. На този фон всяко решение на проблема е приветствано и тук именно идва услугата на DiDi Chuxing, която с годините се утвърждава и печели одобрението на хората, превръщайки се в гигант в сектора. Регистрацията в приложението става чрез телефонен номер, а когато се поръчва кола за момента, а не за определен по-късен час, от потребителя се изисква да посочи време, за което е склонен да чака и цената, която е готов да плати. След като някой поеме поръчката, приложението посочва данните на шофьора – неговото име, оценката, която е получавал от други потребители, регистрационната табела на колата, марката на колата и т.н. (Chohan 2014). Поради удобството, което предлага на потребителите, услугата става все по-популярна, а компанията се разраства до толкова, че вече предлага услугите си в редица други държави по света.

Смартфон приложенията са неразривна част от всекидневието не само на китайците, но и на чужденците, които пребивават на територията на страната. Те до голяма степен намират тези приложения за удобство, което им спестява време в забързания ритъм на големите градове. Благодарение на тях, всичко, което човек пожелае, може да бъде постигнато от дланите на ръцете му и от върха на пръстите му.

Библиография

Електронни ресурси:

Montag, Christian, Becker, Benjamin., Gan, Chunmei. The Multipurpose Application WeChat: A Review on Recent Research. In *Frontiers in Psychology*, Volume 9, Article 2247, 2018.

Интернет източници:

Мангачев, Иван. Правната уредба на ескроу сметка. В Грамада [Pravnata uredba na eskrou smetka. In Gramada] 2018. <http://gramada.org/%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B0-%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B1%D0%B0-%D0%BD%D0%B0-%D0%B5%D1%81%D0%BA%D1%80%D0%BE%D1%83-%D1%81%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B0/> [Accessed: 27 September 2019]

Blystone, Dan. Understanding the Alibaba Business Model. In Investopedia, 2019. Available at: <https://www.investopedia.com/articles/investing/062315/understanding-alibabas-business-model.asp> [Accessed: 26 September 2019]

Chohan, Usman, Dididache, W. 滴滴打车 – Hailing the Future, One Cab at a Time. McGill University News and Events, 2014. Available at: <https://www.mcgill.ca/channels/channels/news/dididache-di-di-da-che-hailing-future-one-cab-time-235312> [Accessed: 18 November 2019]

CIW Team. JD.COM (JINGDONG) Intro, Stats, News & Insights. In China Internet Watch. Available at: <https://www.chinainternetwatch.com/tag/jingdong/> [Accessed: 18 November 2019]

DeGennaro, Tony. How Meituan Dianping Became The World's Most Innovative Company. In Dragon Social. Available at: <https://www.dragonsocial.net/blog/meituan-dianping-2/> [Accessed: 30 September 2019]

Gentlemen in China. Top Differences between Taobao, Tmall & JD.COM? In Marketing to China, 2019. Available at: <https://www.marketingtochina.com/e-commerce-in-china-know-your-marketplaces/> [Accessed: 18 November 2019]

Heggestuen, John. Alipay Overtakes Paypal as the Largest Mobile Payments Platform in the World. In Business Insider, 2014. Available at: <https://>

www.businessinsider.com/alipay-overtakes-paypal-as-the-largest-mobile-payments-platform-in-the-world-2014-2 [Accessed: 18 November 2019]

Li, Jennifer, Perez, Bien. Taobao becomes China's most valuable brand. In South China Morning Post. 2016. Available at: <https://www.scmp.com/business/companies/article/2020926/taobao-becomes-chinas-most-valuable-brand> [Accessed: 28 September 2019]

Zen, Soo, Li, Tao. How Alibaba's Taobao solved the trust problem in China and changed the way people shop. South China Morning Post, Published: 2018. Available at: <https://www.scmp.com/tech/enterprises/article/2161082/how-alibabas-taobao-solved-trust-problem-china-and-changed-way> [Accessed: 26 September 2019]

Zeng, Ming. Alibaba and the Future of Business. In Harvard Business Review, 2018. Available at: <https://hbr.org/2018/09/alibaba-and-the-future-of-business> [Accessed: 27 September 2019]