

# 海外TikTok用戶湧入 小紅書喜憂參半

## 專家：妥善平衡監管與多元文化表達 採取分區監管治理

香港文匯報訊（記者 王珏 北京報導）TikTok在美國可能下線之際，內地知名社交分享平台「小紅書」在海外人氣飆升。因頁面呈現、功能、體驗等方面有諸多相似之處，連日來70餘萬不滿TikTok封禁的美國網民如潮水般入駐小紅書，意外帶來潑天海外流量。專家接受香港文匯報採訪指出，這一事件有望成為促進中外民間交流、增益友誼的新突破點，並為中國互聯網科技公司在全球市場中開拓新局提供契機。但與此同時，虛擬空間短時間內湧入如此海量的其他國別人群，這在中國互聯網歷史上還是首次，海外流量倒灌亦帶來新的監管命題需要面對。

專家指出，面對境外用戶規模的擴大和內容生態的複雜化，平台監管手段、監管內容、監管重點如何隨之「升級」以妥善處理多元文化表達與監管要求之間的平衡，將成為中國改善互聯網治理、推動文化出海、提升國際傳播能力的試驗性事件。

### 兩天內超70萬新用戶加入

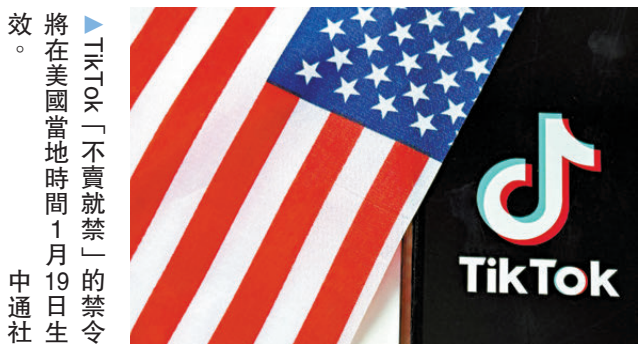
美國聯邦最高法院雖尚未就TikTok強迫出售令是否違憲作出最終裁決，但該禁令將於1月19日正式生效。從1月13日開始，小紅書首頁的外國人含量不斷攀升。內地媒體報道稱，僅兩天時間內，就有超過70萬名新用戶加入了小紅書。目前在北美美蘋果應用商店免費軟件下載排行榜上，小紅書牢牢佔據榜首。而據應用數據研究公司Sensor Tower的估算，小紅書本周在美國的下載量同比增長超過200%，相比前一周增長了194%。

信息安全專家、北京大學軟件工程國家工程中心博士潘克峰對香港文匯報指出，大量境外流量湧入，確實對監管提出了新的挑戰，尤其在涉及不同宗教信仰、法律規定、地區風俗和民族習慣等方面監管的挑戰。

他舉例說，吸大麻、展示槍支和管制器具等行為，在中國是嚴格禁止的，在很多外國地區卻是合法的；再如宗教信仰、婚姻制度、社會習慣，甚至道德倫理等，各國都存在不同文化差異。從政府監管層面上看，既要促進國際交流合作，又要抵制意識形態滲透、屏蔽劣質文化入侵、協調法律制度差異、保護青少年身心健康等，對以上方面的監督管理，對任何國家而言都是嚴峻挑戰。

### 加強內容審核遏不良信息

潘克峰認為，面對海量境外信息，監管手段、監管內容、監管重點等必然要隨之「升級」，平台有必要加強對大流量、多語言環境下的內容審核與管理，引入先進的算法技術和人工審核相結合的方式，對敏感詞彙、虛假宣傳、惡意攻擊等內容進行實時監測和



▲過去一周內，小紅書的日活躍用戶數在美國市場激增了超過300%，其中超過70%的新用戶來自TikTok。 中通社

過濾，有效遏制不良信息的傳播，確保平台上信息的真實性和準確性，增強輿情引導。此外，對於宗教、法律、文化等層面的差異，則可以採取分區域監管的治理方法，比如考慮借鑒抖音和TikTok的雙版本運營模式，為境內外市場提供獨立的产品架構，以更加靈活地滿足不同市場的用戶需求，盡可能實現多元文化表達與監管要求之間的平衡。

### 增強國際社媒中國聲音

不少業內人士還表示，TikTok被禁，美國人轉身集體就下載了一個直接由中國擁有並運營的App，如何接住潑天的流量將成為中國改善互聯網治理、推動文化出海、提升國際傳播能力的試驗性事件。

資深媒體人胡錫進認為，中國在國際輿論場上長期處於守勢，TikTok展現了中國互聯



## 小紅書能在海外火多久？

特稿 小紅書得到美國用戶的大量註冊是「時運濟也」。根據App Annie的數據，小紅書在美國App Store中的下載量在2025年1月12日至13日期間迅猛攀升，短短兩天之內，下載量激增了300%。過去一周內，小紅書的日活躍用戶數在美國市場激增了超過300%，其中超過70%的新用戶來自TikTok。小紅書承接這波用戶後，也同時存在機遇和挑戰。

### 商業價值和盈利能力提升

從機遇的角度出發，大量美國用戶的湧入，使小紅書在短時間內用戶數量激增，迅速登頂蘋果應用商店美國區下載量榜首。小紅書也將迎來拓展海外市場的機會，提升在全球社交平台中的市場份額和影響力，為未來的發展奠定更廣泛的用戶基礎。同時，商業變現有望增厚。這可能會吸引更多國際品牌和商家與小紅書合作，為小紅書帶來更多的商業機會和廣告收入，進一步提升其商業價值和盈利能力。

而小紅書的用戶活躍度也將得以提升。外國用戶的加入可能會催生一些新的熱門話題和內容形式，吸引更多用戶參與互動，提升整個平台的活躍度和吸引力。

### 留住並轉化長期用戶是難題

從挑戰的角度出發，美國用戶的大量湧入，因為不同文化背景、價值觀和言論的碰撞，可能會增加內容審核與管理的難度。有網友調侃，「小紅書的碼農要加班了，上海的春節又多了一棟燈火通明的辦公樓。」小紅書目前因為翻譯功能的不健全，對外國用戶來說不夠友好，還需要增加翻譯功能。

此外，雖然短期內因TikTok禁令獲得了大量美國用戶，但從長期來看，其他社交平台可能會採取措施爭奪這部分用戶。小紅書如何留住這些新用戶，並將其轉化為長期活躍用戶還是一個難題。

### 熱度為出海奠定較好基礎

小紅書能在海外火多久？浙商證券傳媒互聯網首席分析師馮翠婷表示，在海外使用者的小紅書發文下已經看到較為積極的互動，同時在TikTok平台上，關鍵意見領袖（KOL）仍在積極推薦轉戰小紅書，為初步形成的國際化社區持續導流。即使熱度很快過去，這波高效的全球宣傳也為小紅書未來國際化發展奠定了較好的基礎。

浙商證券研報認為，當前時間點對小紅書來說機會大於挑戰。除了這波新增用戶外，海外互聯網整體缺乏相應的競品。小紅書的「種草」、社區、搜索、新聞等功能被分散在不同App上，完全相似的競品較少。「不論TikTok在美國的最終命運如何，此次的新增用戶都是小紅書出海的一次絕佳機遇。能否有更大的突破，取決於TikTok下架的時長、小紅書內部的應對策略以及相關政策的走向。」 ●綜合《中國商報》及虎嗅網

## 不妨順勢而為 網絡開放再進一步

### 微觀點

隨着TikTok在美國「大限日」臨近，TikTok創作者連日來持續湧入中國另一款社交媒體應用平台小紅書，成為互聯網世界的一道奇觀。雖然與TikTok相比，小紅書的使用界面和習慣都有所不同，還有一定語言門檻，但這並沒影響這些來自美國的新用戶的轉場熱情，加上中國網友們所展現出的歡迎互動姿態，互聯網平台上中美網友間呈現出一派其樂融融的盛景，這與官方層面美國近期頻繁對中國發起貿易爭端而挑起的緊張氛圍，可謂有天壤之別。

有評論將這次中美網友在小紅書上的「相遇」和「碰撞」比喻為網絡版「乒乓外交」、21世紀的「廚房辯論」，了解中國改革開放歷史的人都會想到，這些形象語言表述還有着更多一層的深意：開放交流，是世界人民的永恒主題，是各國民眾不變的心聲。



●近日，小紅書因TikTok在美國面臨關停困境成為TikTok美國用戶的替代平台而在海外火爆。圖為市民從小紅書廣告前走過。 中新社

### 提升中國友好開放影響力

今日之中國越來越「自帶流量」，從TikTok、小紅書等中國社交媒體在國外走紅，到國產遊戲《黑神話·悟空》受全球熱捧，再到

「China Travel」成世界潮流，這不僅意味着中國在商業競爭力、文化軟實力等諸多方面實力的提升，更得益於國家的開放、民衆的友善和社會的包容。

國之交在於民相親。習近平主席曾說，「中美關係的希望在於人民，基礎在民間，未來在於青年，活力在地方」。中美網友此次在小紅書上的「相遇」和「碰撞」，或許可以成爲一個歷史時刻，正如媒體人胡錫進在微博上發言說，此前中國在國際輿論場上長期處於守勢，此次事件則展現了中國互聯網的開放能力。我們不妨順勢而為，與時俱進，比如，進一步提升互聯網治理，平衡監管與多元表達，相關網絡管理或許可適當放寬一步，讓外國網友們更便利地使用中國的社交軟件，感受並進一步提升中國友好開放的影響力。

●香港文匯報記者 海岩

## 瞄準外國網友 商家英文發文攬客

香港文匯報訊 綜合觀察者網和第一財經報道，隨着越來越多TikTok創作者湧入小紅書，包括阿里、美國在內的互聯網平台和一大波中國商家趕緊上小紅書攬客，大批跨境平台也趁機擴展小紅書陣地。不少跨境平台的外貿商家，轉戰小紅書向老外介紹自己的商品。

### 專家：「反向做生意」效果未必好

阿里巴巴在帖子中寫道：「Do you want to make money?」美國則以平台優惠

吸引用戶：「Use this discount.」攜程直接向用戶喊話：「Say go, let's go」，並在線招攬有出行需求的用戶使用其服務。美顏相機的文案簡單直接：「Take photo, very beautiful!」餓了麼則將App名稱直譯為英文：「Are you hungry?」意在告訴外國用戶可以點外賣吃。交個朋友也將公司名稱翻譯成「Be Friends」，並提到直播間的福袋抽獎活動。

阿里國際站小紅書賬號用英文發布內容，介紹自己是類似「亞馬遜」的電商平台，海外賣家可以在這裏「開聲大發財」。速賣通小紅書賬號則用英文發布歡

迎「難民」的內容，表示有什麼問題都可以隨時留言詢問。

「跨境電商以及外貿人想蹭這波小紅書熱度，但目前只能碰運氣。」產業時評人張書樂分析指出，現在湧入小紅書的外國網多是內容創作者，很多自己也做帶貨生意，針對這波流量想反向做生意，效果未必會好。也有可能吸引到相關行業的外國博主建立合作。不少商家在小紅書上做營銷或直播，目前面臨缺少翻譯插件、外匯支付以及英文直播突然被封等問題。更關鍵的是，這批湧入的外國網友是否能夠長留在小紅書有很大的不確定性。

## 抖音尚未開放海外註冊

香港文匯報訊 據中通社報道，目前可以在中國短視頻社交平台「抖音」上刷到大量IP屬地顯示為美國、英國、俄羅斯、泰國等地的用戶視頻。此前有傳聞稱，抖音已開放國際註冊。內地媒體16日引述知情人稱，此消息不屬實。抖音目前未開放海外註冊。

「潮新聞」當天從知情人士處獲悉，抖音按照中國《網絡安全法》和《互聯網用戶賬號信息安全管理規定》要求，註冊時落實真實身份信息認證義務。抖音有海外用戶和放開海外註冊沒有關係。抖音集團副總裁李亮當天在社媒發文稱，有海外IP不代表是海外註冊用戶。「另外我們發現，這一波也有很多人渾水摸魚，搬運視頻仿冒外國用戶，尤其是一些黑產團夥想借機漲粉養號。這些賬號鑒別起來有一些難度，這幾天我們在積極治理，目前已經處置了1萬多個仿冒外國用戶的賬號。」

目前，「抖音」的中國國內版和海外版尚未「打通」。TikTok是抖音集團旗下另一款短視頻社媒，在美國十分流行，擁有1.7億用戶。