



证监会救市发行可交换债
 坚持举国体制 驳劳民伤财说
 选举布托丈夫胜出 爆炸致16死
 桂许霆案判决 5年刑期正式生效
 建欧亚同盟 美取消与俄核合作
 油价 九成网友认为北京将跟风
 奥运变革 双打回归单打每国仅2人
 新生集体退学 不满新校区简陋

愿国企老总不再用着行政级别 残奥会不
 私拍公务与影像权力 汇源果汁为何急于卖

博客

视频

台湾

诺贝尔文学奖轮到中国了?
 陶红：泪花肆虐中欣赏残奥
 秦海璐沙滩大秀清凉比基尼
 2012伦敦奥运场馆方案出炉

孙俪刘烨
 李亚鹏花
 最难嫁的
 34岁保姆

Путеводитель по Китайскому интернету



数码

最
 武
 重来 智能导航手机月降3400元

植物园案营利与否均属侵权
 查：四成网民患上谷歌依赖症
 移动的陷阱 TD手机进入看时代
 巨人之谜 12岁男孩疯长2.13米
 手脚 美女演示鲨鱼被杀过程

永恒之塔搞笑真人配音影片
 足球经理比赛终于实现3D化
 魔兽世界十大路痴禁地(图)
 两款大作竞争引发搜索大战
 首款乒乓题材网游公测(图)



若无骨
 区美图 美

年10月举
 类骑士帽

龙珠电影画面出人 试玩：思念的碎片 空

《石器
 暗黑3
 变型金
 魔力宝
 星际争





Китайская жизнь в Сети не очень похожа на русскую и, думаю, ещё меньше похожа на американскую. В этом мини-исследовании я хотел собрать факты о китайской блогосфере (в частности, о китайских бизнес-блогах), но так увлёкся, что собрал сведения и о китайском интернете вообще.

Меня поразили его масштабность (например, число активных пользователей QQ больше, чем население России) и его, скажем так, своеобразность. Китайский интернет – “место контрастов”, где новейшие технологии соседствуют с устаревшими форматами.

Один из главных фактов о китайских интернет-пользователях – впервые они заходят в сеть, чтобы пообщаться в QQ (интернет-мессенджере). Затем, если китайцу больше 20, он скорее всего пойдёт на электронные доски объявлений (BBS – бибиэску), которые по-прежнему играют большую роль в китайском интернете.

В своём исследовании сначала я веду себя как средний китаец старше 20 лет – узнаю об существовании Сети, открываю браузер, интересуюсь QQ, потом электронными досками объявлений, потом поиском. После этого я интересуюсь китайскими сетями B2B и B2C, социальными сетями и блогами, правда я уже не уверен, что также поступает китаец 25 лет.



иллюстрация – [Магазета](#).



Китайский интернет

Согласно январским исследованиям [China Network Information Center \(CNNIC\)](#) к концу 2007 число пользователей интернета достигло 210 миллионов, что всего на 5 миллионов меньше, чем в США – страны с самым большим количеством пользователей интернета. Несмотря на это, всего 19,1% китайцев пользуются интернетом (общемировой уровень 19,1%, в России – 21% а, например, в Германии [63% населения пользуется интернетом](#)).

За 2007 год число китайских пользователей интернета выросло на 53,3% и на июнь 2008 года Китай опережает США по количеству интернет-пользователей (253 миллиона, что составляет всего 19,1% от общего числа китайцев, согласно данным [TrendsSpotting](#)).

Из январского и июньского отчётов CNNIC можно узнать [об особенностях пользователей китайского интернета](#):



Иллюстрация 1: Пользователи Синета

- Около 34% выходят в сеть в интернет-кафе, большинство пользователей (74,8%) – старшеклассники или младше. В сельской местности около 48% пользователей интернета пользуются интернет-кафе (январь 2008). Число пользователей мобильного интернета выросло с 50,4 миллионов в январе до 73 миллионов в июне.
- Около 86,6% (84,5% на июнь 2008) пользователей слушают музыку онлайн, 81,4% (77,2% на июнь 2008) пользуются интернет-мессенджерами, 76,9% смотрят онлайн видео, 73,6% (81,5% - июнь 2008) читают новости, 72,4%



- ищут информацию, 59,3% играют в онлайн-игры и 56,5% (62,6% - июнь 2008) пользуются почтой.
- Число китайских блоггеров увеличилось с января по июнь 2008 года более, чем в 2 раза – с 49,35 миллионов до 107 миллионов.
 - Китайцы впервые выходят в сеть, чтобы, пообщаться в интернет-мессенджерах (39,7%), прочесть новости (20%), поиграть в игры (9,3%) и найти информацию.
 - В Китае интернет-мессенджеры более популярны, чем электронная почта, особенно для пользователей моложе 25 лет.
 - Интересно, что согласно отчёту 48,3% пользователей доверяют новостям с порталов, тогда как постах блоггеров или электронным доскам объявлений (BBS) доверяют только 31,4%.
 - 22,1% пользователей или 46,4 миллионов (25% или 63,3 миллионов) делали покупки он-лайн за последние 6 месяцев.
 - 35,4% (38,8% или примерно 98 миллионов – июнь 2008) пользователей писали в блог или в электронных досках объявлений. 12,7% пользователей загружали он-лайн видео, хотя только 10,4% загружали короткие видеоклипы.

Полные отчёты [доступны на китайском языке](#).

С 2003 по 2007 год капитализация интернет-рынка Китая выросла с \$5 млрд., до \$50 млрд., по данным [отчёта TechCrunch](#). Согласно отчетам, 41% крупнейших компаний находится во владении Китая, в то время как доля компаний США в топ 20 упала с 77% (1999) до 38%.

Браузер



В Китае есть свой браузер – [Maxthon](#).

Браузер Maxthon, разрабатываемый совместно специалистами из Китая и Израиля (по данным [TechCrunch](#), лично я не нашёл свидетельств того, что над Maxthon работают израильтяне), достаточно популярен прежде всего на своей восточной родине. По информации самой компании, браузером пользуются не менее 10 млн. китайцев и 2 млн. пользователей в остальном мире.

Браузер Maxthon был создан в Китае человеком по имени Чангиоу, (Changyou), хотевшим усовершенствовать Internet Explorer. Чангиоу разместил код на своей электронной доске объявлений для дальнейшего развития.

После этого разработкой браузера занимался сингапурский программист Джефф Чен (Jeff Chen).



В 2003 году он обнаружил, что написал большую часть кода и решил переименовать браузер из MyIE в Maxthon.

Популярность браузера основывалась, прежде всего, на стабильности работы и множестве дополнительных функций, которые не были доступны в старых версиях IE (в частности, в MyIE и впоследствии в Maxthon можно было использовать вкладки, блокировку рекламы, легко управлять проху, работать со множеством поисковиков и т.п.).

В Maxthon инвестировали деньги трижды: в 2005 году компания получила деньги от Мортена Лунда (Morten Lund) из Skype, и от WI Harper Group; в 2006 году в браузер инвестировал венчурный фонд Charles River Ventures, в 2007 году – Google. Если верить [TechCrunch](#) за 2005-2006 годы компании удалось получить порядка \$5 млн.

Google предлагали компании порядка \$1 млн. По [данным Хабрахабра](#) (который часто бывает [неточен в деталях](#)), в 2007 году Maxthon получал более 2500\$ в месяц от Baidu, за установку Baidu в качестве основной поисковой системы по умолчанию, что приносило Baidu до 25% всего трафика, согласно данным одного исследования, упомянутом на TechCrunch.

Сегодня 30 человек, в большинстве своём программисты, работают над Maxthon'ом в Пекине, однако большая часть работы над wiki, форумом, оболочками и дополнениями по-прежнему ведётся добровольцами.

Интересно:

- [Китайский Интернет: как за каменной стеной.](#)
- [Как выходить в интернет в Китае.](#)
- [Китайский пузырь.](#)

Интернет-мессенджеры



Лидер среди интернет-мессенджеров — [QQ](#), который занимает более 70% китайского рынка с 783,4 млн. зарегистрированных пользователей, из которых 317,9 млн. — активных пользователей на конец марта 2008 года. Принадлежит китайской телекоммуникационной компании [Tencent](#), также [разрабатывающей](#) e-mail клиент [Foxmail](#), поисковую систему [SOSO](#), игры QQ Games, он-лайн аукцион [PaiPai.com](#) (второй по популярности после Taobao) и социальную сеть [QQ Xiaoyou](#). В "Списке ведущих китайских предприятий" опубликованном Forbes в 2008 году Tencent занимает почётное 46 место.

У [MSN Live](#) примерно 19 миллионов активных пользователей, это 4,9% рынка, далее следуют [Sina UC](#) (4,1%), [Fetion](#) (3,7%) и [Aliwangwang](#) (3,1%).



Популярность Fetion падает (он предназначен для обмена sms между пользователями компьютеров и телефонов, что ограничивает число его пользователей), а Aliwangwang, наоборот, набирает популярность благодаря совместным усилиям [Alibaba](#) и [Taobao](#) — его доля выросла с 2,5% до 3,1% только за последнюю четверть 2007 года согласно результатам [Ежеквартального исследования китайского рынка интернет-мессенджеров за 4 квартал 2007 года](#) (на китайском) от Analysys International.

Замыкает шестёрку интернет-мессенджеров недавно появившийся [Baidu Hi](#), удивительно похожий на GTalk. Пока его попробовали около 1 миллиона пользователей.



Иллюстрация 2: Относительная доля интернет-мессенджеров Синета

Электронные доски объявлений (ЭДО)

В Китае до сих пор большую роль играют ЭДО, и если перефразировать [китайский блог Mobinode](#), то впервые китаец выходит в интернет, чтобы пообщаться в QQ, после этого он начинает интересоваться ЭДО.

Число пользователей, зарегистрированных в ЭДО достигло 3 млрд. (один пользователь может регистрироваться в нескольких ЭДО); 80% китайских сайтов имеют собственные ЭДО, каждый день пользователи просматривают более 1,6 млрд.



страниц, 10 миллионов сообщений публикуются в ЭДО каждый день.

По данным доклада, подготовленном [iResearch Consulting Group](#) в 2007 году, в Китае около 36,3% пользователей тратят 1-3 часа на ЭДО, около 44,7% пользователей тратят 3-8 часов, а еще 15,1% пользователей находятся на ЭДО более 8 часов в день. Более 60% пользователей заходят на ЭДО более чем 3 раза в неделю. Большинство пользователей ЭДО – люди в возрасте от 20 до 40 лет.

Пользователи заходят на ЭДО для поиска решений, обсуждения заинтересовавшей темы, просмотра информации и обмена жизненным опытом.

70% китайских ЭДО построены на системе Discuz, разработанной в компании Comsenz Inc. Помимо Discuz в компании Comsenz предлагают [X-Space](#) (платформу для социальных сетей), [SupeSite](#) (система управления контентом), [ECShop](#) (системы B2C и C2C с открытым исходным кодом) и [SupeV](#) (система обмена видеоконтентом). Также компания запустила несколько интернет-проектов, включая бесплатный хостинг для форумов [5d6d](#), бесплатный хостинг для магазинов B2B [Maifou](#) и рекламная сеть [Insenz](#). Компания Comsenz Inc получила 10 млн. долларов от Sequoia Capital, Morningside и Google в 2006 году. Основателю компании, Кевину, сейчас всего 26 лет и не удивительно, что он признан одним из самых выдающихся предпринимателей, родившихся в 80-х годах.

ЭДО, судя по всему, успешно монетизируются при помощи рекламной сети [Insenz](#) (похожей на Google Adwords).

Даже Google признаёт важность ЭДО в жизни китайского интернета и заинтересовался социальной сетью на базе ЭДО [Tianya.cn](#) с более чем 6 млн. зарегистрированных пользователей и 200000 пользователей онлайн ежедневно.

Baidu



По данным [отчёта Comscore за август 2007 года](#) Baidu занимал третье место среди поисковиков во всём мире.

В Китае Baidu – поиск номер один, кроме этого у него есть [японская версия](#). Baidu – первая китайская компания, которая включена в [Nasdaq 100](#).

Крупнейший в Китае интернет-поисковик Baidu.com [отчитался за 1 квартал 2008 года](#)



в соответствии со стандартом US GAAP. Чистая прибыль компании за отчетный период составила 20,9 млн. долларов или 0,60 долл на акцию, что на 71,5% превышает показатели прошлого года.

Операционная прибыль компании составила 21 млн. долларов, что на 99,6% больше данных за 1 квартал 2007 года. Суммарная выручка Baidu.com достигла 81,9 млн. долларов (+109,8% от данных 1 квартала 2007 года).

Top 10 Search Properties Worldwide* August 2007 Total World Age 15+, Home and Work Locations** Source: comScore qSearch 2.0	
Search Property	Searches (MM)
Worldwide	61,036
Google Sites	37,094
Yahoo! Sites	8,549
Baidu.com Inc.	3,253
Microsoft Sites	2,166
NHN Corporation	2,044
eBay	1,319
Time Warner Network	1,212
Ask Network	743
Fox Interactive Media	683
Lycos, Inc.	441

* Search properties based on top 50 properties worldwide where search activity is observed.

** Excludes traffic from public computers such as Internet cafes or access from mobile phones or PDAs.

Согласно данным отчета, затраты компании на открытие филиала Baidu в Японии составили 4,3 млн. долларов.

Некоторые данные о поисковике можно найти в [Википедии](#).

Alibaba Group



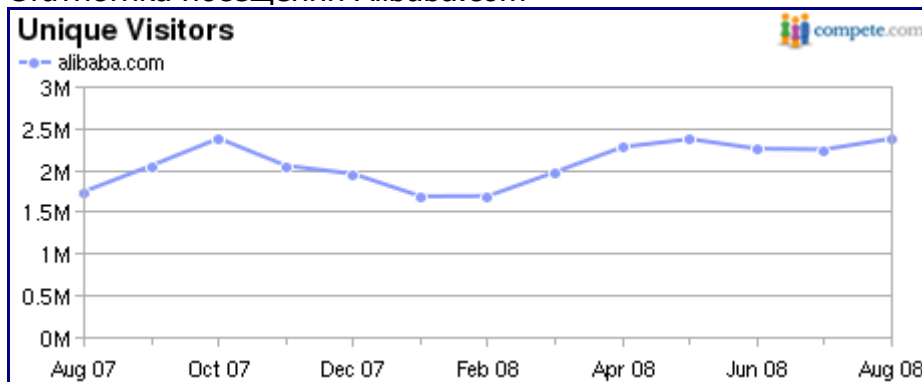
Alibaba – расположенная в Ханчжоу компания, специализирующаяся в электронной торговле. Основана в 1999 Ма Юнем (Джеком Ма), в неё входят пять компаний, занимающиеся разными видами электронной коммерции:

- [Alibaba.com](#): англоязычный сайт B2B-торговли, преимущественно между китайскими компаниями, продающими свои товары и их иностранными покупателями.
- [Taobao](#): C2C – сервис, китайский аналог Ebay.
- [Alipay](#): система интернет-платежей, работает преимущественно внутри Китая.



- [Alisoft](#): провайдер интернет-услуг для предприятий малого и среднего бизнеса.
- [Alimama](#): система обмена рекламными объявлениями (текстовые ссылки и графические объявления).

Статистика посещений Alibaba.com



В результате IPO, прошедшем в ноябре 2007 года, владельцы Alibaba получили более \$1,5 млрд., то есть это IPO стало вторым крупнейшим IPO в истории интернета после августа 2004 года, когда компания Google собрала \$1,9 млрд. ([NYTimes](#)).

Ожидается, что компания закончит 2008 год с чистой прибылью в 1,02 млрд. юаней (\$136 млн.), и увеличит её на 44% в 2009 году до 1,47 млрд. юаней (\$196 млн.). Интернет-биржа Таобао также [успешно разивается](#) – согласно отчёту за первый квартал 2008 года оборот биржи составил 18,8 млрд. юаней (\$2,74 млрд.), что на 170% больше аналогичного периода прошлого года. Это больше, чем продажи Уол-Март в Китае за весь 2007 год.

Про компанию Alibaba можно почитать в [Википедии](#).

Интересно:

- [Поисковые машины и технологии → Wandex или Девять вещей, которые вы не знали о поисковых системах.](#)
- [В Шанхае открылся высочайший в материковом Китае небоскреб.](#)



Социальные сети Китая



Насколько я понял, независимой статистики по китайским социальным сетям нет и появляется она только если у компании объявляются крупные инвесторы. Тем не менее, кое-какая информация имеется.

В ноябре 2007 года Facebook хотели купить китайскую сеть Zhanzuo.com с семью миллионными зарегистрированных пользователей на тот момент за \$85 млн. По [информации газеты The Times](#), возможность сделки обсуждали лично Марк Цукерберг (владелец Facebook) и Джек Жанг (директор Zhanzuo.com).

Сделка не состоялась.

Самой большой социальной сетью считается портал [51.com](#). К 15 июня 2008 года общее число зарегистрированных пользователей на сайте составило 120 млн., а



число уникальных посетителей в месяц составляет 31,5 млн. человек. Кроме того, один пользователь заходит на сайт в среднем 18 раз в месяц и ежедневно просматривается 350 млн. страниц сайта. На сайте регистрируются 100000 новых пользователей в день.

51.com привлёк несколько инвесторов на разных стадиях своего развития.

Главным инвестором сети выступала Sequoia Capital China – в [апреле 2007 года](#) они инвестировали в социальную сеть \$12 млн. за не менее чем 10% акций сети. В [мае 2007 года](#) 51.com получили ещё \$10 млн. инвестиций от Intel Capital и Redpoint Ventures. Какой-то долей сети владеет компания SIG.

В [июле 2008](#) года китайский издатель онлайн игр Giant Interactive приобрёл около 25% акций 51.com за примерно \$51 млн.

Таким образом, вся сеть сейчас стоит примерно \$204 млн. (или \$1,7 за пользователя :-)).

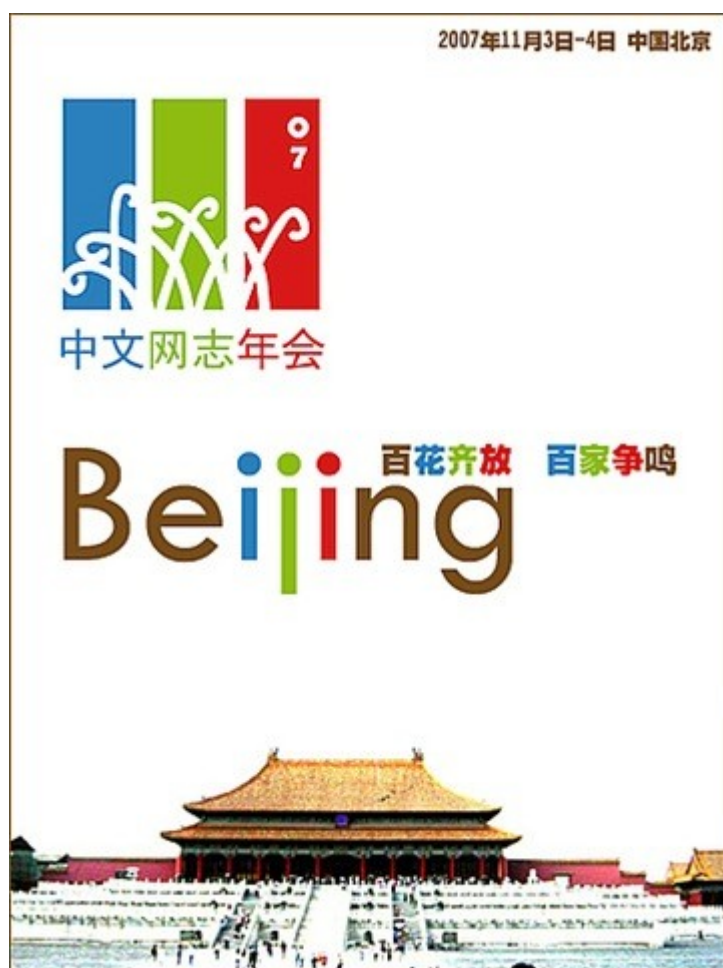
Кроме этого, компания Oak Pacific Interactive (OPI), главным активом которой является социальная сеть [Xiaonei.com](#) (клон facebook), в [мае 2008](#) получила инвестиции от Softbank'a \$430 млн. за 35% своих акций.

К марту 2008 года у сети Xiaonei.com было 22 млн. зарегистрированных пользователей и 12,7 млн. пользователей ежедневно.

У Xiaonei есть несколько конкурентов – [Hainei.com](#), (сеть является проектом Wang Xing, основателя Xiaonei), [Yiqi.com](#), более “продвинутый” клон – [CityIn.com](#) и социальная сеть от Tencent – [QQ Xiaoyou](#). Описание некоторых из этих сайтов на английском можно почитать у [TagEdge](#).



Платформы для блогов



По платформам для блогов также нет внятной статистики.

Судя по всему, наиболее популярной платформой является [Blog.Sina.com](#), принадлежащий компании [Sina](#).

В рейтинге Alexa сайт Sina.com.cn [занимает третье место](#) после Baidu и QQ.com.

Именно на этом блогхостинге ведёт свой дневник [самый популярный блогер планеты](#) – [Сюй Джинглей](#).

На 25 декабря 2007 года список самых читаемых китайских блогеров выглядел так:

1. [Сюй Джинглей](#) – 132 миллионов просмотров страниц с октября 2005 года. Актриса, журналист и просто красавица.
2. [Хан Хан](#): 111 миллионов просмотров страниц. Писатель.
3. [Ша Миннонг \(Sha Minnong\)](#): 105 миллионов просмотров дневника на Sohu и 79 миллионов на Sina. Бизнесмен, основатель 4-х финансовых газет, в своём



- блоге пишет о финансовых рынках.
4. [Акоста](#): 79 миллионов просмотров с марта 2006 года. Акоста пишет короткие рассказы и обзоры текущих событий. Настоящее имя и личность его неизвестны.
 5. [Чжу Фейфей](#): 78 миллионов просмотров. Состоит блог преимущественно из фотографий знаменитостей.

Как видите, все они располагаются на Sina, некоторые – на [Sohu](#).

Sohu располагается в рейтинге Alexa на 7-м месте среди самых посещаемых китайских сайтов.

В 2006 году самым крупным китайским сервисом интернет-дневников по [некоторым упоминаниям](#) являлся [Bokee.com](#).

[BlogCN](#) – первая бесплатная платформа для блогов в Китае, создана в 2002 году. Располагается компания в восточной части города Ханчжоу.

В [Википедии написано](#), что BlogCN создали крупнейшее в Китае сообщество блогов, платформу для хостинга блогов и поисковую систему по блогам.

Стоимость BlogCN составляет, [по некоторым оценкам](#), \$10 млн., 70-80% доходов сайта поступает от рекламы.

Интересно:

- [*Sequoia Capital China расширяется на внутреннем рынке венчурного капитала.*](#)
- [*Китайский рынок растет за счет мобильной и интернет-рекламы.*](#)



Китайские блогеры



иллюстрация - [Letters from China](#)

Пока их не так много, но их число стремительно растёт. И они уже объединяются:

С недавних пор на юге Китая в городе Гуанчжоу люди ходят за покупками не как все. В онлайн они договариваются о встрече, после чего приходят в намеченный час к, допустим, центральному супермаркету электроники. Полтысячи китайцев заходят в супермаркет, выбирают товары и покупают их разом, получив 10-30% скидку как оптовые покупатели. – [Prezention.ru](#).

ТОП-7 самых влиятельных и авторитетных блогеров Китая:

- [Исаак Мао](#): сооснователь и организатор конференции китайских блогеров SnBloggerCon. [О нём написали в Википедии](#).
- [Кэсо](#): пионер китайской блогосферы и ИТ-обозреватель.
- [Кэрол](#): "Твиттер-королева" из Тайваня – 1,897 друзей на 1 сентября 2008.
- Тангос и Луя (Tangos and LuYi): главные журналисты [China Web 2.0 Review](#)
- [Awflasher](#): Го разрабатывает сеть блогов [IfGoGo](#).
- [Брюс Ван](#) (ака номер 5): разрабатывает какие-то продукты для [Linkist.com](#).
- [Хэрок](#): насколько я понял, зарабатывает на своём блоге. Входит во многие рейтинги блогеров, в том числе в Топ-10 блогеров [Feedsky](#) (китайский аналог Feedburner).
- [Ребекка МакКиннон](#): журналист, живёт в Китае, пишет о цензуре и т.п.



Рейтинг составил я, на основе двух записей в блоге CNReviews: [1](#) и [2](#), за исключением Ребекки – на неё так часто “натыкаешься”, ища китайские блоги, что не включить её в этот рейтинг было бы неблагодарностью.

Список интересных китайских блогов от Гая Кавасаки можно посмотреть на [Alltop](#).

Китайские блоги на английском, которые показались интересными лично мне:

- [China Web 2.0 Review](#) – обзоры китайской web 2.0 жизни на английском языке.
- [CNReview](#) – китайские новости, преимущественно об ИТ и прочей интернет-жизни.
- [The China Business Network](#) – коллективный блог китайских бизнесменов, что-то вроде онлайн журнала о бизнесе в Китае.
- [China Success Stories](#) – статьи об успешном бизнесе в Китае.
- [China Business Services](#) – блог одноимённой компании, посвящённый бизнесу в Китае.
- [Best Practices China](#) – блог консалтинговой фирмы о практических аспектах ведения бизнеса в Китае.

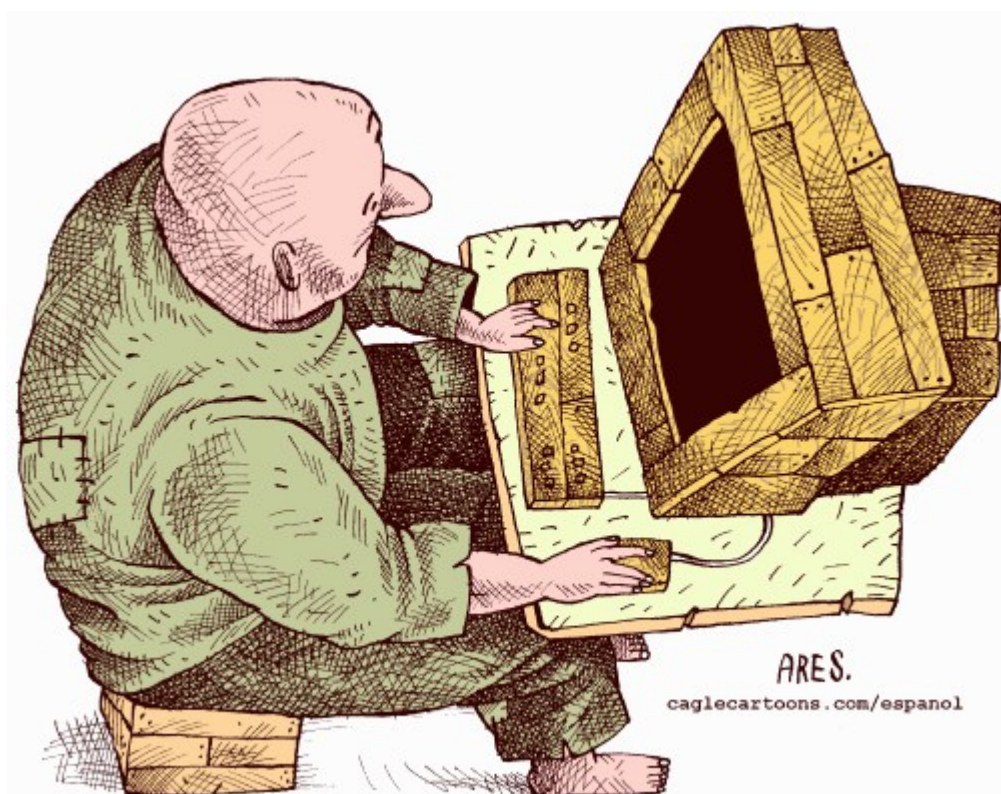
Некоторые из этих блогов ведут не китайцы, а иностранцы-экспаты. Именно их взгляд со стороны на ведение бизнеса в Китае кажется мне наиболее интересным.



Китай в Рунете

Помните о Михаиле Ломоносове ? Правильно , он известный русский учёный. Но он не учился до того как ему было четырнадцать лет . Только двадцати лет он начал учиться в Москве. Тогда к нему относились насмешками . К тому же, он жил на гроши. Несмотря на трудную жизнь, он учиться так упорно, что быстро обогнал своих товарищей.

[Бороться упорно.](#)



Странно, что несмотря на широкие торговые отношения с Китаем, сайтов, рассказывающих об этой стране, бизнесе с ней не очень много. Зато большинство из них действительно интересные и качественно сделанные проекты.

Я старался найти все ресурсы в рунете, имеющие отношение к Китаю, но мог кое-что пропустить, поэтому буду рад вашим ссылкам.

- [Магазета](#) – в этом коллективном блоге освещается культурная жизнь Китая и всё, что может быть связано с этим широким понятием. Проект [Александра Мальцева](#), который также замешан в разработке сайта [Координационного совета соотечественников в Китае](#), имеет отношение к [русскому клубу в](#)



- [Шанхае](#), сайту [Чанчунь](#), [LocalJoy](#) и т.д.
- [ChinaPro](#) – деловой журнал про Китай. Рекомендую подписаться всем, кто интересуется налаживанием бизнес-отношений с Китаем.
- [Новости Китая](#) – красивый сайт, посвященный преимущественно новостям российско-китайских политических отношений.
- [Партнёры](#) – ещё один сайт, рассказывающий о русско-китайских отношениях, с упором на бизнес.
- [Китайский информационный Интернет-центр](#) – новости Китая на русском языке (у сайта есть rss-представление). Также на сайте можно найти своеобразно иллюстрированные [уроки китайского языка](#). [Агентство Синьхуа](#), [Международное радио Китая](#), [Газета "Жэньминь жибао"](#) во многом дублируют контент друг друга, поэтому я выбрал Китайский информационный Интернет-центр, чтобы быть в курсе последних новостей Китая.
- [Профессиональный востоковедческий форум](#) – на нём можно найти разнообразную информацию от новых словарей и материалов для переводчиков до новостей китайской культуры.
- [Журнал "Китай"](#) – насколько я понял, служит для пропаганды туризма в Китае.
- [Flyshanghai](#) – блог о Китае без какой-либо определённой тематики, но с интересными фотографиями.
- [SampleChina](#) – создатели этого сайта, Most Group, мне кажется, решили скопировать модель бизнеса Alibaba.
- У Агентства особых поручений есть специальный раздел – [выполнение поручений в Китае](#).

Как видите, для человека, интересующегося Китаем, достаточно ресурсов для пополнения своих знаний об этой стране.

Интересно:

- [Бизнес с китайским прищуром.](#)
- [17 вопросов про Китай.](#)
- [Продаём в Китае.](#)



Заклучение

Китайские интернет-компании, как мне кажется, можно назвать образцовыми с точки зрения зарабатывания денег. Не боясь быть обвинёнными в плагиате, они берут у своих конкурентов лучшее и адаптируют под нужды своих соотечественников. В то же время крупнейшая по капитализации интернет-компания Alibaba представляет услуги, не имеющие аналогов в мире.

Безусловно, успех Alibaba связан с тем, что Китай – мировая фабрика по производству всего, и сайт Alibaba был и остаётся окном в мир для многих китайских компаний. Но тем не менее до Джека Ма идея создать такой портал никому не приходила в голову.

Относительная капитализация крупнейших интернет-компаний

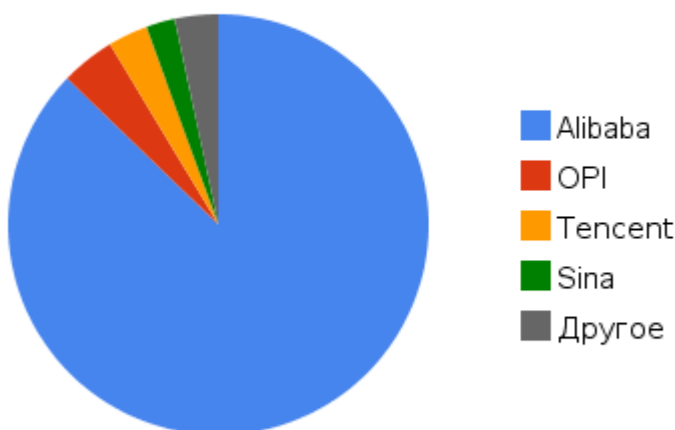


Иллюстрация 3: Относительная капитализация компаний Синета

Бывший учитель английского языка Ма основал Alibaba в 1999 г. Идея создания Alibaba.com возникла у Ма во время его первой поездки в США в 90-е, когда он познакомился с интернетом. Ма, невысокий, но невероятно обаятельный человек, вернулся в Китай и основал Alibaba.com в четырехкомнатной квартире в Ханчжоу, где он жил с женой. Он нанял 18 человек, и, с ростом компании, обувь, которую они снимали на пороге и ставили друг на друга, в итоге выстраивалась потом до потолка.

Квартира, как и гараж в городке Маунтин Вью, где Ларри Пейдж и Сергей



Брин основали Гугл, является частью легенды Alibaba. В ней до сих пор рождаются и вынашиваются проекты Alibaba. В настоящее время это Alimata, сетевая система размещения рекламы, которую компания начала публично тестировать в августе. – [Журнал ChinaPRO](#) №:10 2007 года (текст остался в [кэше Яндекса](#)).

Компания	Капитализация, млн. долларов США
Alibaba	25700
OPI	1228
Tencent	957
Sina	662
Baidu	364
Sohu	281
51.com	204

Данные по капитализации компаний Tencent, Sina, Baidu и Sohu взяты из годовых отчётов компаний за 2007 год, Alibaba - по результатам IPO в ноябре 2007, OPI - по результатам сделки с Softbank в мае 2008, 51.com - по результатам продажи в июле 2008 года.

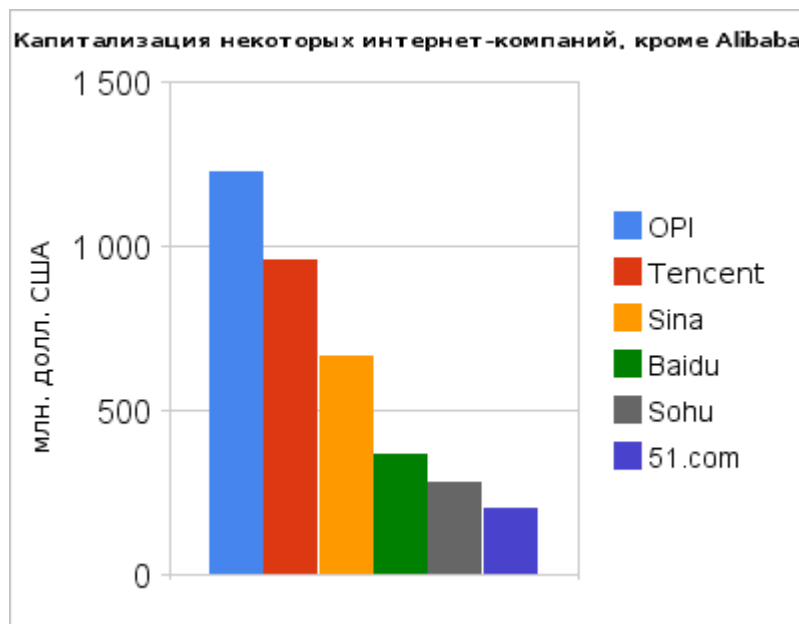


Иллюстрация 4: Капитализация некоторых компаний Синета

Число пользователей интернета в Китае стремительно увеличивается. С не меньшей скоростью увеличивается население городов Китая. По [прогнозам Mckensey](#) к 2025 году число городских жителей в Китае может достигнуть 926 миллионов человек. Китайские сервисы и сейчас не испытывают недостатка в пользователях, и в будущем этого тоже, как видите, не предвидится.



Большинство китайских компаний, судя по всему, не особенно носятся со своими пользователями и стараются извлекать максимум прибыли:

Множество пользователей жалуются, что QQ обеспечивает всё меньше и меньше бесплатных услуг и всё большее количество раздражающих рекламных баннеров. – [Википедия о QQ](#).

Объём мобильной и интернет-рекламы в Китае в 2008 году составит 7,3% всего рекламного рынка в Китае (\$2,3 млрд.) по данным [mediarevolution](#).

Китайский интернет-рынок скорее всего будет самыми крупным и прибыльным из всех остальных, а сейчас является одним из самых перспективных.

Основные тенденции китайского интернета:

- Быстрый рост числа пользователей, в том числе мобильного интернета.
- Рост покупок онлайн.
- Быстрое увеличение числа блогеров.
- Рост капитализации китайских компаний и приток новых инвестиций.
- Увеличение доли мобильной и онлайн-рекламы.

Интересно:

- [Садков Сергей "Как найти производителя в Китае самостоятельно"](#).
- [Китайское ускорение](#).
- [Компьютерные амбиции Китая](#).



Буду вам очень признателен, если вы проголосуете за блог "Мозгорилла" на конкурсе BOB's в номинации "Лучший блог на русском языке".

Спонсор исследования – [бюро переводов "Окей"](#). Письменный перевод технических и юридических текстов, устный последовательный и синхронный перевод – специализация и призвание бюро переводов "Окей".



Бюро переводов "Окей" – это:

- **Мощные ресурсы.** Например, в Самаре мы готовы предоставить до 15 устных переводчиков с английского одновременно.
- **Отменная организация процессов.** Специальная система тестирования и учета исполнителей, фирменные инструкции для каждого вида работ, резервное копирование данных нам в этом помогают.
- **Гибкие сроки.** Мы готовы прийти на помощь, если вам нужен сверхсрочный перевод.
- **Солидный опыт работы с текстами узкой тематики.** Энергетика, электротехника, телекоммуникации, автомобилестроение, финансы, юриспруденция, – специалисты бюро "Окей" умеют работать с текстами любой, даже самой специфичной направленности.
- **В своей работе мы придерживаемся профессионального [кодекса поставщика переводческих услуг](#).**

Бюро переводов "Окей". Если качество – это необходимость.

Бесплатный телефон для заказа перевода: **8-800-333-12-47.**





Бонус

Вы замечали, что у [Твиттер](#) два языка интерфейса – английский и китайский?

Вероятно поэтому в англоязычных китайских блогах часто упоминают Твиттер, а в одном даже разместили исследование китайских пользователей Твиттера, очень краткий и весьма вольный пересказ которого я и представляю вам ниже.

Кто из китайских Твиттерцев самый твиттернутый?

[Кристин Лу](#) (из [China Business Network](#)) составила [большой список китайцев-Твиттерцев](#) (преимущественно пишущих на английском).

Луис Грей придумал [коэффициент твиттер-шума](#), определяемый как отношение обновлений пользователя к количеству его "последователей", чтобы можно было различить "молчунов" (низкий коэффициент) и "болтунов" (высокий коэффициент твиттер-шума).

При помощи этого своеобразного и неоднозначного коэффициента (средним для Китайцев из этого списка является значение 3,2) и составлена эта классификация китайских Твиттерцев, следящих за [Chinalist](#).

- **Супер Твиттерцы**, названные так за большое количество обновлений и последователей. К ним относятся [@thecarol](#), [@isaac](#), [@christinelu](#), [@flypig](#), [@webleon](#), [@bbluesman](#)
- **Плодовитенькие**. Некоторые, но не все из супер Твиттерцев являются по совместительству самыми плодовитенькими на обновления. Десятка самых: [@flypig](#), [@webleon](#), [@bbluesman](#), [@christinelu](#), [@DavidFeng](#), [@isaac](#), [@marcvanderchijs](#), [@dimi3](#), [@ericgonzalez](#), и [@shanghaiist](#).
- **Болтуны** – это [@kevinkoo](#), [@dimi3](#), [@DavidFeng](#), [@flypig](#), [@siumuimui](#), [@webleon](#), [@bbluesman](#), [@shanghaiist](#), [@expatacular](#), и [@Guerel](#). У них коэффициент 15,6 обновлений на последователя. Энтропия растёт!
- **Слушатели** (с коэффициентом меньше 3,2) – [@kriadam](#), [@ionchina](#), [@djsircharles](#), [@ThomasCrampton](#), [@nicolasz](#), [@ChinaTechToday](#), [@chinapolarbear](#), [@JakeNewby](#), [@anguslau](#), [@Agraylin](#), [@Neocha](#).
- **Средненькие** со значениями коэффициента твиттер-шума, близким к 3,2 [@thehumanaught](#), [@dedlam](#), [@papajohn](#), [@ajschokora](#), [@jputman](#), [@pandapassport](#), [@msittig](#), [@samflemming](#), [@PhilipJohnson8](#), [@ChinaMatt](#).

Полностью это странное исследование китайских Твиттерцев можно почитать по-английски на [блоге CNReviews](#).

[Добавляйте меня](#) в последователи на Твиттере, я стараюсь производить не много шума. Слово "Твиттерцы" придумал я, надеюсь оно вам понравится.