

“TikTok难民”涌入小红书

宁波能接住这波流量吗？

这两天，中文社交媒体平台小红书迎来“泼天的流量”。1月13日以来，大量IP地址在美国的用户涌入小红书，并发帖自称是“TikTok难民(TikTok Refugee)”，这让小红书登上美国App Store免费应用排行榜之首。一大批中美网友在小红书上“合服”交流，中国网友笑称“在小红书过上早C(China)晚A(America)的生活”。

许多美国网友表示，他们之所以来到小红书，是为了应对TikTok可能面临的封禁。据介绍，美国政府要求TikTok母公司字节跳动在1月19日之前出售TikTok，否则会关闭该应用。

截至昨天18时，小红书上关于“tiktokrefugee”的话题已获得4.1亿次浏览、870.1万次讨论，热度还在不断增加。

这场意外的“文化碰撞”，给宁波的外贸人和社交媒体运营人士带来哪些机遇和启发？记者在小红书“tiktokrefugee”话题下“5G冲浪”，并和一些本地从业者交流了看法。

1 小红书秒变「地球村」

“天塌了！一觉醒来，我的首页怎么被老外刷屏了？”1月14日以来，不少国内的小红书用户发出这样的感慨。这群“迁徙”的美国网友，用英文和“机翻”后的中文发帖，得到中国网友们的热烈回应。中外网友之间的交流互动，“造”出不少有趣的“新梗”。

比如“缴纳猫税(pay cat tax)”。美国网友发帖打招呼时，会先用自家可爱猫咪的照片“破冰”，而中国网友也会在评论区“晒猫”回应，双方用萌宠达成“民间外交”。

再如“作业帮”。一些中国的“大聪明”干脆把英语的完形填空和阅读理解作业发到小红书上，找美国网友帮忙做题。本以为找到了“免费的外教”，不料对方的正确率也没到100%。

更有一批网友把小红书当成“英语角”，一边做语言交换，一边开始“对答案”——“美国的电气工程师月薪多少”“在中国急救看病要花多少钱”“美国人对特朗普怎么看”“能不能教我一些中国的流行语”“有没有喜欢拉娜·德雷的中国人”……这些天马行空的话题，只有你想不到，没有他们侃不到。

那么，这些美国网友为何会来小红书“流浪”，而不是选择Instagram等其他海外平台？

有观察人士表示，这些美国网友应该是借机表达对TikTok禁令和美国本土科技巨头的不满，甚至有美国网友留言称“如果美国政府不希望我们的数据流向中国，那么我干脆自己把数据带过来”“宁愿把数据留在中国，也不要让扎克伯格得到他想要的”。

诚如一些中国网友所说，近期的小红书，宛如传播学者麦克卢汉笔下的“地球村”。他们感叹“我们和美国人在自己的房间里，从前只是耳朵听，现在窗户纸捅破了，我们的手指尖第一次真正接触到了对方”，并觉得这次思想碰撞的机会很有意义，“这让我觉得我的世界不是这么无聊”。

2 宁波外贸人如何「掘金」小红书

在外贸大市宁波，已有一批跨境电商从业者“掘金”TikTok等跨境电商平台，现在TikTok在美国面临被关停的风险，而且不少美国网友已“转战”小红书，宁波外贸人是否也会跟着“转移阵地”？

作为宁波最早入驻TikTok的跨境卖家之一，宁波凌凌七跨境电商有限公司总经理李晓幸表示，她和同事们已经在1月14日注册了小红书账号，正在研究其传播规律。

“据我们分析，小红书是主打内容分享的社交媒体，适合为产品引流；而TikTok的兴趣电商属性更浓厚，订单转化率更高。”李晓幸说，“但万变不离其宗，我们的核心是让这些平台的‘网红’达人成为我们海外‘分销商’。即便没有TikTok，我们也能通过YouTube、Instagram、小红书等其他渠道来推广产品。”

宁波优普拉网络科技有限公司总经理唐小月也有相同看法。去年以来，她联合新加坡头部MCN机构主播，通过TikTok为宁波品牌带货。她说：“目前，美国仍是全球TikTok用户数量最多的国家，我们不会因为TikTok禁令而放弃这个庞大的市场，而是‘用户走到哪，我们跟到哪’，我们会跟着试水小红书等其他社交媒体平台。”

另有一位在宁波从事小红书内容营销的业内人士也向记者表达相似的感受：“我们会根据小红书平台的未来规划，调整公司的经营策略，但目前平台的决策还是未知数。如果小红书的海外用户持续增长，且保持海内外同一版本运营，我们可能也会考虑内外贸一体化营销，让中国品牌在海外消费者心中‘种草’。”

3 「泼天的流量」，宁波能接住吗？

对小红书而言，海外网友的热情，既是一场意外之喜，也带来更多挑战。

宁波城市职业技术学院国际学院讲师孙从众认为，美国用户纷纷涌入小红书，极大地提高这一中国社交媒体在全球的影响力，但这也意味着小红书必须在短期内加速全球化转型，以满足海外用户的使用体验，比如增添内置翻译功能，减少网友沟通的语言障碍；做好英文内容的把关，确保信息安全和内容合规等。

据经济观察网1月14日晚间报道，一位接近小红书的人士透露，小红书内部团队从1月13日就开始加班了，正在针对外国用户做功能优化，用户或许很快能体验到新功能。

与此同时，许多国内的小红书用户也在抢占“窗口期”，让“泼天的流量”服务于企业和城市的宣传。

目前，国内的互联网企业如美团、饿了么、叮咚买菜等，都已在小红书上发表了英文内容，面向广大“TikTok网友”做品牌推广，甚至开始抽奖送优惠券。更有中国网友用英文推荐家乡的美景、喜爱的歌手、热播的影视剧……

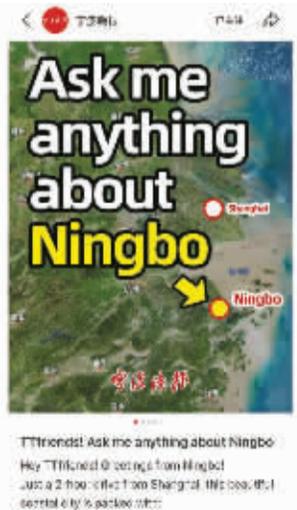
宁波市文旅局运营的“宁波文旅”小红书账号也开始行动，面向“TT friends(TikTok来的朋友)”发布“Welcome to Ningbo(欢迎来宁波)”的城市风光视频，收获纽约网友点赞；“宁波发布”也在积极“冲浪”，向国际友人表示“Ningbo, near Shanghai, is a must-visit(宁波，靠近上海，是一个必逛之地)”；“宁波晚报”小红书账号则发帖让海外网友“Ask me anything about Ningbo(问我任何关于宁波的问题)”，得到了美国网友的感谢……

“我们建议宁波抓住这波中美网友热烈互动的机会，在小红书上发布生动活泼的双语版推文，向海外网友传播宁波良好的城市形象。除了政府部门和媒体外，宁波本地的涉外企业也可以积极行动，展示‘新奇特’产品的创意、工厂的自动化水平等，为产品和品牌推广引流、促销量。”宁波东海经济研究院研究员卢璐表示。

记者 严瑾



中国网友向美国网友发的“搞笑梗”，“宁波打的电话已关机”赫然在列。



宁波文旅(左)和宁波晚报(右)的小红书英文推文。