

RedNote работает по схожему с TikTok принципу: пользователи листают ленту коротких видео, настроенную под их интересы. Хотя интерфейс приложения в основном на китайском языке, на TikTok уже появились обучающие ролики о том, как сменить язык на английский. Это помогло привлечь внимание к новинке. Более того, на RedNote активно публикуются видео, приветствующие так называемых «беженцев из TikTok».

Несмотря на то что для многих пользователей RedNote — новое имя, в Китае приложение существует уже более десяти лет. Считается, что оно составляет конкуренцию Douyin от ByteDance и гиганту электронной коммерции Alibaba, а его аудитория насчитывает около 300 миллионов человек.

Не только RedNote получает выгоду от возможного бана TikTok. Другие приложения, такие как Lemon8, созданное ByteDance, и Flip от американской компании Humans, Inc., также стали набирать популярность. Flip, комбинирующий социальные функции и онлайн-шопинг, занял 4-е место в App Store.

Ещё одна альтернатива, ReelShort, пытается привлечь пользователей, предлагая короткие видеоклипы с сюжетами, напоминающими мини-фильмы. Хотя этот формат отличается от привычного TikTok, ReelShort уже занимает 7-е место в App Store и 2-е в Google Play.