

# Kina på nettet

Internettet er i rivende udvikling i Kina. Livsstil ser sammen med Annette Dahl, cand. stud. i kinesisk og køn, kommunikation og kultur, på trends og karakteristika for det kinesiske internet og dets brugere.

## Udvikling

Af Anette Sørensen og Annette Dahl

Der er ikke mange områder i det kinesiske samfund, som er uberørte af den voldsomme økonomiske vækst. De kinesiske medier er ingen undtagelse.

Magasiner, telekommunikation og ikke mindst internettet er i rivende udvikling, og det er et marked, hvor der kun er set toppen af isbjerget.

## Kinesiske netizens

Det er ikke kun censur og menneskerettigheder, der tiltrækker en international opmærksomhed rettet mod Kina. Også områder som e-business og handel er meget interessante for vestlige investorer.

Siden den kinesiske befolkning i 1995 fik muligheden for at være online med resten af verdenen, har internettet oplevet en fantastisk udvikling.

Den unge generation af studerende og karrierefolk bosiddende i byerne er dem, der surfer mest i det kinesiske samfund, og segmentet er enormt interessant.

De unge kinesere i byerne er vokset op i post-Mao æraen som prinser og prinsesser i et-barns familier, og har altid haft mulighed for at vælge mellem et utal af vestlige såvel som kinesiske forbrugsgoder. Som veludannede og stræbende mod karriere og forøgede levestandarder, er disse unge individualistiske, materialisti-



De unge elsker at chatte og surfe. De bruger nettet til at søge information - og i høj grad til underholdning.

ske og åbne overfor globaliseringen.

## Populære jobportaler

De unge elsker at chatte og surfe. De bruger nettet til at søge information - og i høj grad til underholdning.

Et marked der vokser indenfor underholdningsbranchen, er eksempelvis online spil, dating services og mental træning.

Skal der ansættes kinesiske medarbejdere, er internettet stedet at indsætte jobannoncer, da det er et meget populært medie at bruge blandt kinesiske karrierefolk.

I øjeblikket ses en stor vækst af jobportaler, hvoraf ChinaHR.com er den største - og der er bestemt behov for portalerne.

Rekrutteringen af kvalificeret arbejdskraft bliver sværere, hvilket stiller høje krav til de enkelte virksomheders HR-afdelinger, deres personalepleje og politik i øvrigt indenfor dette område.

Den kinesiske regering



Internettet er stedet at indsætte jobannoncer, hvis man skal ansætte kinesiske medarbejdere. Det er et meget populært medie at bruge blandt kinesiske karrierefolk.

I øjeblikket ses en stor vækst af jobportaler, hvoraf ChinaHR.com er den største - og der er bestemt behov for portalerne.

har flersidede incitamenter for at sætte fokus på udviklingen af internettet.

## Online kontrol

De mange online brugere har gennem nettet øjeblikkelig adgang til dugfriske oplysninger om både vestlige og kinesiske begivenheder, hvilket har tvunget regeringen til at trykke de samme historier i de statslige aviser for ikke at tabe troværdighed.

Som det kinesiske internet fungerer i øjeblikket, arbejder et væld af censurgrupper med at surfe på nettet og slette artikler, der udtrykker reaktionære holdninger. Herunder hører materiale, der taler for Taiwan og Tibets løsrivelse, cyber-

pornografi og materiale som promoverer kulturorganisationer såsom Falungong.

Det interessante i denne sammenhæng er, at censurapparatet må arbejde online. Man kan altså være 'heldig' at støde på artikler eller chat som censurpolitiet endnu ikke har taget af nettet. Går man ind på en af de mange kinesiske netbarer, kan det desuden hænde, at man bliver kigget over skulderen af en medarbejder, som jævnligt tjekker, hvilke sider der surfes på.

Mange af reglerne er dog så tvetydige og uklare, at det kan være svært at vide præcist, hvad der kan skrives og chatters om. Dette udnyttes af regeringen, som undertiden tillader ekstremt kritiske nationalistiske røster mod eksempelvis Japan eller USA, hvis det falder til regeringens fordel i det politiske spil.

Men ét er den stramme sikkerhed og kontrol omkring internettets informationer, noget andet er faktisk at udføre censuren.

Regeringen har forstået, at det er teknisk umuligt fuldstændig at kontrollere nettet på det ønskede niveau. I stedet opfordrer regeringen til selvrensning både på netbarerne, men også hos søgemaskinerne såsom Yahoo! og Google, der sidder som anden og tredje største på det kinesiske marked.

Søgemaskinerne skal begrænse adgangen til indhold, som overskrider den kinesiske lovgivning. Yahoo! har ovenikøbet underskrevet en aftale, som forpligter dem til at følge den kinesiske lovgivning for dermed at opnå gunstigere forhold på det kinesiske marked.

## Et ungt marked

På trods af problemerne på det kinesiske internetmarked er der dog overvejende positive trends at se for virksomheder, som ønsker at hoppe med på den lynhurtige e-bølge.

Med den rivende udvikling som det kinesiske internet har været igennem de sidste 10 år, er der store muligheder for forretning i Kina, men det forudsætter et indgående kendskab til det kinesiske marked, både på det sproglige, kulturelle og forretningsmæssige område. Endnu er kun en lille del af Kinas 1,3 milliarder



Endnu er modem dominerende, men kun kort tid endnu, da antallet af bredbånd brugere er stærkt stigende. Denne gruppe tager godt imod vestlige søgemaskiner såsom Yahoo! og Google. Foto: Mette Willaing Jensen.

store befolkning på nettet og markedet er ungt endnu.

I den nærmeste fremtid kommer der fokus på forbrug på nettet og planen er allerede lanceret med mottoet 'business to consumer'.

## Kilder

China Media Intelligence, Market Report on China's

Internet Statistic: analysis and trends, februar 2005.

CNNIC (China Internet Network Information Centre), Internet statistics, januar 2005. www.chinaonline.com (Den mest autoritative engelske online kilde til det kinesiske internet og telekommunikation. Refererer bl.a. fra kinesiske aviser). ●

## E-business

I 2004 brugte 94 millioner nettet og de seneste rapporter forventer en fortsat vækst. Antallet af brugere vil nå mindst 134 millioner i 2005 - brugere der i gennemsnit bruger 13 timer om ugen på at surfe.

Handel på nettet er en af de følsomme områder indenfor kinesisk internet. Brugere er bestemt interesserede i online køb, og omkring 40 procent brugere blev en vare rigere gennem e-handel i det forløbne år.

Men der er stadig problemer:

- dårlig infrastruktur, specielt i den vestlige del af landet
- uigennemsigtige love og regler
- sikkerhedsmangler i forhold til netbetaling

Det positive er, at den kinesiske regering har sat fokus på nødvendigheden af forbedringer på disse områder, da et velfungerende net anses som et af de vigtigste felter i en videre modernisering af landet.

## Præsentation af Annette Dahl

Foredragsholder, underviser og cand. stud. i kinesisk (hovedfag) og køn, kommunikation og kultur (suppleringsfag).

Har de seneste 3 år lavet både kvalitative og kvantitative analyser af kinesisk forbrugerkultur, kinesiske karrierekvinder og kinesiske magasiner såvel som reklamer og deres læsere.

Specialet, der undersøger relationen mellem kinesiske karrierekvinder, udenlandske virksomheder og kinesiske modemagasiner, er snart færdigt. Derefter er drømmen at søge job i dansk virksomhed i Kina.

Siden den kinesiske befolkning i 1995 fik muligheden for at være online med resten af verdenen, har internettet oplevet en fantastisk udvikling.