

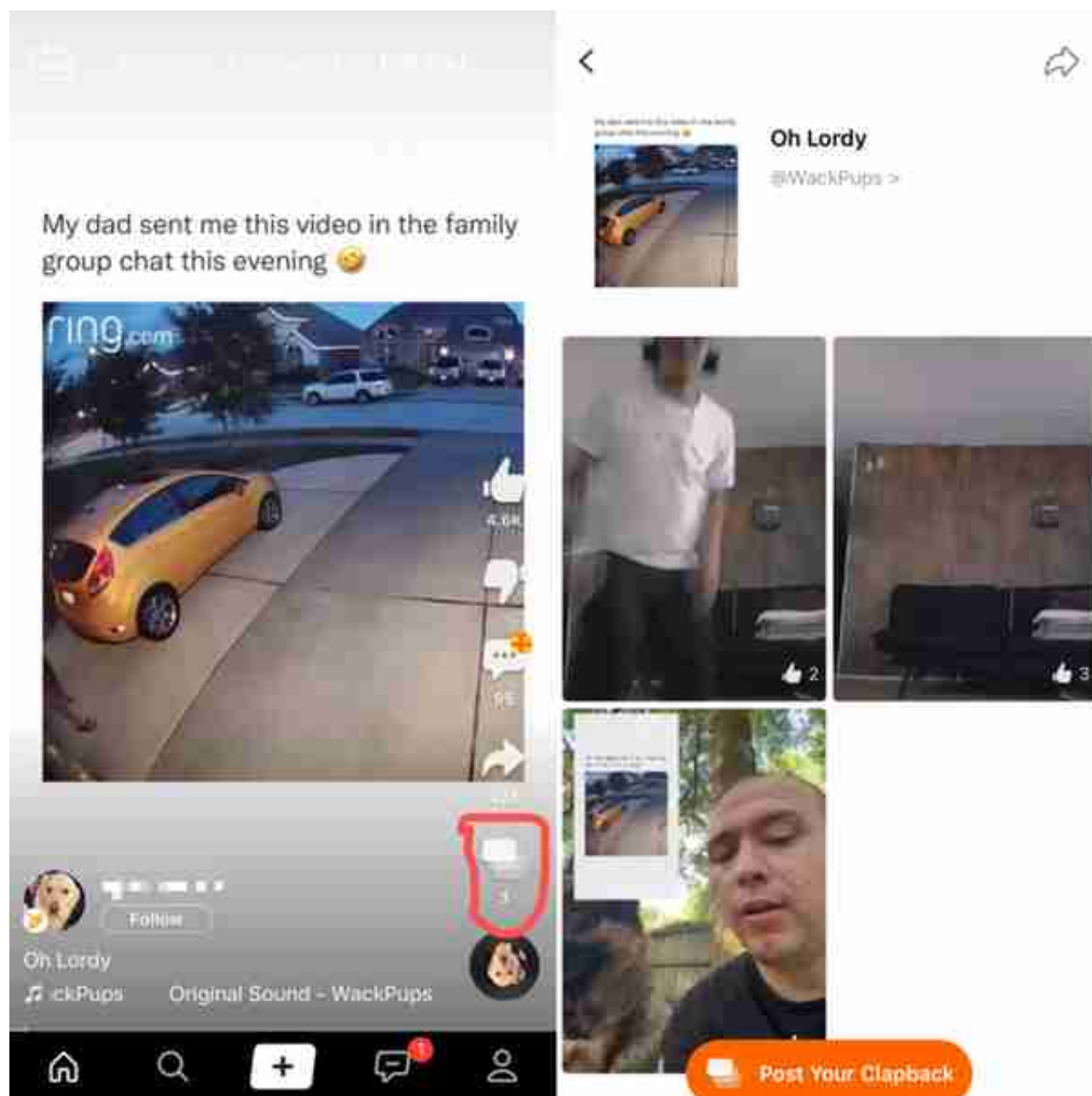
TikTok CEO 周受资在国会“渡劫”之后，TikTok 是否被禁依然没有定论。但是，这一事件还是产生不少连带影响。



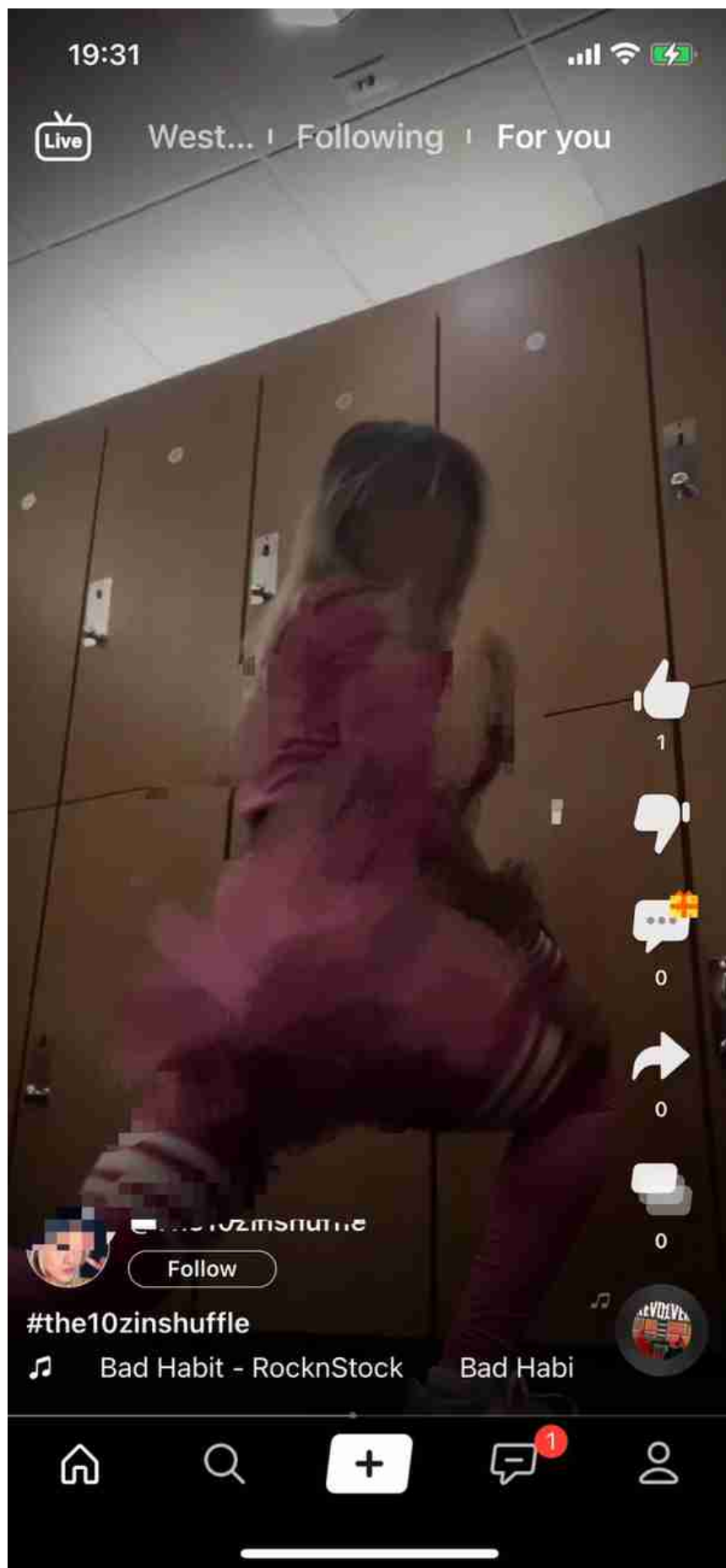
美国 iOS 免费榜 (3.28) Top5 | 来源：点点数据

与 TikTok 不完全相同，Clapper 主打社交、面向 X、Y 世代的普通人

Clapper 在 2020 年上线，主要面向美国市场，和 TikTok 一样，都以短视频作为主要的内容形式。不同的是，Clapper 相较之下，社交的元素更重，并且用户群以年龄更大的 X、Y 世代为主，这两点不同能够从 Clapper 的页面/功能设计、内容调性等方面看出，我们不妨用 TikTok 作为对照来了解下 Clapper。

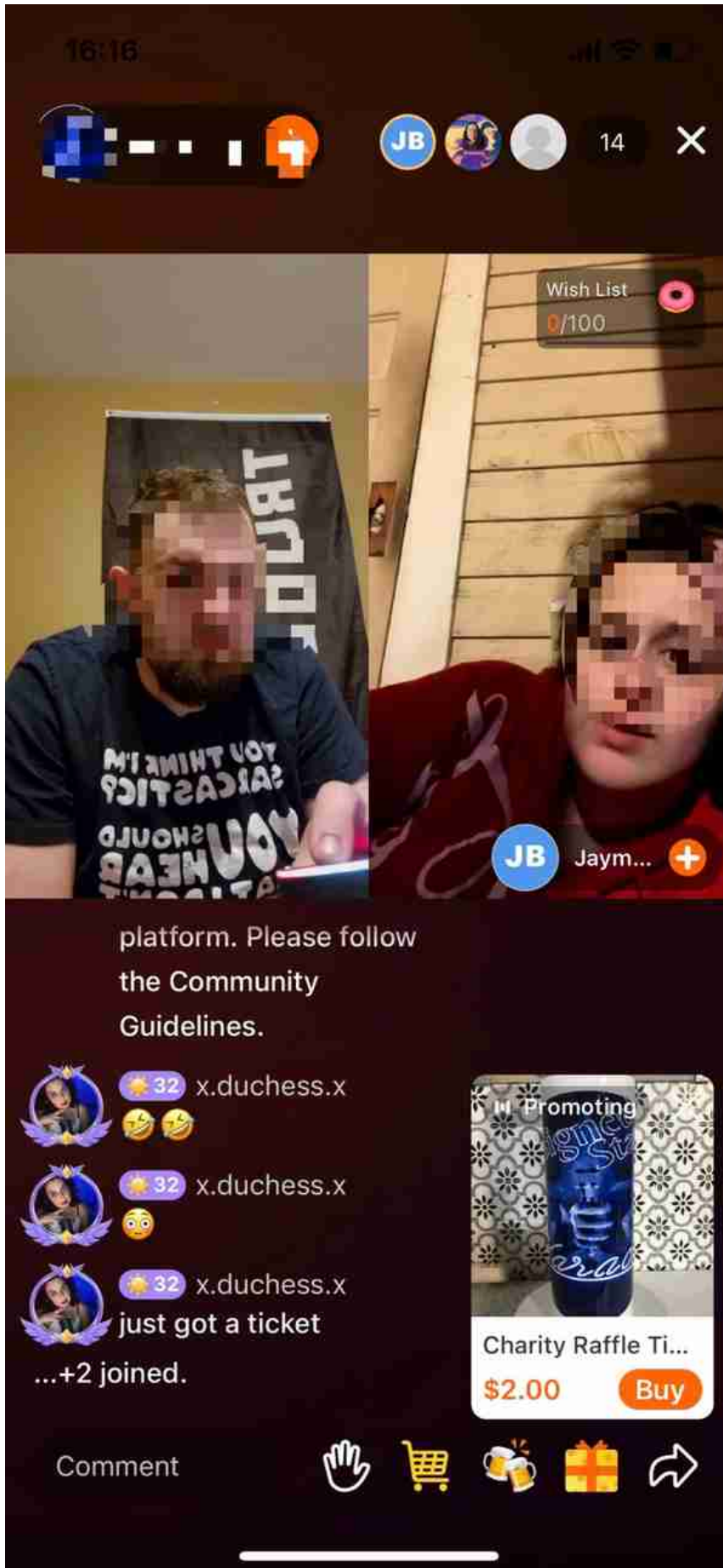


短视频无疑是 Clapper 最主要的内容形式，除此之外，用户也可以开视频直播和音频直播，视频直播中还包括常规直播和带货直播。与 TikTok 不同的是，用户带货没有门槛，平台对用户账号的粉丝数、视频数都没有要求。并且，用户可以直接点击感兴趣的其他用户头像，私信邀请对方连麦。Clapper 这样的设置更有利于用户间产生交互，虽然这其中存在很强的监管、用户体验隐患，但确实体现出 Clapper 以社交为主要元素的定位。



另外，用户也可以设置群组，不过 Clapper 的群组不像粉丝维护群，更像是兴趣社区，用户可以以短视频为入口吸引有相同兴趣的人入群，比如徒步爱好者群、编曲交流群、生活小妙招分享群等等。而这些社区主题也的确更契合我们对美国中青年群体的印象。

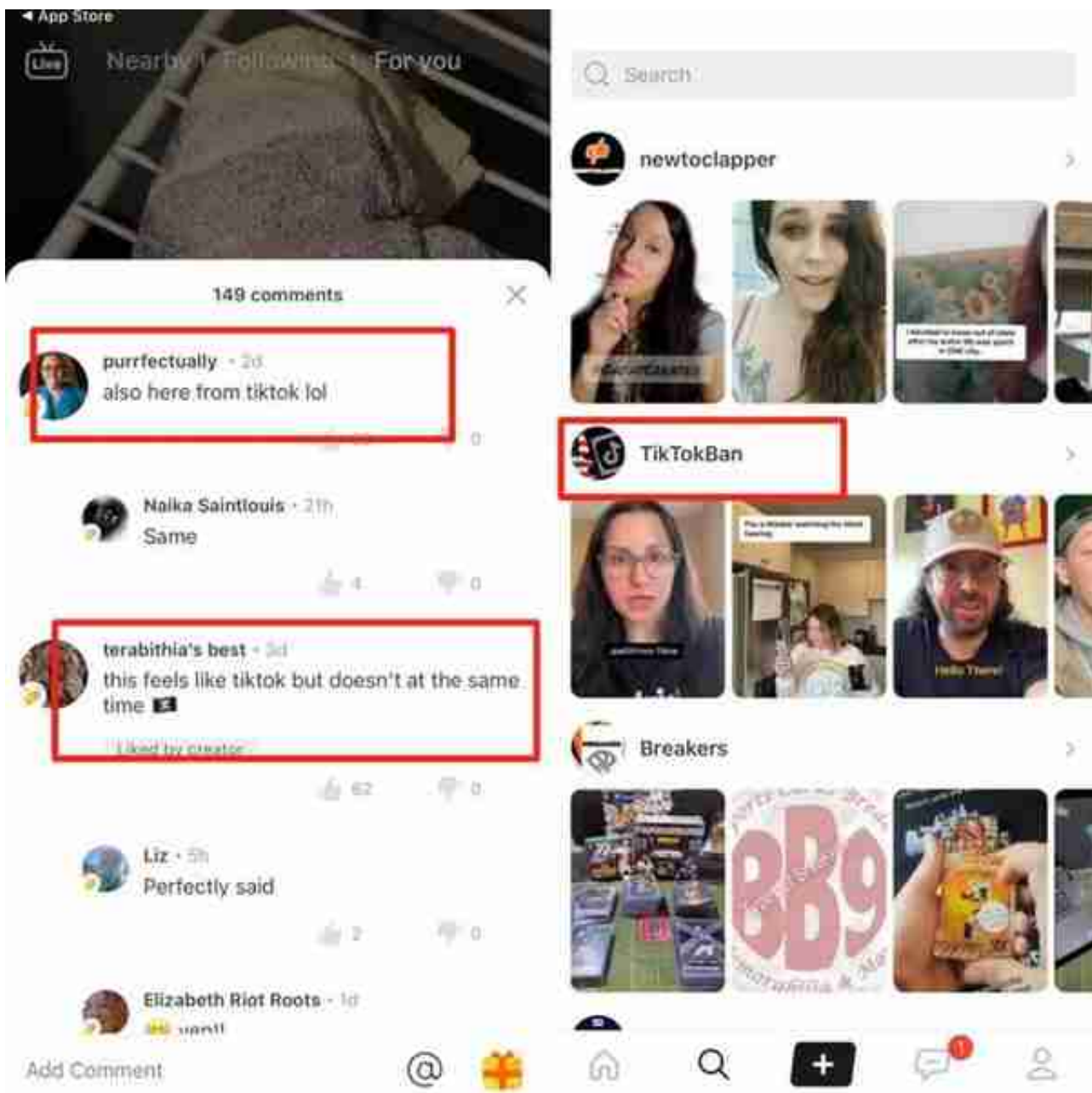
有了兴趣或身份上的共同点作为链接，用户间更容易形成交流、甚至发展至线下友谊。



在笔者看来，TikTok 上的用户打赏主要多数是粉丝对创作者表达欣赏，而在 Clapper 上的打赏，更像是好友对好友表达支持。

前几年，直播在美国远没有如今这样普及，这样更加平等的打赏交互，其实更符合美国用户的习惯。

靠作为 TikTok 的替代品下载激增，但 Clapper 没想过替代 TikTok



通过对 Clapper 功能、内容和目标群体的介绍也可以看出，Clapper 和 TikTok 在短视频平台的外壳下其实有着本质的不同，可能并不能满足 Z 世代、千禧一代在 TikTok 上的娱乐需求，但是 Clapper 的成立的确受到了 TikTok 启发。

Clapper 的创始人 Edison Chen

是一位华裔，毕业于芝加哥大学，此前曾在花旗银行等企业担任 IT 顾问，但每段职业都时间不长，直到 2020 年成立了 Clapper。