“吃货”提供美食，“红豆”解决婚恋，“神马”照顾生活……

# 不会说英语的中国移民靠它“搞定”美国

“两颗红豆”组织的线下相亲会。

文 / 郭悦

提到出国，掌握该国语言，似乎是开始新生活的第一步——但对于聚居在美国洛杉矶市东部圣盖博谷的中国移民来说，学好英语并不是在这里站稳脚跟的必要条件。他们上中文点评类 APP“吃货”(Chihuo)找餐厅，打车用中文版优步“ETAcar”，叫外卖用与 400 多家餐馆合作的送餐网站“ToGo626.com”，在交友网站“两颗红豆”(2RedBeans)上寻找爱情。这些提供无微不至服务的中文网站和应用程序，帮助那些面临语言和文化障碍的中国移民，更好地适应初到陌生国家的生活。

“Chineseinla.com”的网页看起来像一本爆满的电话簿，访问者需要从层层叠叠、五颜六色、不断闪烁的广告中提取信息。

## A 秘诀

### 中文网站成了她与陌生国家产生联系的唯一方式

2014 年，格蕾丝·惠(音)从中国搬到美国洛杉矶的第一件事，就是在谷歌的搜索栏里输入“洛杉矶移民”这几个汉字。第一个跳出来的结果是“Chineseinla.com”，29 岁的格蕾丝第一反应就是，这个服务器地址在奇诺岗市的网站是个诈骗网站。

但格蕾丝很快发现，这个看起来有些“山寨”的洛杉矶华人资讯网，有68万多条信息、超过 35 万名注册用户、每月 200 万访问量和 15 个城市的姐妹网站，已经成了中国人在美国生活离不开的虚拟门户。对她来说，这是与陌生的国家产生联系的唯一方式。

“美国的互联网对我来说是没有用的。”通过“Chineseinla.com”找到第一份工作的格蕾丝告诉美国《洛杉矶时报》，“我的英语不够好，找不到我需要的信息。”

据美国《石英》杂志报道，从 1996 年到 2005 年，使用英语的互联网在线内容从 80% 下降到了45%，到 2010 年已下降到了27.4%，且这一趋势仍在持续。印度市场研究公司 JuxtConsult 的调查透露，75% 的互联网用户喜欢查看和搜索母语。美国“Voxy”网站则称，使用越来越广泛的中文正在成为新的互联网主导语言。

在遍布全美的华人聚居区，中国移民中有不少是英语水平较差的富裕学生，他们习惯用智能手机登录中文应用程序和中文网站，打点在美国生活的方方面面。

想找口味地道的中国餐厅，可以上中文点评类 APP“吃货”或“Zagat”寻求建议，打车用中文版优步“ETAcar”，叫外卖通常使用与 400 多家餐馆合作的送餐网站“ToGo626.com”。单身男女希望寻找爱情，则可以求助于“两颗红豆”。

在《洛杉矶时报》看来，这些中文网站的蓬勃发展是现实困难的延续，新移民面临的语言和文化障碍已经扩展到互联网上。越来越多的中国人到洛杉矶追寻“美国梦”，却发现自己似乎生活在陌生国家的熟悉圈子里——最好的餐厅在圣盖博谷，最有名的医生在蒙特利公园市，亚凯迪亚市则是最热门的置业目的地。

## B 神马

### 中文 App 为移民生活的方方面面服务

据创始人扎克·宋介绍，“Chineseinla.com”网站成立于 2006 年，是美国最早的中文网站之一。起初，他设想的是建立一个维基百科式的知识库，帮新移民摆脱他和妻子 2003 年从中国迁往美国时体会过的茫然无助。

“我们希望它是一个网络社区。”扎克告诉《洛杉矶时报》。但他很快发现，网站用户对卖东西更感兴趣。于是，他增加了商业信息、用户评论等内容，网络广告成为主要收入来源，中文新闻和论坛被用来吸引流量。

如今，“Chineseinla.com”的网页看起来像一本爆满的电话簿，访问者需要从层层叠叠、五颜六色、不断闪烁的广告中提取信息，包括豪华汽车租赁、旅行社、家庭教师、酒店等。扎克承认网站设计得十分混乱，但随着中国移民和游客的数量不断增多，它盈利能力很强。

美国社区调查数据显示，洛杉矶超过一半的中国移民英语能力有限，更大数量的学生和游客更是如此。但对 ETAcar 公司而言，语言障碍就意味着利润。这个于 2014 年推出的用车软件目前在北美地区拥有约 400 名司机，其中约 300 人在洛杉矶，主要服务于圣盖博谷。

ETAcar 的联合创始人刘晓天(音)告诉《洛杉矶时报》，他和他的投资者在一次不愉快的旅行经历后，决定远离美国打车公司，自己创业。在商业区和中餐馆附近有大量中国顾客，但他们通常无法与优步或 Lyft 司机沟通。

中国移民面临的语言障碍使美国企业被迫放弃这些消费者。外卖网站“ToGo626.com”合作的餐厅数量，远远少于美国外卖应用程序“Postmates”和“Eat24”，但它胜在大多数是中餐馆。自去年以来，该公司 APP 已被下载了两万多次，每天接到约 200 个订单，公司雇佣了约 40 名外送员。

对于那些不懂英语的中国移民，中文 APP“神马”(Shenma)几乎能帮他们处理在洛杉矶生活的所有细节。用户只要在微信上订阅“神马”生活服务平台的公众号，并通过文字发出请求，该公司 8 名在奇诺岗的员工和 10 名中国员工就可以帮助他们处理购票、酒店预订、租车、课程等事务。

得到这样无微不至的 24 小时贵宾服务，用户需支付每月 299 美元(约合人民币 2000 元)或每年 999 美元(约合人民币 6680 元)。“神马”公司北美业务部主任张路(音)表示，目前用户数量约为 3000 人。

## C 吃货

### “中国品位”让中文网站人气高涨

天普市的中国面馆 DaiHo，在美国点评网站“Yelp”上只有三星半的评价。美国人不喜欢这里设施简陋、服务欠缺、只收现金，但对中国客人来说，这里的面条新鲜，且是纯手工制作，每天都脱销。在中文点评网站“吃货”上，DaiHo 是洛杉矶最好的中餐馆之一。

“我们总会发现五星评价的餐厅不是很好，三星餐厅的食物却很美妙。”“吃货”的创始人艾米·段说。许多人认为，英文网站最大的缺点之一，就是对中国菜的评价不够到位。

在“吃货”位于埃尔蒙特市的小办公室里挂着一张巨大的洛杉矶美食地图，其中 2/3 位于圣盖博谷。大约 10 名员工窝在笔记本电脑和智能手机前，身边放满了辣椒酱、华夫饼和吃了一半的香港小零食。休息室墙上贴着一句中国俗语：“好好吃饭，压倒一切。”

4 年前，艾米和一群中国学生在南加州大学发在社交媒体上的美食帖子大受欢迎，于是创立“吃货”餐饮俱乐部。如今，他们在微信、微博上拥有超过 40 万追随者，但脸谱网、推特网和 Instagram 的粉丝加起来也不到 5000 人。

据艾米介绍，他们的用户都是对中餐要求高的中国人，他们想知道某个菜是麻辣、辛辣还是酸辣，关心面条是拉面还是手切面。“我们需要一个平台或一个地方可以讨论中国食物。”他说，“我们提供了一个基于中国人品位的视角。”

## D 红豆

### 在美国相亲，也得符合中国人口味

某种特定的“中国品位”，也刺激了交友网站“两颗红豆”的创建。创始人赵清华(音)告诉《洛杉矶时报》，红豆在中国文化中象征着爱情。如今，这一网站在中美两地拥有 69 万用户，其中约 7 万人居住在洛杉矶。

2011 年，赵清华在美国交友网站“eHarmony”、“OkCupid” 和“Match.com”经历过无数次糟糕的体验后，下定决心创建了“两颗红豆”。她会说流利的英语，也曾抱着开放的心态和西方人约会，但她发现想找一个价值观一致、认真确定关系的人“简直就像大海捞针”，这不仅仅是因为语言障碍。

无数和赵清华有着同样诉求的中国年轻人让“两颗红豆”人气高涨。美国人习惯的约会模式，对中国人来说往往有点过于快速和随便。

赵清华告诉《洛杉矶时报》，中国的单身男女有点害羞，“两颗红豆”迎合这种需求，推出了几种非语言的交互方式。用户可以“喜欢”和“暗恋”其他用户，如果两个人互相“暗恋”，应用就会对他们进行匹配。网站还定期举办交友活动，为单身人士牵线搭桥。

就在不久前的一个星期六，约 30 名中国男女聚集在洛杉矶的 Lin'sWonderlandTearoom，在工作人员引导下互动了 3 个小时，顺便享用美味的小点心。他们回答诸如“你喜欢住在山上还是海边”的琐碎问题，扫描彼此的微信二维码。

定居在丰塔纳的 33 岁电气工程师蒂姆·周说，他一直努力想找一个中国女孩约会，但始终没能成功的部分原因是钱。“你不可能开着一辆日本车去接中国女孩约会。”这位悔恨不已的本田雅阁车主告诉《洛杉矶时报》。

蒂姆想找一个能取悦父母、能帮忙出钱买房的对象结婚。对他来说，这就意味着答案只能是中国女孩。“你可以在酒吧里带走一个女孩，但无法看到她们的教育背景、收入和移民身份，这对我们来说至关重要。”他说。