

◀ 上接第一版

“松江智造”出海闯天下

邦邦机器人出海的第一个难题是重新起名。“邦邦”在国内谐音是帮助的意思,在国内是帮助人,在海外是闯祸。“因文化差异带来的‘水土不服’,是出海企业必然要面临的问题。邦邦机器人做的是把机器人元素和技术嫁接到传统的轮椅、代步车中,所以取了新的海外品牌名字‘Robooter’——融合robot(机器人)与scooter(代步车)的技术内核。”李建国说。

进入德国市场时,邦邦首先遇到了关于颜色的问题。在国内,绿色往往代表健康、安全,但德国交通法规要求,警示灯必须采用红色而非象征健康的绿色,邦邦的产品在路上行驶必须亮红灯,因而,团队对产品作了很多调整。

当产品进入法国市场时,又出现了新的问题,原本产品扶手处选用的是牛皮,但是法国的医保目录有规定,要求扶手的软皮材质厚度超过1厘米,迫使整套模具推倒重来。

随着海外业务起量,企业在本土化的销售、市场、售后等方面都遇到了一定的瓶颈和压力。对此,李建国立刻着手调整,并成立了两个新部门——GTM (Go-to-Market) 和 CQE (Customer

Quality Engineer)。从项目制的产品线,变成大条线管理,每个品类产线都有统筹的产品总经理。通过及时调整,邦邦机器人从过去一个个国家做定制化的经验中提炼总结,转变成产品的通用标准和要求。目前,邦邦机器人已基本迭代出了能兼容全球大部分国家和地区语言的通用版本。

值得一提的是,邦邦机器人出海离不开松江“店小二”的保驾护航。如区经委为邦邦机器人提供免费参加国际性展会名额,连续3年给予企业中小企业国际市场开拓资金补贴;松江海关为企业出海业务提供专业指导,缩短货物通关时间;松江市场监督管理局为公司海外知识产权布局提供帮助,加快公司海外知识产权的申请进度,协助企业获取国际市场准入资质。

从“被看见”到“被相信”

“前些年,中国企业出海更多注重产品性价比,越便宜越好,等我们出海的时候发现,时代变了,品牌出海关注的不仅仅是市场份额、销售额,而是更加关注品牌是否在海外站得住脚以及客户的反馈。”李建国说,现阶段出海企业正加速从“爆款打造”向“品牌延伸”

转型,通过打造有辨识度的品牌与消费者和合作伙伴建立更为紧密的联系,这是持续促进企业再往上成长的关键。

如何从“被看到”到“被相信”?李建国的答案是:回归创造价值的本质,尊重客户和市场,聚焦质量和服务。如邦邦机器人是在业内率先把汽车车联网的逻辑和体系植入养老领域的企业,产品有点像新能源汽车,可以远程升级、远程售后,打通了用户使用环节,比传统拿起电话去联系服务商的效率更高。

对用户需求的深刻理解,让邦邦机器人在海外不断“圈粉”。2024年巴黎残奥会上,十几个国家的旗手都是邦邦机器人的用户,巴黎残奥会赛艇冠军Nathalie Benoit(娜塔莉·贝努瓦)曾提到:“我对Robooter E40非常满意,它简化了我的出行,我可以轻松根据需要调整速度,尤其是在室内或人多时。E40的电池续航能力令人印象深刻,同时它足够强大,可以让我爬上山丘,这是非常棒的。我还可以安装一个容量小一点的电池,这样我可以带着轮椅乘坐飞机。”

这两年,邦邦机器人开始收到海外用户的来信。“客户很愿意跟我们分享

用了我们的产品之后的感受,大家愿意主动传播,一些知名的网红达人主动找到我们。邦邦还处于创业初期,产品力、服务力、口碑是支撑我们的三个关键。”李建国说。

邦邦机器人还与关键客户的销售、售后、采购等全团队建立了月度会议制度,共同回顾问题并快速解决。有客户曾跟李建国说:“跟中国相关企业合作了这么久,第一次有一家企业能真正跟我们一起去打市场”。在李建国看来,这说明邦邦机器人已从典型的外贸型企业,成长为跟客户一起共赢、做品牌的企业。“未来完全可以进行愿景制的合作,而非只是停留在某个订单上”。

今年,邦邦机器人将继续深化海外布局。在欧洲,邦邦机器人看到了传统制造业与创新技术结合的广阔空间,将进一步加强与当地企业的合作,利用双方优势,打造更具竞争力的产品;在美国,邦邦机器人将与合作伙伴共同探索智能化领域的无限可能。未来三年,邦邦机器人还将立足辅助出行领域的创新者、出海引领者,通过并购、投资等方式加速全球化布局,海外业务年营收有望达到10亿元。

◀ 上接第一版

松江“春季问山十八游”文旅活动发布

“春韵江南·花漾自然”版块从山林到园林,以花为媒打造多层次赏春体验,包括第23届上海佘山兰笋文化节、上海醉白池公园春季文化旅游活动暨2025上海杜鹃展、上海方塔园郁金香花展、云间弄谷花朝节等。其中,佘山兰笋文化节将开展资源联动、美陈展示、挖笋体验、兰笋科普、兰笋美味、竹海听风等,打造“春笋美食市集+竹林音乐会+挖笋体验课”套餐;上海醉白池公园春季游园会推出汉服打卡古典园林、诗词灯谜、古装听戏、园林对弈等文化体验和“杜鹃秘境”主题展,更有夜间光影秀打造梦幻花境;方塔园郁金香花展将4万株郁金香组成巨型调色板,营造一步一景的赏花体验;云间弄谷花朝节可参观花卉展示与实景花园,体验插花、多肉组盆等活动。

“亲子乐活·社区共融”版块可满足家庭与年轻群体需求,以创意活动连接社区与自然,包括上海影视乐园电影音乐节之宠物市集、上海世茂精灵之城5周年主题活动、广富林春季活动、上海欢乐谷国潮文化节等。其中,上海影视乐园将打造专为宠物爱好者和宠物准备的音乐盛宴,设置宠物表演区、宠物市集、宠物主题舞台等,园内“黄河路”也将全新亮相;蓝精灵乐园“蓝梦5周年·梦想成真嘉年华”主题活动包括五大蓝梦主题打卡区及各种趣玩活动;广富林文化遗址春季活动推出广富林春季套票、春日主题市集等;上海欢乐谷国潮文化节以国风唤醒传统文化活力。



上海之根 文明松江

富强 民主 文明 和谐 | 自由 平等 公正 法治 | 爱国 敬业 诚信 友善

深化全国文明城市创建

崇尚节约 反对浪费

文明松江

