

D “地瓜经济”风起云“永”⑥

海外分公司链接市场 自主品牌辐射全球
威玛斯 以本地化扎根世界舞台

生产车间内,员工们在各个装配工序上各司其职,忙碌不停,完成组装的滑板车一排排整齐摆放着;仓库内,叉车来往忙碌,将一批包装好的滑板车装车,准备发往德国分公司……在金华市威玛斯智能科技有限公司(以下简称“威玛斯公司”),呈现一派热火朝天的生产景象。

生产的齿轮加速转动,货物在全球市场上提速奔跑,“VMAX”品牌阔步迈向国际市场……在这一幅幅喜人场景背后,是威玛斯公司以开放姿态,坚定以本地化形式扎根世界舞台。这得益于四处蔓延伸展的藤蔓源源不断地输送养分,威玛斯这个“地瓜”正在加速壮大。



瑞士销售展位



组装好的滑板车



叉车正在装货

设立海外分公司 链接国内外两个市场

■ 记者手记

以本地化模式
开拓海外市场

地瓜的茁壮成长离不开源源不断的养分滋养。而地瓜所汲取养分的多少,根本在于藤蔓延伸的能力及藤蔓将“阳光”“雨露”等资源转化成地瓜生长所需养分的能力。

在走出去的过程中,适当的本地化能让地瓜的藤蔓更加粗壮强韧,提高吸取养分的能力。本地化既有利于生产的产品能更好地满足当地消费者需要,还能通过与当地社会文化、资本的融合,降低当地社会对外来资本的排斥情绪,充分借助当地资源迅速打开市场。

以与当地资本合资的方式在主要市场设立海外分公司、聘用当地人进行市场运营、充分的市场调研后对产品进行改良、结合当地文化建立销售渠道……威玛斯公司以海外分公司作为扎根海外市场的阵地,以稳健的本地化模式逐步开拓海外市场。

在风云变幻的经济形势下,适当的本地化能增强与当地市场的黏性,提升对市场的感知、应变能力,增强经济韧性。因此,大胆走出去和稳健本地化相结合,不失为永康外贸企业减少走出去风险的一种好选择。

融媒记者 郑旭华
融媒见习记者 徐婷婷

“在运动模式下,这款电动滑板车在坡度为12度的山坡上爬坡速度能达到17码以上,续航里程不低于45公里。目前骑行里程已有150多公里,车子的质量和性能方面我都很满意。”日前,记者见到威玛斯公司总经理方如安时,他正在浏览德国分公司官网上的商品评价。记者看到,类似的好评比比皆是,可以看出市场对于该公司产品的认可与喜爱。

产品深受市场好评,近两年产值每年翻番……作为成立不足4年的年轻公司,威玛斯公司是如何做到的呢?深度融入市场,才能建立自己的市场’是威玛斯公司给出的答案。

撬开陌生市场是一件极不容易的事,要想做出令市场满意的产品也不能一蹴而就。威玛斯公司产品刚进入海外市场时,也曾“水土不服”。第一批VX2车型电动滑板车投放德国市场时,因德

国人喜欢骑电动滑板车越野或在非正常道路上做极限运动,滑板车的后挡泥板连接处容易开裂。收到消费者反馈后,威玛斯公司经过深入分析,改进了产品结构,并将该设计运用到后续的新产品设计中,提升产品质量。

威玛斯公司之所以能跨越地理空间限制,快速获取真实的市场信息,及时做出相应调整,满足市场需求,掌握市场风向,原因在于海外分公司这个“信息情报站”,起到了至关重要的作用。

去年年初,德国一位消费者在购买了威玛斯公司的滑板车后,将零件全部拆开,与市场上其他知名品牌的同类型产品进行对比,并在推特上进行公开晒评。对于测评中提到的不足,威玛斯公司积极改进,不仅让零部件供应商提高工艺以改善产品质量,还重新梳理了整个装配流程,将粗糙的模具、剩余的零部件全部报废,重新开发模具进行生产,花

费的成本占当年销售总额的3%左右。不计成本的改进,让产品品质得到了很大提升,改进后市场反响很好。“只有贴合市场需求的差异化产品,才能在激烈的市场竞争中脱颖而出。所以,我们将每一次接收到的市场反馈都视作了解市场、自我提升的宝贵机会,积极调整产品‘配方’,做出受市场欢迎的差异化产品。”方如安说。

目前,威玛斯公司在瑞士、德国、美国都设立了海外分公司。“我们和分公司的联系非常紧密。除了每天的信息沟通外,双方每周至少进行三次视频会议,及时反馈产品生产、销售等情况。”方如安说。

海外分公司作为链接国内、国际两个市场的枢纽,将设计、生产、销售的整个链条打通,不仅成为打入海外市场的桥头堡,还提升了生产端的制造水平,让“地瓜”根基不断壮大。

日益增加。

5月,在美国设立分公司,前期工作已就绪,将于9月上市销售;下半年计划在欧盟和东欧分别设立一家分公司;与法国某超市协商东南亚9个国家的品牌代理权;已与澳大利亚、新西兰经销商签订代理合同……威玛斯公司在全球市场上动作频频,将地瓜藤蔓不断向全球市场伸展,为“VMAX”品牌辐射全球提供强力支撑。

“目前‘VMAX’品牌已在全球120多个国家完成商标注册。”方如安说,以推广“VMAX”品牌作为布局全球的着力点,该公司将联合当地资本成立分公司或授权当地经销商代理品牌的方式,争取于2025年在全球主要区域建立属于自己的市场。

以本地化运营布局全球 “VMAX”品牌扬帆出海

“与市场割裂,丧失自主权,说明做贴牌代加工不是一条可持续发展道路。”基于多年从事进出口贸易的经验,方如安深知做贴牌代加工只会让企业处于产业链的最末端,经济韧性差,无法掌控风险。要想获得长久发展,必须建立自主品牌。因此,方如安在和瑞士投资方一起合资成立威玛斯公司时,就选择走自主品牌道路,公司旗下产品均以“VMAX”品牌出口海外。

“要想推广自己的品牌,就必须跟当地人合作。因为当地人对本地文化比较了解。由当地人负责推广品牌,更容易被本地市场接受。”在方如安看来,把销售端前移,因地制宜进行本地化运营是推广品牌的关键,对此,在当地设立分公

司尤为重要。

目前,威玛斯公司将瑞士设为欧洲销售总部,借助瑞士投资方在渠道、资源等方面的深厚积淀,迅速在瑞士铺设销售网络,“VMAX”品牌进驻当地连锁超市。因产品质量高,销售网络广,“VMAX”品牌彻底在瑞士打响知名度,一跃成为瑞士滑板车市场份额占比第一的品牌,销量占整个市场的22%。

有了打开瑞士市场的成功经验,威玛斯公司以和德国投资方合资的方式,在德国也设立了分公司,聘用德国人进行运营管理。德国分公司一方面在公司官网旗舰店及亚马逊平台进行线上销售,另一方面与当地知名企业合作,打开线下销售市场。通过线上线下的双向发力,“VMAX”品牌在德国市场的影响力