

Der skal fart på, og det skal være Kina-fart

Biometriske løsninger, kameraer der kan spotte et slagsmål og kaffe på tilkald er Shanghai 2019, hvor kursen er sat med præsident Xi Jinpings 2030-plan som GPS.

Af: Louise Juel Broch, Inno-Pro

Hast er et tilbagevendende tema på studieturen til Shanghai, som Midtnet Kina-konsortiet gennemførte i marts 2019. De 10 turdeltagere, hver fra meget forskellige virksomheder, mødte "Kinas New York", fra forbrugersens perspektiv. Her, hvor kundeservice tages til nye højder ved hjælp af teknologiske muligheder, som blandt andet betyder at selv den mest ydmyge gadesælger tager imod betaling via QR-koder.

Favoritappen til betaling er WeChat. Den er udviklet af firmaet Tencent, og kan anvendes til alle livets gøremål, mens man er online og i konstant kontakt med vennerne.

Især er hjemmelevering af alt fra dagligvarer til make-up og tøj et hit, og Shanghais gader er en myretue af elscootere, der haster ind og ud imellem hinanden på vej mod næste levering. De nye nøgleord til forbrugernes hjerter er "convenience", kvalitet og underholdning.

Det skal været nemt at være forbruger, og shanghai-genserne mangler ikke penge.

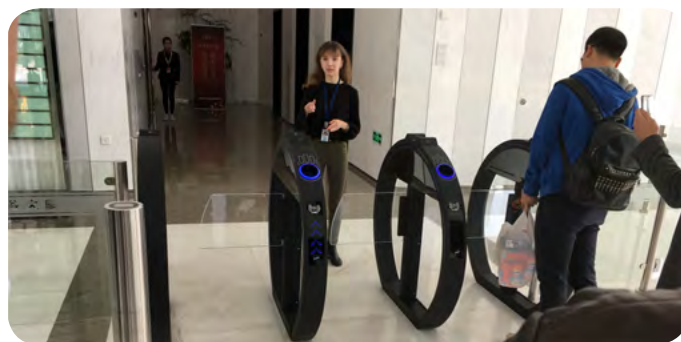


I butikken Sephora kan man teste hvordan den nye eye-liner ser ud inden man køber den med et klik på skærmen.

Uddannelse på skærmen

Midt i det tilsyneladende overfladiske forbrugersliv, er der dog også en stigende interesse for uddannelse, især indenfor sprog. De gode jobs er typisk kun tilgængelige for kandidater med gode engelsk-kundskaber, og det har skabt et marked med flere udbydere af engelskundervisning til både voksne og børn.

Firmaet EF Education First, der i Danmark nok bedst er kendt for at arrangere studierejser, har stor succes med en onlineplatform med engelskundervisning. Kurserne kan suppleres med rigtig klasseundervisning, men er især populære, fordi undervisningen foregår, når kursisten har tid. Samme tendens betyder også fremgang for firmaet Ximalay, der blev stiftet i 2012. Ximalay er en podcast-app, hvor der blandt andet udbydes foredrag og små kurser fra eksempelvis førende forskere til de mere end 50 millioner aktive brugere. On the-go, her og nu. Shanghai sover ikke.



Adgangskontrol med biometriske løsninger. Scanneren læser håndfladeaftrykket.

Frie hænder til salgskontoret i Kina

Denne hastige omstilling er også årsagen til at danske Trine Westergaard fra high-end tapetfirmaet Wall Vision råder til, at virksomheder med ønsker om at åbne et kinesiske salgskontor, skal give deres medarbejdere i Kina frie hænder. Når det kommer til priser, markedsføring af produkter og indretning af butikker er det nemlig andre ting, der tæller i Shanghai end i Slagelse, og udviklingen går så rasende stærkt, at det ikke nytter noget at skulle vente på, at cheferne derhjemme har gennemført SWOT-analyser og konsulteret designmanualer.

Trine Westergaard har arbejdet i Kina i 9 år for forskellige firmaer, og hendes erfaring er, at selvom kineserne generelt er glade for skandinaviske produkter, fordi kvaliteten anses for at være høj, så er brand loyalitet ikke noget, man som forhandler skal gå rundt og forvente. Ligesom Shanghais iværksættere er forbrugerne også videre til det næste spændende produkt, inden man kan nå at sige fordelsprogram. Priserne i Kina skal desuden helst ligge på linje med eller lidt under priserne i Europa, for selvom kineserne ikke har noget imod at bruge penge, så vil de

heller ikke snydes. Det betyder, at der foregår en reel parallelimport blandt private, som køber populære produkter hjem og sælger videre på TaoBao, der er det kinesiske modsvar til Den Blå Avis.

Entreprenørskab, risikovillighed og tempo

Kaffekæden Luckin Coffee er en god illustration af tempoet, da kæden på kort tid er blevet en reel konkurrent til Starbucks, som ellers har været kejser af det kinesiske kaffemarked siden 1999. Luckin Coffee, der blev grundlagt i oktober 2017 med en stor pose investorpenge i ryggen, tæller i dag 1700 kaffeshops i 13 af Kinas største byer. Luckin er netop blevet børsnoteret på Wall Street. Luckins priser er lavere end Starbucks', lokalerne er mindre (det er ikke meningen, at man skal blive og hænge ud) og de tilbyder levering inden for 30 minutter, uanset hvor kunden befinder sig.

Luckin har ganske vist underskud, men strategien er stadig fuld kraft frem i forsøget på at få bare den gyldne "ene procent" af markedet, som alle taler om. Med et indbyggertal på 26 millioner er én procent af markedet jo stadig 260.000 kunder.

Det er iværksætteren Tom Xiong, der fortæller studieturens deltagere om Luckin Coffee, som et klart eksempel på opportunisten, risikovilligheden og tempoet, der præger Kina i almindelighed og Shanghai i særdeleshed.



Starbucks lærte kinesere at drikke kaffe. I Shanghai kan man besøge en kaffebar med eget risteri. Men Starbucks er ikke lænere alene på markedet - Luckin Coffee vinder markedsandele.

Kina i førersædet

Inden 2030 skal Kina være førende indenfor artificial intelligence, robotteknologi og højhastighedstog, og dette er ikke bløde hensigtserklæringer uden forbindelse til virkeligheden. De kinesiske myndigheder arbejder benhårdt på, at få planen til at lykkes, og udvalgte virksomheder støttes med offentlige midler, så de kan tiltrække de rigtige medarbejdere. Kinesiske talenter, der har studeret i udlandet lokkes hjem igen med lukrative lønpakker, gode boliger og

privatskolepladser til børnene.

Ét af de tech-firmaer, der støttes af offentlige midler, er NICE Technologies, der blandt andet laver kameraer med ansigtsgenkendelse til brug for eksempelvis adgangskontrol og overvågning af transportknudepunkter. Her er også kameraer, der kan detektere 'unormal' adfærd, som eksempelvis affald smidt ved siden af affaldsbeholderen eller personer, der kommer op at slås.

En lignende teknologi findes hos firmaet DeepBlue Technology, som blandt andet anvender den som en af de avancerede AI-teknologier, der er installeret i deres selvkørende elbus, kaldet Panda Bus. Blandt mængden af kameraer i bussen er også nogle, som kan detektere interesse hos den specifikke passager og dermed målrette reklamerne på sædernes skærme enkeltvist.

Kig også mod øst

Tom Xiong selv er indehaver af firmaet Move Shanghai, som står bag en mobilapp, der giver adgang til mere end 150 forskellige fitnesscentre fordelt på forskellige kæder. Han er født i Kina, men opvokset i Umeå i Sverige, hvor hans forældre stadig bor. Selv er han flyttet til Shanghai, for at forfølge sine egne iværksætterdrømme, fordi det var hér tech-industrien virkelig rykkede.

Han advarer derfor mod den europæiske tendens til kun at kigge mod vest, når det kommer til ny teknologi. Kina er et langt større marked, og forud udviklingsmæssigt, fordi ideer opstår og bliver afprøvet med det samme, inden en konkurrent går hen og får samme geniale indfald.

Som en af studieturens deltagere konkluderede – "der skal fart på, og det skal være Kina-fart."



Turdeltagerne får demonstreret overvågningskameraer, som kan detektere utypisk opførsel i byrummet.