

新民海外

本报海外文编部主编 | 第 78 期 | 2020 年 8 月 31 日 星期一 本版编辑: 吴雪舟 视觉设计: 戚黎明 编辑邮箱: wuxz@xmwb.com.cn

华人之星



人物名片

刘科路

- ◆ 英国熊猫外卖 (Hungry Panda) 创始人
- ◆ 入选 2019 年度 Business Insider “影响英国科技发展百人”

95 后留学生在英孵出「饥饿的熊猫」

当你看到大熊猫标志时,你会想到什么? 中国国宝,或是中国功夫? 没错。但对于海外留学生来说,可能会有不同答案——疫情期间,中国驻外使领馆向留学生发放防疫“健康包”,其中 4 万多个正是通过“大熊猫”的双手,送到这些留学生的手中。

这里的“大熊猫”,其实说的是一家外卖公司熊猫外卖 (Hungry Panda),由 95 后留英学子刘科路 2016 年在英国伦敦创建。短短 3 年多的时间,刘科路就让遍布各国的中国美食,跟随着这只憨态可掬的大熊猫,香飘英、法、澳、美、加等国的大街小巷,熊猫外卖从而跃居海外中餐中超 (中国超市) 外卖平台首位。他本人则在 2019 年被 Business Insider 评选为年度“影响英国科技发展百人”。

文/叶庄



“熊猫外卖”的配送员用专车派送健康包



刘科路(前排左五持奖杯者)在诺丁汉大学创业大赛中获得最高奖

1 开发中餐外卖 App, 满足华人“中国胃”

在距离热闹繁华的唐人街不远处,是英国伦敦市文艺与美食中心考文特花园 (Covent Garden),刘科路和他的英国团队便扎根于此。刘科路说,熊猫外卖的诞生,是源于他的“懒人吃货”特质。“现在的年轻人大多比较宅,喜欢叫外卖,但英国的外卖软件提供的中餐选项都很英国化,平台上很难找到地道的中餐馆。我感觉这是市场上的一大缺口。加上我的专业是计算机,也认识一些技术专业人员,所以就想到做一款专门提供中餐外卖的 App,让宅男宅女们也能不出门就享受到地道中餐。”

这个简单的目标确实蕴涵着巨大商机,据《中国国际移民报告(2015)》统计,侨居海外的华人华侨达 6000 多万人,广泛分布在各个国家。这个海量的数字,也意味着巨大的中餐市场。但当时英国虽然也有 Deliveroo、Just Eat 等外卖平台,但由于点餐渠道、选餐文化以及语言壁垒等存在,这些平台并没完全覆盖到大部分地道的华人餐馆以及华人用户。

2 就学时瞄准商机, 创业比赛赢投资

熊猫外卖创立于 2016 年,也是刘科路从诺丁汉大学计算机科学与技术专业毕业的这年。一路走来,虽然尚未至而立之年,但刘科路看起来比同龄人都要成熟,在和他的交谈中,可以感受到这名 95 后创业者既有着生意人的敏锐与周到,又能着眼未来不断地丰富自己的人生经历。还在读本科时,刘科路就在中国边远地区支教过两个月,也曾管理咨询公司实习。后赴英国继续深造,曾获得专业第一名奖学金。

在诺丁汉大学求学期间,繁忙课业之余,刘科路不断丰富实战经验,充分利用校方的资源锻炼自己的创业技能,“我们学校提供了很多实践平台和机会。我在想到要做中餐外卖 App 的时候,就参加了学校的孵化器培训,学会如何在英国开公司、做财务,合法合规地经商。这些课程非常实用,对创业前期的帮助很大。”

扎实过硬的专业知识,结合英国高校孵化器的专业指导,从一开始刘科路就注定了并非“草根”选手。加上后期又参加过多项大型创业比赛,在各项实战中经历磨砺,收获了不少佳绩与反馈。“比如参赛的同行,以及担任评委的专家、学者、投资人,他们会站在各自专业的角度,帮助我分析问题,指出可以完善的空间。如果不听取

除了餐馆外卖,刘科路还注意到,在英华人也追求厨房里的烟火气息。在一天疲惫的工作后,回到家里如果能品尝到家人亲手烹制的饭菜,无疑能让自己的“中国胃”得到满足,心情也得到抚慰。而要做菜,当家的总要定时到超市采购新鲜的食材。眼光独到的刘科路认为,超市食材派送,也将是消费场景中除了送餐之外极其重要的一部分,更是华人群体紧密联系的重要环节,如果能解决这一群体的需求,市场潜力也将无限。

“随着越来越多的中国人来英国留学、定居、旅游、工作,对中餐的需求量肯定越来越大。为了给消费者提供新鲜的食材,现阶段我们就是和当地的中国超市进行合作,他们在渠道方面有很大优势,而我们拥有很多分销网点,可以实现当日送达。”刘科路说。

如此合作的优势,在今年以来尤为突出。疫情期间,华人更倾向宅家购物,而当地超市网购平台已被“挤爆”,预约送货时间动辄就被安排在半个月之后。熊猫外卖的存在,为华人购物提供了极大的便利。

外界的建议和声音,就会陷入闭门造车的困境中,更不能把产品做好。”针对市场反馈和专家建议,刘科路对软件也做了一系列调整,例如要求伦敦市区内点餐一小时送达,伯明翰地区 45 分钟内送达,超市点单则是当日送达。“我们在配送上面投入很多,这是我们的一大优势。”

比赛中取得过诸多好名次,让刘科路和他的创业理念、公司前景,成功引起了多方注意,并完成多轮融资,随后顺利地开拓了在美国、欧洲、澳大利亚等国家和地区的市场。“虽然中餐在海外很受欢迎,但包装简陋,重油重盐的形象已深入人心。而我们想要改变这种刻板印象,塑造健康、有品位的中餐。”

创业至今,刘科路带领团队在全球快速拓展,麾下已有 400 多名员工。在管理上,刘科路有自己的经验体会:“通常我选人是看眼缘,认定之后,我会对他们充分授权,让他们自己做决策,我最多是拍板敲定。”

刘科路的信任和支持,激发了创业团队的闯劲和冲劲,得以快速抢占先机,而团队成员最终也回报了这份信任。“比如之前在进入澳洲市场时,我们的准备其实并不充分。但我的一位同事去考察后,认为可以做,我就相信他,让他去尝试。从目前发展的结果来看,还是不错的。”刘科路说。

若无今年这场突如其来疫情,此刻的刘科路应该在按部就班地开拓其他地区的业务,为广大食客送上一份份美食。但在这特殊时期,不少华人留守海外,响应政府的号召不出门。然而宅家太久,精神和身体状况都亟需安慰。刘科路和他的团队利用其已有的供应链优势,用美食温暖了封锁下的一座座孤岛,为海外华人送去了安全感和关怀。

疫情期间,中国驻外使领馆通过当地学联,为广大留学生准备了防疫“健康包”,但无论是学生出门自取,还是学联志愿者送“货”上门,都会增加被感染的风险。得知这一情况后,刘科路的“熊猫”自告奋勇,愿意承担健康包“最后一公里”的运输。

刘科路的技术团队在 24 小时内就在 App 上线了虚拟店铺的新功能,让留学生可以像点外卖一样,快速方便地下单“健康包”,并且可以实时查看派送进度。同时,他们还设立了全新的流程来统筹调度疫情下极为紧张的人力资源,最大程度满足快速配送需求。

为了快捷安全地把“健康包”交到了数量庞大且分散的学子们手中,“健康包”经由专车派送,配送箱和专车定期消毒,骑手在配送过程中始终佩戴口罩,并采用“无接触配送模式”,避免面对面接触所带来的风险。

据了解,全美已有包括纽约州、马萨诸塞州、新泽西州和宾夕法尼亚州在内的 50 个院校、4 万多学子接收到来自熊猫外卖配送的“健康包”。另外,澳大利亚和新西兰配送数接近 2 万份。与此同时,熊猫外卖的英国、法国和意大利等国家的运营团队已规划方案,随时提供“健康包”配送,服务更多的海外学子。

“我自己曾是广大留学生的一员,格外能体会到海外求学的不易。后来在海外扎根、创业,也深知海外华人在异国他乡打拼的艰辛。我希望用我的平台,让更多海外华人能享受到地道的家乡味,让他们感受到家乡的亲情。”



疫情期间工作中的刘科路

3 疫情中逆行行为留学生快递「健康包」