

# D.light: 照亮的不仅是生活, 还有未来

清末时期,煤油灯传入了中国,在相当长的一段时间内,这是我们大多数人的照明工具。现在生活已经大为不同,电灯早已成为了我们的必需品。然而在世界各地,还有许多地区没有通电,他们还在使用这一古老的照明工具。

Sam 曾经目睹了一场煤油灯引起的烧伤事件,他和朋友 Ned 决定要改善这一情况。他们开发出多种太阳能电灯,研究多种商业模式,旨在让生活更安全,让未来更美好。如今,已有超过 8000 万人受益,他们的生活变好了,收入也上升了。

在斯坦福商学院的某个小房间,伸手不见五指的黑暗里,弥漫着呛人的煤油气味,还有一点泥土香。

这是 D.light 的创始人 Sam Goldman 和 Ned Tozun 当初的路演现场,在场的还有一屋子的投资人。他们花了大工夫制造了这样一个场景,就是为了重现那些使用煤油灯的地区们的日常生活。

那时,这两个小伙子的商业方案都还没有成形,却已经冒冒失失地把投资人请过来了。是什么让他们这么急切地做出行动呢?

## 让底层家庭远离危险的煤油灯

当午夜降临时,很多城市依然亮如白昼,市中心甚至熙熙攘攘,到处都被灯光照耀着。然而,更多远离城市的地区,在大山,在荒野,没有通电,人们就着一盏煤油灯的微弱光亮,在房间里早早地入睡。

然而,煤油灯的光线对视力不好,还有浓重的油味,不慎时还会带来危险。

2004 年,当 Sam Goldman 在西非的贝宁作为志愿者的时候,他住在一个叫 Guinagourou 的村庄,亲眼目睹了煤油灯带来的一场悲剧。

一个 15 岁的小男孩不小心将燃烧着的煤油灯泼了,火焰瞬间在他的身上弥漫开来,他的身体遭受了三度烧伤。闻讯而来的人们悲痛不已,而最近的医院也有 45 公里远,他们能做的也只有找来草药,试图敷住伤口,减缓疼痛。

Sam 也在人群里,他感到深深的震惊,他带来的 LED 便携灯仅需要十美元,但这里的本地家庭却只有清一色的煤油灯。“人们可以将卫星和飞船发射进太空,而危险的煤油灯还在人们的生活当中。”这件事长久地铭刻在他的心上。

在此之前,他去过许多地区。他曾在印度、巴基斯坦、秘鲁、毛里塔尼亚和非洲生活过,

发现很多农村缺乏电力,也只能用煤油灯。

为什么呢?一是观念,二是收入。

在调查的过程中,他发现,每年竟有超过一百万人死于煤油引发的火灾。他知道这些人的无奈,但这次他不想再袖手旁观。

一开始,他想去当一个分销商,让电灯得以送入偏远地区的千家万户,但却失败了,最大的原因还是价格。

对那些家庭来说,“买一盏灯就如同我们买一辆车一样需要深思熟虑”。

后来,他选择了进入斯坦福商学院,决定去研制出一款高质、耐用且价格低廉的产品,将照明真正变得惠民。

在商学院,他碰上了 Ned Tozun。Ned 之前在东非马拉维志愿进行艾滋病患者人生的报道,那里的景象深深地触动了他,他一直希望能为底层人们做点什么。

于是两个小伙子一拍即合。

## 研发新的电灯和合适的商业模式

他们早就开始进行相关技术的研发工作,很快,第一款照明好、质量好且价格亲民的太阳能灯原型出世了,它能够将太阳光转化成电能,目标群体正是南亚、非洲和其他偏远地区的那些特定家庭。

但 Sam 和 Ned 还不满意,于



是招募了很多来自未通电区域的人,邀请他们来体验产品,收集意见,甚至工作人员一起亲自到村庄小屋住上一晚。这使他们获得了大量改善产品的建议。

由于各地区的人们需求不同,他们还针对片区认真探访和调查,按需进行细致的设计,开发出了多种产品。

照明是基本的需求,在其它方面 D.light 也尽量设计得亲民。产品的生命周期都在五年以上,附有两年的保修期,价格方面也设计得亲民,实现更高的性价比;同时,D.light 的员工都驻扎在销售网点的附近,他们会随时根据用户的反馈,到现场解决问题。

一开始,D.light 将产品投放给分销商和零售商,在柜台上出售。但很快,他们发现了一个问题:部分电灯的价格偏高,对很多家庭而言依然是个负担,他们难以迅速筹到这么多的现金。

“仅仅依靠现金现付的商业模式是不能有长久的发展的。”Sam 和 Ned 决定发展出新的商业模式。

他们想:在美国,可以通过信

用购买所需,那么,是否可以通过信贷的方式为他们提供产品?

于是, Sam 和 Ned 探究出一种借助小额信贷的即付即用商业模式(Pay-as-you-go),通过远程控制技术让产品提供电力服务,让他们可以通过分期付款的方式来购买。

其实,这些家庭根本没有银行账户,信用记录更是无从谈起,这个模式很大程度依赖于大部分用户是否会把欠款及时结清。

显然,这种建立在信任基础上的分期付款,存在很大风险。但当时他们还是决定,就这么着。

## 8000 万人在这里受益

从结果来看,这个赌注他们下对了,大量的人开始通过这种方式开始使用他们的产品,业务急剧地扩大,他们也得以不断融资,这是一次绝赞的选择。

“如果仅依赖每天挣不到 5 美元的家庭,肯定无法达到这个规模。”

他们没有选择施舍,而是让用户自主选择购买产品,用自己的努力来买单。它改变的远不止生活,还有这些人对生活的认知。

“于我而言,这种形式更有意义。重要的是我们不是要替他们解决这些问题,而是通过赋能或帮扶网络帮助他们解决问题。”Sam 表示。

对那些家庭来说,会引起火灾的煤油灯可以弃而不用了。晚上,房间变亮了,而且更为舒适,每年省下的大量的煤油费用,这可以用于别的方面的投资。

甚至,根据 D.light 的一项研究显示,由于产品的便携性和照明效果,让用户能够更好地进行工作,收入开始增多,据统计,有 56% 的用户收入上升了 50%,而

其他人的收入也有了一定提高。

这是 Margaret Muchina,她经营着肯尼亚的一个售货亭。以前,夜晚降临时,缺乏照明使她不得不早早打烊;如今,购买了 D.light 产品,她能经营更长时间,收入上升了 30%。

孩子的学习、父母的工作环境都变好了;有养鸡场通过照明,实现了更为良好的管理;钓鱼场再也不用担心煤油味会将鱼吓跑,部分人甚至通过产品的充电功能在当地开起了小店……

而这些逐渐富裕起来的家庭,将会慢慢带动外地资本的流入,从而让这里慢慢繁荣起来,实现更好的发展。

在我们的用户市场,如果一个人家里有完整的照明系统,有收音机和电视,这种感觉是很棒的,这和大家住在小泥房,用着煤油灯,孩子在烟雾缭绕的煤油灯下学习的感受迥然不同,这个时候人们的认知就会提升,也是小额现金支付所达不到的效果。

如今,D.light 成为了一家产品销往 62 个国家、赋能 8 千万人、减少 1900 万吨二氧化碳排放、为 2200 万学龄儿童提供太阳能照明的全球著名社创企业,他们的品牌正在一步步叩开各个家庭的大门。在全球,他们的零售点已经超过 10000 个。

在市场的选择上,他们首先考虑的是无法用电或用电不稳定的地区,然后是可以进行商业化运作的区域。

现在,他们把目光放向了南非和撒哈拉以南的非洲,那边存在巨大的人口基数和不断攀升的出生率,也开始望向中国、北美、欧洲,而是否需要研究出新的绿色清洁产品,他们还在探究中。(据友成企业家扶贫基金会微信公众号)



D.light 现在有很多种产品,甚至能给手机和电视供电