

威露士退出华润系超市

此前蓝月亮跟大卖场闹分手 日化品线上销售风光,加速退出传统渠道

刚刚拿下“双11”洗衣液品类的销售冠军,销售额破亿的威露士在线下遇到了麻烦。近日,华润系超市终止了与威露士品牌的合作,官方说辞为“在合作细节条款上分歧很大”。这是继日前蓝月亮后,与实体卖场分道扬镳的第二家日化用品。

另一方面,随着电商物流体系的日渐完善,天猫超市、京东超市等平台均已实现“次日达”。

动辄3公斤重的洗衣液,1公斤重的洗洁精,还有半公斤重的消毒液,如果能送货上门,仍坚持到实体商超购买的消费者还会很多吗?

威露士在长沙华润下架

11月25日,记者分别前往了华润万家蔡锷路店、湘江世纪城店和华润万家V+城市生活超市,均未发现威露士品牌产品。

“已经全部下架了。”当记者向华润湖南公司求证时,其中一家店的负责人如是表示。他告诉记者,目前,包括洗衣液、消毒液等主要商品的威露士全线产品已从卖场下架。

上周,华润万家方面表示,与威露士品牌在协商续签合作协议时,细节上分歧较大,双方决定停止合作。

以王牌产品消毒液打开国内市场的威露士已拥有不少忠实粉丝,余阿姨就是其中之一。“想买威露士的消毒液,发现没有了,只能另外买了滴露。”余阿姨说,虽然不是最想购买的

品牌,但因为“懒得再去第二家店”,所以只能退而求其“次”。

入湘5年,华润万家已拥有9家门店。有业内人士对媒体表示,此次华润万家与威露士“谈崩”,是在日化品牌中“挑了个软柿子”来捏。

洗护用品与实体卖场博弈

事实上,这已不是今年以来日化品牌与实体卖场之间的首战。数月以前,掌握着洗衣液界头把交椅的蓝月亮就退出了大润发等卖场,理由同样是谈判破裂。彼时,不少业内声音认为,蓝月亮开始有意布局线上渠道,对实体卖场的依赖性正在减弱。

记者注意到,2015年下半年以来,以天猫超市、京东超市为首的“电商超市”在全国范围内的布点正在完善,实现“当晚送货,次日可达”的城市也越来越多。

“天猫超市就很方便,当天买了,第二天就送到家里,洗衣液、大米这种很重的东西我都在网上买。”家住洪山街道的赵女士如是说。

有意思的是,虽然威露士在线下失去了华润万家这一强势渠道,但该品牌在线上风生水起。从刚刚结束的“双11”销售数据看来,威露士销售额成功突破1亿元。

“对品牌厂家而言,虽然物流成本相对较高,但是进卖场的成本也不低,这就要看品牌如何选择了。”一名电商行业业内人士如是说。 ■记者 朱蓉



李游向记者展示他家屋顶上的光伏发电设备。

家庭电厂年发电40万度

邮储银行湖南省分行:将拿出50亿元资金支持创新创业

一片屋顶可以用来做什么?观景台、一片菜地,或者是空着?

家住株洲县渌口镇的留法海归李游,2014年在自家屋顶上装了套容量为10千瓦的光伏发电设备,成为株洲家庭光伏发电第一个“吃螃蟹”的人。在邮储银行杯第二届“创青春”湖南省创新创业的赛场,李游和他那一片拥抱阳光的屋顶获得了无数的点赞。

如今,在邮储银行株洲市分行的大力支持下,李游把他的屋顶能量场搬到了农村、农场和小区,让“拥抱阳光的梦想”在更多的地方绽放。

家庭电厂年利润上万元

11月25日,天气多云。在李游家南面屋顶上,40块光伏组件正在工作。

李游告诉记者,从2014年5月到现在,他家的设备共发电17860度,自家用一小部分,没用掉的全部送到了国家电网。

去年7月,李游收到了第一笔来自国家电网株洲县供电公司1115元的汇款,这是他的光伏电站发电2个月拿到的度电补贴和余电上网卖的钱。到目前为止,李游通过国家电网收到的发电收入已超1.6万元。

据李游简单统计,他家的10千瓦光伏发电设备,按照总量每年能发电1.6万度。“一年大约能取得利润1万多元,后期基本不需再投入。最关键的是,这些是清洁能源。”

如今,李游成立了湖南鑫琪新能源公司,已经给30

户高层、多层、别墅、农村居民装上了光伏发电设备,并已经全部并网发电。

此外,李游还通过PPP运营模式将光伏发电运用到公共机构的屋顶。长沙中山路、营盘路、王家垅社区和望城区白芙塘社区等地的屋顶,都成为了一个个太阳能发电站。

李游介绍,目前公司已安装了400千瓦的光伏发电设备,预计年发电量达到40万度,带来直接的发电收入40多万元。

光伏发电拥抱生态农业

当光伏新能源产业与传统农业跨界相遇,又会擦出怎样的“火花”?

在株洲云龙示范区龙头铺镇蛟龙村的“盘龙高科”食用菌生产基地,李游将近百块太阳能光伏组件“搬”上了400多平方米的蔬菜大棚,建成株洲市首个光伏大棚。

光伏组件上棚并网后,不仅能够吸收掉大量光能,使得棚内温度下降3℃,所发的电还可以供给棚内使用。

李游告诉记者,光伏大棚由“鑫琪”公司统一建设,公司则收取并网电费,用户则省去了高昂的建设和维护费用,还可享用清洁能源,这种模式被称为合同能源管理。

李游表示,以云龙示范区为例,其蔬果、花卉大棚多,若能将“光伏发电”、“设施农业”和“生态旅游”三者有机结合,不仅能发展清洁能源,推进新能源产业,还能带动现代农业发展。

■通讯员 晏鄂龙 王俐君 江晓兰 记者 蔡平



邮储银行 助力企业拥抱阳光

李游表示,参加此次邮储银行杯创新创业大赛,让自己通过邮储银行和政府搭建的平台,认识了更多的优秀创业者,也让公司获得更多关注和认可。

说起邮储银行,李游充满感激。当年第一笔10万元的创业资金就来自于邮储银行。“10万元的免息贷款,到现在还没还呢。”

邮储银行株洲市分行工作人员告诉记者,邮储银行一直很关注并大力支持像李游这样的创新创业人员,为其开通绿色通道,全力助力其创业致富。“从小额信贷到走访政府部门,平台搭建,以及公司上下游客户的信贷支持,我行都倾注了比较大的人力和物力资源。”

更为重要的是,“邮储银行网点遍及各个乡镇,这与光伏产业的很多客户群体具有很高的契合度。”正因为此,目前鑫琪公司正与邮储银行株洲市分行全面对接,邮储银行将利用银行的平台和资源,帮助鑫琪公司打开市场。

邮储银行株洲市分行的工作人员表示,李游所从事的光伏产业是绿色能源,是利国利民的环保事业,邮储银行肯定会大力支持。“未来根据企业的发展需要,我们还将为其量身定制支持方案,帮助公司做大做强。”

据邮储银行湖南省分行行长李晓明介绍,2015年该分行将以大赛为平台,为广大创业青年和创业企业提供包括创业贷款、个人商务贷款、小企业法人贷款等在内的,授信金额超过50亿元的融资支持。



观点 日化品牌转型势在必行

一名日化行业研究员认为,国内市场较大,在我国的四线及以下城市,甚至是乡镇区域,仍有较大空白市场,是线上布局相对较弱的部分,也就是说,日化行业短时间内仍不可能完全放弃传统渠道。

虽然线上风生水起,但对中老年人而言,线上消费习惯仍有待培养。不过,随着80后、90后的成家立业,随着00后的独立成长,这些带着互联网基因的消费者也开始成为日化产品消费不可小觑的市场。长远看来,日化销售从全传统渠道向“互联网+实体卖场”转型势在必行。

毕竟,掌握在自己手上的客流量,总要比“受制于人”好。日前,威露士相关负责人表示,为了打开年轻人市场,该品牌日后将在微商等互联网渠道继续发力。

简讯

首届中国湘菜博览会28日举行

本报11月25日讯 “吃货们这个周末又多了一个淘小吃的地方了!”记者今天从省餐饮行业协会获悉,“2015首届中国湘菜博览会”将于11月28日-30日在省展览馆举行。博览会期间将举行湘菜发展高峰论坛、湘菜餐饮百强企业评比等活动,研讨湘菜产业如何更好融合发展,专注湘菜产品创新与食品安全。

潮介绍,这次博览会将会举办烹饪大赛、服务技能大赛和首届湖南家庭厨艺大赛等三大赛事。另外,王墨泉、许菊云等10位权威湘菜大师还将在现场教市民做湘菜;湖南14个市州每个地方提供一道经典湘菜,外加毛氏红烧肉、剁椒鱼头共16道体现湖南地域特色的经典湘菜,将用直径80厘米的盘子盛装进行展示。

■记者 肖德军

省餐饮行业协会会长周新