

做公益要看得见结果

——专访珀莱雅 CEO 方玉友

纽约时间 3 月 5 日至 6 日,联合国妇女署第六届“赋权予妇女原则”年会在联合国纽约总部召开。珀莱雅 CEO 方玉友作为第一位也是唯一一位中国企业家受邀参加了此次会议。

谈起为何与“赋权予妇女原则”结缘,方玉友一直强调:“不是他找我们的,是我们自己找的,花了不知多少心思去找的,找了很多很多做慈善的(才找到)。”而寻找的标准,则是可信、可控、落地、有高度,又和品牌符合。

慈善要做 要有绩效

“赋权予妇女原则”是由联合国妇女发展基金会与联合国全球契约共同发起的,旨在促进在企业工作场所、市场和业界领域提高女性的权利和促进两性平等。2013 年 9 月 12 日,珀莱雅与联合国妇女署签署《赋权予妇女原则》,承诺无论在企业内外,皆会努力推动性别平等事业。首批 300 万人民币捐款,将用以支持自 2014 年起在中国推动性别平等和妇女赋权事业的中国特色性别研究和倡导基金项目。

在此之前,珀莱雅也曾主动参与了很多慈善公益活动,令方玉友头疼的是“每当出现突发灾难或事件,大家一起捐个三十万、五十万,都很主动。但钱给哪里呢?很多地方可以给,但是给哪个地方最合适、能最快落到实处,为了这个问题很头疼。”

虽然不满于这种状况,但方玉友仍旧坚持慈善一定要做,企业越大越是要做,而做慈善的关键,是如何做好做透、做到实处,同时又能体现珀莱雅的文化。

“不如找一个和企业文化有关的、和品牌有关的来做。想明白了这样一个道理,我们开始找,一个是可信,第二个同企业文化和品牌内涵要符合。”方玉友表示,“我们也是感受了很多年以后,才做出了这个决定。”

负责寻找公益项目的珀莱雅公关关系总监对寻找过程记忆犹新,“联系了很多,比如跟青少年基金会、联合国环境规划署、世界自然联盟,至今我们都有在接触。当然,其中和女性联系最紧的是妇女署,她们既关注政策层面,也更愿意直接带动企业层面、供应链层面。”

方玉友印象最深的是妇女署项目的可落地、可信、可控、可监督以及与品牌相合。“第一是落地的,整个项目需要通过全国招标,给到第三方来执行,招标的时候我们与其他捐助机构要投票认可,要去监督,妇女署拿不到这个钱,我也拿不到这个钱。钱怎么花,都要有项目书,整个过程向所有捐款人披露。我们可以监督项目进展得怎么样。第二个取之于民用之于民,取自消费者用到消费者,我们捐到联合



珀莱雅股份 CEO 方玉友与联合国副秘书长兼联合国妇女署负责人——南非首位女性副总统姆兰博-努卡在联合国总部合影

国的款项,最终会用于中国的公益项目,每一分钱都是花在中国女性的身上。”方玉友说。

正因为如此,珀莱雅与妇女署签订了五年合作协议,计划投入一千万来促进中国性别平等事业。

女性就业平等 360°理解

签署了合作协议以后,在项目执行过程中,方玉友表示即便是自己,也逐渐加深了对男女平等就业的理解,而参加年会,更是使他觉得受益匪浅。

此次年会的主题是“性别平等与全球就业挑战”。在第一天的论坛上,来自世界各地的专家、企业高管结合自己的案例阐释了现实中存在的男女就业不平等及其原因。

一种情况是男女条件差不多,比如笔试的成绩不分高下,但很多女性会在面试环节被刷下来,方玉友认为,“这是思想原因造成的,因为我们心里面就觉得男的比女的能干。”

另一种情况是源自我们的文化和教育。人们潜意识里更愿意培养男性员工,所以不经意间将学习、培训、考察、社交等方面的优质资源配置偏向男性员工——无形之中,男性比女性更具商业竞争优势。

这在家庭教育里,表现得更为明显。如果家里的孩子是男孩,家长从小灌输给他的思想就是要闯天下,要打拼;而如果是女儿,对她的教育就会偏向于学音乐、舞蹈或美术,期待女孩可以有一个相对安逸的工作和一个美满的家庭。家长的想法,主观上影响了孩子的思想和性格,更客观地导致了男女发展的不同道路——学习的机会、了解的信息、接触的层面等等问题,导致了女性的职场人力资本不足。

如何改变这种现状?在方玉友看来,在家庭教育上,应该是孩子想学什么就学什么,女孩可自主选择课堂内外一切感兴趣的学习机会,而家长也大可不必

介绍了珀莱雅在性别平等领域所做的努力。

方玉友表示,“我是中国第一个签署《赋权予妇女原则》的 CEO,理应从自身做起,担起责任。”因此,珀莱雅首先清理了自己的制度,从人才招聘、中高层岗位的晋升,都要确保女性员工的比例。同时,企业将继续完善女性员工的培养机制——打通职业发展通道,让普通员工特别是女性员工都有机会成长到总监,而关键岗位、后备领导的培养也坚决禁止性别局限。

在珀莱雅公司之外,供应链上的伙伴企业现在也被纳入了方玉友的视野。“去年 11 月,我们已有 10 家供应链企业加入了联合国妇女署为女性赋权的事业中,而实际上除了我们上游的供应商,企业链条中的代理商也有四百多个,现在,我们要在供应链的上游和下游,将推进女性平等就业的工作全面铺开。”

方玉友的第三个目标,是扩展到整个浙商群体。“光靠一家企业来推动,力量还是不够。我必须影响我身边有影响力的人。”方玉友这样强调说。作为 2012 年度十大风云浙商,方玉友称自己将发动其他风云浙商的伙伴,通过商务交流和社交应酬等机会,广泛地宣传女性平等就业理念,另外,珀莱雅还拟定在为浙商量身定制的商务休闲杂志、期刊上进行公益宣传。

对于联合国妇女署的工作导入,珀莱雅公共关系总监表

示,企业会面向浙商众多生产基地内部的女性员工,为妇女署牵线搭桥,筛选合适的试点企业推行企业内部 CSR 政策,届时将邀请联合国妇女署派驻专家指导和调研,试点工作完成后,更会形成来自浙商的整体化可行性报告,提供给国家。

而另一个更广阔的实践领域,方玉友想到了商学院。目前,他正在联系自己就读的商学院,“在商学院学习的都是中国各大企业 CEO,而如果每家企业的 CEO 都能够提高对女性平等就业问题的思想认识,并保障女性职场权益形成企业制度和公司文化,那么就能建立起一个保障女性平等就业最高层面的保护伞。我们正在与商学院洽谈合作,尝试组织为期半天的课程,邀请国际上在女性就业平等事业上表现出色企业的代表和妇女署指定的专业讲师来进行培训。”

“自己、周边的朋友,我力所能及的领域,都会开始推广女性平等就业的宣传和实践工作。珀莱雅公司有一千余名员工,加上上下游产业链就有数万人,而如果能够与商学院和广大浙商成功合作,那将会有百万甚至千万人加入到中国的女性公益事业。”方玉友满怀信心地表示,“我对维护女性权益的公益事业,最看重的就是绩效,无论我们现在要落实的任何一项工作,都要确保有结果我才会去做。务实而不浮夸,才能让我们的公益事业惠及更多的中国女性。” (王勇)

从自身做起 影响身边人

在联合国妇女署年会当日的早餐会上,方玉友与联合国副秘书长兼联合国妇女署主任——南非首位女性副总统姆兰博-努卡 (Phumzile Mlambo-Ngcuka) 相谈甚欢,他向对方详细

为了下一代,索尼在行动 索尼“志愿者公益周”项目启动

2014 年 3 月 15 日是索尼在华集团公司“志愿者公益周”项目在全国启动的日子。一早,索尼在北京的一家店面就迎来了 20 位来自北京昌平新源学校的孩子们。他们被邀请来上一堂与平时不一样的“科学课”。和平时在学校上课不同,今天孩子们没有课本,取而代之的“教学用品”竟是稀奇古怪的科学试验道具。在这里孩子们可以学习到 3D 成像的原理,用气球自制气球火箭,还能学习静电魔术。

据此次活动的主办方索尼公司社会责任部门经理张晶介绍,索尼“志愿者公益周”项目是索尼公司今年集在华所有子公司、工厂的资源和力量,在“一个索尼(One Sony)”的理念下,全新推出的公益项目。与以往单一公益活动不同,在公益周期间,索尼在华子公司、工厂、千名以上员工都将参与其中。将有员工植

树、社区公益服务、废弃电子物回收、儿童科学课堂体验日等多个公益项目在全国多个城市开展。而现在眼前的就是其中之一“科学课堂体验日”活动。

“把这样一些丰富多彩的公益项目集中在统一的一段时间内开展,既能高效地利用索尼整体资源,又能有效地传递公益能量,更能最大地激发并调动索尼全员的公益参与热情。这就是索尼‘志愿者公益周’的主旨和目的。”张晶继续说道,“索尼公司自成立伊始就把科技和未来联系在一起,希望通过我们自身的优势让更多的孩子们可以发现身边的科学之美,感受到科学带来的乐趣。索尼‘志愿者公益周’期间,公司投入约 30 万公益资金,员工志愿者投入将近 5000 小时的公益行动。公益项目具体涉及绿化、环保、教育、社区服务等几大领域。”

张晶表示:“作为植根中国的优秀企业公民,索尼公司一直致力于为中国的公益事业作出贡献,并从 2011 年起连续两年获得《财富中文版》企业社会责任在华外企排名第一的成绩。索尼公司在华的公益项目投入,每年超过 3000 万(人民币),真正承担起了一个合格企业公民应尽的社会责任和义务。”

另据介绍,近年来,索尼公司不断在教育领域扩大对中国社会的回馈力度,在从小学到大学的各个阶段推出了多项公益项目。

张晶最后说:“作为一家科技企业,索尼公司秉承‘为了下一代’的企业社会责任理念贡献社会、回报社会,我们也向社会各界呼吁,共同关注、关爱下一代的健康成长。这既是改善民生、促进社会和谐的需要,更是全社会的共同责任。” (刘奇)