

迅销集团大中华区总裁潘宁： 通过服装将爱心灌注给有需要的人

8月29日,湖南省凤凰县火炉坪村培民学校的操场上,聚集了众多小学生以及当地村民,他们有序地排着队,等待前往优衣库搭建的“临时店铺”中挑选喜爱的衣物。

吴增辉作为其中的一员,既开心又期待。12岁的他今年读6年级,身上穿的一件苹果绿的T恤被洗得有些发白,胸前的图案也已看不清是什么花纹。即便如此,他依然珍惜有加,因为穿完之后还得留给两个弟弟。

吴增辉是一个留守儿童,爸爸妈妈常年在外打工,他和两个弟弟留在家中跟奶奶生活。作为哥哥的他,每天要负责全家人的早晚饭。也因此小小的他最大的愿望就是每天做可口的饭菜给全家人吃。他还希望自己可以穿件新衣服去上学。

像吴增辉这样的孩子,在中国农村还有很多。据《中国留守儿童心灵状况白皮书(2017)》显示,每2个农村中小學生里,就有1个是留守儿童。一半以上的农村留守儿童与父母一年见面次数少于2次。对于他们而言,最可怕的不是贫穷,而是感受不到亲情和关爱,这种心灵的缺失将深深地影响他们的成长。

为了让这些缺乏关爱的孩子们感受到更多温暖和力量,优衣库自2012年开始启动“全商品回收再利用项目”,作为爱心募集的号召者和中转站,优衣库为爱心人士搭建捐赠平台,呼吁社会各界用服装向包括留守儿童在内的贫困人群送去温暖与关爱,让那些如同父母温暖怀抱般的衣服给孩子们带来长久的贴心陪伴。

捐赠价值600万元衣物

29日,“中国宋庆龄基金会·优衣库专项基金”衣物捐赠仪式在湖南省湘西州火炉坪村培民小学举行,优衣库捐赠了价值约600万元的53000件爱心衣物。

自2012年启动全商品回收再利用项目,优衣库共累积来自社会各界捐赠的爱心衣物达285万件,截至目前已帮助全国超过27万户家庭。

“随着中产阶层的不断涌现,以及中国人消费水平的不断提升,在快节奏的城市生活里,人们每年买的衣物数量越来越多,而它们被淘汰的时间也比以前快了一半。一面是城市人群的过度消费,另一面却是大量贫困人口的日常需求无法得到保障。如何在这个环节去呼吁消费者充满爱心,并将这份爱心灌注到社会所需要的人们中去,这是作为一家服装制造和销售企业应当履行的社会责任。”迅销集团大中华区总裁潘宁说道。于是,2015年开始,优衣库在全国店铺全面开展全商品回收再利用



捐赠仪式

项目。

2016年11月开始,优衣库携手中国宋庆龄基金会启动“优衣库让爱远传公益项目”,在社会各界募集回收衣物,送至偏远山区的贫困人民手中。为了充分发挥并整合彼此的经验与资源,优衣库携手中国宋庆龄基金会陆续前往贵州、云南等诸地区捐赠衣物,两年内,累计捐赠爱心衣物180万件。

“希望一件件衣服承载的力量,能够为打通脱贫攻坚‘最后一公里’注入力量,共同推动实现伟大的‘中国梦’。”中国宋庆龄基金会基金部部长唐九红在捐赠仪式上说道。

搭建“临时店铺”创新“精准扶贫”

此次前往湘西,除了延续以往为孩子和贫困人群捐赠衣物外,优衣库还在项目所在地选取了10家以上的建档立卡贫困户,分组入户走访,了解受捐赠家庭的真实需求,将衣物送至深度贫困村村民手中,为他们带去来自服装的“温暖”。

在培民学校的操场上,优

衣库为当地村民和学生们搭建起了一个“临时店铺”,将优衣库捐赠的大量全新衣物悬挂在“临时店铺”中供所有人自由挑选心仪的衣物。这一形式一改往日被动接收资助的平淡体验,让这一项目变得体验更亲切,服务更精准。

“优衣库作为企业应当履行企业社会责任,中国宋庆龄基金会作为人民团体,要做好党和人民群众的纽带和桥梁,并且发挥该作用。我们两家应当结合各自的优势,做到精准扶贫,‘临时店铺’就是一个好的尝试,村民和孩子们可以挑选自己喜欢的颜色、款式和尺码,选取最适合自己的衣服,这也是精准扶贫的一个具体表现。”中国宋庆龄基金会副主席井顿全说道。

在挑选衣物的现场,记者见到一位年逾古稀的老人在认真的询问志愿者如何挑选女装,她说:“我想给我老伴儿挑件好看的新衣服,让她高兴。我很少给老伴买衣服,今天借这个机会带一件新衣服给她……”

优衣库针对“全商品回收再利用项目”做出的这一创新形式,得到了现场孩子和村民以及

嘉宾的高度认可。

借助“明星”传递爱心

“作为优衣库的品牌代言人,或者作为公众人物,作为一个年轻人,我觉得这是一种责任,我有责任将这份爱心传递下去,并将其发挥最大的力量。”作为优衣库全球品牌代言人井柏然也来到了捐赠仪式现场,帮助孩子们在“临时店铺”挑选衣物,并跟随优衣库志愿者们一同前往建档立卡贫困户家中送衣物。

8月6日起,优衣库的爱心分享活动在全国门店正式启动,并同步上线“你的衣服有力量”专题页面。在门店内扫描二维码,打开专题页面,即可了解衣服捐赠的真实故事,号召更多人了解并参与。该活动通过和优衣库全球品牌代言人井柏然一起传递衣服的力量,通过公众人物的力量传播和传递衣服的力量。

《公益时报》:能否介绍下优衣库“全商品回收再利用项目”发起的背景和目标?截至目前项目取得的成果?

潘宁:优衣库自从做了零售以后,便不断在思考,特别是在可持续发展方面,我们是否能够通过商品来传递可持续发展的理念。我们在不断研发优质产品的同时,想利用产品优质的特征,让更多的人受益。随着中产阶层的不断涌现,以及中国人消费水平的不断提升,在快节奏的城市生活里,人们每年买的衣物数量越来越多,而它们被淘汰的时间也比以前快了一半。一面是城市人群的过度消费,另一面却是大量贫困人口的日常需求无法得到保障。如何在这个环节去呼吁消费者充满爱心,并将这份爱心灌注给社会所需要的人,这是作为一家服装制造和销售企业应当履行的社会责任。

所以,2012年我们启动全商品回收再利用项目。2016年,我们幸运地跟中国宋庆龄基金会一起携手进行落地捐赠。

我们常常在思考,全商品回收再利用更多的能够带来什么?最后我们总结通过服装的力量可以召唤社会更多的力量一起来关注某一群体。我们在全中国631家门店,做出了很多的尝试,比如,针对自闭症儿童、特殊儿童群体,为了让他们能够快乐地成长,早些接触社会,优衣库设置了“购物体验”活动,帮助这一特殊群体的孩子通过购买经历的积累,慢慢培养其自立能力。

《公益时报》:全商品回收再利用项目在当初落地时,是如何消除公众对衣服来源、消毒流程等的质疑?

潘宁:我们通过全国门店,优衣库自媒体平台 and 持续的媒体传播,来提升公众对项目的了解和信任。通过与中国宋庆龄基金会这样的权威机构的合作,寻找到真正有需要的人进行捐赠,提高公众消费者的信任度。通过持续落地举行捐赠活动,并邀请志愿者参与实地捐赠,近距离接触当地受捐赠村民,真实感受服装的力量,可以为生活带来温暖和爱。

《公益时报》:“全商品回收再利用项目”的运营模式是怎样的?从店面回收落地捐赠具体的流程是怎样的?

潘宁:全商品回收再利用项目共有6个步骤:通过全国631家门店的衣物回收,再从各地店铺运送到上海仓库,经过专业细致的分拣和清洗整理出可捐赠的衣物,再根据衣物的类型和季节进行分类打包以便快速应对援助,最后通过合作的基金会进行捐赠,帮助有需要的人们。

《公益时报》:较其他企业或公益机构,您认为优衣库在做的全商品回收再利用项目的优势在哪里?

潘宁:优衣库期望站在可持续发展的高度上,让服装的力量可以成为社会的力量。

通过搭建闲置衣物捐赠平台,一方面通过呼吁消费者建立起绿色的可持续生活方式,将闲置的衣物进行捐赠,发挥闲置衣物的价值。另一方面,将这些闲置衣物传递给真正有需要的人,让这些人们感受到社会的温暖和爱。

在全国631家门店,消费者可以将闲置衣物带到任意一家优衣库门店进行捐赠,方便且安心。自2016年11月起,优衣库携手中国宋庆龄基金会,充分发挥并整合彼此的经验与资源,通过基金会网络为偏远山区等更需要帮助的人带来爱与希望。

此外,透明化回收再利用的流程也是优势的重要体现。

(李庆)



村民在临时店铺挑选衣物