

“力士·绿哈达行动” 青藏高原植草突破 800 万平方米

2018年9月3日,由中华环境保护基金会、联合利华力士品牌共同发起的“力士·绿哈达行动”在西藏拉萨开启2018年见证之旅。中华环境保护基金会秘书长徐光,联合利华个人清洁品类市场总监赵文峰,跳水世界冠军、“力士·绿哈达行动”公益宣传大使田亮等共同出席了活动,共同见证高原生态环境保护的重要性,并深入林周县卡孜乡草场考察当地牧民生产生活情况,通过探求更多农牧民致富方式,助力当地牧民改善生计。

“力士·绿哈达行动”是由中华环境保护基金会携手联合利华力士品牌共同发起的青藏高原植草行动。自2011年行动开展以来,累积在西藏地区种植牧草超过800万平方米,不仅增加了高原草地覆盖度,对控制当地生态退化起到积极作用,也通过科学管理草场,提高牧草产量,让该地区的牧民获得了更多经济收益。

包括大润发、华润万家、沃尔玛、永辉、北京华联、步步高、家乐福、麦德龙、欧尚、物美、京东新通路等国内最具影响力的商超销售渠道都加入了“力士·绿哈达行动”。通过在各大门店开展“力士·绿哈达,我们在行动”主题环保宣传活动,消费者只需要通过购买力士指定产品就可以为藏区捐种草地,不断提醒消费者关注到可持续生活方式,共同助力西藏生态保护。

华润万家连续5年助力藏区生态保护

力士品牌,作为联合利华最早进入中国市场的外资品牌之一,一直关注着中国的生态环境。在产品生产中,不断研发更加环保的技术与设计,竭力减少温室气体的排放,减少产品包装对环境的影响。力士品牌始终践行的可持续发展理念得到了众多合作伙伴的鼎力支持,华润万家即是其中之一。华润万家创立于1984年,发展至今已成为中国最具规模的零售连锁企业品牌之一,目前在全国拥有超过3000家门店,销售额蝉联中国连锁超市领先地位。在这30年间,华润万家始终秉承着“与您携手 改变生活”的企业理念,发扬华润“常怀感恩之心、践行社会责任、做优秀企业公民”的光荣传统,为消费者提供高质、超值、安全的商品与服务的同时,一直关注并积极参与各项公益事业。对公益事业的持续投入和长远支持已经成为华润万家长期发展战略的重要组成部分。

实现全球可持续发展的美好愿景,离不开同样深具社会责任感的商业伙伴给予的支持及合作。正是对环保及可持续发展理念的共同追求成为华润万家与联合利华力士品牌合作的契机。“华润万家携手联合利华力士品牌持续开展‘力士·绿哈达’公益活动已经有5年时间,希望

通过我们这些合作伙伴,比如沃尔玛、大润发、京东这样的零售业,能够携手把绿色的种子触及到中国的亿万家庭中去。我认为这不仅是商业价值上的合作,更重要的是在公益层面和社会价值上的一种升华。”华润万家助理总经理徐之江介绍道。

“华润万家目前在各大门店对‘力士·绿哈达行动’活动进行推广和宣传,让消费者更加切实的感受一人一元一平米的理念,并且在上海、深圳等一线城市的门店做了专柜宣传。”徐之江表示,通过这种方式把绿色的种子传播出去是非常好的,与此同时,华润万家计划把“力士·绿哈达行动”更多、更广泛地扩展到更多的门店中去,让消费者能够更加直观地参与进来,让更多的消费者在门店购物的同时,既能够买到心仪的商品,又能为公益贡献一份爱心。“不管是从供应商或品牌的角度,还是从提高消费者体验的角度都是和华润万家的理念是一致的。”徐之江说。

2018年是开展“力士·绿哈达行动”的第八年,在去年植草突破万亩的基础之上,今年在林周县卡孜乡继续种植牧草2,250亩。八年来累积种植牧草12,250亩,约合816.7万平方米。

探索生产和生态协同可持续发展道路

在卡孜乡草场,负责实施



“力士·绿哈达行动”植草工作的青藏高原草业工程技术研究中心武俊喜博士表示,“力士·绿哈达行动”充分发挥了人工草地的生态系统服务功能,通过大面积科学种植和管理人工草场,实现退化草地改良、草地畜牧业可持续发展,帮助当地牧民逐步转变传统畜牧业发展方式,通过种草养牛羊,持续增加农牧民收入。

武俊喜博士针对林周县白朗村种草养畜农牧民专业合作社,建立了“科研单位+合作社+农户”的科技成果转化服务模式,摸索出了生产和生态协同可持续发展的道路,参与合作社的农牧民每年户均现金分红1000~2000元。

“基于联合利华可持续行动计划,我们发起了‘力士·绿哈达行动’,希望通过在青藏高原植草的‘小行动’,助力高原生态环境建设产生‘大不同’。经过八年的实践,‘力士·绿哈达行动’不仅达成了万亩植绿计划,还搭建了一个公益平台,得到了合作伙

伴的倾力支持,使得我们取得了显著的成效。”联合利华个人清洁品类市场总监赵文峰表示,“对于力士品牌来说,‘绿哈达行动’是我们践行可持续商业模式的一个成功案例。今年,我们推出的新品‘绿野清香’沐浴乳,就是以我们在西藏种植的牧草——紫花苜蓿作为产品的主要香型,也希望能有更多人通过这样一款产品,感受到自然的芬芳、西藏的魅力、公益的力量。”

据悉,“绿野清香”沐浴乳将通过与“力士·绿哈达行动”深入合作的商超及电商渠道带到消费者身边。而未来,联合利华力士品牌还将基于“力士·绿哈达行动”和“绿野清香”沐浴乳在林周县筹建建立紫花苜蓿采购基地,将公益植草与自身业务更加密切的相连,在整个产品价值链体系中,形成“公益环保+精准扶贫+可持续盈利模式”的闭环,持续为当地带来环境和经济效益。

(李庆)

百威发布公益片《未来的你》 呼吁明智饮酒

2018年9月9日,恰逢99公益日,在公安部交通管理局的指导下,百威携手中国道路交通安全协会、中国酒业协会,在北京凤凰国际传媒中心举办了“明智饮酒 拒绝酒驾”公益盛典,并发布了由演员张一山领衔主演的公益片《未来的你》,呼吁年轻一代拒绝酒驾。

数据显示,近年来酒驾人员年龄主要集中在20~40岁,并呈年轻化趋势。同时2018年也是一个特殊的年份,第一批“00后”正式踏入成人行列,从此拥有开怀畅饮的自由和掌控方向盘的可能。而拒绝酒驾,应当从18岁成年的那一刻做起。因此,今年

的“明智饮酒 拒绝酒驾”公益行动打破窠臼,首次将目光聚焦年轻族群,用年轻人的语言讲述全新的拒绝酒驾故事。

百威亚太北区总裁吉祥在致辞中表示:“‘明智饮酒 拒绝酒驾’公益行动经过十年沉淀成绩斐然,影响范围广泛。今年是第十一年,公益宣传已进入全新阶段,我们尝试转换视角,关注年轻群体,从千禧一代的角度去思考拒绝酒驾,与他们携手酿造更美好世界。”

《未来的你》公益片发布

今年,百威携手旗下备受年

轻人喜爱的品牌哈尔滨啤酒,邀请新生代演员张一山担任明智饮酒公益大使并主演公益片,向年轻观众宣传“不酒驾”的重要性。作为“小鲜肉中的老戏骨”,张一山不仅以精湛的演技征服观众,还坚持投身公益事业,积极传递社会正能量。他曾担任绿色出行文明交通大使,与交通安全宣传结下不解之缘。

作为公益片的主角,张一山在片中分饰两角。谈及公益片拍摄感受,张一山笑称:“大家喝完酒千万不要管好车钥匙,别动酒驾歪心思,不然就体会不到未来的精彩了。”

为感谢张一山关注道路交通安全公益事业,公安部交通管理局宣传教育处有关负责同志在活动现场为其颁发荣誉证书,并表示:“道路交通安全公益事业任重道远,希望能有更多具有社会责任感的公众人物、社会力量主动投身其中,积极发挥自身社会影响力,共同宣传交通安全理念,共同建设安全的道路交通环境。”

百威开启公益全新征程

今年是“明智饮酒 拒绝酒

驾”公益项目的第十一年,在此全新征程中,百威除了向年轻群体宣传拒绝酒驾的意识,还关注少年儿童的道路交通安全。在一些贫困和偏远地区,有许多留守儿童面临着相对复杂的出行环境,缺乏最基本的安全教育。为了培养这些儿童的交通安全意识、提升交通安全自护能力,百威已在腾讯益行家平台上发起捐步公益项目,号召社会公众共同捐步,帮助实现配捐50万元的目标。善款将转化成一整套寓教于乐的交通安全教育魔法箱,捐献给由公安部交通管理局、教育部基础教育一司、共青团中央少年部共同指导,中国少年儿童新闻出版总社承办的“交通安全体验课”公益项目中。

作为啤酒中的超人气选手,哈尔滨啤酒始终洞悉年轻群体兴趣点,今年更是掀起跨界潮流,引领年轻态、个性化公益新风尚。跨界第一弹来自时下备受年轻人喜爱的相机APP“B612咔叭”,该APP为哈啤定制了未来态度贴纸,让年轻人用自拍和脑洞大开的创想秀出不酒驾的百变未来。此为,哈啤联手潮牌PONY打造极具高辨识度的“反

酒驾”主题爆款周边,引发热烈追捧。在公安部交通管理局及各合作方的号召下,群星一起加入了呼吁年轻一代明智饮酒、拒绝酒驾的行列。知名歌手蔡依林、周笔畅、吉克隽逸,年轻偶像程潇、冯建宇、胡先煦、陈意涵、吴映香等当红明星纷纷穿着同款公益潮T为明智饮酒打call:“未来有很多可能,但请谨记,保持理性与果敢,定义理想与未来,跌倒了可以重新站起,酒驾必须缺席。”9月20日起,粉丝们还可以在阿里拍卖上为偶像应援,竞拍签名款T恤,所有善款将共同汇入交通安全体验课项目。

此外,“明智饮酒 拒绝酒驾”公益行动还联合嘀嗒出行和e代驾共同发起“百城千万红包雨,拒绝酒驾更哈啤”专项行动,发放覆盖百余个一二三线城市千万量级代金券,共同推广“明智饮酒 拒绝酒驾”,呼吁消费者酒后选择出租车或者代驾。

公益片《未来的你》已于9月9日正式上线,该片以峰回路转的剧情呼吁“00后”将拒绝酒驾作为成年第一课,传达“不酒驾,未来一起happy”的理念。

(张明敏)

