

可口可乐中国 在这里,在乎这里,是一切的出发点

中国现已成为可口可乐公司全球第三大市场,秉承着“在这里,在乎这里”的价值主张,可口可乐中国携手装瓶合作伙伴,长期致力于实现在中国的可持续发展,通过多元化的方式积极履行社会责任担当。从生命之源、干净饮水开始,让贫困地区的人们每一口水都喝得健康、喝得放心,到关注社会中女性的力量,帮助女性自立自强,激发其潜能,再到深度参与贫困地区产业扶贫,帮助乡村品牌、产业充分释放生产力……可口可乐中国承担社会责任的细节触手可及,而“在乎”便是这一切的出发点。



■ 中粮可口可乐为“杏奶奶”进行了品牌优化。

在乎一口水的干净卫生 守护孩子看到山的那边是什么

原本无色无味、平平无奇的水,会让人觉得“喝不惯”吗?“外来的人喝了这里的水,回去会觉得肚子胀。可是这里的村民和孩子习惯了,不觉得什么。”作为“外来人”,马阴小学校长马永彪刚到甘肃省东乡县马阴村时便遇到了这样的问题。当地地处高原半干旱地区,分布的自然水源大多是含碱高、口感涩的苦咸水;当地学校和村民家中都修建水窖储存自来水或雨水,窖中“死水”难免有杂质沉淀。

初来乍到,除了“喝不惯”的水,马永彪不知道这里的孩子,不知道这里的风,不知道这里的一切。但看着漏水的教室、部分孩子不去上学且家长不积极配合教育、人们习惯喝着苦

咸水,他清楚地知道“我得给孩子们建一间新的学校”。

经过四处奔走,在当地乡政府和村委帮助下,学校终于可以动工建设,并成为当地的“标志性建筑”。更为特别的是,孩子们说,新学校的水很好喝,很干净。得益于可口可乐中国联合多方伙伴发起的“扶贫与净水计划”,马阴小学被分配到了净水机;和净水机同到的还有专用水杯,孩子们人手一个,每天跑到净水机前打水,高高兴兴地像去游乐场打冰激淋。

包括马阴小学在内,截至2019年底,可口可乐中国为28省3,523所农村学校提供了3,864台净水设备,以及配套专用水瓶和校园安全饮水

卫生教育。同时带动90多家公益机构、18家企业、600多位志愿者和超过2.62亿捐赠人次共同参与,为174万乡村儿童解决安全饮水问题。

随着饮水、校园改变的,还有孩子们上学的精神状态、老师的教学状态和家长们对教育的态度。水得一口一口喝,教育要一代一代去传承。马永彪说,孩子们常问“山的那边是什么”,他希望孩子们能够垫着知识的高度,走出去看一看山的那边是什么,并得到属于自己的答案。马永彪等人、“扶贫与净水计划”所建立、所追求的,不仅仅是一所新的学校,也是某种精神性的东西。但这一切的开始,可能就在一所新的学校,一杯清净甘甜的饮用水之中。



■ 可口可乐中国为马阴小学援建了一台净水机。



■ 可口可乐中国启动的“520计划”,为女性人生“剧本”打开了新的书写方式。



■ 中粮可口可乐助力重庆巫山县发展红叶雕刻文创产业。

在乎平凡女性成长发展 助力妈妈迸发超乎想象的能量

“不辜负生我的人,也不辜负生我的人。”这句朴实而蕴含力量的话来自陈明侠。

为了给孩子更好的教育,陈明侠离开工厂回到家乡,打算以卖早点赚取孩子的学费。凌晨3点起床,骑电动车到路口“蹲点”后一个月,她精挑细选的摆摊位置第一天便迎来“开门红”。这样积极的反馈让她有了更大的动力坚持下去。此后七八年之间,她凌晨3点多起床,五六点出摊,日复一日、风雪无阻。最终,孩子学有所成,她还添置了新房和车子。

现在,这样数年间周而复始而不放弃的女性人生“剧本”有了新的书写方式。“可口可乐中国邀请我们上‘妈妈大学’,其中一节课讲我们创

业、平时卖早餐时的注意点,比如注意消费者心里想什么,才能把产品推出去。”在“妈妈大学”的创业课程中,陈明侠发现,自己凭借直觉“蹲点”选位置这件事有专门的名字,叫“市场调研”。

“妈妈大学”这样为女性赋能的项目,可追溯至2013年可口可乐中国启动的“520计划”。据悉,该计划目标到2020年,为全球500万女性提供文化、教育、经济等方面的学习和发展机会;具体到中国,则是帮助50万名妇女学习、成长,并和她们一起为社会创造更多的价值。从食杂小店的女店主到可口可乐价值链上游的女性种植者,从社区中的女性手工业从业者到创业大军中的中低文化水

平女性,都是“520计划”激发潜能的对象。同时,项目不仅仅是简单地经济资助,更关注教育机会与资源。课程不仅包括实用技巧为主的零售商业技能知识,还有更具普适性的创业、健康、心理、生活等内容。

据可口可乐中国方面介绍,截至2019年底,已有超过49万名中国女性参与了该项目的技能培训,获得了学习机会并从中受益。在“妈妈大学”,陈明侠说起她的早餐车和早年间打工的经历脸上总是洋溢着笑。和她一样,还有许多女性缺乏教育资源却靠勤劳、坚毅闯出了自己的天地,而可口可乐“520计划”激发女性潜能,将使她们获得更多力量支持,为家庭、社区发展带来更多活力。

在乎贫困地区产业扶贫 赋能乡村品牌焕发新活力

直播将贫困地区的产品卖出去,拓宽了贫困地区居民增收的渠道,同时也让更多消费者享受到贫困地区绿色、优质的农产品。直播作为扶贫的重要方式,得到了国务院扶贫办的认可,“通过网络直播销售扶贫产品是一个很好的方式,近年来特别是疫情期间发挥了重要的作用。”

在陕西省泾阳县太平堡村,返乡创业做农产品电商的王亚楼也开始直播卖杏,为疫情下滞销的农产品寻找出路。他的奶奶崔淑侠“杏奶奶”也因慈爱的形象、风趣的语言而走红网络。但带领周边众多农户共同致富的目标单靠奶奶直播卖杏无法完成;“杏奶奶”变网红后接下来应该怎么走,王亚楼也感到困惑。

幸运的是,中粮可口可乐陕西厂的项目经理无意中在直播间发现了“杏奶奶”这一“宝藏奶奶”,是真正中粮可口可乐的助农项目想寻找并扶持的乡村品牌。据悉,中粮可口可乐为“杏奶奶”进行了品牌优化,包括为其黄桃产品量身打造品牌形象设计,特别使用可口可乐中国发布的“在乎体”字体,并为每箱黄桃搭配一罐为“杏奶奶”品牌定制的纪念版可口可乐。在品牌升级后的一场直播中,“杏奶奶”在一个半小时内卖出黄桃202箱,销售收入近万元;截至今年8月底,太平堡村的农产品销售额已经达到73万余元。

同样受惠的乡村品牌还有重庆市巫山县双龙镇安静村的红叶文创产业。第一书记王涛试图利用村中独特的自然资源红叶来发展叶雕产业,在村民不理解、叶雕难保存和订单不足等问题下,王涛几度想放弃。直到中粮可口可乐邀请西南大学的植物学家前往安静村研究干燥保存红叶的方式,并定下1000片叶雕,王涛和村民才重燃信心,他也因此被村民称为“红叶书记”。据王涛介绍,如果订单稳定,参与叶雕项目的村民每个月能收入不低于1500元左右,按照2020年重庆市人均纯收入6000元/年的脱贫标准,村民基本能实现脱贫。

在扶贫与净水计划、520女性赋能计划和产业扶贫之外,可口可乐中国同样在乎消费者多元的饮料需求,在乎产品的质量,在乎社区的发展,在乎环境的共生……在乎与所处的社会同呼吸、共命运,一个个生动的故事,一位位鲜活的受益人,让可口可乐的社会责任践行更有热度,更为动人。