

助力战“疫”和扶贫 澳优的爱与责任在点滴行动中

从2003年在湖南长沙成立,到2009年在香港联交所主板上市;从2011年收购荷兰百年乳企海普诺凯集团开始国际化布局,再到如今在全球拥有10座工厂,产品销售至全球60余个国家和地区,17年来,澳优不断发展壮大。与之共同成长的是澳优对企业社会责任的思考和践行——将“倡导企业公民责任,致力公益慈善事业,推动社会和谐进步”的宗旨融入公司战略和日常经营管理的方方面面,为人类幸福、社会进步贡献自己的力量。

■新快报记者 陈思陶

勇担抗疫重任

疫情防疫与业务发展两手抓

突如其来的新冠肺炎疫情,给全球大多数企业的生产经营带来了不小的影响。面对疫情防控,澳优首先做的是“善其身”,履行好作为营养健康服务企业最基础的职能。新冠肺炎疫情暴发后,澳优快速响应,第一时间成立了海内外疫情防控领导小组与工作小组,明确责任领导、责任部门、专职人员,对防疫、公益、

经营等系列工作做出了全面部署安排。尽管初期货运物流面临用工短缺、多地封城、线路受阻等问题,澳优依旧积极响应市场监管部门“三保”号召,通过应急物流处理、积极调配国际物流资源、线上线下的物流协同,全力为消费者提供7×24小时全天候在线服务和送货上门等方式,以实际行动为婴幼儿口粮进行多方护航。

其次做的是“行善举”,勇担企业的社会责任。澳优是最早加入到疫情驰援行动中的乳企。截至2020年6月,澳优及旗下各BU共捐赠现金、物资总价值超7800万元,以及10000个KF94医用口罩。不论为医院和战“疫”前线提供医疗物资,还是为基层一线的工作人员提供营养支持,澳优皆获得社会各界的认可好评,还有部分受捐人直接在抖音等平台发出正面反馈。澳优的善举义行引发网友共鸣,也彰显了大疫当前,澳优的责任与担当。

创新公益形式

教育扶贫与营养扶贫双促进

作为母婴人群服务企业,澳优结合自身优势和资源,在教育扶贫与营养扶贫等方向发力,取得了良好效果。

扶贫先扶智,为帮扶贫困地区教育事

业,澳优公益慈善基金会(简称:澳优U基金)在今年5月向湖南弘慧教育发展基金会捐赠现金300万元,用于弘慧平江公益项目,其中100万元用于平江县思村中学校园环境改善。记者了解到,该公益项目针对老师、学生、校长与学校、本地团队四类对象,以县级、学区、学校三个层级为单位进行划分,共设置了“筑梦计划”、“好老师计划”、“好校长计划”等项目。

脱贫离不开良好的教育,也离不开充足的营养,营养健康保障是贫困地区,特别是深度、长期贫困地区从根本上脱贫的希望。在西藏,澳优联合多方公益团队连续4年开展“营养匠心 让格桑花美丽绽放——澳优U基金格桑花西藏母婴营养提升公益计划”。截至目前,澳优已在西藏成功举行近10场爱心义诊、12场科普讲座,13场爱心捐赠、16场学术交流,20余场家庭走访,直接培训西藏村医专干400余人、覆盖地级县16个、医院10余家、母婴家庭2300多家。澳优U基金加入该项目后即承诺,未来十年内向西藏自治区捐赠价值1200万元的现金及婴幼儿奶粉。

作为母婴企业,澳优关心教育发展、关爱母婴健康传递着浓浓温情,在澳优的陪伴下,孩子和妈妈们也将获得更美好的营养和未来。

常怀关爱之心

以专业形式赋能社会责任践行

站在回馈社会一线,澳优深知践行社会责任不是一个组织能够完成的。为此,澳优于2018年正式启动“澳优U基金”,澳优方面表示,希望通过成立专业基金会的形式,更加组织化、系统化、专业化地向社会各界提供更精准的帮扶;也希望通过“澳优U基金”,吸引更多爱心组织与个人参与进来,共同为公益慈善事业贡献爱与温暖。

展望企业践行社会责任的趋势,澳优执行董事吴少虹称,我们已进入到一个企业责任时代,未来中国企业履行社会责任首先要回归企业本质,聚焦产品和服务,以人为本,通过向社会提供更加健康、更加环保、更加可持续的产品和服务,彰显企业价值和责任;其次通过做大做强自身产业优势,助推行业健康发展与进步;最后,热心参与社会公益事业,关注民生、回报社会。澳优是这样想的,在战“疫”与扶贫等社会责任践行中也是这样做的。

历经战“疫”和扶贫的考验,社会、市场对企业提出了更高要求。对于澳优这样以科学营养为使命的企业,发展爱的事业同时也肩负着不容忽视的社会责任。未来,澳优也将为健康中国提供更美好的营养,为人类社会进步贡献更大的力量。

专题

你在婚恋市场有多受欢迎?

珍爱网调研显示女生长得好、男生收入高最有优势

今年“内卷”一词大火,这把火同样烧到了婚恋市场。婚恋市场“内卷”通常指的是单身男女们争夺单身异性资源,导致婚恋市场普遍焦虑、供需矛盾更为失衡的情况,此前引起热议的“985相亲局”就是外化表现之一。

身处婚恋市场的单身男女,在择偶过程中是否不自觉被“卷”入其中?为此,珍爱网发起了“婚恋市场内卷对单身男女婚恋观影响”调研,揭开单身男女在婚恋市场下的真实境况。

调研显示:单身男女普遍在26岁-30岁开始感受到婚恋压力;女生长得好、男生收入高成为婚恋市场单身男女的择偶优势;仅一成单身男女表示会为了尽快脱单而降低择偶要求;单身男女认为彼此相爱以及拥有稳定收入来源是结婚的两大首要条件;单身男女择偶竞争力自评中,女性自评分数略高于男性。

一、婚恋市场单身男女“内卷”实况

1.单身男女普遍在26岁~30岁开始感受到婚恋压力

民政局数据显示,2018年中国成年单身男女人数达到了2.4亿,如此庞大的单身数量,让婚恋市场里的单身男女承受着不小的压力。调研显示,超3成(33.69%)单身男女在步入26岁后普遍开始焦虑,并且女性比男性焦虑年龄更早一些,此外有3成单身男女表示从来没有焦虑过。

2.婚恋市场单身男女择偶优势:女生长得好、男生收入高

那在如今婚恋市场中,什么样的单身男女更受欢迎呢?调查显示,对女性来说,自身外貌条件好是婚恋市场具备竞

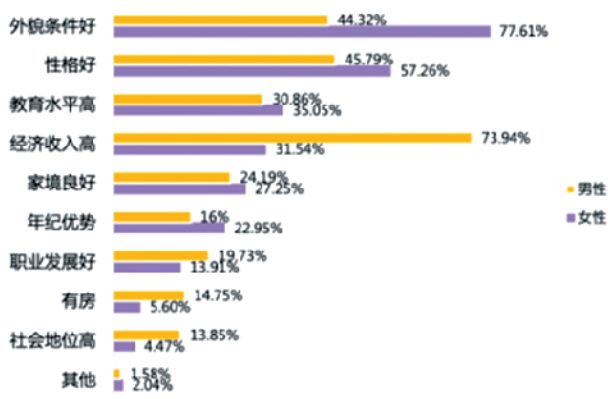
争力的首要因素(77.61%),其次是性格好(57.26%)以及教育水平高(35.05%),而女性职业发展好并不在婚恋市场明显增加其择偶优势。

就男性而言,经济收入高则成为了他们择偶的主要优势(73.94%),其次是性格好(45.79%)和外貌条件好(44.32%)。

有意思的是,对于单身男性择偶优势的观点上,男女有着明显差别,男性认为男性长相好比性格好更具备择偶竞争力,而女性则认为男性的性格好比长相更为重要。可以看出,男性是真的喜欢“美女”,而女生择偶时并没有那么“看脸”,收入高性格好的男生才更受女生欢迎。

3.单身男女现实的婚恋心态:玫瑰和面包都很重要

单身男女在婚恋市场各自择偶优势



数据来源:珍爱网《婚恋市场内卷对单身男女婚恋观的影响》

面对自己婚姻大事时,单身男女认为什么样的条件才能结婚呢?调查显示,单身男女认为,彼此相爱以及拥有稳定收入来源是结婚的两大首要条件。

而他们眼中所谓的“门当户对”,比起传统意义里的家境和经济地位,更重要的是三观一致和拥有相近爱好和生活习惯。可以看出,单身男女对另一半的要求,在物质和精神上缺一不可。

二、婚恋内卷下单身男女“脱单进行时”

1.单身男女择偶竞争力自评:女性自评略高于男性

调查显示,超半数单身女性(50.69%)和四成单身男性(40.7%)认为自己和大部分人条件差不多,竞争力中

等,此外,认为自己条件不太好,处于没有竞争力或竞争力较弱的男性(26.59%)比例高过女性(16.71%),看来在男性被吐槽“那么普通却那么自信”的背后,他们对自己估值其实并不算太高。

2.婚恋市场里单身男女自救法:注册相亲软件、参加相亲、提高个人形象

那为了能成功脱单,单身男女有多努力呢?调查显示,注册婚恋社交软件(86.43%)、参加相亲(43.81%)、提高穿衣打扮水平(43.13%)、健身塑形(29.45%)是单身男女为脱单尝试过的主要努力。此外,也有不少单身男女通过参加线下交友活动和医美整形等方式提高脱单几率。

3.婚恋市场内卷下的择偶观念:8成单身男女愿为真爱打破标准

婚恋市场竞争激烈,单身男女们在择偶上设置了不少条条框框,此次调查显示,仅1成单身男女表示会为了尽快脱单而降低择偶要求,近半数女性表示她们不愿为了将就而降低条件。

但面对真爱时,所谓的择偶条件也并非牢不可破:近8成单身男女表示愿意为了真爱打破自己的择偶要求。

4.周围人的幸福婚姻对单身男女心态影响:8成感到羡慕嫉妒恨

当周围人嫁娶了不错的对象,单身男女的心态难免有起伏,调查显示,超6成(62.86%)单身男女表示当遇到周围人嫁娶了不错的对象会羡慕对方,希望自己也能嫁娶到好的另一半,3成(37.08%)认为和自己无关,有2成(21.5%)则表示会勾起自己的嫉妒心和好胜心,希望自己可以尽早找到更好的人。