

让爱继续传递

普利司通“幸福七巧板”启动五周年特别活动

2013年,着眼于“关注乡村审美教育”的“普利司通·幸福七巧板”第二课堂活动迎来了辛勤耕耘的五周年。为了回顾五年来幸福七巧板公益项目的阶段性成果,项目发起人普利司通中国和《南方周末》再次携手,共同启动了2013“普利司通·幸福七巧板”五周年特别活动。5月8日,五周年特别活动的第一站来到了2010年支援小学所在地——重庆奉节县的寂静小学。

通过事前回访,项目组了解到2010年支援过的当地小学虽然一直保留着当时建起的图书室,但频繁和反复的借阅已经无法满足孩子们对知识的渴望,他们希望接触更广泛并及时俱进的世界。为此,幸福七巧板五周年活动小组在历经了7个多月的跋山涉水后,携带着由普利司通(中国)投资有限公司的员工们捐款所购买的崭新书籍首先来到了位于奉节县的寂静小学。在与学校领导结合现阶段在“审美教育”上的进展总结了经验之后,往期的七巧板志愿者们代表们还与

孩子们重温“那课堂”,帮助大家“温故知新”的同时,也进一步探讨了第二课堂的可持续性。

一位持续参与幸福七巧板第二课堂支教志愿者老师在现场表示:“几年的七巧板公益支教让我们发现,审美教育对于一个儿童的健康成长有多重要。美需用心去感受,去发现,心灵的启蒙是发现一切美的源头。农村儿童缺乏心灵启蒙教育,我们希望从源头做起,守护这些小小天使的心灵之光。”而首次参加幸福七巧板活动的普利司通(中国)投资有限公司副总经理吉见刚志也不禁感言:“孩子们的笑脸是我们持续努力的动力!为了将来所有的孩子们都能‘安心’地生活,普利司通希望通过持续开展‘幸福七巧板’公益活动,帮助孩子们在想像力、创造力和美的孕育中茁壮成长!”最后,曾在幸福七巧板“美在身边”绘画比赛中获奖的学生代表,将自己用心描绘的美好家园画作赠送给幸福七巧板项目代表,这将成为幸福七巧板五周年活动的美好珍藏。

接下来,“普利司通·幸福七巧板”五周年特别活动还将继续回访其余的过往支援对象小学,更将为当地师生们带去人文自然体验活动、免费国学培训等特别活动。让我们跟随幸福七巧板的脚步,将想象、创造、美和幸福真谛源源不断地传递下去。

(王连庆)

普利司通(中国)投资有限公司副总经理吉见刚志



往期的七巧板志愿者们代表们与孩子们重温“那课堂”



赠书仪式

为了将来所有的孩子们都能安心地生活

专访普利司通(中国)投资有限公司董事兼副总经理 吉见刚志



普利司通(中国)投资有限公司董事兼副总经理 吉见刚志

记者:对于企业而言,从什么角度切入CSR实际有很多选择,普利司通(中国)从2009年发起“普利司通·幸福七巧板”公益活动,关注中国乡村儿童的教育,为什么会选择这个方向来做公益,有什么特别的契机吗?

吉见刚志:孩子是未来的希望。自普利司通进入中国以来,始终将“扎根于中国社会的企业”作为发展目标,一直致力于在华开展各项社会公益活动。而在普利司通集团的“环境宣言”中,“为了将来所有的孩子们都能安心地生活”的核心思想也渗透到企业活动的各个方面。

我们的合作伙伴南方周末是中国最有影响力的媒体之一。09年南方周

末为我们提供了共同合作这个机会,我们也深深觉得以“关注乡村审美教育”为着眼点的公益活动很有意义,与我们展开CSR活动的初衷,以及脚踏实地地履行企业社会责任的出发点所切合。同时,我们也希望借助七巧板这个平台,为所有的孩子们带去健康快乐的童年。

记者:“普利司通·幸福七巧板”主要跟哪些地区的乡村学校合作?这其中是不是有一个甄选地区和学校的标准?

吉见刚志:目前已合作地区有四川、重庆、陕西、贵州、广西等。选择标准是在经济不发达的中西部地区,学校具备基础教学条件,请数外

等主课能够保证正常进行,但缺乏第二课堂教育师资以及第二课堂硬件设施,课外图书缺乏,学校规模约在200-500人左右。

记者:普利司通(中国)有一个专门的部门来做CSR吗?除了“幸福七巧板”活动,还有哪些公益项目?

吉见刚志:2007年1月,普利司通集团就设置了由集团最高经营负责人亲任委员长的“CSR推进综合委员会”,决定了CSR活动总方针并建立了活动推进状况的确认·跟踪体制。另外,设定了具体的课题以期提高在全球的课题解决能力。为了更好的管理和落实在华的各项CSR活动,普利司通(中国)也专门于2012年7月设置了CSR推进课,主要负责包括企业社会贡献在内的CSR“22个课题”的推进工作。

作为社会企业公民,普利司通(中国)围绕“安全”和“环保”两大理念,展开了“绿色驾驶”环境启蒙活动、安全环保嘉年华、车主活动营等一系列CSR活动。2011年7月,我们与中国本土知名环保NGO组织——山水自然保护中心正式在青海省启动了年保玉则生态保护项目。从“生态专项保护”、“青年科学家实践基地建设”、“乡村摄影培训站”三个方向,对年保玉则生态实现全方位可持续社区生态保护,为创造一个人与野生动物持续共存的完整的地球,为生态的和谐发展,社会的繁荣稳定贡

献力量。

2012年3月到8月,我们与全国心系列活动组委会联合启动了“家庭快乐创意园之轮胎狂想”系列活动。项目以轮胎作为主体创意元素,将废旧资源再利用与低碳环保的汽车生活理念有机结合,是普利司通为了倡导“安全舒适且环保”的汽车生活所投身的又一项大型环保公益活动。

同时,普利司通在华四家轮胎生产基地在保证为中国市场稳定提供优质产品的同时,各自还在持续开展多项丰富多彩的社会环保公益活动。

记者:普利司通(中国)目前做CSR过程中遇到哪些困难?您觉得最大的困难是什么?

吉见刚志:目前我们所推进的各个CSR项目都开展得非常顺利,因为无论从我们公司的企业理念出发、还是管理层、包括我们的员工都非常支持CSR项目的开展。在“幸福七巧板”项目中,每次在招募支教志愿者时,普利司通中国的员工都反响热烈,积极参与。

说到困难的话,我觉得最困难的是CSR项目的选择。中国是个幅员辽阔的国家,随着社会经济的飞速发展而日新月异,包括环境、安全、教育等等在内,我觉得有很多课题需要我们大家共同努力。我们在决定CSR项目之前,会慎重考虑该项目是否能切实为社会做出贡献,以及能否持续地开展。

(王连庆)



雷诺领唱“服务好声音”响彻上海车展

在刚结束的上海车展上,众多车企在投放新品的同时,更是将服务战略置于同等重要位置上。雷诺、东风日产等主流品牌力推服务升级,在服务领域树立新标杆,唱响“服务好声音”。同时,各大车企掌门人在接受采访时,也不约而同将服务提升至前所未有的战略高度。

事实上,这股响彻车展的“服务好声音”,给消费者带来了最大的“红利”,也标志着车企竞争将从目前的“产品为王”转向产品与服务并驾齐驱的“双核驱动”时代。

车企齐唱“服务好声音”

在此次上海车展上,各大车企在展现概念车、新技术、新产品等“硬实力”的同时,更是不遗余力地进行服务领域的创新。而后者这种“软实力”得到了业界以及消费者前所未有的关注,从而唱响了车展的“服务好声音”。

以雷诺中国的服务升级新政为例:2012年,雷诺中国启动了第二阶段复兴计划,明确了“以客户为本”的宗旨,不断进行服务升级。上海车展上,雷诺中国宣布针对自4月20日起的新购车用户,提供“诺诺相随”全方位客户体验的3项核心内容升级:5年/12万公里的发动机总成和变速箱总成保修;5年/12万公里的免费保养;5年24小时免费道路紧急救援,使车主尽享轻松、实惠的用车生活。此次雷诺中国响应的服务“最强音”树立了汽车行业的服务新标杆。

同样高唱“服务好声音”的还有众多主流车企。譬如,东风日产发布的“出险代步承诺”、传祺将与广汽、菲亚特、广汽三菱实现售后服务

资源共享等。无论是东风日产还是广汽,此次推出的售后服务皆为创新之举,令上海车展“服务好声音”持续不断。

“服务好声音”带给消费者最大“红利”

那为什么上海车展期间车企掀起服务创新潮呢?雷诺中国执行总裁陈国章点出了题中之义。他认为,“在2013年汽车产销量增速放缓的背景下,打造过硬的服务成为车企驾驭市场的重要战略。”诺诺相随”服务的全面升级,充分考虑了雷诺车主的用车需求,使雷诺成为进口汽车品牌服务方面的翘楚。这不仅有望进一步提高车主的满意度,更为雷诺中国未来的发展夯实基础。

从去年开始,国内车市已经确立了“微增长”的格局。随着产品同质化到来,服务成为车企差异化竞争的关键点。更为重要的是,消费者购买行为越来越理性,不仅对产品品质要求极高,而且愈加重视产品背后的服务水平。这也是近期车企齐唱“服务好声音”的原因所在。

不难看出,服务领域的争夺战将是一场较产品战更加考验企业“内功”的持久战。此次车展上,雷诺中国等车企高唱“服务好声音”,也显示出它们对产品质量和服务水准的信心。

正所谓,洗尽铅华不著妆,一般真色自生香。“服务好声音”正是今年上海车展留给消费者的特别“红利”,也将令“微增长”的车市“换挡提速”,为领唱车企带来“好销量”。

拒绝污染 呵护健康

英菲尼迪M长轴距版全方位打造清新驾乘空间

关于空气污染的话题似乎很难不成为舆论的焦点,看看不断攀升的PM2.5指数,看看一早上起来车上“下泥”之后的结果,再看看在漫天雾霾当中难以辨识的都市……空气环境的彻底改观还需要国家层面的整体治理,不断地呼吁改进当然是我们每个人的分内之事。然而我们自己呢?目前只能带上N95口罩,躲回家里、或者躲进自己的爱车里。

那么,车内环境是否值得我们相信呢?有人用“异味”来概括车内环境污染问题,这并不全面,其实很多有害物质是没有味道的。汽车车厢内的有害物质主要包括苯、甲苯、甲醛、碳氢化合物、卤代烃等,同时它们也是车内难闻异味的主要来源。

这些有害物质主要来自车内配件、车装空调和装饰物,如内饰装饰件、粘合剂,以及座椅等处的覆盖件等等。很多新车下了生产线就直接进入市场,各种配件和材料的有害气体和气味没有经过释放,使新车的异味最大;而在车辆的使用过程中,车内的塑料件、地毯、车顶毡和沙发会不断释放有毒气体,造成车内空气污



染;如果车主经常紧闭车窗使用空调送风,未经清洗的空调会让很多病毒和污染物停留在车内空气中。久而久之,车内将会给驾乘者带来很大的危害。

新车出厂后如果想要最大限度避免由此对驾乘人员造成的伤害,就对产品的用料、工艺提出了很高要求。作为一个始终坚持为消费者提供安全保障和舒适体验的豪华汽车品牌,英菲尼迪自诞生之日起就坚持使用最优材质。英菲尼迪采用全球统一采购标准,对内饰材料、仪表板材料、接缝

处的密封胶等每一项原材料的采购都十分严格。尤其值得一提的是,英菲尼迪M长轴距版的内饰使用半苯胺真皮材质,舒适程度良好并且极少释放有害物质,为消费者带来绝佳的乘坐感受。此外,英菲尼迪M长轴距版大量采用精细的真皮缝合工艺,最大限度避免了密封胶污染的问题。

有些空调可能成为空气污染的来源,平时使用会将车外的有害物质带入车内,如果长时间不清洗还会造成车内微生物污染。这里就不得不提到英菲尼迪的森林空调(Forest

AirTM)系统,该系统配备了新一代等离子净化器(Plasmacluster Ion Generator),可有效消除车内99.5%的过敏源,杀灭空气里的有害病菌,减少空调机内酶的沉淀,并能迅速清除车内的残留异味。另外,车内的空调感应器随时监测来自外部的污染空气,有效阻止车外空气的气味及污染颗粒。森林空调系统还配备了葡萄多酚滤清器(Grape Polyphenol Filter),能大幅降低外界空气中如花粉、臭气和其他一些过敏源的含量,为过敏体质的消费者提供了更为舒适

健康的驾乘环境。

不仅如此,森林空调系统可根据日光照射量及车外气温,模仿自然风流动模式和频率将空气吹进车内,加之中控台下部配有绿叶乙醇及香木香料的芳香散发器,它会把空气中融进一些树木和绿叶的自然香气,令英菲尼迪M长轴距版犹如随身移动氧吧。

作为服务的社会精英阶层的尊崇座驾,英菲尼迪M长轴距版不仅尽可能地杜绝了环境污染造成的负面影响,而且也将设计感和舒适度推向更高层次。商务奔波之时,坐在英菲尼



迪M长轴距版的后排,调好独立坐姿座椅,打开森林空调和Bose音响,在繁忙之中尽享这款专为中国消费者打造的豪华行政座驾所带来的尊贵体验,绝对是一种极致享受。

英菲尼迪M长轴距版有搭载2.5升V6发动机的M25L和3.5升V6高性能混合动力发动机的M35hL两种动力选择,并同时推出六款不同配置;目前,英菲尼迪M长轴距版厂商建议零售价格已调整为43.88万元至74.58万元,这将让更多中国消费者有机会拥有这款具有极致魅力的非凡之选。