

保护与传承 文化公益成汽车企业社会责任新趋势

在刚刚过去的2014年,汽车企业在践行企业社会责任的道路上更加突出了“可持续性”,在文化类公益项目中更加重视对中国本土文化的保护与传承。

联合国教科文组织(英文简称“UNESCO”)与梅赛德斯-奔驰合作的中国世界遗产保护和管理项目、宝马的文化之旅项目经过多年的发展,已经形成公益影响力,得到业界的广泛关注。2014年,长安PSA汽车DS、上海大众也参与进来,如DS文化保护微电影项目、上海大众助力重走丝绸之路等让公众再次聚焦文化公益项目。

关注文化公益的可持续性

有专家表示,企业社会责任承载了企业本身对个人、社会、环境的关注,而文化贯穿于个人、社会、环境等一系列从微观到宏观的要素中,成为不可或缺的一部分。

联合国教科文组织驻华代表处文化项目官员卢叶女士长期从事世界遗产保护和管理的工作,她表示,一方面中国文化博大精深,世界遗产数量位居世界第二,在文化和遗产保护方面应该给与更多关

注与支持;另一方面,中国经历着快速的发展变化,从新中国成立到现在,城镇化的比例已经超过了50%,由此也产生出不少城镇化带来的问题,比如环境污染、旅游开发等方面。中国目前已经成为旅游业全球排名第四的重要国家,2013年的入境游客量高达5570万人次,而很多世界遗产地正是热门的旅游目的地。庞大的游客数量对于世界遗产的保护和传承会带来很多挑战。为了应对这一挑战,需要多方的广泛参与。汽车企业能够加入进来,是非常有意义的。

企业社会责任并非一蹴而就,汽车企业对文化公益项目的侧重也反映出对企业社会责任可持续性的关注。中国汽车文化促进会秘书长杨晨曾对媒体表示,汽车行业包括其他企业的社会责任规划一定要有三个度:一是高度。一把手要亲自抓企业社会责任,而且要融入企业内部的每一个环节。二是宽度。规划和开展企业社会责任时要另辟蹊径。三是深度。就是干、长期干、永远干。

华晨宝马汽车有限公司总裁兼首席执行官康思远先生也指出,“可持续性”是BMW在中国从事企

业社会责任事业最大的特点,而“BMW中国文化之旅”可谓对于这一特点最精彩的诠释。“所有这些非常好的企业社会责任项目,我们都会坚持下去。我们相信只有这样,才能让我们所有的项目更可持续,并且保持常青。”

据了解,宝马在2014年探寻黔贵失落民俗文化的过程中,寻访到贵州的非物质文化遗产精品共有30多项,其中包括实物百余件、图片资料和多媒体资料近两百件,并邀请40位资深传承人也邀请到京展示。“BMW中国文化之旅”回顾展不仅关注展品,更把重心放在了他们的传承人身上,发掘中国民间文脉的走向。

联合国教科文组织与梅赛德斯-奔驰合作的中国世界遗产保护和管理项目已基本完成了两个阶段的实施。从最初的每年增加一处遗产地的支持,到如今的系统化、战略化管理,通过设立专属基金的形式,保证了项目的后续进行。据了解,目前已经有7个遗产地纳入到支持规划,未来预计还会持续开展。

文化公益合作方式的探索

伴随着汽车企业与包括 UNESCO

在内的政府间组织(IGO)与非政府组织(NGO)在文化公益项目的深入推进,双方也在不断探寻合理有效的合作模式。

在角色定位上,企业一般作为捐资方,保持着与第三方相对独立的角色,既参与决策又不过多干涉专业性组织的判断。在卢叶看来,从单纯的资金支持链式关系转变为协同式的伙伴关系是很重要的。联合国教科文组织在华进行世界遗产保护项目的过程中,不断探索项目合作形式,与捐资方达成了很好的合作模式,被联合国教科文组织总干事博科娃女士誉为 UNESCO 全球与私营企业合作模式的典范。

“一方面,UNESCO 与中国政府部门在专业角度一起综合考量遗产地的选择;另一方面,也让合作遗产地及捐资方参与进来。比如在梅赛德斯-奔驰的合作中,我们鼓励企业一起参与选择支持的遗产地,举办项目启动仪式,邀请捐资方参与项目下的相关国际性论坛和会议。同时,企业在品牌推广上的经验有利于帮助 IGO 或 NGO 进行相应的公益

项目传播,能够让更多的人关注世界遗产保护。我们未来也会把这种成功的合作模式推向东亚的其他国家,会走得更远。”她表示。

如何保证文化公益管理的可控性与科学性也是企业与合作方共同关注的话题。企业公益在执行的过程中,也在避免公益做秀现象的发生,在公益项目的预期效果上有了更多的判断与规划。

卢叶认为,项目成果的能见度也是企业与合作方共同关注的,单纯的物质帮助只是一方面,更为重要的是对人的思维方式的改变,即“授之以鱼,不如授之以渔”。“在四川雅安地震灾区,我们关注的是震后当地社区的可持续性生计和遗产保护(生物多样性保护)。我们在宝兴县选择了两个试点村庄,在政府重建规划的框架下进行有效的补充,从受灾情况、地理位置、对自然资源依赖程度、村民受教育水平、收入水平、产业结构、村民意愿等多方面进行调研分析,在当地政府、企业捐资方的支持下,提出遗产保护和社区可持续发展策略,以推动雅安生态文明建设和可持续发展。”

据人民网

《车市维权热线》栏目 买车用车有烦恼 记者帮您来维权



应广大读者以及消费者的要求,本报特开设《车市维权热线》栏目。如果您在买车、用车、卖车、保养车时遇到4S店加价卖车不开票、不按实价开具发票、加装饰卖车、保养收费高、买车未成功订金不退等情况,请及时反映给本报。本报将派记者跟踪采访报道,并联系协调工商、税务、物价等政府执法部门帮您维权并解决。

我们将及时整理您的投诉意见和建议并予以刊登,读者可以通过电话、信件等方式进行投诉,本报会对投诉人的身份保密。

投诉热线: 0370—2617730

投诉邮箱: 1968849064@qq.com



也可通过以下方式进行维权:

1. 添加车友会QQ群号: 230614332
2. 添加手机微信账号: fw18566
3. 扫描关注微信公众平台账号



本栏目由 陆地方舟 总冠名

商丘电动车及汽车维修品牌推介

陆地方舟 陆地方舟V5

地址: 商丘市南京路与平原路交叉口南50米路西
电话: 2576988 13598369816

不加油, 为地球加油!

地址: 商丘市平原路与南京路交叉口东500米路南
2870000 15503708808

龙通4S店

地址: 商丘市中原车城金桥路与瑞琦路交叉口东20米路南
电话: 13037540289 0370-2087778 0370-2088898

小拇指 SUREMOOV 汽车漆面修复专家 中原车城 2225788

广告刊登热线: 13781482017 13613708765