

红基会最美菜公益基金启动滞销菜帮扶计划

呼吁各方共同帮扶困境菜农

今年以来,蔬菜滞销情况不断出现,为帮扶传统老农摆脱蔬菜滞销困境,2017年7月15日,中国红十字基金会最美菜公益基金联合共青团美菜网委员会,共同发起了滞销菜帮扶计划公益项目。来自高校、媒体、互联网、农业企业等领域的9家单位联合成立了滞销菜帮扶联盟,意在合力助销滞销农产品。与此同时,反映滞销蔬菜现状及原因的调查纪录片《苍天厚土》正式发布,呼吁各方共同帮扶困境中的菜农。

据中国农业大学中国农户经济研究中心数据库研究显示,今年上半年,蔬菜滞销事件共发生175起,几乎超过了以往全年的滞销菜数量。在此背景下,中国红十字基金会最美菜公益基金联合共青团美菜网委员会共同发起了滞销菜帮扶计划公益项目,旨在帮扶传统老农,助销滞销农产品。

该项目以美菜网的主营业务为依托,联合行业内各大商超和批发市场,搭建助农惠民的信息平台,为滞销农户拓宽销路,寻找销售途径,让农产品通过互联网真正走出乡村。从长远来看,美菜网商城大数据中心将对百万家餐饮商户下单规律和市

场走势进行分析,为菜农提供次年种植指导意见,尽最大努力避免农副产品种植养殖“扎堆”、“滞销”的困境。

同时,中国红十字基金会、中国农业大学中国农户经济研究中心、美菜网、新发地、华润万家、超市发、健力源、企鹅媒体平台、一直播等9家单位联合成立了滞销菜帮扶联盟。首批联盟成员包括滞销菜救助原则的制定方、滞销菜信息采集的收集方、相关涉农企业作为渠道方、相关研究所作为战略支持方,四方将合力完成实际采购行为,最终帮扶滞销菜农,形成闭环链条。

据最美菜公益基金委员会主任、美菜网副总裁李洪洋介绍,滞销菜帮扶联盟也将面向社会开放。比如,公众可以在联盟单位超市、市场中,以公益价格购买滞销菜品;餐厅商户也可以通过美菜网以公益价格购买滞销菜品;企业员工则可通过团餐企业健力源品尝到滞销菜品,进而共同助力传统农产品的流通。

作为滞销菜帮扶计划的发起方,美菜网CEO刘传军表示,美菜网以千万家餐厅作为目标客户,其对于农产品的采购需求



7月15日,滞销菜帮扶计划正式启动。

量大且稳定。餐厅参与到爱心助销环节中就可以大量且持续地消化滞销菜品,反作用于源头传统农业。同时,美菜模式能架起源头和餐厅的桥梁,打破传统的流通模式,让农产品可以一站达到餐厅。此外,美菜还将致力于通过大数据分析,提供种养建议,在最大程度上避免滞销困境。

实际上,滞销菜帮扶计划已经在安徽亳州、山东潍坊成功实

践两次:5月,亳州近万亩土豆滞销,美菜网10天内消化滞销土豆近100万斤;6月,农业部发起山东滞销圆葱对接活动,美菜网签订意向采购200万斤,次日就赶赴滞销地开始采购行动。其中,在山东滞销圆葱的爱心帮扶行动中,首日上线美菜商城的销量比往日增长三倍。

在启动仪式上,最美菜公益基金发布了调查纪录片《苍天厚土》。纪录片用动画的形式还原

了蔬菜传统供应链,以解释“地头贱,摊头不贱”的怪象。此外,这部纪录片还试图寻找解决蔬菜滞销问题的途径,并给出了相关建议:提高小产区种植技术,多客商帮扶订单适当转向小产区;农产品主产区加大品牌建设,进行差异化营销;加大蔬果初级加工,促进冷链储藏和冷链物流的建设;利用“互联网+大数据”实现信息有效匹配。

(皮磊)

德国马牌轮胎零售商在黔捐建安康图书馆

近日,德国马牌轮胎零售商伙伴携手中国儿童少年基金会在贵州省贵阳市、安顺市两地的的小学内捐建3所安康图书馆。

据悉,中国儿童少年基金会“安康计划”于2008年向社会推出了捐建“安康图书馆”公益项目,项目通过为贫困地区及留守及流动儿童集中的学校援建“安康图书馆”、组织社会文化名人实地巡讲、开展志愿者服务等,改善打工子弟的教育环境。

正是由于社会公众对阅读力量的高度认同,对“安康图书馆”社会价值的肯定,项目实施九年来始终保持了蓬勃的发展活力,并得到了德国马牌轮胎等60个爱心单位的大力支持,迄今为止,已经建成451所“安康图书馆”,受益儿童超过1000万。

在德国马牌轮胎“安康图书馆”揭牌仪式的现场,德国马牌轮胎的零售商伙伴向孩子们捐赠了爱心书籍。每一所“安康图书馆”均配制有33个安康书架、1万册图书,图书种类涉及安全、科普、自然、励志、童话、教辅等。

据介绍,捐赠方德国马牌轮胎是隶属于大陆集团旗下的优秀品牌。大陆集团于1871年成立于德国汉诺威市,是世界五大汽车零部件供应商之一,并位列世界500强。2006年,德国马牌轮胎乘用车与轻卡轮胎业务正式进入中国市场,迅速以其精湛的德国工艺和值得信赖的卓越品质独树一帜。今天,德国马牌轮胎的零售网络遍布全国,凭借融合极致安全与领先科技的轮胎产品组合,为合作伙伴创造价值,为消费者带来无与伦比的驾乘体验。

德国马牌轮胎经常主动地参与到健康管理、职业和家庭协调项目以及保障未来的培训和进修活动中。除此之外,作为众多社会团体的合作伙伴,德国马牌轮胎还支持企业自身业务之外的项目和活动,主要涵盖社会福利、安全、教育、科研和体育等领域。2014年9月,德国马牌轮胎正式成为中国足协中国之队官方合作伙伴和官方轮胎赞助商。此外,德国马牌轮胎还是2016年法国足球欧洲杯和2019年亚洲杯的官方赞助商。

(徐辉)

“我是创益人”探索公益新生态

2017年7月14日,“我是创益人——2017腾讯创益计划”宣讲会在京举办,一群集体宣布“今天我们不接单”的创意人聚集于此,毅然决定和腾讯社交广告一起任性探索公益新生态。

这场主题为“今天我们不接单”的宣讲会,正是为了唤醒创意人心中的公益梦,汇聚创意和互联网的力量为公益任性一次。包括广告门CEO劳博、智立方品牌营销传播集群董事长兼首席执行官杨石头、大自然保护协会(TNC)中国项目部市场传播总监单良等在内的上百位创意圈顶级大咖、广告人、公益人齐聚现场,花样展示“今天只想做公益”,共同释放互联网时代的公益能量。

诞生于互联网浪潮下的“指尖公益”令公益人人可及,人们只要动动手指,就能创造

出温暖的价值。为了进一步帮助公益“讲个好故事”,让美好的创意触及人心,腾讯宣布设立公益广告开放平台“腾讯创益计划”,致力于搭建一个汇聚公益机构、创意团队、广告投放在内的连接平台。而“我是创益人”是腾讯创益计划首次举办的广告创意大赛,大赛将延续腾讯社交广告与戛纳国际创意节的合作,持续打通创意、社交与公益的连接,让更多人通过互联网社交平台参与到公益行动中,共同激发公益新动力。

腾讯社交广告高级品牌公关总监杨维佳表示,和戛纳国际创意节的合作,让腾讯深深感到技术和社交平台对公益发展的巨大潜能。2017年戛纳获奖的公益案例中,数据技术和社交平台在创意和传播中扮演了关键角色。其中拿下戛纳金狮奖的QQ全城助力“人脸寻

亲”,是最典型的作品之一。作为发起方之一,腾讯社交广告将携手创意圈和公益人,促进创意技术融合,发扬更多善意。

腾讯基金会副秘书长孙懿在现场呼吁:“2015年,微信朋友圈第一支公益广告的诞生让我们深刻感受到连接能量之大。通过此次大赛,希望更多有公益梦想的人加入,借创意和连接之力,为公益带来更多创新实践,让好项目得到好故事,好故事得到好创意。”

为了让参赛者充分释放创意,全心投身公益梦想,本次大赛以三大亮点齐齐发力,只等你来。亮点一:顶级大咖助攻+丰厚奖励支持;亮点二:创意空间开放,人人可公益;亮点三:汇聚资源,直通国际创意舞台。

(徐辉)