

华润怡宝:为乡村孩子建百所图书馆

多年来,华润怡宝一直不忘企业应该承担的社会责任,热心公益,助力贫困地区孩子们实现梦想。

华润怡宝“百所图书馆计划”是一项旨在为教育资源匮乏地区的中小学校捐建图书馆的公益行动,已经持续前行9年。项目秉持“分享知识,解渴心灵”的理念,为贫困地区学校建立华润怡宝图书馆,并号召全社会爱心人士,关注贫困地区孩子的成长,与他们分享图书、分享知识和快乐,共同来推动贫困地区孩子们阅读现状的改善,启迪心智,传递信任。

自2007年起开始实施,截至2014年底,已经有132所华润怡宝图书馆在广东、青海、四川、安徽、湖南、辽宁等18个省内地生根,捐赠过百万册图书,受益儿童高达百万,并给所捐赠的学校送去了大批教育物资。

2015年,华润怡宝百图计划行至第9年,升级提出“怡起悦读,陪伴成长”全新主题。

以往募书质量参差不齐,多数募捐到的书籍并不适合乡村儿童阅读。今年六一儿童节当日,华润怡宝携手中国儿童中心送给孩子们一份儿童节厚礼——“第一份孩子推荐给孩子的书单”,这是由中国儿童中心专家及著名阅读推广人李一慢、



志愿者们为华润百色希望小学布置悦读空间

第二书房创始人李岩等多位专家顾问研讨推荐出150本书目,再由北、上、广三地的300余名学生代表投票选出最受欢迎的百册书单。

根据书单项目为新建的华润怡宝图书馆募集、购置图书,同时为已建成的华润怡宝图书馆进行图书翻新。一方面动员了全国七大区域核心城市少年宫和近200所中小学校,并且邀请少年宫集中三个月时间进行募书,还联合了同为华润集

团下属子公司的华润万家共同参与,在相对较方便的“家门口”设立周末募书站,同时通过怡宝公益官方微信号开发“互联网+O2O”功能,走近广大消费者,动员社会大众用自己的实际行动,帮助更多的乡村儿童,为改善乡村儿童的读书状况尽自己的一份心力。三个月的时间,华润怡宝“百图计划”动员全社会的力量,为乡村儿童募集优质图书近十万册。

项目还邀请专家、阅读推广



知名阅读推广人胡志远为乡村教师提供阅读主题讲座

人、媒体和社会各界志愿者一同走进乡村学校图书馆举办读书会,陪伴孩子们一起阅读,帮助孩子们彻底改善阅读状况并培养良好的阅读习惯;同时邀请专家为教育方法相对落后的乡村教师们进行了专业的阅读教育指导,试图从根本上帮助乡村孩子获得更好的教育。

2015年将建成18所华润怡宝图书馆,截止到2015年年底华润怡宝图书馆将达到150所。华润怡宝百图计划负责人表示,

中国目前还有超过35%的留守儿童,他们的阅读环境不容乐观。百所落成不是终点而是新的起点,华润怡宝百所图书馆计划将为继续建立第200所、300所,乃至更多的目标而努力。

接下来,华润怡宝“百所图书馆计划”将会继续关注乡村孩子的成长,惠及更多地区的更多学校,希望能将孩子们想读的书送到他们手中。鼓励更多社会人士参与进来,共同为幼小梦想的实现添砖加瓦。

腾讯“为村”为乡村连接情感、信息、财富

“为村”是一个用移动互联网发现乡村价值的开放平台,它以“互联网+乡村”的模式,为乡村连接情感、连接信息、连接财富,通过移动互联网工具包、资源平台、社区营造工作坊,引导乡村基层管理者和乡建领导者跨越数字鸿沟。

2009年,腾讯基金会启动“筑梦新农村”项目,定点云贵两县一州,探索以互联网企业核心能力助力西部乡村发展的模式,在贵州省黎平县、雷山县、云南省迪庆州的教育、文化、经济等方面展开系列实验项目。

6年的乡村实践探索发现,

中国农村发展的整体滞后,是由于“失连”造成的,因信息获取的不对称和资源分配的不平衡所产生的数字鸿沟横亘在城乡之间。财富在改革开放以来快速向城市聚集,为谋求财富,乡村中的青壮年开始向城市迁移,这引发了乡村的空心化进而造成情感的“失连”,同时也加剧了留守者与信息的进一步“失连”,更加剧了乡村与财富的“失连”。这三个“失连”相互交织,相互影响,日益消磨着乡村的活力,也困扰着与农村紧密相连的每一个中国人。

而在乡村中最缺的不是钱和物,而是人,特别是能够连接

城市的乡村发展带头人。2014年9月项目升级为“为村开放平台”。2015年8月19日,“为村开放平台”正式面向全国发布,希望借助这一平台为乡村发展整合资源,提供发展和传播支持,同时用互联网+的方式为年轻人创造一个进入乡村创业机会。

贵州省黔东南州黎平县铜关村是为村项目的第一个试点村。

铜关村由4个自然村寨组成,四周大山环绕,共有居民460户,1863人,侗族占93%。和全国不少老少边穷地区一样,由于山高路险,铜关村青壮年普遍外出打工,只有留守儿童及老人,大部分人不会用智能手机,更不懂什么叫WiFi,村民人均年收入只有2800元。这里还是世界非物质文化遗产侗族大歌的发祥地之一,被誉为“侗歌之乡”,有着鲜明的文化特色。

从2014年开始,这个过去对互联网很陌生的小乡村悄然卷入了一场“互联网+乡村”的变革中。网络,化作了连接山里山外信息、情

感、财富、资源的桥梁,给千百年以来传统农村生活模式带来了一场深刻革命。

2014年11月,中国第一个村级公众服务号在铜关村正式上线。村寨通知下发、投票调查、活动召集、公共事务意见交流、文化活动分享、特产推荐等等工作,均可通过微信展开。

腾讯公司企业社会责任总监陈圆圆表示:“我们必须支持他们本村的人,赋予他们互联网思维,支持他们用互联网思维展开创业和创新。”

因为有了微信平台,铜关村村委会的“大喇叭”退休了,村里大小事,在微信群里吱一声就行;在铜关村,基于“微社区”系统建立的“铜关市集”也已上线。你可以看到有村民在微信上推荐自家做的粑粑、米酒、五色糯米饭和五谷鸡蛋,可以通过二维码、照片和联系方式来进行购买。

“我们教这个村庄的村民学会互联网模式。当他完成这个工作,我们认为这个村庄和我们有一样的能力,我们帮他们对接合作伙伴的资源,让这些企业以自己的核心能力推动乡村的发展。然后进行商业方面的培训,比如说有效沟通、商业谈判等等。”陈圆圆强调。

截至2015年12月2日,全国共有788个村申请加入为村

开放平台,覆盖除西藏、港澳台外所有省市自治区。

乡村“连”城市,为村有三式——既有高大上的线上连接,也有接地气的线下对接。

“为村第一式”:以任务设定和案例指引相结合的方式,引导村庄申请人和村委会成员,学习并掌握以微信群、微信公众号为代表的移动互联网功能和基本的运营技巧,可实现村里外出和留守成员的信息和情感沟通,高效、透明地实现村务管理、活动组织、通知下达、舆情上传等基层工作的移动互联网化。

完成预设任务并通过“为村”认证后村庄可接入“为村第二式”:资源平台,通过整合腾讯内外部资源,汇聚来自社会各界愿意为村奉献的专业企业和个人专家,并按条件开放给已经掌握并可熟练运用移动互联网工具的村庄,因地制宜地进行资源的连接和匹配,为村庄创造连接信息、连接财富的机会。

将前两式充分演绎并从众多村庄中脱颖而出优秀乡村可进入“为村第三式”:社区营造工作坊,让优秀的村庄有机会获得专家面对面指导,挖掘自己村庄的“一村一品”并完成商业计划,在模拟商战中赢得“为村”创投基金的机会,最终实现连接财富。



铜关村村民在博物馆中为游客表演侗族大歌