

## 保时捷赋能经销商企业社会责任 开创公益新思路

摘要：立足长远发展 持续贡献中国社会

保时捷凭借突出的实践成果和公益影响力，斩获 2022 “CCOY 年度 CSR 荣誉企业”

“保时捷中国经销商企业社会责任专项基金”携手各利益相关方，持续带来积极社会影响

践行公益十二载，保时捷逐步完善战略公益体系，创造共享价值、实现多方共赢

回顾二十年的发展历程，保时捷中国始终视“企业社会责任”为品牌发展的关键，通过不断探索与实践，将受惠方及更多利益相关方纳入企业社会责任的可持续发展中，开创了保时捷本土公益新思路。2018年，为打造多方参与的公益平台，保时捷正式设立“保时捷中国经销商企业社会责任专项基金”，开启了保时捷“溢彩心”企业社会责任项目下的又一重要实践领域。该专项基金旨在带动保时捷中国经销商、投资伙伴等参与企业社会责任实践，持续性地创造更广泛的社会福利，共同助力未来。在 12 月 14 日举行的中国年度车颁奖典礼上，保时捷中国就凭借其在经销商企业社会责任领域的优秀实践成果和突出的公益活动影响力，斩获 2022 “CCOY 年度 CSR 荣誉企业”，这也充分认可了“保时捷中国经销商企业社会责任专项基金”一直以来

的创新发展和出色成绩。CCOY（中国年度车）被誉为“中国最中立、最公正、最权威的年度车评选”，至今已成功举办十届。

专项基金自启动以来，获得了广大经销商和当地非营利组织的积极评价和广泛参与。至今，保时捷中国携手经销商与当地非营利机构，已经资助和即将资助慈善公益项目 23 个，捐赠金额逾 834 万元人民币，项目覆盖上海、浙江、宁夏、陕西、江苏、河南等十余个省市地区，直接受益人群近 20 万，并在环境保护、医疗救助、儿童教育、科研支持等方面做出积极贡献。

保时捷在发展自身业务的同时，始终不忘承担企业社会责任，力争为社会作出贡献，“保时捷中国经销商企业社会责任专项基金”就是体现这一理念的绝佳典范。在过去的三年里，保时捷中国与经销商和本地非营利机构紧密合作，为社区带去积极影响。未来，我们会继续以创新的方式赋能企业社会责任，顺应社会议题，为创造一个更加美好的中国社会而持续努力。

保时捷中国总裁及首席执行官

严博禹博士（Dr.-Ing Jens Puttfarcken）

**多元项目响应社会热点**

“保时捷经销商企业社会责任专项基金”项目涵盖广泛、话题多元，并始终聚焦社会公益热点。特别是在疫情期间，经销商克服重重阻碍，及时调整执行方案，以创新的思维和方式，最大限度地保障项目的顺利开展，服务受惠人群。例如，多个教育培训项目开通线上课程，为偏远地区的学生和教师提供高质量的教学资源。此外，部分项目还为儿童开设专业心理疗愈课程，从心理和情感层面为他们带来切实可行的帮助。随着项目的持续开展，经销商公益项目也从单纯的扶贫捐助转向“授之以渔”的可持续发展。例如，通过打造学生阅读空间、教师培训等项目，拓展教育公益辐射范围和可持续性，深入改善社区环境发展。

面对突发公共事件，保时捷中国也一直快速响应，积极履行企业社会责任。今年7月，保时捷向“保时捷中国经销商企业社会责任专项基金”追加200万元人民币，紧急驰援河南灾区，联合河南郑州中原和郑州郑开两家保时捷中心，以及专业公益慈善机构，协助当地汛情的紧急援助与灾后重建工作。

### **战略体系创造共享价值**

保时捷“溢彩心”企业社会责任项目于2009年正式启动，至今已走过12载历程。从早期聚焦弱势儿童群体的福祉与发展，到对中国青年人才的关注和培育，再到成立“经销商企业社会责任专项基金”，保时捷“溢彩心”不断探索，逐步从单一的慈善捐助转型为赋能利益相

关方的长效公益平台。经过多年实践与积累，保时捷已形成一套独具特色的品牌公益战略体系，关注社会热点、寻找创新机会、主动承担参与，为企业、消费者、利益相关方，以及行业和社会创造了更多共享价值，实现多方共赢。包括于 2008 年向四川地震灾区捐赠的约 540 万元人民币，目前保时捷已通过“溢彩心”项目累计捐赠现金近 7,000 万元人民币，受益人口达 76 万，保时捷 Cayenne 的捐赠数量也达到十台。