

新闻稿

2014年4月11日

汉高员工走进沪上特色小学 ——可持续性发展青少年绘画大赛作品评选即将开始

由汉高（中国）投资有限公司主办，上海青年国际文化交流中心联合协办的“美丽中国·可持续性发展 汉高两岸三地青少年绘画大赛”已于2013年底盛大启动，这次大赛旨在鼓励与教育新一代中国儿童对中国传统和当代艺术文化修养的培养，同时用艺术的眼光和手法表现和关心我们赖以生存的环境，抒发儿童眼中“美丽中国”的愿景。

继今年3月，汉高（中国）携手沪上知名美术特色学校长宁中学，开展了寓教于乐的环保主题路演活动。长宁中学近百名同学结合自身对环保理念的理解，创作出精致的废树叶拼画、废纸箱改造成建筑模型等多种形式的创意艺术作品后，4月11日，汉高（中国）再度走进沪上知名美术特色学校浦东香山小学，数十名汉高员工作为志愿者来到校园，与学生们进行一系列环保主题互动。在香山小学的墙上有着这样一行字“体验审美创造，发掘心智潜能，实现和谐发展”，通过美育来培养学生对生活环境的热爱与感悟，这些教学理念都与汉高的本次活动主题不谋而合。

活动当天，汉高大中华区公共关系和企业传讯部总监庄薇（女士）也表达了自己致力于推动“可持续性发展理念”与美育结合的心得，并和全校师生们分享了汉高企业与可持续性发展的不解之缘：从刚出生的小宝宝用的纸尿裤、小朋友们手工课上用的百特小胶棒、每天涂的孩儿面、平时用的 iPhone、iPad 中……都有汉高的技术和产品在支持。其实，汉高应用在日常生活中随处可见，这些应用的背后蕴含了许多富有环保的理念与可持续性发展的技术。

值得一提的是，本次活动得到了汉高中国员工的大力支持，但由于名额有限，最终只能从报名的诸多员工中挑选出了数十名组建了志愿者团队。他们走进一至三年级的学生课堂，与孩子们面对面地交流，为他们上了一堂有意义的环保课。不但传达了汉高的可持续性发展理念，更分享了自己投身环保事业亲身经历的小故事。同学们也纷纷化身“环保小使者”，踊跃发言，讲述自己对于环保的理解，来自法国的小朋友 Cleo（徐凯鸿）就兴奋的说，自己在平日就会做到随手关灯，节约用水，使用环保袋等这些细节之处。即便是每天举手之劳的一些生活小事，也能养成孩子们对环保事业做出自己的一份贡献。

志愿者们也准备了很多轻松，幽默，充满童趣的 Q&A（环保小知识），让刚步入小学的孩子们在互动与笑声中收获更多。有的志愿者已经把将在5月1日起将实施的《上海市促进生活垃圾分类减量办法》，用回收的纸板自制了垃圾分类示意图，给孩子们做了详细的讲解并进行模拟垃圾分类小游戏。

在水墨创作教室里，四五年级的同学们齐聚一堂，同学们从朱校长发言中得知原来宣纸和墨汁的材料制作工艺，也是环保与可持续性发展的体现，大家边创作边表达了自己对活动主题的理解与体会。随后，同学们尽情挥笔，用环保水墨画的形式创作活动主题——“我的梦”，描绘出一幅幅对未来生活的美好憧憬，画卷上出现了用环保材料制成的机器人来为人类种树、生产可循环利用材



Excellence is our Passion

料的工厂、在纯净的天空下铺满的花花草草……等画面。可见无论是对大地球的保护，还是小环境的维护，在孩子们小小的心目中已经烙下了深刻的概念。

汉高，作为可持续性发展领域的领导者，旨在把点滴对环境保护、低碳、生态和气候变化的理念带给青少年儿童，倡导大家共同努力，用小事着手，改变我们的大环境；关心社会、社区和祖国的未来。通过走进校园，使得汉高在世界范围内传播的“可持续性发展”理念与中国青少年有了更近距离的思想接触。

“美丽中国·可持续性发展 汉高两岸三地青少年绘画大赛”的作品征集已于 2014 年 4 月 15 日截止。以“传承中华民族文化，关注可持续发展、环境保护、低碳、生态和气候变化的理念”为主题所征集到的各类绘画作品，将进入由两岸三地专家评审团的评选。值得期待的闭幕式与优秀作品展将于今年 5 月下旬~6 月中旬在浦东图书馆举办。此外，绘画大赛的优秀作品还将制成作品集，部分作品将被衍生制成系列小纪念品，通过慈善义卖筹得的款项在颁奖典礼上捐助给中国慈善公益事业。

汉高(Henkel)在全球拥有多个知名品牌和多项先进技术，主要业务分布在三大方面：洗涤剂及家用护理、化妆品及美容用品、粘合剂技术。自 1876 年成立以来，汉高旗下众多品牌分别在个人消费及工业领域处于市场领先地位并享有美誉，比如宝莹(Persil®)、施华蔻(Schwarzkopf®)、乐泰(Loctite®)等。汉高全球大约有 47,000 名员工。2013 财年的销售额为 164 亿欧元，调整后营业利润为 25 亿欧元。汉高优先股被列入德国 DAX 指数。

联系人 Anna Zhuang

E-mail anna.zhuang@cn.henkel.com

Janice Fu

janice.fu@cn.henkel.com