

开滦集团:让企业慈善常态化

■ 本报记者 陈玮英 实习记者 潘博

告别高高在上:博爱理念内化为员工行动

现在的企业慈善形式多种多样,有的企业对灾区民众进行捐款捐物,有的企业给学校捐建教学楼等。

有评论人士认为,虽然这些捐款的出发点都是好的,但总会给人一种高高在上的感觉。究其原因,这些慈善都有一个共同的特点,就是企业的慈善行为都是“以捐为主”,只是一时之举而非常态,并没有形成一套可持续回馈社会的慈善机制,有的企业甚至仅仅只是为了提高企业知名度而作秀。

慈善行为作为企业回馈社会的一种渠道和方式,如何以纯公益为目的,实现常态化、可持续呢?

相比企业捐赠的高高在上,开滦红十字会恰恰是深入到群众中去。开滦集团红十字

会由理事会和集团下属21家子分公司分会组成,各分会又建有区(科)级分会和红十字小组,使工作实现真正的“落地”。

作为唐山市最早的团体会员单位之一,开滦红十字会自从1990年恢复工作以来,就一直围绕宣传《红十字会法》及相关法律法规、普及现场初级救护知识、救助企业弱势群体、组织员工参与红十字会倡导的各项公益事业等方面开展工作。由于工作紧跟时代步伐,积极拓宽人道服务工作领域,取得了一定的成绩,被河北省红十字会授予“最佳企业红十字会”称号。

为了广泛传播“人道、博爱、奉献”的红十字精神,开滦红十字会每年都会结合世界红十字日开展“博爱宣传月”活动,在世界红十字

日、无偿献血者日等与红十字工作相关的纪念日期间,利用报纸、电视、网络等多种媒体向员工普及红十字知识。平时则利用宣传栏、展板、黑板报及局域网等固定宣传阵地进行宣传。

“三献”(无偿献血、捐献造血干细胞、捐献遗体器官)是红十字会积极推动的公益活动。由于红十字会经常深入到基层宣传,员工的公益意识越来越强,参加无偿献血的员工也逐年增多,甚至还有600余名员工加入到紧急用血志愿者队伍中来;2004年至今,公司有1500余名员工加入了“中华骨髓库”,郭鹏程、高久华、马杰三名员工先后四次“捐髓救人”;还有20余名捐献遗体志愿者,并有4例已成功捐献。

4名遗体捐献者中,68岁的史焕一老人,原为开滦集团公司煤业分公司通风部员工。2005年6月,他看到开滦集团红十字会关于招募遗体捐献志愿者的宣传材料,萌生了捐献身后遗体的想法。起初儿子儿媳想不通,他就耐心地做小两口的工作,求得孩子们的理解,然后,到开滦直属机关红十字会报了名,和老伴一起双双成为开滦红十字会招募的第一批捐献遗体志愿者。

慈善可以很平凡,慈善也可以很伟大。开滦集团红十字会的实践告诉我们,只有扎扎实实才能把慈善事业做好。慈善不仅只是企业层面有意无意地捐款,还可以是一个平凡的、持久的、深入到每个人心中的简单而又高尚的行动。

有位知名企业曾就慈善事业动机作了分类:为了出名,为了面子;为了更大的利益,把慈善公益事业做成商业;曾受助于人,乘机报答;为的是活得更安心,死了以后也安心,也为自己的后代谋福。但是,这些动机都没有逃脱物质、精神上的等价交换原则。

企业慈善究竟如何成为纯粹的公益行动?企业慈善又如何与经营管理水乳交融?开滦集团公司红十字会在在这方面做出了有益的尝试。

致力内外兼顾:做公益不忘助力企业生产

红十字会另外一项重要的工作就是救援。救援无小事,尤其是当灾难发生的时候,大多数的企业通常是在远隔千万里的地方进行捐款捐物,殊不知此时此刻受灾群众最需要的是第一时间医疗救护和援助。

2008年汶川地震,在震后的24小时之内,灾区就收到了国内外大量的捐款和物资,但是当时最大的问题并不是钱和物资缺乏,而是大量的伤员等着医疗队去进行救治,医疗队早一分钟

抵达就有可能多挽回一个人的生命。正是以这样的人道主义理念做支撑,由开滦医院医务人员组成、院长带队的河北省红十字会医疗队,经过持续25个小时的长途跋涉,以最快的速度赶到了受灾最严重的地区展开救援,成为中国红十字会系统派遣到灾区的首批医疗队之一。不仅如此,在历次救灾募捐及每年的“博爱一日捐”活动中,开滦员工也都表现出了极高的热情,捐款额在唐山市一直名列前茅,开滦集团及其红十字会也连

年受到上级红十字组织的表彰。

关注企业弱势群体,对特困员工给予救助,是企业红十字工作的又一项重要内容。在特困员工的救助上,开滦各级红十字组织长期坚持开展“红十字连着你我他,博爱精神送万家”活动。仅去年一年,开滦红十字系统就向特困员工发放救助金近15万元,救助特困员工近300人次。

在“救护”方面,开滦红十字会从服务企业

安全现场的初级卫生救护工作入手,开展生产一线的急救员培训,普及自救互救知识与技能,使员工掌握自救互救的本领。至今,初级救护培训和红十字急救站建设一直是开滦集团各级红十字会的拳头项目,每年急救员培训数量都在2000人次以上,井上、井下急救站已达到500多个,为保护员工的生命与健康发挥了不可替代的作用,也为企业管理增添了浓厚的人性化色彩。

避免失于泛泛:传播手段升华中国式慈善

“慈善”一词源于古希腊语,本意为“人的爱”。而近代人给慈善下的定义则为:怀有仁爱之心谓之慈;广行济困之举谓之善,慈善是仁德与善行的统一,实践中稍有不慎便会失于泛泛,沦为空谈。

开滦集团红十字会做慈善并不是一锤子买卖,他们深知只有一个人、一代代人接下去和传递慈善这个接力棒,这个事业才可持续,才能有生命力。

针对常见的大型宣传活动容易失于泛泛的缺点,开滦红十字从实际出发,创办了“博爱讲堂”,从开滦医院邀请各科专家举办科普知识讲座,扩大红十字干部和志愿者的知识面,提高医学认知水平;邀请血站的专家为大家普及输血用血知识,有效地加深了对捐献常识的理解。还将“博爱讲堂”与“道德讲堂”结合起来,用郭鹏程、高久华、马杰等志愿者捐献造血干细胞挽救他人生命的典型事迹,教育、带动

更多的员工加入志愿者队伍。

对于志愿者队伍,开滦红十字会通过组织座谈会、联谊会等活动,沟通感情,了解掌握志愿者心理状态,以便更有针对性地做工作。对实施捐献的志愿者,从高级配型采血到查体再到去采集医院住院捐献,做到全程陪同,全程照看。既可以增强他们顺利完成捐献的信心,又便于及时宣传报道他们的先进事迹。通过广泛深入的宣传,加深了员工对捐献善举的理

解,强化了“我奉献,我快乐”的公益思想,鼓舞了大家积极投身公益事业的热情,使员工越来越积极地参与红十字倡导的各项活动。

开滦集团通过红十字会这个平台,用企业特有的方式弘扬了中华民族助人为乐的光荣传统,也传递着企业回报社会的正能量。这种社会责任感,不仅提升了中国式慈善在人们心中的影响力,也带动更多的人投入到志愿者的队伍中来,实现了慈善事业健康可持续发展。

为企业服务

中国企业报 广告刊例(2014年)

(人民币元/次)

规格	尺寸 (宽×高cm)	头版		2版		3版		4版		5版		6版		7版		8版		9版		10-20版		21版以后		
		彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色
头版整版	32×40	400,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
整版	32×48	---	200,000	230,000	205,000	235,000	220,000	210,000	240,000	165,000	195,000	175,000	205,000	170,000	200,000	175,000	205,000	160,000	190,000	150,000	180,000	---	---	
1/2版横	32×24	200,000	100,000	115,000	103,000	118,000	110,000	105,000	120,000	83,000	98,000	88,000	103,000	85,000	100,000	88,000	103,000	80,000	95,000	75,000	90,000	---	---	
1/2版横上位	32×24	---	130,000	150,000	134,000	154,000	143,000	137,000	156,000	108,000	128,000	115,000	134,000	111,000	130,000	115,000	134,000	104,000	124,000	98,000	117,000	---	---	
1/2版横中位	32×24	---	120,000	138,000	124,000	142,000	132,000	126,000	144,000	100,000	118,000	106,000	124,000	102,000	120,000	106,000	124,000	96,000	114,000	90,000	108,000	---	---	
1/2版竖	16×48	---	110,000	127,000	114,000	130,000	121,000	116,000	132,000	92,000	108,000	97,000	114,000	94,000	110,000	97,000	114,000	88,000	105,000	83,000	99,000	---	---	
小全版	24×32	---	110,000	127,000	114,000	130,000	121,000	116,000	132,000	92,000	108,000	97,000	114,000	94,000	110,000	97,000	114,000	88,000	105,000	83,000	99,000	---	---	
1/3版横	32×16	134,000	67,000	77,000	69,000	79,000	74,000	70,000	80,000	55,000	65,000	59,000	69,000	57,000	67,000	59,000	69,000	54,000	64,000	50,000	60,000	---	---	
1/3版横上位	32×16	---	87,000	101,000	90,000	103,000	97,000	91,000	104,000	72,000	85,000	77,000	90,000	75,000	87,000	77,000	90,000	71,000	84,000	65,000	78,000	---	---	
1/3版横中位	32×16	---	81,000	93,000	83,000	95,000	89,000	84,000	96,000	66,000	78,000	71,000	83,000	69,000	81,000	71,000	83,000	65,000	77,000	60,000	72,000	---	---	
1/3版竖	10×48	---	74,000	85,000	76,000	87,000	82,000	77,000	88,000	61,000	72,000	65,000	76,000	63,000	74,000	65,000	76,000	60,000	71,000	55,000	66,000	---	---	
1/4版	16×24	100,000	50,000	58,000	52,000	59,000	55,000	53,000	60,000	42,000	49,000	44,000	52,000	43,000	50,000	44,000	52,000	40,000	48,000	38,000	45,000	---	---	
1/4通栏	32×12	100,000	50,000	58,000	52,000	59,000	55,000	53,000	60,000	42,000	49,000	44,000	52,000	43,000	50,000	44,000	52,000	40,000	48,000	38,000	45,000	---	---	
1/4通栏上位	32×12	---	65,000	76,000	68,000	77,000	72,000	69,000	78,000	55,000	64,000	58,000	68,000	56,000	65,000	58,000	68,000	52,000	63,000	50,000	59,000	---	---	
1/4通栏中位	32×12	---	60,000	70,000	63,000	71,000	66,000	64,000	72,000	51,000	59,000	53,000	63,000	52,000	60,000	53,000	63,000	48,000	58,000	46,000	54,000	---	---	
1/4竖通	8×48	---	55,000	64,000	58,000	65,000	61,000	59,000	66,000	47,000	54,000	49,000	58,000	48,000	55,000	49,000	58,000	44,000	53,000	42,000	50,000	---	---	
1/5版	16×20	80,000	40,000	---	41,000	---	44,000	42,000	---	33,000	---	35,000	---	34,000	---	35,000	---	32,000	---	30,000	---	---	---	
1/5通栏	32×10	80,000	40,000	---	41,000	---	44,000	42,000	---	33,000	---	35,000	---	34,000	---	35,000	---	32,000	---	30,000	---	---	---	
1/6版	16×16	67,000	34,000	---	35,000	---	37,000	35,000	---	28,000	---	30,000	---	29,000	---	30,000	---	27,000	---	25,000	---	---	---	
1/6通栏	32×8	67,000	34,000	---	35,000	---	37,000	35,000	---	28,000	---	30,000	---	29,000	---	30,000	---	27,000	---	25,000	---	---	---	
1/8版	16×12	50,000	25,000	---	26,000	---	28,000	27,000	---	21,000	---	22,000	---	22,000	---	22,000	---	20,000	---	19,000	---	---	---	
1/8通栏	32×6	50,000	25,000	---	26,000	---	28,000	27,000	---	21,000	---	22,000	---	22,000	---	22,000	---	20,000	---	19,000	---	---	---	
1/16版	8×12	25,000	13,000	---	13,000	---	14,000	14,000	---	11,000	---	11,000	---	11,000	---	11,000	---	10,000	---	10,000	---	---	---	
1/32版	8×6	13,000	7,000	---	7,000	---	7,000	7,000	---	6,000	---	6,000	---	6,000	---	6,000	---	5,000	---	5,000	---	---	---	
报花	5×3	7,000	4,000	---	4,000	---	4,000	4,000	---	3,000	---	3,000	---	3,000	---	3,000	---	3,000	---	3,000	---	---	---	
上位通栏	32×3	50,000	15,000	---	16,000	---	20,000	20,000	---	12,000	---	13,000	---	12,000	---	13,000	---	11,000	---	10,000	---	---	---	
头版导读	5×4	20,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	
整版跨页	67×48	---	400,000/黑白	460,000/彩色	---	---	---	---	---	340,000/黑白	400,000/彩色	---	---	---	---	---	---	300,000/黑白	360,000/彩色	---	---	---	---	
分类广告	元/字	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	

户名:《中国企业报》股份有限公司 开户行:华夏银行北京车公庄支行 账号:1028200000248270

刊登说明

◇刊登各类广告须符合《中华人民共和国广告法》、《广告管理条例》及相关规定
◇报社不另收广告设计费
◇刊登于刊例中的标准规格为准,特殊规格(异型)的广告在原价格基础上加收20%广告费,具体刊例以本报规定为准
◇指定版次(10版以后)在原价格基础上加收10%广告费

◇要求7天内见报(加急广告)及指定时间刊发的广告,在原价格的基础上加收20%广告费
◇1/5版(含)以下规格要求套彩,需加收5000元/次,1、4版除外
◇广告费在广告刊出前一次结清
◇本报可接收的广告形式为:机打稿、电子图片(300dpi, tif/jpg格式)

《中国企业报》是由中国企业联合会、中国企业家协会主管的面向企业和企业家的全国经济类大报。秉承“面向企业,为企业服务”的办报宗旨和“原创、独家、深度、权威、影响力”的办报理念,致力于成为有品质、有实力、服务企业、服务中国与世界经济现代传媒。



★量身订制★