

彩票助力夕阳红 敬老爱老情意浓

古时民间在重阳节有登高祈福、拜神祭祖及饮宴祈寿等习俗。2012年12月28日,第十一届全国人民代表大会常务委员第三十次会议修订通过的《中华人民共和国老年人权益保障法》规定:每年农历九月初九为“老年节”。传统与现代巧妙地结合,使这个节日成为尊老、敬老、爱老、助老的节日。



据统计,截至2022年,我国60岁及以上的老年人口已经超过2.8亿,占全国总人口的19.8%。我国人口结构正处于由快速老龄化向深度老龄化迈进的阶段,如何推进健康老龄化,是我国面临的重大问题。



我国从2012年开始使用中央专项彩票公益金支持养老服务发展,截至2021年,我国共投入90.93亿元中央专项彩票公益金用于支持养老事业。

中央专项彩票公益金支持养老服务主要用于开展农村养老服务、养老公共服务、居家和社区基本养老服务提升等项目。

建设农村幸福院旨在解决农村老年人尤其是农村留守、高龄空巢老人的日常生活照料,在服务对象上,优先保障有需求的,特别是因子女长期外出务工经



商或外迁,身边无人照顾的留守、独居老人和散居的五保老人,并逐步向其他老人扩展,让他们在社区里实现老有所养、老有所乐。

居家和社区养老服务改革主要由试点地区用于扶持社会力量提供居家和社区养老服务,支持城乡敬老院、养老院等养老机构向居家和社区提供延伸服务,支持老城区和已建成居住(小)区通过购置、置换、租赁等方式开辟养老服务设施,支持依托农村敬老院、行政村、较大自然村利用已有资源建设日间照料中心、养老服务互助幸福院、托老所、老年活动室等农村养老服务设施,满足城乡老年人特别是空巢、留守、失能、失独、高龄老年人的养老服务需求等。

进一步提升基本养老服务是指支持项目地区为60周岁(含)以上的经济困难失能和部分失能老年人建设家庭养老床位、提供居家养老上门服务。如对老年人住所进行地面、卧室、如厕洗浴设备、物理环境等的适老化改造,配备网络连接、紧急呼叫、活动监测等智能化设备;通过购买服务等方式,鼓励引导养老机构、社区养老服务机构为老年人提供助餐、助洁、助行、助浴、助医、康复、护理、巡访关爱等居家养老上门服务。



除中央专项彩票公益金外,全国各地彩票机构还开展形式多样的敬老、爱老主题活动,向老人们送去了关爱和资助,在倡导孝老爱亲的时代风尚的同时,也助力营造了全社会共同尊老、爱老、敬老的浓厚氛围。

10月20日,浙江福彩主办的“浙里有福·山区助老”系列活动在丽水市景宁畲族自治县东坑镇正式启动。活动中同时举办了“山区助老流动帮帮车”发车仪式。三辆崭新的流动帮帮车将依托专业

社会组织为红色康养乡镇高龄、失能、空巢、独居等特殊老年人群体提供配送餐、助浴、理发、代购、出行、应急等基本养老服务和生活服务。

本次活动还组织了老人及嘉宾参观东坑镇“福彩暖万家·帮您理银发”服务点,体验山区特色养老、旅居康养等民政服务内容。

山东各地福彩组织开展慰问活动,为老人们送去生活用品和节日的问候。10月20日,由青岛福彩和青岛福彩养老院共同举办的“爱在福彩,情暖重阳”文艺汇演活动精彩上演,为老人奉上一场“文化盛宴”。10月13日起,枣庄福彩先后走进光明路街道东龙头社区、山亭区徐庄镇福利院、台儿庄区泥沟镇邵里村进行了慰问活动,为老人送去了生活物资。



全国各地彩票机构开展的敬老、爱老主题活动还有很多,且近年来呈现出规模化、常态化、品牌化的发展趋势,成为彩票机构践行公益理念的重要方式,也是社会各界了解彩票公益贡献的重要窗口。

老年人生活幸福水平是衡量一个国家发达程度的重要指标之一。养老是我国当前和未来相当长的一段时期内的重要民生话题。随着我国老龄化程度不断加深,需要社会各界为养老事业添砖加瓦,彩票公益金和彩票机构也将继续积极投身其中,发光发热,让老年人的生活愈加丰富多彩。

(摘自 国家彩票)



彩市知识窗

借文化之力,制造彩票“热点话题”



如今,在中华民族文化自信和文化崛起的时代大背景下,文化输出已经成为全社会的共识,这不仅体现在宏观的大国战略上,也体现在微观的品牌营销宣传中。任何一个品牌乃至行业要想被社会大众所熟知,必须要善于营造话题,建立与客户群体的常态化联系。而某个品牌乃至行业要想做好品牌营销,就要把握时下的流行文化现象,形成品牌与用户的互动,从而帮助品牌更快、更好、更久地实现增长。

近年来,各地彩票机构也高度重视彩票文化内涵的发掘,组织、资助各类和彩票相关的文化活动,为彩票行业的发展增加“文化”推力。

9月29日至10月13日,黑龙江福彩举办的全省首届“福彩公益文化节”在齐齐哈尔开展。

本届“福彩公益文化节”在齐齐哈尔市龙沙区工人文化宫广场进行,活动不仅在现场设置销售点,开展二次抽奖活动,还设置了丰富多彩的互动环节,参与的群众络绎不绝,现场热闹非凡。



活动现场通过展示汽车、电动车等奖品营造出怀旧氛围,将人们拉回到“大奖组”时代万众瞩目的热闹场景,同时也运用线上、线下相结合的方式,扩大活动宣传范围。活动期间,抖音“福彩公益文化节”话题播放量达210万余次,点赞量1万余次。

10月14日,“云南福彩嘉年华”公益宣传活动如约来到临沧,这是云南福彩自2022年11月5日开展嘉年华户外公益宣传活动以来的第9站,也是云南福彩2023公益摄影作品征集大赛获奖作品展州市展展的第1站。

在活动现场,绚丽的舞台灯光和精彩的节目展演,吸引了众多市民的参与,活动现场规划了舞台演出区、游戏互动区、福彩社会责任公益形象展板和宣传区、即开票体验区、云南福彩2023公益摄影作品征集大赛获奖作品展区等,整个活动通过网络直播、图片直播等多种立体传播方式,进一步打造福利彩票公益品牌形象,提升福彩品牌影响力。

2023年7月,云南福彩启动了首次公益摄影大赛征集活动,面向全国征集公益摄影作品4619幅,并将其中230幅优秀作品于9月27日至10月6日在云南省图书馆集中展览。优秀作品展在昆明圆满完成展览后,借助“云南福彩嘉年华”系列活动,云南福彩将部分优秀作品带到州市进行巡展,而临沧就是首站。

10月21日,“云南福彩嘉年华”公益宣传活动还将前往丽江古城玉河公园广场,届时活动现场将有文艺展演、公益摄影作品展、互动游戏等多个内容,让市民游客共享彩票带来的惊喜和乐趣。

近年来,各地彩票机构通过创新性的市场营销活动,为彩票行业营造了日渐繁荣的文化氛围。在全国各地,还有很多由彩票机构组织开展的“文化节”,历经多年的连续开展和不断升级,已经成为当地家喻户晓的品牌活动,例如连续十余年致力于推动全民健身发展、传递公益体彩理念“辽宁体彩文化节”,以歌舞、相声、杂技、话剧等多种艺术形式呈现的文化盛宴“天津福彩文化节”。

这些活动立意不同、各具匠心,结合地方特色,可以更好地利用当地文化、社会资源,也更容易获得当地人民群众的认同和参与,从而成为当地的“热点话题”。这些活动,不仅拓展了购彩群体,也传播了公益理念,对丰富人民群众的业余文化生活,促进彩票业健康发展具有积极的意义。

(摘自 国家彩票)

多地发放中央专项彩票公益金“两癌”救助资金

近期,海南、重庆、北京等多地妇联开展了由中央专项彩票公益金支持的“低收入妇女‘两癌’救助”资金发放工作。

2023年,海南省妇联积极争取到全国妇联中央专项彩票公益金支持低收入妇女“两癌”救助项目资金81万元,对海南省81名低收入“乳腺癌”“宫颈癌”妇女患者进行了救助。近日,海南省各地妇联举行了救助金发放仪式,将每人1万元的救助金送到81名妇女患者手中。下一步,海南省妇联将继续发挥“娘家人”的作用,指导各地妇联积极开展“两癌”筛查项目,普及妇女“两癌”防治知识,宣传和落实好救助政策,让更多符合条件的低收入“两癌”患病妇女得到及时救治。

10月19日,广西贵港市妇联发放全国妇联“低收入妇女两癌救助”中央专项彩票公益金144万元,共有144名妇女得到救助,每人1万元。

10月20日,辽宁省朝阳市龙城区妇联向身患“两癌”的5名低收入妇女每人发放救助金1万元。龙城区妇联把开展低收入妇女“两癌”救助项目作为一项惠及广大妇女姐妹的民生工程常抓不懈,积极开展宣传“两癌”防治知识和“两癌”救助政策工作。

为切实解决好低收入“两癌”患病妇女的实际困难,今年北京市西城区妇联积极争取全国妇联中央专项彩票公益金支持低收入妇女“两癌”救助项目资金7万元,对辖区7名低收入“两癌”妇女进行救助。在发放过程中,西城区妇联干部与受助妇女进行了深入交谈,详细了解她们的康复情况和家庭生活状况,并鼓励她们要乐观生活、积极治疗。

由中央专项彩票公益金支持的低收入妇女“两癌”救助项目,其救助对象为民政、乡村振兴等部门认定的低保对象、特困人员、易返贫致贫人口、因病因灾因意

外事故等刚性支出较大或收入大幅缩减导致基本生活出现严重困难人口,且经过有诊断资质的医疗机构确诊,患有宫颈浸润癌IIB以上或乳腺浸润癌的低收入妇女,救助标准为每人一次性救助1万元人民币,同一对象不得重复申领。该项目实施的地域包括全国31个省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团。

2011年至2022年,中央专项彩票公益金共投入24.82亿元支持低收入妇女“两癌”救助项目,年度项目资金投入也呈现上升的趋势。2022年,中国妇女发展基金会执行中央专项彩票公益金“两癌”项目救助资金2.8551亿元,救助28551名低收入“两癌”患病妇女。

(摘自 国家彩票)

