

公益的杠杆，让有需要的人有空间、有能力去选择人生的方向。”

2012年，迪马股份发起了针对贫困乡村青少年的乡村振兴专项行动“薪火公益助学计划”，通过关爱乡村儿童的“薪火·暖冬”和帮助贫困高校学生成长的“薪火·奖学金”，为乡村青少年建立了立体的帮扶系统，一直持续至今。

公益助学计划“薪火·暖冬”，从2012年至今，已累计为重庆市秀山县、城口县、奉节县、巫溪县、万州区长滩镇、石柱县等众多贫困县的上千名乡村少年送去温暖，支援数十所乡村学校。

而2012年创立的“薪火奖学金”，旨在帮助优秀青年学子将视线聚焦到远大志向，并在为之奋斗的过程中为其减少后顾之忧。

2020年12月16日，重庆工商大学与迪马股份2020年“创·新势力”颁奖典礼正式举行。30位贫困学子在学业、专业能力、社会经历等方面脱颖而出，获颁2020年度“迪马薪火·奖学金”。

2020年，迪马股份不仅为贫困学生进行助学资助，更以创新创业挑战赛的形式，鼓励更多同学保持对新事物的探索。这不仅是为青年学子提供帮扶与人文关怀，更是提供平台激发大学生的创业潜力，让优秀的人才发挥所长。这次比赛更是吸引了在校的156支队伍参与其中，角逐最终大奖。

企业与社会共生公益

除了在乡村做慈善、深耕教育领域，迪马在城市也有着做公益的优势，



上图：原·聚场也成为迪马做公益的场所。

那就是从自身的发展愿景出发，选择能够以专业能力深耕的社会议题，真正做到企业与社会共生公益。

例如，迪马泥溪儿童关爱中心引入的原·聚场品牌，就是迪马股份在愿景连接方面的一个成功案例。

迪马股份目前旗下是迪马工业、东原集团和迪马产发“三驾马车”的格局。而原·聚场就是东原集团社区文化运营的主要承载品牌。

作为房地产界的“文艺生”，东原从2013年就有了“俱乐社区”的概念，并梳理出童梦童享、友邻友趣、乐享乐配、优度优家四大社

下图：迪马抗疫。



区子品牌。其中除了优度优家是更偏尺度感、物理空间以外，其他三个子品牌都是来源于人和人的关系、人和社区的关系，目的也是要服务于这样的关系。

2017年6月，由东原打造的国内首个交付社区的社群空间——原·聚场于重庆东原D7区正式亮相，取得了空前成功。此后，原·聚场在全国各地遍地开花，成为东原乃至迪马的“明星品牌”。

罗韶颖始终认为：“解决城市发展进程中人们对安全、居住、社区、养老、成长的需求，就是我们发展愿景的根本。在做好自己的业务创新的过程中自然就会注意到一些非常有代表性的社会痛点，进而寻求我们可以做的突破口。”

在原·聚场，原本彼此陌生的邻居们因为烘焙课、手工课、戏剧表演、摄影展览、心理课程走到了一起，“熟人圈”因为共同的兴趣而被建立起来，有特长的业主甚至成了原·聚场里大家追随的“明星”。