



## 北京盛心阳光咨询有限公司

### 企业详情

企业官方注册名称：北京盛心阳光咨询有限公司

企业常用简称（英文）：Beijing Sheng Xin Yang Guang Zi Xun Co. Ltd.

企业常用简称（中文）：盛心、盛心阳光

所属国家：中国

中国总部地址：北京市东城区建国门内大街7号光华长安大厦18楼18单元

网址：<https://www.eapchina.net>

所属行业类别：EAP

在中国成立日期：2005. 10. 18

在中国雇员人数：77

### 业务详情

1、主要客户所在行业：快速消费品、生命科学（如医药，医疗器械等）、汽车及零部件、机械制造、IT信息技术，半导体及通讯

### 2、曾服务过的客户案例

#### 客户一：

所提供的服务类别	EAP
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	IT信息技术，半导体及通讯
客户当时的需求	2009年9月24日起，客户的EAP项目再次招标，因为原有的EAP项目服务时间是早8点到晚8点，客户需要一家真正的7×24小时的有标准化服务的供应商，同时提供符合国际标准的EAP服务内容，对于风险防控也希望有24小时的危机干预专家能够支持，另外，希望EAP服务能够与CHS部门的健康管理理念相融合。所以，当时在市场上只找到盛心阳光一家，能够提供7×24小时咨询师直接接听电话的服务，特别是在面对紧急事件的时候，及时启动预警系统，可以让员工接受到更专业的帮助和服务，也帮助组织防控风险和应对风险，盛心阳光的专业化EAP热线与接线预约系统、网络服务



	<p>平台、专业服务内容和形式都能够满足客户的需求。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>客户 CHS部门基于“员工身心健康关爱”理念的“员工帮助计划EAP”项目，覆盖客户全部分支的13000余名员工。</p> <p>客户打造健康的员工，目标就是致力于积极投资员工的健康和福祉，创造促进和支持健康选择的工作环境，促使员工在身体、心灵和精神上实现平衡。盛心阳光根据客户的需求提供多种个性化服务，如全人健康的EAP服务、特殊群体关爱计划、新员工展翅计划等。</p> <p>客户2009年的时候正式与盛心阳光开始合作，整体服务内容可以分成三个阶段，第一个阶段是面向个体的阶段，第二个阶段跟业务部门相互合作的一个阶段，第三个阶段为全人健康的阶段，更加关注人的全面的健康。</p> <p>一、第一阶段——面向个体</p> <p>除了标准化的EAP服务，客户的EAP项目也进行创新和升级。</p> <p>(一) 微信预约平台</p> <p>EAP服务媒介从热线到网络再到微信平台，方便员工使用，特别是自主预约功能的上线，提高员工的便捷度，让员工有不同的预约选择和资源享受途径。</p> <p>(二) 世界微笑日活动</p> <p>为了方便让分布较广的客户员工关注身心健康，客户在精神卫生日提出客户微笑日。通过网络收集和展示的微笑共赏照片行为，可以传递正能量的，基本成为了公司每年员工活动的标配。包括在各地组织健康月的线下路演活动，增加了EAP 的曝光率，让员工体验幸福，关注身心健康。</p> <p>二、第二阶段——组织服务</p> <p>(一) 新员工、新经理访谈项目</p> <p>为了让EAP与业务部门合作，从需求出发，客户和盛心阳光一起打造了新员工和新经理的访谈跟进。希望通过访谈表达公司的关爱，给员工进行适应性评估，分享客户内部和EAP的资源，并由咨询师挖掘新员工和新经理的资源，为新员工和新经理赋能。</p> <p>(三) 培训</p> <p>从2018年开始，客户与盛心阳光将以往的线下活动中普适性的内容升级到线上进行，并且加大了培训的内容，这一举措让培训的参与率爆发式增长，同时每年的培训主题中有50%是根据全年的调研展开，让员工自主选择第二年的线上微课主题。同时也为内部HR部门，多样化部门提供丰富的培训内容，涵盖不同群体、亲子主题、运动主题；为业务部门提供新员工管理培训，管理者业务培训等丰富的主题支持不同部门的需求。</p> <p>三、客户全人健康理念推广阶段</p> <p>大健康概念。客户以EAP为工具，通过全人健康项目的推进，助力组织全人健康管理。比如通过关注慢性病、心脑血管疾病、骨骼肌肉健康和心理健康，让员工全面关注自己的身心健康。通</p>





	<p>过管理倦怠、女性健康、照顾者支持、疲劳、预防自杀、EAP瑜伽、正念、伸展、呼吸等课程，让不同区域，不同业务部门从不同维度激活员工对自我身心健康的关注，关注健康，而非问题，让员工根据全人健康的标准自我成长和提升，而非只关注自己的问题停滞不前。</p> <p>与管理者合作。在客户内部搭建管理者精神健康知识库，让管理者分享自己精神健康的小故事，比如在您寻求应对/解决您的心理健康问题时，其他人如何最大程度地帮助或支持您？客户 员工如何支持彼此的心理健康？分享一个您实践的对您的心理健康产生积极影响的个人习惯？让管理者以身作则。</p>
<p>服务成果</p>	<p>客户的EAP项目服务成果如下：</p> <p>一、身心大健康关爱品牌，让人人关注身心健康</p> <p>客户“员工帮助计划”项目开创了国内IT领域员工职场健康及关爱范式，从关爱文化普及，到全人健康关爱再到重点人群关爱，涉及主题活动、培训、访谈、测评等丰富的EAP服务，同时每年10月开展不同主题和形式的健康月活动，树立了属于客户的有特色的身心大健康文化的关爱品牌。</p> <p>二、职场健康及关爱的三级管理体系，促进风险有效防控</p> <p>十四年来客户 EAP建立了员工职场健康及关爱的三级管理体系，针对全体员工、有困扰的员工以及发生危机的员工提供专业的心理健康教育、评估与干预，在向员工传递组织关爱的同时搭建起企业的心理健康风险管理网络。在管理方面，EAP与公司战略结合，在新员工适应力提升、管理工具拓展与变革风险拆解方面做出突破。</p> <p>三、多维度的全人健康行动，让全人健康深入人心</p> <p>通过每年的心理健康主题，从减少心理问题的污名化、反歧视等职场健康文化到提升觉察力、赋能员工以提高复原力、让员工行动起来，支持一个支持性的环境等举措形成公司维度、个人维度、管理维度的全人健康推广模式。组织层面，客户致力于通过多维度的培训减少组织中的压力源，关注特殊群体，创造关注健康的文化和习惯。从管理层面，让管理者能够了解不同群体的特点，为有问题的员工提供支持和帮助。从员工个人层面，从复原力、睡眠、戒烟、瑜伽、正念、慢病管理等维度，广泛推广促进身心健康的良好促进。</p> <p>客户员工帮助计划项目在与盛心阳光合作的14年发展过程中，在企业内部不断深入推广健康文化，配合客户全球职场健康理念的发展，做出了非常多的促进工作。并且多次在职场身心健康论坛中分享全人健康理念、落地案例和实践经验，为不同企业带来了宝贵的范本，同时也不断与企业一起共同探索成熟化的企业内部EAP发展路径。</p>



客户二：

所提供的服务类别	EAP
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	生命科学（如医药，医疗器械等）
客户当时的需求	<p>客户EAP一直以“为爱而生”的企业文化特点打造EAP项目。2013年，在互联网趋势下，客户希望通过互联网的方式，扩大健康文化普及，提升EAP项目覆盖率、使用率、知晓率，提升EAP项目的易得性和体验感，让员工养成对自我健康负责的生活方式。盛心阳光在2012年推出了中国最早的互联网平台盛心七频道，结合国际企业心理服务的发展趋势和新思路，整合优质资源，盛心七频道集学习、娱乐于一体，共分七大板块，分别为在线测评、在线学习、心理气象播报、阳光微博、趣味游戏、职场案例、心理百科。这七大板块涵盖了心理健康服务中的测评、培训、案例分析、娱乐减压、咨询预约、心理知识普及等众多服务类型，内容丰富、形式多样、贴合实际、紧跟潮流，可满足客户员工不受时间地点限制，随时随地自我学习提升和休闲放松等服务需要。同时，盛心阳光国际标准的设置、流程和专业服务队伍也是客户当时的需求之一，2013年客户更换供应商后盛心阳光一直服务至今。</p>
具体服务内容	<p>客户于2013年携手盛心阳光达成EAP战略合作，服务覆盖员工超过12000名。客户希望创建一个重视和支持心理健康的工作场所，并将心理健康作为整合一体化的健康工作场所和健康文化的一部分。</p> <p>EAP的标准模块中服务主要包括热线咨询（包括驻场、视频、面询、电话）、培训团辅、危机干预、EAP宣传推广（月刊tips、EAP关爱月等）、全人健康项目（戒烟、睡眠、减重、心流）、EAP大使、EAP网络平台、EAP与业务部门、内部团体工作的结合等。</p> <p>同时，客户EAP也在不断迭代创新，形成新的服务形式与内容。</p> <p>一、互联网化持续更新，移动互联与数据云平台创新</p> <p>在盛心七频道这一网络版的平台提升了使用率和便利度之后，随着互联网化的发展，手机移动端更加方便员工使用，“盛心微信平台”开始推出，员工可直接在手机端享受EAP服务。盛心微信平台”是成熟、稳定的心理综合自助平台，栏目包括心理测试、线上课程、预约咨询、问答专区、个人中心，心理健康阅读（含心理文章、心理减压放松音频、心理微课等模块），满足员工学习心理学、自我发现、自我调整的需求。同时，平台可以通过内容标签和用户标签形成标签体系，提取用户关键标签并形成用户画像，更好的为员工服务，提升员工体验和服务质量。根据员工的使用、浏览情况，形成一人一档，比如心理测评部分，可以动态看到自己不同阶段的心理测评结果和使用平台内心理训练后进行前后测对比的变化情况，形成员工的心理地图。</p> <p>二、客户“为爱而生”的文化，从企业内部到社会责任的推广</p>





	<p>1、持续构建员工健康网络</p> <p>除了标准的7*24小时EAP热线与咨询，各Site开展EAP驻场咨询的推广，设置不同主题的驻场咨询，方便员工在工作场所即可享受心理咨询服务。</p> <p>EAP网络平台上线使用，内容包含心理百科、心理测评、心理课程、趣味游戏等主题，让EAP成为员工触手可及的资源提升了EAP的覆盖率和知晓率，让EAP服务的推广更加贴近员工。</p> <p>2、EAP大使培养。2018年完成了客户区域“EAP关爱大使”的培养项目，共涉及6个Site的87位员工。EAP大使开始在各个site开展EAP项目的推广宣传，提高EAP的知晓度和使用率。</p> <p>3、EAP关爱月。客户EAP关爱月文化自2016年开始以来，每年都会如期举办，成为客户健康文化的重要标准。疫情期间，关爱月线下活动受阻，转为线上创新新形式，并在3月和12月复工前期和年终时为大家进行心理舒压，缓解焦虑和工作紧张等。</p> <p>4、公益项目。2014年，盛心阳光为填补中国本土戒烟领域的不足，策划推进中国的职场戒烟运动，盛心公益戒烟项目一经发布，通过戒烟咨询的方式协助戒烟，恰巧打消了员工对戒烟门诊和药物的顾虑，这也得到客户员工的积极响应，报名人数迅速接近百人。以“2014年公益戒烟项目”为起点，客户每年都会在内部推进戒烟项目，与其他客户一起共同推进中国的职场戒烟运动。同时，客户将为爱而生的文化从内到外推广，关心中小学教师的心理健康，学生心理健康，构建健康企业等，让关爱文化全面推广，让更多人受益。</p> <p>三、持续创新的标准化服务</p> <p>1) 与业务部门结合之“亲子乐翻天”：考虑到身为父母的员工平时因工作原因，在陪伴孩子的时间上可能会有所缺乏；通过亲子活动，在轻松愉快的氛围里，让员工与孩子、以及不同家庭之间有交流、互动，提升父母与孩子的亲密度，促进亲子关系的提升。从而，也帮助到员工更加没有后顾之忧的把精力投入到工作中。</p> <p>2)与业务部门结合之苏州冥想项目：由苏州驻点的厂长，ENDO 工程部 ENG LEAD以及GS部门运营经理等化身EAP冥想形象大使，带领大家一起参与冥想放松体验，从上之下推进全人健康生活理念。</p> <p>3) 与内部团队结合之守心者联盟项目：有内部 ADA 组织的关注职场心理健康的项目，在客户内部组织了不同形式的活动，包含邀请业务部门的负责人、高管等介绍自己的职场情绪，如何应对，让高管为 EAP 代言，形成 EAP 项目影响力，宣传 EAP，在不同 Site 组织读书分享会，让员工觉察情绪，觉察自我，学习利用资源。</p>
<p>服务成果</p>	<p>客户EAP核心的服务成果如下：</p> <p>1、使用率提升并保持平稳。通过创新的EAP推广方式和内容，客户EAP项目达到了2013年时的目标，让EAP在内部越来越被广泛</p>



	<p>知晓、使用和推广。EAP服务期间热线咨询使用率不断上升，近几年均稳定较好的使用率范围。</p> <p>2、EAP在内部不断联动。客户EAP项目打通与公司各个部门与业务直接的合作。比如与GHS部门、ER、HR部门的协同工作，让EAP越来越有存在感，让EAP成为了非常好的业务推进助手，为组织提供身心健康支持和风险防控支持，共同构建健康企业。EAP服务与内部健组织合作，发挥EAP价值最大化。比如EAP与客户内部ADA（守心者联盟）合作，定期在各区域开展读书会、大咖直播等高管直接参与，成为员工创新与并提高参与率的喜闻乐见的活动，这也让EAP更好为内部健康组织提供资源，让EAP进入组织健康文化构建的重要一环。</p> <p>3、员工的健康行为的改善。通过丰富的身心健康项目，让员工成为自己健康的第一责任人，养成良好的健康生活方式，通过几年的测评与调研发现，员工的健康行为不断改善，以戒烟项目为例，2015-2022年，合计帮助258名员工开启专业戒烟，39.59%的人在“无烟90”的项目后测回访中表示已经戒断，高于美国的25%；34.80%的参与者表示戒烟量明显减少。客户的多项健康促进项目不断实施，也获得企业健康促进示范案例奖项。</p> <p>总之，客户一直致力于建立能保护和促进所有员工健康，安全和福祉的可持续的健康工作场所，根据企业文化及业务发展的需求将健康文化推广与各部门资源结合，将EAP作为一个资源库，让EAP不断在内部深入连接。在多年的发展之下，客户的EAP服务长期保持稳定且良好的使用状况，在公司内各个部门形成良好的影响力，在行业内拥有很强的示范效应，提高了员工的身心健康水平，以配合公司业务快速增长。</p>
--	---

**客户三：**

所提供的服务类别	EAP
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	化工与石化
客户当时的需求	<p>客户是国内最早为国内员工启动EAP服务的企业。2010年，客户与盛心阳光达成合作关系，双方合作至今已有13年的路程。2009年，客户IHS部门需要EAP供应商能够满足将国际标准化EAP项目更好的在客户多分支扎实落地，因为客户多家分支机构分别采购，每个机构属性和岗位差异大，服务多样化，也需要国际标准的EAP服务和客户的安全文化结合，符合客户本土化发展的需求，并且帮助促进工厂安全生产和健康文化深入人心的项目需求，盛心阳光针对性的解决方案和专业队伍的配置能够满足需要，可以更好的与客户团队共创，打造适合客户的EAP项目。</p>





<p>具体服务内容</p>	<p>客户EAP项目从2010年合作以来,服务中国近5000人员工和家属。主要的服务内容如下:</p> <p>除了热线咨询(包括驻场咨询)、培训团辅、线上平台、线上微课、危机干预、组织变革支持、EAP宣传推广(路演、月刊tips、EAP关爱月等)等标准化服务内容以外,也具有独具客户特色的服务内容,通过丰富EAP活动,打造关爱员工的组织氛围,让员工不断了解EAP的覆盖范围,让客户EAP的使用成为员工和家人的有力和常用资源。</p> <p>一、与安全生产文化结合</p> <p>开展丰富的安全生产的培训课程和月刊。主题包含工作场所安全中的心理因素、工作场所安全心理因素自检清单,安全心理等主题,管理者心理安全培训、心理健康和身体健康相结合,安全意识和爱的动机的激发,问题员工的识别和应对,管理者培训,车间的基层管理者培训,树立安全意识和安全行为的提升。让EAP也融入在安全生产中,满足客户安全文化的需求。</p> <p>二、助力组织变革</p> <p>2015年开始持续变革,“新客户,心未来”的项目,从拥抱变化到部门和人员的调整,让管理者在变化中的心理适应和团队的激励,在变革中的风险防控。通过不同的服务内容引导员工从了解自我、了解团队、了解组织,以“爱的五种语言”线上测评及系列分享、行为改善活动为工具和媒介,带领员工打开自我,促进员工从个体、团队和组织的全面融合,提升组织效能。</p> <p>三、创新EAP服务内容与形式</p> <p>客户作为最早采用EAP的企业,存在的优势是员工的使用意识强,参与度高,这也随之带来员工对EAP项目的高期待和挑战,需要不断创新和优化系统,让员工体验丰富的项目。EAP项目组从心理安全的意识普及到管理者技能提升,再到全员开始对心理学技能和知识的深入体会和了解,一直在迭代内容和形式。让企业高管以身示范,促进健康。开展大咖代言项目。全公司集中性EAP主题活动,分区域进行以体验式、互动式的深度团辅、沙龙,结合心理学的表达性艺术治疗的展现形式,提升员工对EAP的兴趣和感官,在活动中引导员工发现自我、发现团队、发现组织,将自我内在和环境深度联结与融合。开展丰富的亲子、家人活动,比如家庭健康小测试,通过健康管理的项目让全家人关注身心健康,了解EAP项目中包含健康咨询,提高员工和家人对EAP的认知度。比如模范父母项目,引导员工从对家的关注中获取正面、积极的能量,激发内在动力,给孩子、家庭做模范、做榜样,从员工最关注的话题切入,引导员工焕发生命活力,从而把这种用力育儿、用力生活的动力带到工作中来,提升工作的动力和效能感。</p>
<p>服务成果</p>	<p>客户是国内最早为国内员工启动EAP服务的企业。2010年,与盛心阳光合作至今,形成了具有客户特色的服务成果。</p>



	<p>一、形成了具有客户特色的分级管理模式，促进了EAP的有效落地</p> <p>基于客户分支较多，分布较广的特点，开展分区分级管理，加深不同site负责人对服务的深入了解，提高主观能动性，参与建议与创新，让宣传和普及推广和日常工作的紧密结合。客户在每一个分支都设立了相应的联系人，负责日常工作沟通和协调。盛心阳光的项目总负责人在上海办公室，对应客户IHS部门在上海的总负责人和每一个分支负责人。盛心阳光规范的服务流程和整合的质量监控系统，保证了各分区服务的一致性和高品质，同时也通过分区管理，提高了沟通和工作安排的效率，将EAP真正落地到每一个客户的场所。</p> <p>二、针对性的服务和创新，在服务形式上，盛心阳光与客户协力进行了很多创新和尝试</p> <p>首先客户是盛心阳光的客户中首先形成各分支中周期性安排驻场咨询服务模式的项目。在安全生产方面，创新了不同主题的安全心理宣传知识和培训内容，让EAP与安全产业很好的融合。在培训内容方面，创新了系列心理电影沙龙、撸猫体验、健康饮料与餐食、精力管理特色训练以及特殊工作团队的心理干预小组等形式，这些活动都不断引领着其他企业的EAP项目。</p> <p>三、服务质量和数量成为全球EAP的典范</p> <p>客户EAP项目使用率持续成倍数超过国际EAP使用率平均值，而且各区均衡。客户EAP的热线咨询使用率和员工的服务满意度大幅提高，一直维持在较高的水平，员工和家属对EAP咨询的利用非常充分，客户员工特别蓝领员工居多的客户员工和家属都养成了使用EAP的习惯，同时客户特色的EAP项目质量也不断获得员工的肯定。</p> <p>在多年的EAP项目合作过程中，双方团队的文化交流亦被客户美国总公司视为供应商合作的典范，并发布推广至客户全球。</p>
--	--

档案内容更新2023年08月