

# 民生上海

## 福寿园篇

2014年11月2日 星期日 责任编辑:蔡瑾 视觉设计:陈嘉辰

# 福寿园 20 周年 绽放人生

■ 文 姚丽萍

人生的意义,在于曾经绽放;让曾经的绽放,成为人们心底最温暖的记忆,这是一个文化企业的价值追求。

在地铁一号线的换乘大厅里,每天数以百万计的客流,匆匆走过一块翠绿底色、彩蝶翩跹的巨大展板,即便只是匆匆一瞥,也不禁要眼前一亮。

是什么,让人感觉如此惬意?

是那个巨大的“爱”字,传递阵阵暖意?还是因为葱茏的绿意,在金秋时节,更显盎然生机?

是的,都是的——展示的意义,也正在于此,让匆匆的人们,即便在一瞬间,也能感受人生的舒展和明朗,希望和梦想。

今年9月30日—10月12日,东方传媒、申通地铁、福寿园国际集团等20家企业文化创新品牌在人民广场地铁1-2号线转乘大厅联展,超过60米的大型展览面向海量国庆客流。这也是福寿园第一次在这样的场合、这样的公益创意展上向公众发出自己的“价值宣言”。

一个从事生命事业的行业,古老又年轻。作为中国最大的殡葬服务提供商,中国殡葬服务业的领军者,一个承载记忆与情感的生命场所,一个传承传统价值观的文化企业——福寿园——在成立20周年之际,又如何突破传统,启迪未来?

1994年创业伊始,20年来,福寿园要做的,正是让“文化软实力”成为企业的核心竞争力。陵园文化,文化陵园,正是福寿园孜孜以求的理想。

过往20年,福寿园一直致力于突破传统、创新文化。通过“公墓变公园、祭祀变纪念、告别变美丽”的理念革新,承担起引领行业发展的企业责任,回馈公众公益温暖的社会责任,以及弘扬城市文脉的历史责任。

注重人文关怀、追求文化价值,努力创造新型企业文化。种种努力,正在逐步改变传统殡葬行业在公众心中的固有形象。

2008年,福寿园国际集团母公司——上海福寿园以人文艺术理念、以公园为主体

的环境建设和现代企业经营模式,被世界殡葬协会列入世界十大公墓,并冠以“东方最美的墓园”。2013年,上海福寿园被亚洲品牌协会评为“亚洲十大最具投资价值品牌”之一。2013年12月,福寿园国际集团有限公司(01448.HK)在香港联合交易所主板挂牌上市。这是中国大陆殡葬企业进入资本市场的“第一例”,也意味着福寿园将要承担更多的社会责任。

而所有的荣耀,都不及公众对企业文化品牌的认可。2014年金秋,福寿园的企业文化终于登上“大雅之堂”——与众多知名品牌一同宣誓我们这个社会所要弘扬的核心价值观。

作为尊重生命、服务生命的文化企业,福寿园将继续树立行业最佳标准,寻求与创造更新、更完善的生命服务模式;将基于对生死的思考所引申出的生活态度向社会与公众传播——对生命的尊重、对情感的珍惜、对历史的记忆,以及对人文精神的关照、对生命意义的探求!

