

民生上海 福寿园篇

福寿园经历了 20 年砥砺前行,当国际殡葬协会登上联合国教科文组织的舞台,当生命服务行业驶入资本市场的海洋,如何承担一个古老行业的新使命——

破旧立新 引领创变

□本报记者 姚丽萍



去年 12 月 19 日,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,成为中国内地殡葬业首家香港上市公司。

今年 6 月 3 日,在法国巴黎召开的联合国教科文组织《保护非物质文化遗产公约》缔约国第五次大会上,国际殡葬协会获得所有参会代表一致通过,成为联合国教科文组织缔约性 NGO 机构,享有缔约国待遇;福寿园国际集团作为国际殡葬协会会员,见证了这一历史时刻。

殡葬行业作为生命服务行业,这些事件必将激发其承担引领创新、转型升级、破旧立新的使命。福寿园 20 年砥砺前行,放眼未来,又该如何守护传承,创新变革?

今年 10 月 28 日,作为福寿园 20 周年庆典系列的重要活动——“破旧立新引领创变”高峰论坛,聚焦生命服务行业与当下社会经济文化发展密切相关的重大议题。论坛上下,围绕现代殡葬如何探索文化创新和市场化改革,业内人士做出专业解读。



□新闻背景

国际殡葬协会成为联合国教科文组织缔约性 NGO 机构

2014 年 6 月 3 日当地时间 16 时 18 分,于法国巴黎召开的联合国教科文组织《保护非物质文化遗产公约》缔约国第五次大会上,国际殡葬协会获得所有参会代表一致通过,成为联合国教科文组织缔约性 NGO 机构,享有缔约国待遇。

这一成果来之不易。国际殡葬协会秘书处及其殡葬遗产委员会为此付出了多年辛勤不懈的努力,通过联合国教科文组织国家间委员会及其审查委员会的严格审查、评估,国际殡葬协会同其他 21 个 NGO 组织一起,从 156 个申报机构中脱颖而出,最终成为联合国教科文组织缔约性 NGO 机构。

2003 年 10 月,联合国教科文组织第 32 届大会通过《保护非物质文化遗产公约》,旨在保护以传统、口头表述、节庆礼仪、手工技能、音乐、舞蹈等为代表的非物质文化遗产。《公约》(简称)已有 146 个缔约国,中国于 2004 年 8 月加入这一公约。

非物质文化遗产是作为文化人类学意义上的传统生活方式的总和,进入现代人的视野。国际殡葬协会被列入联合国教科文组织缔约性 NGO 机构,很重要的一个原因正是由于殡葬承载了历史,传递了精神,凝结着传统的生活方式和文化形态。殡葬,之于现代社会的真正价值,不在于对遗体的处理,而是要通过情感与人性的表达,唤醒对过往人、过往历史的了解与尊重,激活现代人在传统文化中的认同感。

成为联合国教科文组织缔约性 NGO 机构,这是国际殡葬行业划时代的成果,也是人类文明进步的标志。合力推动殡葬行业文化属性的真正回归,也正是包括福寿园在内众多活跃在国际舞台上的殡葬企业的愿景所在。



▲国际殡葬协会代表团在联合国教科文组织合影(右 2 为国际殡葬协会第一副主席 Teresa、右 3 为国际殡葬协会秘书长 Knap、左 2 为中国殡葬协会常务副会长张洪昌、右 4 为中国殡葬协会副会长王计生、左 3 为中国殡葬协会专家委员会秘书长伊华)



▲10 月 28 日论坛现场,福寿园作为中国公墓的杰出代表与南美最顶尖的玻利维亚公墓签约“友好公墓”



▲联合国教科文组织《保护非物质文化遗产公约》缔约国第五次大会现场

公众对企业文化价值的认可,最可贵

中国殡葬协会专家委员会秘书长、福寿园国际集团副总经理 伊华

过往 20 年,福寿园集团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,福寿园承担起引领行业发展的行业责任,回馈社会温暖的社会责任,以及保护和发扬历史文脉的历史责任。令人欣慰的是,这种注重人文关怀、追求文化和艺术的新型企业文化,正在逐步改变传统殡葬行业在公众心目中的固有形象。

今年 3 月 18 日,上海企业文化创新品牌展示展评活动在上海城市规划展览馆举行,福寿园集团作为唯一参选的殡葬品牌,与上海广播电视台、上海东方传媒集团有限公司(SMG)、上海申通集团有限公司、携程旅行网等荣获“2012—2013 年度上海企业文化创新十佳品牌”。在展示展评会上,福寿园集团从上海市 20 家品牌企业中脱颖而出,获得了 90.50

的高分。福寿园“尊重生命、致敬生命、突破传统、启迪未来”的企业文化理念得到了评委们的一致好评。

“上海企业文化创新品牌展示展评活动”由上海市思想政治工作研究会、上海市企业文化促进会,联合市有关部门组织开展,旨在集中展示上海企业在创新驱动、转型发展过程中的企业文化品牌形象,推动上海企业文化建设科学发展。

今年 2 月 10 日起,活动通过 @ 东方日记本新浪微博平台,开展集中展示、投票、微话题讨论等活动,根据网友投票结果选出排名前 20 的企业,并在 3 月 18 日通过现场展评决出十佳品牌。

福寿园能最终获此殊荣,是公众对一个企业的文化价值的认可,这是最为可贵的。这种认可,为这个沉寂千年的行业开启了一扇窗,照入了一缕阳光,是一种希望!

□新闻背景

福寿园上市成为中国内地殡葬业首家香港上市公司

2013 年 12 月 19 日,国内殡葬业旗舰品牌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,每股数为 1000 股,开市价为 5.30 港元,较招股价 3.33 港元上涨 59.16%。福寿园自在港公开招股以来,公开发售部分超额认购 678 倍,冻资 1140 亿港元,吸引超过 7.7 万散户参与认购,成为港股 2013 年以来认购人数最多的新股。

目前,中国的殡葬服务业是世界上最大,也是世界上增长最快的殡葬行业之一。业内观点认为,殡葬市场化是一个不可逆转的历史大趋势,是提升殡葬服务水平的必然选择。殡葬行业的良性发展也越来越受到资本市场的关注。从世界范围来看,美国行业巨头 SCI 公司早在 1969 年就登陆资本市场,其商业模式堪称行业楷模。而在殡葬市场化改革推进中的中国,国内最大殡葬服务提供商福寿园国际集团于 2013 年底赴港上市,标志着传统的中国殡葬行业首次进入资本领域和公众视野。



上市背后的变化与挑战

中国殡葬协会副会长、福寿园国际集团总经理 王计生

100 年后,殡葬会怎样?

我认为绝对不是现在的形态。它势必会随着社会和科技的发展不断变化。任何一个习俗都有一个兴起和演变的过程,未来的行业发展也会遇到很多挑战,但不变的应是:对生命的尊重,对人的基本权利的尊重。目前,中国殡葬行业正面临着一些变化与挑战。

首先,是文化心理和传统习俗。中国的殡葬业经过几十年的发展,目前已达到了一定的水平与规模,成为社会化的重要部分。但是人们二元化的殡葬观念始终没变,长期来重生不重死,重物不重意,虽然从形式上非常重视殡葬,但是在心理和行为上却排斥殡葬,忌讳死亡。

由于对生死观的理解在多方面处有一种逻辑矛盾的状态中,因此在意识上将殡葬排斥到整个社会之外,在社会的管理中将其列入另类。事实上,殡葬行业在社会上的定位还有很多需要我们去努力的地方。有人认为殡葬的传统性太强很难改变,但正如马云所说:“改变传统很难,但是不可能。”

其次是老龄化问题。我经常去国外出差,国外同行都问一个问题:中国殡葬行业如何安排好 13 亿人的死亡问题?



任何一个习俗都有一个兴起和演变的过程,未来的行业发展也会遇到很多挑战,但不变的应是对生命的尊重,对人的基本权利的尊重。

这的确是一个值得我们认真探讨的问题。目前,国外殡葬行业在研究人口的死亡率,第二次世界大战后爆发了婴儿潮,有婴儿潮就有老人潮,有老人潮就有死亡潮。2025 年—2045 年,中国年死亡人口将突破 2000 万,按每次丧葬活动 30 人参加计算,参加人次将达 6 亿之多。

美国人口 3.15 亿,年死亡数 250 万,殡仪馆 20900 家,公墓 23000 家;澳大利亚人口 0.2238 亿,年死亡数 15 万,殡仪馆 800 家,公墓 1300 家;中国人口 13 亿,年死亡数 980 万,殡仪馆 1729 家,公墓 1266 家。从这个数据的背后,我们可以思考很多问题,我们这个行业还要发展,才能服务好人们“有尊严地离去”。如何在这个行业中,体现对人生、人权、尊严的尊重,我们还要做很多探索。

同时,还有城市化问题。目前,中国正面临人类历史上一场快速城市化运动,城市化水平已从 1980 年的 19%跃升至 2010 年的 47%。“十二五”期间,全国城镇人口将首次超过农村人口。据麦肯锡全球研究院发布的数据,2025 年中国有 10 亿人居住在城市,将有 221 座百万人以上城市,23 座 500 万以上人口的城市、8 座千万

以上人口的城市、2 座 2000 万以上人口的城市。殡葬服务是以城市为基础的,城市化的加剧更需要发展殡葬服务业,以便为城市居民提供社会化、市场化、人性化的公共服务。

此外,改革开放以来,社会主义市场经济体系的逐步建立,市场需求的多元化,对殡葬的服务提供、商品供应与生产、活动策划等无不产生影响。这是市场化对我们的新要求,也将与过去单一所有制的殡葬形态发生碰撞。目前,对台服务贸易协议的承诺、中美贸易服务清单的谈判,表明中国政府在越来越多领域和行业开放的姿态。国内殡葬行业不能再关起门来“两耳不闻窗外事”,何况,民政部明确将殡葬行业列为服务行业范畴,这也为我们提高整个行业的服务理念、服务要求、服务规范、服务水准提出了机遇和挑战。

总之,殡葬行业发展的目标与研究思考的方向,最终将指向环保、尊重与纪念。这三者是互为相关、互为交叉。殡葬业不能将自己局限于殡葬的圈子之内,只有加强与其他行业的沟通与联络,才能使自身具有突破的思维,迎接未来更多的变化与挑战。