

春运公益:有阳光没囫途

■ 别水

文明的进步和转化,总会由此诞生新的社会伦理和道德规范,现代化的大潮亦不例外,公益,这个人类社会永恒而独有的话题,也正伴随着中国现代化的推进而渐渐发生变化。而引领潮头的,实际上也正是站在现代化最前列的企业和企业家们。

又到一年迁徙时

一年一度的中国大迁徙运动——“春运”已经开启。据发改委介绍,2014年春运期间,全国旅客运量预计将达到36.2亿人次,再创客流高峰。此外,根据气象部门预报,今年春节前期局部地区将出现较大降雪、低温雨雪冰冻和雾霾天气。面对各种与春节相关的消息,大家开始提前筹划,今年春节如何平安、顺利回到家呢?

2014年的春节前夕,阳光保险启动“春节回家顺风车”活动,这一活动计划在2014年至2016年,累计向“顺风车”车主和乘客免费提供30万份价值3.3万元的“顺风车险”,同时出台“拼车险”。助力无数为回家团圆而焦虑的中国人。

无独有偶,把目光聚焦到春节这个中国人最重要的团圆节日的,并非仅仅一家,比如海航集团发起“海航送爱回家”的公益活动,无偿赠送100多位困难青年、西部计划志愿者、海外勤工俭学青年的往返机票,金六福退出“春节回家互助联盟”……

三十多年的改革开放,二十多年的城市化历程,一方面,最传统的乡土观念仍旧保留在大多数中国人的意识深处,古老的价值和伦理仍旧影响深远。但另一方面,现代化最典型的代表、企业和企业家们,正在尝试着接受和建立新的价值。

企业的社会责任,这个看似陈旧的话题,在中国这片传承久远的土地上,实际上才刚刚萌芽,尽管开放已经三十多年,但是这三十多年中,企业的社会名誉,更多还集中在最原始的阶段,“国企等于垄断,民企等于原罪,外企等于压榨……”许许多多负面的词汇包围着中国形形色色的企业,而在从私社会到公民社会转型的过程中,中国企业,这个伴随着开放和现代化而诞生的社会群体,也还没有完全找到自己在这个社会应有的位置。

然而,短短几年间,越来越多的企业和企业家,开始转变态度,向公益进军,这样的转变,和中国的现代化一样,快速而坚定。

没有谁是天生的道德种子,相反的,太多的思想家和哲学家们在反复地论述人性的自私,并且不断地尝试在公共领域最大可能地约束这种自私,这即是古老的哲学和政治命题,也是现代化社会伦理的基础。北京大学教授张颐武说:“道德



是人类经验的总结,它一方面基于人类对理想的追求,另一方面也是基于现实利益而来。西方企业家的道德未必那么高尚,中国企业家也未必全是“为富不仁。”而决定这一切的,其实是环境。

寻找现代性平衡

究竟怎样的环境是真正适合现代化社会的?是真正符合多数人利益的吗?现代化的制度设计者们曾经长久地思考同一个问题:“一群有缺陷的个体如何组成一个秩序良好的社会?”思考其实早有结果,他们用法治去约束人性,用利益去驱动公益,张颐武说:“一个企业的社会责任、公众形象是关系到企业生死存亡的大问题,只有承担社会责任,才能长久地发展。巴菲特们大多不事生产,他们用钱赚钱,并不比用劳动赚钱更道德更高尚,但他们的名声却很好。”之所以好,正在于他们找到了长久的生存之道,“只有承担社会责任,才能长久地发展。反之,不承担社会责任,一味地聚集财富,很容易被整个社会所敌视。他们知道

公众形象的重要性,他们也因此更加重视公众的感受,对于公众的好恶也更敏感,以此来规避公共关系的风险”。

古典的中国哲学家们,把好人当做好社会的基础,他们坚信只有好人才能组成好社会,结果“人人是尧舜”的理想国,变成了伪君子的乐土。现代的思想家们则相反,他们把公私分开,好人是好人,好社会是好社会,他们假定所有人都是“无赖”,但却让所有的“无赖”都不得不去做好事。

这就是现代性的基本逻辑,并不要求每个人都做好人,只要求他们做该做的事情,非独企业家,所有的人都一视同仁。

中国的现代化如此之快,用三十年走完了西方300年的历程,这不是奇迹,只是后发者的便利,也正是这种便利,让中国社会和中国社会的人们,更简单、更快地找到最合适的规则。著名社会学教授夏学銮说:“在西方,企业家和政府的关系经过了敌对—监管—合作的漫长过程,而我们则一开始企业家和政府直接就是合作”,直达最终关系

的结果,或许让我们失去了漫长的磨砺和成长过程,以至于缺少社会责任感,但也是这种直接的学习,使我们更容易建立真正有效的社会秩序和价值伦理。

如今,快速化的混乱正在慢慢平复,企业和社会,逐渐变成稳定而长久的权责关系。而更值得注意的是,正因为快速的现代化,而使得许多传统的价值和伦理仍旧保留在社会的每一个角落。

比如乡土观念,这个农业社会最典型的特征,在每年的春运大潮中显露无遗。著名文化学者、中国社科院哲学所研究员李河说:“现代化并不意味着一种生活一定要取代另外一种生活,在美国,乡村被很多人视为天堂,正如海德格尔所说的诗意地生活,现代性和传统价值总是在寻找平衡,总是互为表里。”

中国的企业,正在逐渐寻找适应他们在现代社会中的真正位置,变成公益事业的引领者,而他们的公益,却又不同而地指向了那些古老而恒久的价值和道德,或许,这也可以看做是一种现代性的平衡。

阳光人寿首推“特惠春运险”

■ 开平

春运期间,大部分人出行会选择飞机、火车、长途汽车等交通工具。尽管这三类交通工具可能都含有一定的客运险,但保额往往较低,只能提供基本的意外保障。而对于平时出门不多,只是在春节长假期间才出行的人们来说,花费数十元、甚至上百元购买全年的交通意外保险实在有些不太合算。因此,为自己选择一份价格实惠、保障期限既合理又充分的交

通意外保险就显得尤为必要。

为此,阳光人寿推出“特惠春运版”交通意外险。客户只需5元或10元,便可以获得7天或30天的交通意外保障,其中包括50万航空意外身故或伤残、20万轨道交通意外以及5万客运汽车意外。该产品基本覆盖了春运期间回家的各种交通方式,帮助您抵御在旅途中可能面临的人身意外风险,您可以根据出行计划灵活选择。此外,阳光人寿的这两款产品均采用保险行业协会最新公布的《人身保险伤

残评定标准(行业标准)),涵盖10级281项伤残条目,保障更加全面。

为方便客户购买,阳光人寿这两款特惠型交通意外险产品支持手机微信和网络在线投保,您可以通过关注阳光保险公司官方微信服务号“阳光保险”或扫产品二维码等方式进行投保。如果旅途中发生意外事故,您可以随时拨打阳光保险全国统一客服热线95510报案或通过微信联系在线客服,阳光保险将全程向您提供帮助。

361° 与金门马拉松再启五年合作

■ 洪雅如 陈芳

近日,2014年金门马拉松盛大开赛。作为体育、文化交流于一体、推动两岸交流互动的运动与文化盛典,一年一度的赛事继续吸引数万参赛者与观光人潮。中国领先运动品牌361°连续6年携手大赛,并借由打造金门规模最大的一届马拉松赛事,弘扬灿烂的体育文化,凝聚两岸间人民情感,推动两岸深化交流和合作。

2014年金门马拉松恰逢金门建县100周年,比赛项目涵盖全程马拉松等四大项目,并吸引了美国等10余个国家和地区的选手参与到比赛中。据悉,361°作为首家赞助台湾地区大型赛事的民族体育品牌,在2009年以“热爱”跨越海峡,开启了与金门马拉松的五年的携手并鼎力支持赛事发展。

今年,361°与赛事主办方共同宣布,双方将继续展开合作,再次成为大赛未来五年的全球顶级合作伙伴及唯一指定运动装备。本届赛事,361°继续以顶级赛事服务与优势运动科技全力装备大赛,打造“蜂虎翔翎”专属运动装备,通过技术和设计创新,将金门特色候鸟蜂虎形象以及闽南特色屋脊曲线融入比赛服设计,并通过3D裁剪和轻薄排汗面料科技,使得轻盈度与舒适感完美结合,帮助参赛者彰显自信、释放激情,同时展现中国文化的丰富魅力。

资讯

燕郊世界华人收藏博物馆项目动工开建

2014年1月11日上午,备受社会各界关注的河北省重点文化建设项目——燕郊世界华人收藏博物馆正式奠基开工,这一具备国际陈列展览标准的私人艺术博物馆正式落户京东燕郊。

该馆位于燕郊南外环北侧,距离天安门直线距离30公里,处于高速发展的环首都经济圈的核心地带。博物馆项目总占地70亩,建筑面积49160平方米,由金石馆、世界华人收藏展览馆和金谷会三大部分组成。其中世界华人收藏展览馆功能区面积在国内外私人博物馆中实属罕见。

海航集团圆贫苦青年春节团圆梦

为帮助回家困难的青年实现回家团圆的心愿,海航集团在2014年春节前发起第二届“海航送爱回家”公益活动,通过提供免费的往返程机票,帮助春节期间回家困难的青年春节回家,与家人团聚。据悉,今年已是海航集团第二次举办送爱回家活动,动用了旗下海南航空、天津航空、首都航空、西部航空、祥鹏航空5家航空公司的航空资源助力学子回家团圆。去年春节,海航已向89位学子提供春节期间回家的免费往返程机票。

首届中国健康产业年度峰会启动

1月16日,“全国健工委健康产业经销商委员会新闻发布会暨启动仪式”在北京广播大厦举行。据了解,该委员会是具有国家官方性质的合法及具有执行职能的经销商委员会。

委员会将引领健康产业各级经销商严格遵守中华人民共和国所颁发的《直销管理条例》和《禁止传销条例》。保护合法经销商从业资格,维护经销商市场运营合法权益。同时,委员会将协助广大健康企业开启快速的事业直通车,使企业与经销商能够安全有效地实现利益双赢。

华泰路盛E70助力年轻人春节返乡

张先生是一名在北京打拼的“80后”,今年买了华泰路盛E70轿车,不仅日常生活便利了许多,受益最明显的就是今年春节。以往张先生一家三口,每年过节走亲访友时的大包小包,让紧凑型车捉襟见肘。

基于消费者对于大空间车型的切实需求,华泰汽车为路盛E70打造了远超前级的大尺寸、大空间。它接近4米8的车身与迈腾、帕萨特等中高档车型不相伯仲。路盛E70不仅提供了春节回家的舒适与便利,更是带给无数车主们一种快乐、自由的生活心态和对家乡的无比依恋。

《甲午年》邮票金银砖限量发售

为庆祝新春佳节的到来,经中国邮政批准,《甲午年》生肖邮票金银砖于1月5日隆重首发。

《甲午年》邮票金银砖正面以2014年发行的“马年生肖邮票”为主图案,背面为“马上送福”的吉祥印章图样。运用浮雕、磨砂和镜面等贵金属加工工艺,按邮票等大(等比)尺寸精工铸造。

《甲午年》邮票金银砖以三种规格限量发行:分别为金砖10g、30g、银砖100g;每锭金银砖之上刻有唯一发行收藏编号,并配收藏证书一本,金银砖收藏编号与证书收藏编号一致。

2014 首届防卫学推广新闻发布会在京召开

2014年1月20日上午10:00,首次媒体见面会在防卫学院召开。

本次媒体见面会由正义联盟防卫学协会、国际安全防卫学院、高扬凯业文化发展公司、北京云海精英安全技术咨询有限公司联合发起。来自社会各界人士及相关部门领导人出席了本次发布会。会上,协会秘书长黎阳就建立防卫学体系的理念、意义、内容和防卫学未来的发展趋势做出了详细的介绍。

防卫学作为有一套系统、先进、高效的技术体系,已经为北京市公安局便衣总队、铁路特警、空中警察提供了大量的技术培训。同时,防卫学又是一项可以全民参与,建立安保意识,有效提升个人和亲友安全的实用学科。

北京奔驰:恪尽企业社会责任

■ 吴正

2013年12月23日,一支由北京奔驰汽车有限公司志愿者团队与北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司志愿团队、经销商志愿者、车主志愿者、NGO组织、社会公众代表共同组成的150余人的梅赛德斯-奔驰“星愿使者”队伍,远赴四川雅安,开展了为期三天的爱心公益活动。

在雅安爱心公益之旅中,“星愿使者”们先后赶赴碧峰峡熊猫基地、宝兴县大溪乡和天全县始阳镇,为当地群众提供医疗急救知识

方面的培训,并为灾区的孩子送上爱心礼物。北京奔驰志愿者们们的这次爱心之旅,开启了梅赛德斯-奔驰雅安地震灾后援建项目的全面实施,在雅安当地乃至全社会引起了积极的反响,让处在灾后重建中的雅安人民真切地感受到了跨越疆域的大爱。

在“4·20”雅安地震后,北京奔驰汽车有限公司立即捐资1000万元,由北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司汇总梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司捐助的1000万元后,统一经梅赛德斯-奔驰星愿

基金规划,用以支持雅安灾后重建。

自成立以来,北京奔驰始终坚持以多视角承担起一个企业公民对社会发展的义务,通过在体育、教育、环保、公益等多个领域的投入,为中国企业社会责任的履行开创了一条值得借鉴的全新思路。

传承梅赛德斯-奔驰“唯有最好”的全球品牌理念,并立足北京,将构建北京的生态文明作为自己企业责任的重要一部分。在北京奔驰总裁兼首席执行官戴斯与高级执行副总裁蔡速平联合签署的“北京奔驰环境方针”中,就明确提出

了秉承实现绿色制造,走可持续发展的理念,在发展进程中坚持做到环保与效益兼顾。

身为中国高端汽车制造企业,北京奔驰立志打造一支更加本地化、专业化的员工团队,为中国汽车制造业输送更多优秀的专业人才。北京奔驰于2011年成立了培训中心,以实现本地化人才在人员素质和知识结构方面的全面提升。

蔡速平表示,未来北京奔驰将根据中国的实际情况拓展现有企业社会责任的项目,例如对贫困地区儿童和“两特”学生的资助等等。