忠诚,一种无与伦比的美丽

■ 蓝冰

近日,恒逸第二批“忠诚员工”名单公布,1185 位敬业爱岗、忠于职守的同志光荣上榜。2009 年 10 月 18 日,集团公司授予 119 位在恒逸工作 10 年以上的同志为恒逸首批“忠诚员工”荣誉称号。从那时至今,恒逸“忠诚员工”人数已悄然达 1304 位,其中 1288 位至今连续在岗工作,约占恒逸员工总数的 16%。

将一件事情做到极致就会创造一种无与伦比的美丽,而拥有一颗执著之心的“忠诚员工”和薪火相传的“忠诚精神”就为我们创造了这样一种无与伦比的美丽。

忠诚,在思想道德上,是指对特定对象赤诚无私,尽心竭力的觉悟;在实际工作中,是多年来敬业爱岗、忠于职守的体现,也是一个人践行职业操守必备的内在品格。如果说“忠诚精神”是恒逸家园里的一棵棵参天大树,那 1304 名“忠诚员工”无疑就是这些大树的年轮。伴随着企业的发展,数十年传承的忠诚精神凝聚起了一个美丽的恒逸大家庭,而这些在大多数忠诚员工身上体现的尤为明显。

“我在恒逸这些年”专栏中,“忠诚员工”向人们娓娓谈起自己参与和见证的故事,就像给我们打开了一副极具历史价值的画卷,里面的人物拥有一颗执著而甘于在本职岗位上兢兢业业、默默奉献平凡的心,参与的事情或许微小或许宏大,却都被记忆与珍藏,亦能温暖你我。赫然发现,“忠诚精神”从来不是只存在于教科书与宣教片中,而是一直就在我们身边以及就深植在我们的血液之中。

“如果能捏得起来,一盎司忠诚相当于一磅智慧。”忠诚是一名员工最宝贵的精神财富之一,那些数十年如一日立足本职、开拓进取、勇于创新的员工,他们用敬业、责任和奉献构筑着一种极致美丽的精神,始终是我们学习的榜样。

而作为“忠诚精神”的代言人,1304 名“忠诚员工”始终在本职岗位发挥主观能动性,团结带动广大员工,提升实现恒逸战略目标的凝聚力,为缔造更加辉煌的明天再立新功。把这一件事情做到极致,让这种精神散发无与伦比的美丽。具体到我们每一个恒逸人,不妨积极行动起来,以“忠诚员工”为榜样,把“忠诚精神”作为一个标杆,时常去度量一下自己的行为。

“理解”是最好的记忆

■ 近源

11 月 5 日至 11 日,亚太经济合作组织(简称 APEC)领导人会议周活动在北京怀柔雁栖湖召开。每一次的 APEC 会议,都可谓是对东道主软硬实力的一次大考。这一次,接过考卷的北京,无疑交出了一份出色而圆满的答卷。

成功举办好重大的国际活动,不但需要政府作出科学的统筹规划、合理的调度安排,在采取特殊措施与保障公民权益之间寻求平衡,更要用诚意去赢得公众的真心理解与支持。从 2006 年中非合作论坛北京峰会、2008 年北京奥运会、2009 年新中国成立 60 周年庆祝活动到此次 APEC 会议,北京在一次次组织举办重大活动中积累了丰富经验,城市运营、管理、应急实力与日俱增。

会议召开期间,北京参照国际、国内的通常做法,制定了机动车单双号限行(单日单号行驶、双日双号行驶)、部分工业企业和施工工地停工限产、与周边兄弟省区市联手行动等综合保障措施,全力防控大气污染。与以往政府单方面作出规定、公众遵照执行的“单向”模式不同的是,北京市政府在公布会议期间所采取的措施的同时,还向市民致信,恳请广大市民给予充分理解和大力支持,用实际行动共同营造优美整洁的社会环境和安全、祥和、喜庆、热烈的社会氛围。见微知著,“恳请”二字,可谓表达了政府的满满诚意。

在此次 APEC 会议前,除发布致市民公开信之外,北京市政府还特地群发短信感谢市民所作出的理解、支持与贡献;为了减少对市民工作、生活的影响,在制定调休放假安排的同时,北京市政府还调整了公交地铁的运行时间和线路,提高运力,尽可能缓解限行带来的不便。种种类似的细节,无一不是政府寻求理解、增进互信的一次次努力,无不体现了政府在治理行为中充分考虑了人性化和便利化因素。

每一次重大国际活动,都是历练公民精神的契机。正如在北京市政府的致信中提到,在中非合作论坛、北京奥运会、新中国成立 60 周年庆祝活动等历次重大活动中,北京市民都表现出了国家利益高于一切的责任感和无私奉献的精神,充分展示了新时期首都人民的注重礼仪、热情友善、文明礼貌的良好风尚,为国家、民族和首都赢得了荣誉。不仅局限于北京市民,而是作为现代公民,都应该具有热情大方、开放大气的精神风貌以及顾全大局、无私奉献、团结友善、热情好客的良好素养。

红顶商人胡雪岩有一句话是:“前半夜想想别人,后半夜想想自己”,说的是前半夜要想想别人,多站在别人的角度思考问题,后半夜再想想自己,检讨和反省自身。这就是理解精神。作为人民的政府,需要在工作中多站在公众的立场考虑问题,在政府管理与公众需求两者之间寻求平衡点,理解公众的需求,并用真诚换取公众的理解。相反,纵使出发点是为了人民群众的利益,却对家国天下他人统统漠然,那么再好的规划也只能落寞收场;而作为具备良好公民精神的公众,在国家利益面前,需要不断升华公民意识,敞开心扉,理解政府,严谨践行,用理解回馈政府的诚意。彼此真诚,才能心心相印,彼此理解,才能情情相融。此次 APEC 会议留在世人心中最好的记忆,除开那一片“APEC 蓝”,便是“理解”——来自政府、社会及公众互动中的理解精神。

赞 歌

■ 李龙真

东南胜地,
钱塘湖畔,
西湖遍甲天下。

萧山之南,
衙前化纤,
恒逸首屈一家。

四十年头,
数次扩张
历经沧桑繁华。

永不止步,
缔造辉煌,
更翻天堑之涯

恒道酬勤
逸志高远
来日赏尽烟霞。

第 183 期

魏城瑶 摄

“让”是一种美德?

■ 余志成

你也许想问:为什么要在这个无可厚非的标题后面加上一个问号?我其实并不是想去咬文嚼字的否认这份美德,而是想说,不要太在意“美德”这个标签。

最近,关于公交让座事件的报道,有两类是比较新鲜的,一类说的是,年轻人给老人让座后,在未收获感谢话语时,心生不快,与老人争执起来;一类是,老人遇到不主动给其让座的年轻人,破口大骂,甚至动手打人。有记者,就这类事情开设了一个专题“年轻人是否有义务给老人让座位”来随机采访路上的行人,采访到的年轻人,大多表达了同意的观点,觉得尊老爱幼是中华民族传统美德,年轻人就应该在公共场合以身作则,主动帮扶老人。而采访到的年长者,很多表达了并不认可的意见,他们认为,年轻人,工作繁忙,尤其是下班途中,身心疲倦,应该对他们表达关怀,让他们得到休息。

其实,这些采访者的回答就很好的回应了关于年轻人给老人让座的争论:这本不应该成为一种义务,更不能成为一项制度规定。让座是建立在人与人之间相互体谅,互相理解的基础上,一方给予别人帮助,收获对方微笑的纯粹举动。

如今,快节奏的生活影响着每个人的心态,结果导向的做事态度和过于在乎旁人的目光让很多人身披一张用于表演的画皮。整个社会在传递正能量,承袭各式各样美德的同时也滋生了一系列僵硬的标准,生活在这些条条框框里面,容易形成“个人自扫门前雪,哪管他人瓦上霜”的冷漠人际往来。就拿“让”来说,其行为的基础是自愿,行为的初衷是传递关爱,但在现实的社会环境下,很容易被美德绑架,而赋予美德的“让”会失去了其本来的意义。

让和受让双方都很难收获一份平衡,试想一下,如果你仅仅是怕被贴上不道德或者想收获他人赞美而让的座,内心的不情愿并不能让你收获一份助人后的喜悦,而被让座者,以一种理所当然的姿态享受着这份贴上道德标签的行为,也很难体会到世间的美好,收获简单的感动。

前段时间在网上看到一个点击率很高的视频,视频拍摄的内容开始于一个小男孩在街上玩滑板,不小心摔倒了,一个不相识的马路施工者来将他扶起,小男孩对他报以感谢的微笑向前继续走的时候,碰到将要过马路的老奶奶,他赶忙上前搀扶着奶奶,奶奶和小男孩道别后,碰到一位在投币机前翻包的女孩,她拿出自己的零钱递给了这个女孩……

视频的结尾是:这位马路施工者收获到了路旁一位餐饮服务员递来的一杯水,视频的题目叫做爱的传递,整段视频里没有对话,人与人之间都报之以微笑。我想,看完这段视频的人根本无暇去夸赞某人有道德,谁有爱心。而是,安安静静的享受着这份如沐春风般的美好,简单、纯粹而不仅仅是一种“美德”。

地球“无备份”

■ 毅铭

地球几乎年年在“发烧”,今年正向着有气温纪录以来的最热年迈进,大气中的温室气体浓度已增加至前所未有的水平,气候变化造成海平面上升、极端天气危害基础设施、城市酷暑导致死亡和疾病、干旱导致食物不足等风险。

此外,气候变化还会加剧贫困和经济问题,引发内战和暴力活动。世界各国都在密切关注着这个让人类赖以生存的唯一处所。因为地球没有“备份”,应对气候变化也没有“备选方案”,只有靠世界各国兑现当初在《哥本哈根协议》上的承诺,并付诸行动。如果拖的时间越久,面临的挑战就越大,将来付出的代价也就越沉重。正如联合国秘书长潘基文所言:“气候变化是我们这个时代的一个决定性问题。它正在界定我们的现在。我们的反应将界定我们的未来。”气候变化是全球性问题,需要全球性共同努力。

“没有备份”,看到这个词感觉耐人寻味。电脑坏了可以恢复,重装系统,而我们共同生存的地球是不可修复的,只有靠所有的地球人来共同维护。因此,采取必要的措施来保护赖以生存的地球环境关系着每一个的行动,并不是某个国家或地区的环境保护单位监管,或者每年开展一次“地球一小时”的活动就能轻易做得到的。

地球是我们共有的家园,我们都有义务和责任维系这个家园的美丽。地球环境的保护是每个人的自觉行为。也许一个小小的举动就能为环境保护作出贡献,比如,在家中,搞卫生减少化学清洁剂、杀虫剂,多种植物少用空调,做到人走灯灭,节约电能,多用淋浴少用浴缸,节约用水。又比如,在出行中,多用公共交通工具少用不用私家车,尽量走路上下楼梯少用电梯。在工作中,类似修正液等有毒文具尽量少用,节约用纸,不到万不得已不打印。在生活中,用自己的行动来保护地球环境,如垃圾分类,多用蓄电池或充电电池少用普通电池,不在人前吸烟,多做户外运动,少逛商场。在思想行动上,多关注本地的污染事件,随时举报投诉,让破坏环境的行为无可乘之机。

国家环境优美了,人民幸福安康;企业环境优化了,员工欢欣鼓舞;一个人的思想与行为环境焕然一新,则是脱胎换骨,一新人也。地球无备份,人生同样无备份,为了不可备份的地球和人生,我们该行动了。

市场的归市场 政府的归政府

■ 纪国营

北京招生 MBA 的 20 多所高校,每年 MBA 学费差额达到数万元,不同学校的学费差额更大,低的 5 万元,最高的近 40 万元。有些社会人士认为,高校的 MBA 学费没有统一定价,损害了学生受公平教育的权利。

近年来,我国各地逐渐把 MBA 学费定价权交给了学校,由此导致 MBA 学费持续疯涨。相关高校回应,学费暴涨是调整师资、课程,培养成本增加的结果。还有部分高校更直截了当地回应,“MBA 教育是一种商品,遵循市场经济的规律”。换而言之,MBA 教育是一种特殊的商品,根据市场供求关系来决定此项服务的价格。

MBA 收费应该市场化?还是应该把定价权利收回到教育部的手中,实行政府指导价?我国实行国家授予文凭制度,授予硕士文凭的 MBA 教育。那么,MBA 学费由“市场定价”是否正当?

首先,我们需要了解 MBA 的起源和学科特征。MBA 起初诞生于美国,它培养了为数众多的优秀工商管理人才,美国最大的 500 家公司的总经理、董事长等高层主管,绝大多数都是 MBA 毕业。从成功学角度来讲,MBA 意味着超群的能力、胆识、品德;代表着财富、地位、权力、荣誉;预示着希望、成功和辉煌。当 MBA 这种新型的教育模式引入中国之后,自然受到大家的狂热追捧,把 MBA 当作是社交圈子里的时尚。更有甚者,有些人把 MBA 当作是建立新的关系圈和找到如意郎君的纽带。

MBA 是培养能够胜任工商企业和经济管理部门高层管理工作需要的务实型、复合型和应用型高层次管理人才,特别强调在掌握现代管理理论和方法的基础上,通过商业案例分析、实战观摩、分析与决策技能训练等培养学生的实际操作技能,让学生更具有职业竞争的能力。

MBA 教育的特性,决定了它不是一项基础教育,更接近于商品服务的特征。首先,MBA 教育主要服务于工商企业和经济管理部门管理层人员,服务对象具有经济领域的从业经验,需要专业化和实战化的技能培养。其次,MBA 教育不但能增加学生的知识,更重要的是带给学生更直接的管理实战技能从而产生实际的利益。MBA 教育服务对象的专业化和收益的直接化导致了其从诞生那天起就具备很强的商品性。作为一种服务性商品,其收费也应该市场化。

MBA 乱收费,收费过高等存在的问题,本质上是市场不理性,和参与群体的盲目追捧有关。市场本身就具有自动调节的功能,如果 MBA 教育带来的收益过低或者是培养质量降低,学生们会重新思考进行下一步的选择,让 MBA 教育重新回归理性。国外也有这样的先例,在美国,MBA 教育初期,MBA 课程更是数不胜数,以致于出现了泛滥的情况。某些院校的 MBA 课程,素质上确实有问题,而且学费过高。八十年代后期为美国 MBA 的高峰期,到 1991 年,修读 MBA 课程的学生开始下跌。之后,经过市场的自然淘汰和民众对 MBA 的认知回归理性,报考人数重新开始上升。

当然,市场具有盲目性和滞后性。完全靠市场的自我调节,会怂恿这种盲目性扩张以及学费的不合理暴涨,在保证 MBA 教育商品属性在市场中竞争时,还应该加入政府的监管,得以让教育资源的最优化利用。教育主管部门,是市场的监管者,应该负责制定一套规则,保证 MBA 教育的质量以及透明化。对于 MBA 教育的学费制定,可以敦促开设该课程的高校公布办学成本,以及第三者机构对 MBA 学位点的评估和学生的评价体系等。

公开、公正、透明,让一切合法竞争都在阳光下进行,这才是政府的责任。党的十八届三中全会提出来的经济体制改革,核心问题就是处理好市场和政府的关系。市场的归市场,政府的归政府。MBA 教育在整个社会中虽小,但窥一斑亦可知全豹。

“冰桶”狂欢的背后

■ 雨桑

冰桶挑战是首先在 Facebook 和 Twitter 上所发起的活动,规则是参加者将注满冰块及水的水桶倒在自己头上,将整个过程拍成视频上传至社交网络,然后 @ 三名人士,被提名者需在 24 小时内做出回应,可选择接受挑战或捐款。目的是为了肌萎缩性脊髓侧索硬化(ALS)筹款,并借“倒冰水”这一行为表达对身患 ALS 病人及其家属的关怀和支持。

在美国,短短十几天已筹得超过 550 万美元的捐款。在中国,DST 老板 Yuri 向小米董事长发起挑战,使这一事件迅速进行互联网圈毫延至全国。从七月底到八月中,短短的两个月时间,“ALS” 冰桶挑战已经收到近 400 万美元的捐款,相比 2013 年同期的 112 万美金增长了将近四倍。这个活动无疑是成功的。

大家不禁要问为什么这项慈善活动会突然引发这么多名人的兴趣?因为“冰桶挑战”是一场娱乐化的慈善,挑战者只需花两分钟时间,上传视频到网络上就行了,并且较之以往,它还显得如此娱乐。其实在以往慈善机构设计募款活动时,除了普通的捐款之外,也搞一些募款晚会,明星义演,慈善马拉松等活动来达到募款的目的,但参与的人员往往是比较小范围或者是特定的群体,像这种各阶层名人,甚至是美国总统也被 @ 参加的活动却是绝无仅有的。这种波及范围不仅达到了募款的目的,而且也让全社会都了解到了 ALS 这种病的存在情况。

在骗捐、诈捐和暴力慈善等慈善丑闻出现的今天,中国慈善的公信力和竞争度都一直无法让人满意。所以,虽然这种慈善行为只是民间发起,“冰桶挑战”的出现并迅速蔓延,也算是中国慈善界刮过的一股春风了。相信关注“渐冻人”的“冰桶挑战”慈善活动的成功,会使慈善界出现更多以娱乐方式传播的各式各样的新颖的慈善活动,让大家在娱乐的同时,关注那些在灾难和痛苦中挣扎的人们,并伸出自己的援手。

但近日《广州日报》新闻报道称:“冰桶”狂欢之后,深圳的很多渐冻人患者并没有受到应该有的社会援助。也让一些人对该活动产生了质疑,认为该活动娱乐大于慈善,甚至有人怀疑一些并未收到挑战的人也上传视频,趁机炒作。而这场娱乐化的活动中,“挑战者”和“捐款者”也只是为了关注娱乐本身,而大多数人并不真正关心正在承受病痛折磨的“渐冻人”的具体情况。也说明该活动尚存在很多短板。

因此,笔者认为,尽管“冰桶挑战”活动以轻松有趣的方式宣传关爱罕见病患者的理念和相关的医疗知识,带动了社会各界许多有影响力的人士参与,起到了很好的效果。但是,随着社会关注度的提高,笔者建议活动的组织者要更加注重活动的实效,避免娱乐化、商业化的泡沫过度而损害了这场慈善。

地址:杭州市萧山区市心北路 260 号恒逸·南岸明珠大楼 2601 室 邮编:311215 传真:0571-82797666 E-mail:hyb@hengyi.com 印刷单位:杭州艺文报刊印务有限公司 (杭州市萧山区萧然南路 157 号)