



中国殡葬协会专家委员会常务副主任兼秘书长 伊华

中国殡葬协会专家委员会常务副主任兼秘书长伊华（左二）带领杭州民政局局长等领导参观福寿园并介绍企业文化

十九大报告作为一份谋划决胜，继往开来，事关党、国家、人民命运的重要文件，它涵盖了政治、经济、文化、民生、生态、国防、外交等多个层面，与每个人、每个组织都息息相关。

一、六个坚持 依循方略

1、坚持以人民为中心

“明确新时代我国社会主要矛盾是人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾，把人民对美好生活的向往作为奋斗目标。”（十九大报告原文，下同）

解读：死亡和告别质量的提高成为中国人追求美好生活的一部分，通过殡葬事业平衡、充分的发展回应广大人民的需求和期盼。

2、坚持全面深化改革

“坚决破除一切不合时宜的思想观念和体制机制弊端，突破利益固化的藩篱，吸收人类文明有益成果。”

解读：颠覆传统殡葬观念，改革行业体制机制，通过国际间的“观念进出口”，完善与发展中国殡葬服务业。

3、坚持新发展理念

“毫不动摇鼓励、支持、引导非公有制经济发展，使市场在资源配置中起决定性作用。主动参与和推动经济全球化进程，发展更高层次的开放型经济。”

解读：鼓励、支持、引导殡葬民营企业发展，市场机制将在殡葬行业的资源配置中起决定性作用。中国殡葬行业在积极参与国际交流的同时，也应服务国家战略，加速国际化步伐。

4、坚持社会主义核心价值观体系

“推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，继承革命文化，更好构筑中国精神、中国价值、中国力量，为人民提供精神指引。”

解读：培育和弘扬具有时代特征、中国特色和行业特点、与经济社会发展相协调、与中华民族传统美德相衔接的先进殡葬文化，发挥先进殡葬文化在推动核心价值观理念形成的重要作用。

5、坚持在发展中保障和改善民生

“必须多谋民生之利、多解民生之忧，在幼有所育、学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居、弱有所扶上不断取得新进展。”

解读：作为基本公共服务的一项重要，殡葬应以增进民生福祉为根本目的，与医疗、教育、养老等一样不可或缺。

6、坚持人与自然和谐共生

“建设生态文明是中华民族永续发展的千年大计。像对待生命一样对待生态环境，实行最严格的生态环境保护制度，形成绿色发展方式和生活方式。”

解读：以千年大计的高度，将殡葬工作与生态文明建设深度融合。节地、生态的安葬方式将作为今后殡葬行业改革发展的重点目标，成为构建生态文明建设的核心要素之一。

二、“四新”论述 预见未来

1、新经济体系

新经济体系的首要特征在于“创新是引领发展的第一动力”。未来殡葬行业将形成以殡葬企业为主体，以市场为导向，产学研深度融合的创新体系。如上海益善殡仪馆“生命晶石”工作室、龙华殡仪馆3D打印遗体修复工作室这样的模式，会让行业创新技术在市场的催化下不断迭代发展。

此外，新经济体系还具有鲜明的时代特征，那便是“互联网、大数据、人工智能和实体经济的深度融合”。虽然第一批互联网殡葬企业举步维艰，包括以行业“变革者”姿态进入的“彼岸”更是在今年2月开张。但中国传统殡葬业的“触网”已是趋势，以C2C平台模式为代表的一空网、爱佑汇等，已经聚合了数千家殡葬企业，推出一站式服务。互联网在促进殡葬行业信息对称、提升服务、整合升级等方面的作用显而易见。

2、新文化运动

十九大报告中关于文化的论断，不是虚无的形而上学，而是“转化为人们的情感认同和行为习惯”。这种紧密的情感需求和文化趋同，与殡葬行业有着天然的联系。因为殡葬不仅建立了生者与逝者的情感联系，更连接着文化的传统与现代。

所谓的“新文化运动”，除了传承与发扬传统，更需要“把社会主义核心价值观融入社会发展各方面”。纪念历史，不忘过去，殡葬行业可以将更多的纪念场所，建设成为爱国主义、社会主义教育基地，引导人们树立正确的历史观、民族观、国家观、文化观。

3、新社会治理

首先，健康中国的战略，是出于对人口老龄化的积极应对。2015年中国60岁以上人口已达3.6亿人，占总人口比例约26%。李克强总理去年提出的“全生命周期服务”，其不仅仅包括生前健康服务，也可以延展到生命的终点，是一个养老、旅游、健身、休闲、殡葬等产业融合形成的新业态。

其次，生命教育事业的发展，是中国加快建设学习型社会、大力提高国民素质的必由之路。生命教育是一个多学科交叉的范畴，涉及哲学、心理学、社会学、教育学、医学等，应作为社会通识教育的一部分，融入国民教育体系。而今，随着以琼瑶公开信为标志的传统生死观触动，以及国家对社会力量兴办教育的进一步支持和规范，生命教育的推进和发展正当其时，而殡葬行业应该以更加主动的态度参与进来。

4、新生态文明

十九大报告中重点强调“生态文明建设功在当代、利在千秋”，而生态文明建设在殡葬行业的投射，便是节地生态安葬的推广。2016年2月，民政部等9部门联合印发的《关于推行节地生态安葬的指导意见》，是国家在殡葬领域推进生态文明建设的首个专门性文件，让殡葬改革站在了一个新的起点。

十九大报告中还特别提出“形成节约资源和保护环境的空间格局、产业结构、生产方式、生活方式”。这意味着节地生态安葬不仅是土地资源的节约和利用，更不是简单了事就可以达成的。它需要注入人文情怀和艺术表达，从而形成一种简约适度、绿色美好的生活方式，被市场和群众所接受。

（本文根据伊华在第37期全国现代公墓建设培训班上的课程报告整理）

福寿园

http://www.fsygroup.com

倡导精神文明

探索现代理念

营造文化氛围

弘扬传统美德

P2 福寿园品牌价值获评价 42.17 亿元

P3 学习考察系统化临终产业链
——福寿园国际集团参加日本关西殡葬产业展

P4-5 2017，一起走过的日子
——福寿园国际集团全年回顾

P8 满足精神需求 创造美好生活
——集团首席品牌官伊华谈十九大思想方略与行业趋势分析



本报主编：周珏 编辑：罗元元、唐幼幼 封面摄影：张明喆 锦州帽山安陵
福寿园国际集团主办 2017年12月31日 农历丁酉年冬月十四 2017年第4期 总第103期
地址：上海市漕溪北路88号圣爱大厦1306室 电话：021-54255151 邮编：200030



福寿园国际集团
FU SHOU YUAN INTERNATIONAL GROUP
01448.HK

福寿园品牌价值获评价42.17亿元

2017年11月,Asiabrand(亚洲星云)陆续颁发2017年度品牌价值证书,福寿园国际集团(01448.HK)品牌价值达人民币42.17亿元。本次评价机构为亚洲首家品牌管理系统化服务机构——亚洲星云品牌管理(北京)股份有限公司,其依据《中华人民共和国资产评估法》、国家标准《品牌价值—品牌价值评价要求》(GB/T29187-2012),并基于“Asiabrand品牌价值法”进行评价,把品牌发展潜力、未来可能的品牌投入变量等更多因素加入考量范畴,力求更加客观科学地计算企业品牌价值和市场竞争能力,更能体现企业未来品牌增值趋势。

本次评价涉及了财务数据、工商信息、品牌历史和文化内涵、研发和创新能力、质量和服务水平、品牌稳定度、客户关系强度、企业信用度、法律保护度等要素。其中,福寿园品牌在质量和服务水平、创新引领性两项上分别获得了100分、115分的高分,最终品牌指数得分达到518分。

2013年12月19日,福寿园国际集团在香港联合交易所挂牌上市,率先成为中国殡葬企业踏入资本市场的典范,并于2016年12月正式被纳入深港通标的范围。上市四年以来,福寿园国际集团产业涵盖公墓、殡仪、殡葬设备、生前契约、规划设计、生命教育等领域,业务扩展至上海、河南、重庆、安徽、山东、辽宁、福建、浙江、江西、江苏、广西等十一个省区或直辖市的二十余座城市。

福寿园国际集团上市以来承担更多社会责任,投入更多公益项目,并且通过多种形式守护社会文化价值,提高社会民众生命质量和生活质量。此外集团举办生命服务学院培养人才,软实力在四年中不断突破,品牌美誉度大幅提升。福寿园先后获得“亚洲十大最具投资价值品牌”、《福布斯》发布的“中国上市潜力企业百强”、“2015港股100强之新股最具增长动力奖”、“2016上市公司年度大奖”、第六届中国公益节“2016年度公益集体奖及年度公益创新奖”、“2017中国上市企业创新品牌100强”、“第五届全国文明单位”等多项荣誉和称号。

福寿园国际集团首席品牌官伊华表示,此次品牌价值评价是对福寿园国际集团过往品牌发展及未来潜力的充分肯定。福寿园将不忘初心,在继续拓展和升级品牌文化的同时,传承传统文化,推动生命教育,促进社会价值观和生死态度的改变,更好地满足人民群众对美好生活的追求。(文/晏宜亮)



品牌价值证书



2013年12月19日,福寿园国际集团在香港联合交易所挂牌上市

上海福寿园获评第五届全国文明单位



11月21日,上海市精神文明建设工作会议在上海召开,中共中央政治局委员、上海市委书记李强(前排中)在会前亲切接见上海的获奖代表并合影(四排左四:福寿园国际集团首席品牌官伊华)

2017年11月17日,全国精神文明建设表彰大会在北京举行。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在人民大会堂亲切会见参加大会的新一届全国文明城市、文明村镇、文明单位、文明校园、未成年人思想道德建设工作先进代表和全国道德模范代表,勉励获奖集体和个人再接再厉,在社会主义精神文明建设中再立新功、做出表率。中共中央政治局常委、中央文明委主任王沪宁参加会见并出席表彰大会。福寿园国际集团母体公司——上海福寿园实业发展有限公司作为此次获评的全国殡葬行业三家单位之一,荣登第五届全国文明单位榜单。

11月21日,上海市精神文明建设工作会议在上海展览中心友谊会堂召开,中共中央政治局委员、上海市委书记李强在会前亲切接见上海的获奖代表并合影。福寿园国际集团首席品牌官伊华代表上海福寿园,与上海市浦东新区人民法院、上海广播电视台东方广播中心、上海市公共卫生临床中心、上海市龙华殡仪馆等获奖单位代表共同参加座谈会。

上海福寿园作为福寿园国际集团的母体公司,二十余年来坚持“感知生命、绽放人生”的核心价值观、“生理生命的告别、精神生命的延续”的经营理念、“以人为本、文化为根”的企业宗旨、“建文化陵园、创陵园文化”的目标定位,以及人文殡葬、绿色殡葬、公益殡葬、科技殡葬、和谐殡葬等一系列先进理念,积极推进物质文明、精神文明和生态文明建设。上海福寿园各项经营管理和优质服务得到了社会各界的广泛好评,先后获得全国殡葬工作先进单位、全国殡葬改革示范单位、全国绿化模范单位、中华慈善奖、上海市著名商标、上海市

文明单位、上海市职工职业道德建设十佳标兵单位、上海市三八红旗集体、上海市爱国主义教育基地、上海市红色旅游基地、生命教育基地等多项荣誉和称号。

从1994年上海福寿园初创开始,福寿园创始团队就怀着“做好企业,改变行业”的心愿,希望改变行业面貌和社会认知。2013年福寿园国际集团在香港上市之后,福寿园进一步提出“从物质文明走向精神文明”,意在通过公司上市之后的创新和成长,促进行业乃至社会文明的进步。

为全面践行社会主义核心价值观,上海福寿园还通过常态化“六个一”管理,以“四德教育”为重点工作领域,开展上海市社会各界清明感恩纪念活动、“先贤与城市记忆”系列论坛、“百姓家史”系列丛书、“世界因生命而融合”全球纪念活动(中国区)、“笑口常开福寿圆满——欢乐进社区”等主题活动。上海福寿园还创建了国内首个纪念先烈、先贤群体的人文纪念馆,成立人文纪念馆研究所、中共党史人物研究中心等,深化中国特色社会主义和中国梦的学习教育。

全国文明城市是在精神文明建设中含金量最高、综合性最强、影响力最大的单位名片,福寿园国际集团将以此次获评作为集团创建文明工作的检阅和鞭策,深入学习贯彻党的十九大精神、全国精神文明建设表彰大会及上海市精神文明建设工作座谈会精神,不忘初心,切实履行企业责任、社会责任、行业责任、历史责任和公众责任,继续以行业新文化推动行业改变,更好地满足人民群众对美好生活的追求。(文/晏宜亮)

铭记历史 缅怀先辈

——“青记”后人到福寿园缅怀范长江先生

“青记”是中国青年新闻记者协会的简称,是中国共产党领导下的新闻界统一战线组织。“青记”由范长江、夏衍、陆诒、邱岗等新闻界人士发起成立,于1937年11月8日在上海诞生。今年是“青记”成立80周年,“青记”成立会址纪念馆揭牌仪式11月3日在上海的南京饭店举行。为参加此次活动,“青记”的部分后代们于日前来到上海,并专程前往上海福寿园人文纪念馆,瞻仰“青记”发起人之一范长江先生的纪念像,铭记历史,缅怀先辈。

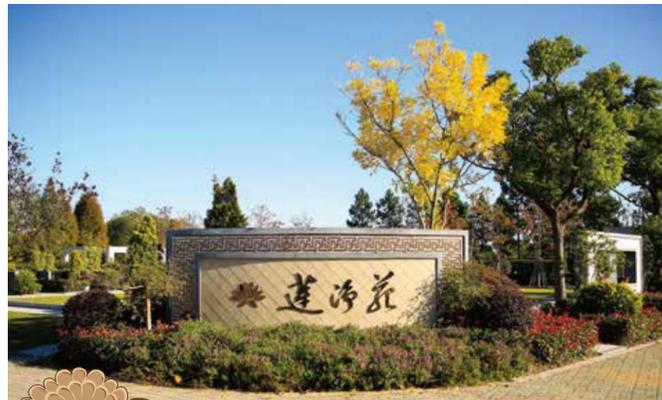


范长江长子范苏芬参观“新四军与上海”图片展

11月1日上午,著名新闻记者范长江长子范苏芬、邓拓之女邓小岚、华侨女记者黄薇之子黄坚来到上海福寿园君子园,在范长江纪念像前敬献了花篮,共同向为中国新闻事业作出过重要贡献的范长江先生鞠躬致敬。“青记”诞生在硝烟四起的抗战初期,是抗日战争时期及解放战争初期著名的全国性新闻记者组织,规模最大时在广州、香港、桂林等城市设有分会,会员发展到一千多人。范长江先生作为“青记”的发起人之一和主要领导人之一,始终关心“青记”的发展,始终奋斗在坚持抗战、捍卫国土的新闻岗位上。以范长江先生为代表的“青记”会员们,用朴实无华、真切翔实、极具感染力的作品鼓舞军民斗志,为中华民族的反侵略战争留下了饶有意义的真实记录。

之后,三位“青记”后代来到救国会七君子纪念馆,以及刻有范长江、沈谱夫妇名字的新四军广场纪念馆前敬献了花篮(今年适逢范长江夫人沈谱同志百年诞辰),表达了对抗战先贤的崇高尊敬和深切缅怀。

三位“青记”后代还参观了上海新四军广场,正在福寿园人文纪念馆举行的“新四军与上海”图片展,以及纪念馆内的范长江展厅。范长江先生曾于1942至1946年间在新四军中从事革命新闻工作,为中华民族取得抗战胜利做出过重要贡献。(文/苗青)



感恩节那一天 我在墓地

世界上的事,说是无序,其实都是有序的,只不过大部分时候,这个有序的参考系大到常规方法不能观测到,一件事对另一件事的影响可能是非常非常间接却准确的。

3年前,我从没想过自己会站在这里。那会儿,福寿园是我的一个工作项目,得知是墓地后,我本身是拒绝的,一个墓地要拍宣传片,这……内心十分纠结,是否把客户资料带回家,我都小小的挣扎了一下。后来的事都算顺利,比较成功赢得客户,对殡葬行业的认识也有所改变。从讳莫如深到时常认真思考、谈论,这样的转变,无疑需要时间,也更需要某个触动内心的瞬间。

初次到福寿园墓地,堪比公园的风景确实跟想象中完全不同。(这次拍摄期间,还有小伙伴一直问我,这不是墓地么,墓碑都在哪?深思熟虑的景观设计,让整个园区更像公园。)触动内心的瞬间来得很突然,就在我看到一个同龄逝者的墓碑那一刻。生死这样的话题,平时谈论是一回事,真正这么近距离看到已故的同龄人的墓碑,那绝对是另外一回事。上面的时间凝固在最后一刻,她的生活戛然而止,与她亲密相关的人与事,被推进不再有的世界,那种不可抗拒的力量,余波未息,顺着视线,撞进心里。这个瞬间像一颗石子,投进观念的湖面,一阵涟漪过后,很多东西悄然改变。

生老病死,概括人生。遗憾的是,对最后一个字的谈论,被紧紧锁定在最后的时刻。出生时我们谈论希望,成长时我们谈论青春,生病时我们谈论健康,唯有对“死”保持沉默,



寻梦环游记感想

皮克斯出品的《寻梦环游记》刷爆了每个人的朋友圈。我也去凑了热闹观影,将近两小时的魔幻体验,又一次让我对迪斯尼电影在情感方面的把握佩服不已,每次都能从最普通的讲述中找出泪点和爆点,让人感动、流泪。

《寻梦环游记》以墨西哥亡灵节为故事灵感,墨西哥人认为,在每年的11月1日和2日,逝者会以亡灵的身份重返世间和生者重聚。生者则会盛装打扮,以迎接逝者的归来。影片中,歌声动人的12岁小男孩米格从小热爱音乐,他想效仿自己的偶像——音乐家歌神德拉库斯,追寻自己的音乐梦想。但米格的家族因为先人的经历,有着禁止音乐的传统,他们拒绝让米格接触音乐。一次偶然的机会,米格在亡灵节来到了亡灵世界,一场奇幻历险就此启程,关于梦想、家族的谜团也逐渐解开……

当看到后半段时,我忍不住默默地掉泪了。脑海里一直想起几句催人泪下的台词:“在爱的记忆消失以前,请记住我”、“家人是比梦想更重要的事情”、“可以不需要原谅,但不应该被遗忘”等。自己不禁思考这个问题,梦想和亲情,家人和事业哪一个更重要。答案或许是显而易见的:梦想固然重要,但和家人在一起才是更重要的。

或许很多人谈论到死亡都会有恐惧害怕,会感觉冰冷、阴暗,在大众看来也不乏痛苦悲伤。有生,自然有死,每个人迟早都需要面对死亡。其实,死亡的恐惧是可以消除的。我们之所以对死亡充满恐惧,是因为死亡的“未知”,我们真正恐惧的是充满未知的东西。我们不知道人死后会去向何方,怎么样了,我们对死亡一无所知。

而这部影片让我明白的是,其实死亡不是永别,忘记才是。死是另一种生的开始,它会在人们的追思中升华活人与先人之间的情感,并透过之前的美好记忆来给生者的生活提供更为强大的动力。人从出生到这个世上,都是带着使命来的,在执行使命时和你的家人、亲戚朋友结成的缘分需要倍加珍惜——因为在这里团聚的时间不多,下次团聚就要到另外一个世界了。(文/上海福寿园业务部 陆园)



福寿园15城推广生前契约 料三年销售增半

内地殡葬业近年来发展迅速，为业界带来众多商机。福寿园（1448）正在力推“生前契约”，公司高层在上海接受香港文汇报专访时指，早前预测“生前契约”在内地的接受程度不高，但在实际销售中市场反应却颇为热烈。截至上月底在内地已经累积销售逾千单，照保守估算，未来三年内销售可按年增长50%。目前福寿园已在与香港的业界沟通，或有机会进入香港市场。

“生前契约”全名是《生前殡葬服务协议》，在欧美国家即指Preneed，源于英国遗嘱信托。美国自上世纪80年代推广以来，目前的普及程度已经超过90%。所谓“生前契约”，是指当事人依照自己的意愿（宗教信仰、生活习惯及喜好），就本人或他人去世后的殡葬服务内容及其所需要的殡葬物品，在生前提前安排，并与专业殡葬公司签订合同。



契约内容可增删

福寿园日前在上海亲和源养老院举行主题文艺汇演，推广旗下“生前契约”项目。福寿园福寿之家事业部总经理赵宇表示，去年集团最初在合肥试点“生前契约”，今年年初正式推广，目前在辽宁、山东、安徽、江苏、上海、浙江、福建、江西和重庆等地的15个城市均有销售点，一年来累积销售了逾1,000张单。其中上海是“生前契约”销售主力，自3月启动以来，短短几个月即超过了300单。

根据不同城市的物价水平，福寿园的“生前契约”价位各异，上海分为6,800元（人民币，下同）、12,800元，以及21,800元三种基础价格，同时亦可根据客户的个别需求，替换或扩容契约中的项目。

保值功能成卖点

福寿园上海公司总经理赵小虎直言，中国人对谈论死亡颇为忌讳，原本还以为坊间对“生前契约”的接受程度



不高，但实际销售却远好于预期。据其观察，有三类老年群体对“生前契约”的需求强烈，其一子女长期在国外；其二没有子女；其三子女不可依靠。上述群体整体数量巨大，在养老机构中更是占到七成之多。

此外，“生前契约”的保值功能，亦是卖点之一。赵小虎指近年来仅殡仪馆消费同比涨幅达7%到8%，即便契约在20年至30年后执行，各种服务仍将依据目前的约定价格。

提前锁定客户

虽然“生前契约”销售火热，但赵宇强调，考虑到契约执行、维护、监督和管理等能力需进一步打磨，至少在三年内，集团推广“生前契约”会相对保守。重点依然是福寿园目前有相关产业布局的15个城市，料销售至少按年增长50%，3年超过一万单亦有机会，但前提是要先提升执行能力，才可放量销售。他并提到，未来随着业务量的增加，集团也会考虑更加商业化的模式，例如与当地供货商合作。

赵宇并指出，推广“生前契约”并不是为了盈利，目的是提前锁定殡葬客户。他坦言，内地殡葬行业获客成本很高，业界厮杀惨烈，有些机构获客成本可能高达30%、50%甚至70%，卖一块墓地70%给了介绍人，但福寿园不愿意参与低级竞争。他并透露，目前福寿园整个集团的佣金水平约为6%至8%，内部财务管理目标是希望将佣金降到5%以下；期望通过“生前契约”，提升增值服务，令获客成本（即佣金）下行。

拟进军香港殡仪市场

除了福寿园，内地保险公司泰康亦有经营“生前契约”业务。赵宇指保险公司尚需外包、采购相关殡葬服务，服务质量、标准或难以控制，福寿园销售契约后，可以亲自执行。

论及香港市场时，赵小虎指香港市民的消费能力很高，但受制于资源稀缺，殡葬服务却较内地落后。今年香港一殡仪馆项目正好即将到期，要续签或重新选择供货商，福寿园正在与之沟通，希望有机会进入香港市场。

（香港文汇报记者 章萝兰 上海报道）

选择福寿园“福寿康宁”的原因

上市公司 托福安心：福寿园国际集团（HK.01448）是目前中国最大的殡葬服务提供商，是中国殡葬服务业的领军者和整合者，被称为“内地殡葬第一股”。系首家获准加入国际殡葬协会的中国公司，被评为2015年《福布斯》中国上市潜力企业百强。

精英团队 服务放心：福寿园国际集团拥有一批经验丰富且稳定的高级管理团队，专注生命事业二十余载，一直处于行业创新的最前沿。上市以来业绩稳定增长，不断扩大影响力。产业涵盖公墓、殡仪、殡葬设备等领域，业务扩展至上海、重庆、合肥、济南、郑州、锦州、厦门、宁波等十余个城市。

双重保障 保值信心：生前契约具有经济和 service 的双重保障，是人生重要规划之一。价格透明，消费资源，具有可转让性。提前锁定服务价格，规避通货膨胀风险。

自主规划 家属省心：24小时服务热线，一站式殡葬服务。针对不同客户需求，提供多元化服务套餐。专业执行团队包揽一切繁杂礼俗，承诺为每一位逝者家属带来无微不至的人性化服务。



福寿康宁
FU SHOU PRENEED

第37期全国现代公墓建设培训班暨总裁研修班圆满落幕



中国殡葬协会副会长兼公墓工作委员会主任王计生
课程《现代公墓发展之道》



中国殡葬协会教育科技文化工作委员会主任葛千松
解读现代公墓营销

11月28日，由中国殡葬协会主办，公墓工作委员会承办的第37期全国现代公墓建设培训班暨总裁研修班在上海福寿园生命服务学院圆满落幕。本期培训班共计来自全国23个省（市、自治区）的75名学员参加，参加单位数达50家。培训班特邀业内外资深授课导师，分别从不同的角度多元解读，拓宽思路，并结合十九大报告从行业的角度进行了深入分析，带来新角度、新实操、新思考。

战略的高度，哲学的思考

中国殡葬协会副会长兼公墓工作委员会主任王计生的课程从哲学的角度解读了现代公墓建设发展的过去、现状与未来，并对殡葬工作进行了形式、内容、结果三个层面的对比，提出做好殡葬事业的“三要素”，即需要哲学的思考、理性的规划和感性的执行。

北京大学医学人文研究院王一方教授作为特邀嘉宾，从财富、医学与死亡的联系方面做了深入探索与阐述，并从哲学角度分享了身外与身后、善终与哀荣的觉悟。王一方教授认为，和医学一样，殡葬也具有多元、多轨、多学科、跨文化的特征。殡葬从业者不仅需要社会责任感，还要带有尊重，向人们传递爱的温度。

内涵的分析，市场的探讨

中国殡葬协会教育科技文化工作委员会主任葛千松立足公墓市场现状，结合大量优秀公墓案例，分析了在新的市场与环境下，公墓如何突出个性品牌，保证优质和细心的服务。此外，葛千松主任生动阐释了作为一名殡葬从业者如何从做事和做人两方面进行个人提升，以好的状态和心态从事好生命事业。

上海理工大学工商管理系副主任、副教授鲁虹和上海理工大学管理学院副教授林凤分别授课《转型背景下的公墓市场营销》和《公墓业的现状与发展》，从殡葬相关课题的研究中，探讨了在转型背景下，如何做好现代公墓的市场营销与发展。

政策的研究，趋势的解读

党的十九大为殡葬事业改革与发展指明了方向。本期培训班特邀中央党校哲学部副教授郝栋结合对政策的研究，对党的十九大报告进行了深入的解读。中国殡葬协会专家委员会常务副主任兼秘书长伊华以“满足精神需求，创造美好生活”为主题对十九大报告做了解读，并从行业自身的角度分析了殡葬发展新趋势。

现代的规划，设计的探索

天景佳境陵园建筑设计有限公司常务副总经理袁天伦从设计的美学和规划的合理性探讨了未来殡葬设施的规划发展新趋势，并对不同地域、不同文化背景下的殡葬设施规划提出了独到的见解。上海松鹤园营销部部长孙丹萍就上海举办的小型家庭合葬墓设计大赛获奖作品做了详细的解读与介绍，并结合九部委对节地生态葬的指导意见，从产品未来的设计方向与趋势做了探讨。

文化的融入，国际的视野

中国殡葬协会文化遗产工作委员会副主任、国际交流与合作委员会副主任，河北石家庄中山陵园董事长赵志国从文化创新的角度带来对公墓经营思考的分享，从殡葬的功能、文化创新的内容和文化的落地三方面解读了如何将真正的家文化融入到公墓的经营并加以多元的创新和演绎。

中国殡葬协会公墓工作委员会秘书长束婷分享了国际殡葬最新资讯，结合国际优秀案例的分享，从多元创新、科技人文、细节服务和个性化等方面探讨了未来殡葬的发展空间与无限可能性。

特别策划：营销主题案例析

互动式案例教学，作为总裁研修班的一大亮点，围绕营销和策划展开案例解析，要求学员结合背景分析其文化、产品、营销等定位和 market 分析，通过小组和个人共同探讨，最终呈现完整的案例分析汇报，以促进综合分析和实战能力的提升。本期案例汇报环节特邀中国殡葬协会顾问朱金龙作为专家进行现场点评和指导，并由福寿园国际集团总裁助理邵亦波担任本期案例实战导师进行解析与总结。

此外，培训期间，学员分别参观了上海福寿园、上海松鹤园和上海清竹园，并特别实地参观学习了上海小型家庭合葬墓设计大赛作品，学习绿色节地生态葬，交流创新殡葬与服务，探索行业人文、科技、环保新趋势和新思路。

集体的努力，满载的收获

五天的学习与付出，学员收获满满。在结业典礼上，学员不仅获得了结业证书，更收获了专业的知识与友谊。本期培训班特邀嘉宾——新华传媒集团《培训》杂志副主编陈然到访并寄语道，培训班多年坚持培养专业人才，殡葬行业也经过不断的成长与发展，在有责任、有情怀的从业者们共同的浇灌下，展现绿色、和平、有希望和有温度的行业新风貌。

（文/束婷）



关西殡葬产业展会现场合影（中：福寿园国际集团执行董事兼总裁王计生
左4：集团首席品牌官伊华、右4：集团总裁助理王琼

福寿园国际集团参加日本关西殡葬产业展

2017年11月8日—9日，福寿园国际集团执行董事兼总裁王计生、集团首席品牌官伊华、集团总裁助理王琼等9人组团前往日本大阪参加关西殡葬产业展。

本次为福寿园国际集团首次组团参加关西殡葬产业展。产业展涉及日本殡葬主业以及相关产品的展出，已不仅仅局限于殡葬服务，而是往生前服务延伸以及往后继续延展，形成了一个较为完整和系统化的临终产业链。展会期间专门策划安排了中日殡葬座谈会，中国殡葬协会副会长、福寿园国际集团总裁王计生，中国殡葬协会专家委员会常务副主任兼秘书长、福寿园国际集团首席品牌官伊华等与日本殡葬界多位企业家和学者充分交流，针对双方的服务业态发展、市场拓展和文化创新、业界展会的组织等内容展开讨论。双方均对中日两国殡葬业进一步加强交流和合作，共同促进行业发展而充满期待。日本葬送文化学会副会长福田充、镰仓新书会长清水祐孝、TSO国际代表取缔役佐佐木刚、玫瑰园创始人中本隆久等业界知名人士参加座谈会。

两天的会展，福寿园团队除了参观了解目前日本殡葬产品的研发、创新趋势，还听讲了不少讲座，其中包括《葬仪会议在面向未来市场的应用战略与战术》、《葬仪公司内部人员培养介绍》、《生前事业讲座》等热门课程。从中可以发现，日本目前面临较为严重的少子老龄化阶段，甚至已经提及“无子老龄化”概念。未来日本殡葬业发展的任务将更加艰巨，因此从殡仪公司内部挖掘潜力，改变目前的战略方式，同时开发生前相关产业成为了企业发展的新动向。

此次大阪之行收获颇丰，参观团通过展会，对目前日本的殡葬最新发展动态有了了解。日本在提升葬仪品质方面花了很多的工夫，在细节方面已经做到极致，依然不断地寻求突破和发展。同时日本把殡葬这块产业向前后分别作了延伸，在目前殡葬业遇到瓶颈的时候，开发了临终板块（由老人和家人一起，与殡仪公司共同探讨和思考当老人过世时候的各种葬仪愿望），“生前创”（通过生日宴会等，邀请老人亲朋好友共同祝福的同时，请葬仪公司拍成花絮，用于将来老人过世后的影像资料）等方式重新定义了“葬仪”的意义。这些也给参观团带来了很多的启发和思考，是对中国殡葬业以及福寿园集团在殡仪业务发展上一次深度的再认识。

（文/施冠中）



中国殡葬协会副会长、福寿园国际集团总裁王计生在座谈会致辞并介绍中国殡葬业发展趋势



展会现场

2018年总裁致集团全体员工

新年寄语

亲爱的全体福寿人：

新年伊始，我谨代表福寿园国际集团董事会及管理层，向全体福寿人，以及理解、支持你们的家人致以新年的祝福和诚挚的感谢！

2017年是意义非凡的一年。这一年，党的十九大胜利召开，开启了决胜全面建成小康社会、全面建设社会主义现代化国家的新征程。同时还明确提出了中国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾，以及人民对美好生活的向往就是我们的奋斗目标，为我们的事业进一步指明了方向。这一年，全国殡葬工作座谈会就推进殡葬改革发展做出了全面部署；这一年，福寿园继续以促进殡葬文明进步为己任，着眼全局、服务行业、奉献社会，各项工作取得了新的进步。

回顾2017年，福寿园持续发展，努力提升服务质量，积极创新服务产品和方式，同时继续深耕核心业务，积极开疆拓土、占眼布局，在横向和纵向上不断扩容。

2017年，我们深化实施“两个调整、三个靠拢”、“提高效益、效率和效果”的战略部署，以自我革新的勇气和钉钉子的锐气，调结构、补短板、重布局，向管理要效益、为发展打基础，在局部市场出现经营困难的情况下，全集团一盘棋，戮力同心、攻坚克难，胜利实现了全年收入、利润的增长目标。

2017年，集团的版图扩张再有落子，完成了洛阳仙鹤陵园、天泉佳境陵园建筑设计公司的收购，且重庆西郊福寿园项目和安徽宣城马山殡仪馆项目的建设正在顺利进行中，即将投入运营。此外，集团与江苏省高邮市殡仪馆签订了BOT合作协议。下半年，福寿园投资广西华祖园，正式进军广西地区，为当地提供墓地及殡仪服务。如今，福寿园已扩展至上海、河南、重庆、安徽、山东、辽宁、福建、浙江、江西、江苏、广西等十一个省（自治区、直辖市）的二十余座城市。随着版图扩张，福寿园的品牌知名度和优势经验呈现逐渐覆盖全国之势。

2017年，“福寿康宁”生前契约收获良好的市场反响，亦带动行业准则更为规范，服务流程更加透明。通过积极进行业务布局，生前契约已超千人签约，成功迈出进入殡仪预售市场的第一步，将成为殡仪业务发展的重要战略支撑。

2017年，我们大力推进环保火化机产业发展战略，产品技术质量和可靠性进一步提升，推广受到市场高度关注，并已开始占领市场。相信火化机业务的拓展能成为改变殡葬环保战略的重要布局，同时给集团带来可观贡献，成为推动福寿园发展的又一重要引擎。

2017年，我们继续为行业发展做贡献。在民政部门的关心和全国殡葬协会的指导下，组团出访、邀约来访，与美国、澳大利亚、日本等多个国家的各类相关组织和同行交流探讨，增进了解、促进合作，不断丰富和发展殡葬文化的内涵。继续承办全国公墓建设培训班，以开放包容的胸怀热情接待八方来客，无私奉献福寿园智慧，在与兄弟同行的交流合作中共谋行业发展福祉。

福寿园之所以能够成功上市并在四年来赢得资本市场的青睐，取决于福寿园独有的密码，包括了思维模式、经营模式、文化理念等。这是静态沉淀的历史经验，更是福寿园品牌的灵魂所在。去年末，福寿园品牌获得了人民币42.17亿元的估值水平，这也充分反映了福寿园极高的品牌美誉度和不断扩容的价值内涵。

福寿园是社会的企业，也是公众的企业，我们的目标是要在上市以后成为社会、股东、企业、员工都赢的百年企业。福寿园的发展与行业的发展、社会的发展紧密相扣。展望2018年，让我们全体福寿人朝向共同的愿景前进，继续开拓，不断发展，以行业新文化推动行业变化，更好地满足人民群众对美好生活的追求！

福寿园国际集团执行董事兼总裁

王新兰

2017 一起走过的日子



回顾 2017，集团持续深耕核心业务，积极拓展产业布局，通过文化创意、跨界传播等提升行业形象和影响力，为集团发展和行业进步营造了健康向上的生态环境。

深耕核心业务，主营实体业绩实现良性增长。紧抓行业发展契机，通过积极创新服务产品和方式，强化经营管理以持续提升核心竞争力，推动已有业务的持续健康增长。

积极拓展业务布局，提升行业整合能力。版图扩张迅速、扩张策略趋向多元，业务版图从刚上市时的8个城市，扩展至上海、河南、重庆、安徽、山东、辽宁、福建、浙江、江西、江苏、广西等十一个省、自治区或直辖市的二十余座城市；扩张策略从单一的收购到PPP及BOT等多样化合作方式。四年中，新增殡葬设备、生前契约、生命教育等业务板块，从而覆盖了殡葬全产业链，在业内首屈一指。

● 2月17日，宣州区政府与福寿园国际集团合作建设的马山殡仪馆项目举行了隆重的复工仪式。

● 4月19日，集团赢得公开投标，并就建立高邮市殡仪服务中心与政府运营的江苏省高邮市殡仪馆订立框架协议。



福寿园集团与高邮市殡仪服务中心签订框架协议现场合影

● 5月31日，“宁德市蕉城区殡仪馆延伸礼服务项目”签约仪式在福建省宁德市蕉城区殡仪馆隆重举行。

● 7月21日，“泰安市泰山区殡仪馆委托管理”签约仪式在山东省泰安市泰山区殡仪馆隆重举行。

● 9月3日，由上海市市长应勇率领的上海市党政和经贸代表团一行约120人，赴大连参加沪连对口合作座谈会、经贸合作签约仪式并考察交流。福寿园国际集团董事局主席白晓江，集团执行董事兼总裁王新兰随团参加上述经贸交流考察活动。

9月5日，福寿园淮北方山纪念陵园项目顺利合作三年之后，福寿园再次携手淮北市殡葬服务中心，就淮北市殡仪馆殡仪服务项目签订合作协议。本次合作，将打通淮北公司殡葬产业链，开创福寿园淮北公司殡、葬一体化的服务进程，对福寿园在皖北地区的业务拓展具有重要的战略意义。

● 9月18日，集团认购广西华祖园投资有限公司（「广西华祖园」）60%股权。同时，上海福寿园与华祖园（北京）投资有限公司（「华祖园北京」）将在广西钦州市成立合营公司钦州华祖园投资有限公司（「钦州华祖园」），与钦州政府深入合作，在当地专注提供墓地及殡仪服务。

股价表现反映市场认可

2013年上市招股价为3.33港元，2016年12月，福寿园正式被纳入深港通标的范围，至2017年11月底股价高见6.52港元，市值超过140亿港元。四年中股价虽有波动，但总体不断成长，充分反映资本市场对福寿园的认识逐渐深入、对集团发展宗旨与价值理念的不断认可、对集团前景越发看好。

品牌价值不断突破

● 9月9日，由亚洲品牌网、香港大公文汇传媒集团、外交部中国亚洲经济发展协会、商部《国际商报》社共同主办的“第12届亚洲品牌盛典开幕式”在香港隆重举行，福寿园作为唯一的殡葬品牌，成功荣获“中国上市公司创新品牌100强”，“中国百家好品牌”荣誉称号。



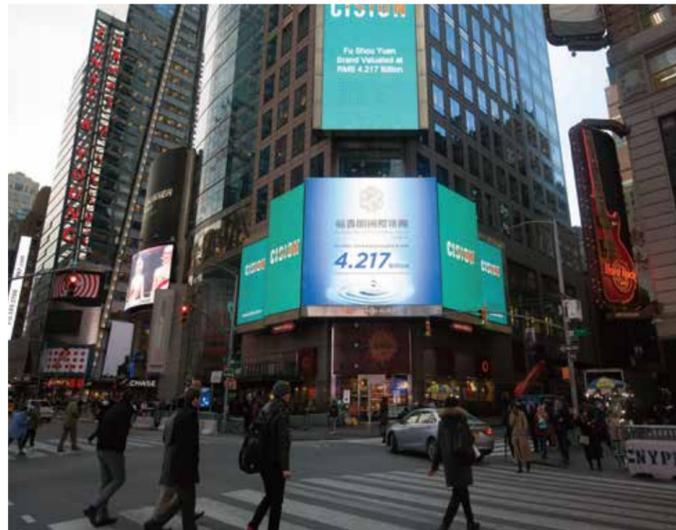
福寿园作为唯一的殡葬品牌，成功荣获“中国上市公司创新品牌100强”，“中国百家好品牌”荣誉称号

● 9月20日福寿园国际集团旗下辽宁观陵山艺术园林景区被评为国家AAA级旅游景区。这是继合肥大蜀山文化陵园后，福寿园国际集团旗下第二家公司获评AAA级旅游景区。

● 11月17日，全国精神文明建设表彰大会在北京举行。福寿园国际集团母体公司——上海福寿园实业发展有限公司作为此次获评的全国殡葬行业三家单位之一，荣登第五届全国文明单位榜单。

● 11月，Asiabrand（亚洲星云）陆续颁发2017年度品牌价值证书，福寿园国际集团（01448.HK）品牌价值达人民币42.17亿元，体现了企业未来品牌增值趋势。

● 12月14日，福寿园品牌登陆纽约时代广场路透社户外大屏，展示福寿园国际集团（01448.HK）品牌荣获Asiabrand（亚洲星云）2017年度品牌价值证书，这是福寿园国际集团开始迈向国际化平台的重要一步。



福寿园品牌登陆纽约时代广场

文化活动不断创新

● 3月29日，由福寿园国际集团主办的“学会告别”2017清明媒体交流会在上海福寿园人文纪念公园举行。“华人生死学研究中心”倡议人雷爱民、《学会告别》公众号发起人焦不急、中国殡葬协会专家委员会常务副主任兼秘书长伊华、福寿园国际集团“福寿之家”事业部总经理赵宇等专家参与会议，共同探讨如何将“全生命周期”的健康服务延伸到生命的终点，通过医疗、临终、殡葬、纪念以及教育服务等改善中国人的告别质量和死亡质量和生活质量。本次交流会首次通过视频会议的方式举行，来自全国7个省市的60余家媒体约120余人参加会议。

● 8月20日，2017“世界因生命而融合”中国主场会纪念活动在福寿园国际集团旗下辽宁观陵山艺术园林举行。中国殡葬协会、辽宁省民政厅、辽宁省政协等领导以及社会各界代表共两百余人参加活动，共同为生命喝彩，为公益点赞。本届活动是中国殡葬协会自2014年正式接到南美殡葬联合活动邀请以来，连续第四年参与全球纪念活动，对于弘扬中国殡葬优秀文化，扩大中国殡葬事业在国际社会的影响起到了积极的作用。

● 10月24日，以“关爱老年人 欢庆十九大”为主题的2017年常州市“敬老月”文艺汇演暨“福寿杯”中老年才艺大赛颁奖典礼在常州大剧院举行。常州市政府副市长、市老龄委主任许峥，常州市老龄委副主任、市民政局局长王莉，福寿园国际集团首席品牌官伊华、福寿园国际集团旗下常州栖凤山国际人文陵园总经理孙浩出席颁奖典礼，全市老年群众近千人参加了活动。作为2016第六届中国公益节“公益创新奖”的获奖项目，“福寿杯”中老年才艺大赛历时5个多月，全市215支文艺团队参与，最终来自常州各区域的14支表演团队登上颁奖汇演舞台。



中老年才艺大赛

● 11月11日，以探索生命、关爱生命为主题的墓园“静默行走”活动在上海福寿园、河南福寿园以及辽宁观陵山艺术园林同步举行。通过机构组织、媒体招募、网络报名等方式参与的各地民众共500余人静默徒步约10公里，在墓园进行内省和探索的同时，为生命关怀（老年）公益项目筹款。活动期间三地共为老年公益项目筹得款项1.5万余元，并无偿捐赠了十余份生前契约服务。



墓园“静默行走”活动



“学会告别”系列活动

展望未来，福寿园国际集团将继续抓住城镇化、老龄化的殡葬行业发展机遇，通过产品和服务创新与精进，提供更为优质、更为丰富、更为绿色的精神消费选择，引领殡葬行业创新发展，实现更大的社会效益。