



燃烧“社会成本”的烟企也要尽社会责任

钱兆成



5月31日是世界无烟日,中国向世界卫生组织承诺公共场所全面禁烟的截止期已过去一年有余,但街头四处冒起的“烟枪”是控烟效果最好的明证。三年前,香港公共场所也统一对香烟说不,严刑峻法之下成为了全球禁烟最严厉的地区。从那以后,香港市民在公共场所就没再吸过二手烟。而在内地,为什么同样都有禁令却如一纸空文,甚至一位烟草专家居然入选工程院院士。更夸张的是,一家烟草公司捐助的希望小学把烟草都写进了校训:“烟草助你成才”。(5月31日《河南商报》)

烟草进入中国已有500年的历史,从1839年林则徐虎门销烟到2003年我国签署《烟草控制框架公约》,中华儿女禁烟、控烟的活动已经持续了百余年。不过这一切在烟企日入数以亿计的暴利之下纷纷败下阵来。

巨额的利润也消耗了不可估量的社会成本。全球著名咨询公司盖勒普

公司近日发布的一项调查表明,中国烟民数量达3.5亿,占全世界吸烟总人口的三分之一,这一数字甚至超过了美国的人口总数。与此同时,中国二手烟受害者已高达7.4亿。在我国,因吸烟引起疾病死亡人数占12%,超过艾滋病、结核病、交通事故和自杀人数的总和。由于吸烟危害的滞后性,预计到2030年,每年将因此致死200万人,占死亡总数的33%。同时,在室内的工作环境中,有55%的非烟民暴露在二手烟的危害之下,这数据是世卫2008-2010年全球成人烟草调查的14个国家中最高的。

或许控烟之路任重而道远,但笔者应该指出的是,一个消耗社会成本的企业应该承担起相应的社会责任。

二十世纪九十年代至今,流行的是“和谐”的社会责任理念,烟草企业应当自觉地承担经济责任、法律责任、伦理责任、环境责任、公益责任。烟企向国家上缴利润是必须的,同时还要对环境和社会公众负责,以此谋求社会各方面的和谐发展。

我国是成文法系国家,法律是预先设定好的,这就必然会造成法律的滞后性,因为计划赶不上变化快。在现实生活中,我们经常可以看到,很多企业的做法并不违反法律的规定,但却违反社会普遍认同的企业应该具有的伦理道德,这种情况下,企业是否应该受到谴责?

如果只按法律条文说事,企业并没有任何法律责任,但如果依据企业社会责任,企业必定要承担相应的责任后果。因此,我们可以说伦理责任是除经济、法规责任之外的受社会伦理道德约束的社会责任,烟草企业过于亢奋这是由于法律滞后而使其偏离了社会伦理道德的约束,由此企业尽必要的社会责任,利人也利己,利国更利民。

退一步讲,中国自古以来就奉中庸之道为主臬,烟草行业一路高歌,以至于展现出赢家通吃的姿态,这显然是不利于这个行业长久地、持续地发展,承担起应有的社会责任才有利于烟草行业健康发展。

时评
shiping

为“不要粉色书包”的小男生鼓掌

邓海建

5月25日,国务院总理温家宝看望湖南古丈县毛坪小学留守儿童。工作人员递上一个粉红色书包让温家宝给8岁的龙英俊时,龙英俊称“我是男生,不要这个颜色”。“哦,忘了你是个男子汉!”这情景把大家都逗乐了。温家宝赶紧让人换了一个蓝色书包。(5月31日《新京报》)

一个令人莞尔的细节,却有打动人心的力量。在8岁龙英俊的审美逻辑里,粉色是女孩子的专属,男生是不好意思背粉色书包的。因此,即便是送的、即便是大人送的、即便是领导们送的,也可以选择“不要这个颜色”。成人之所以被“逗乐了”,即在于童言无忌的率直与可爱。因为总理递上的书包,还是免费赠送的,多少“粉丝”踮着脚尖都拿不到一只,又岂有拒绝的可能?大人的逻辑是势利的,或者说是濡染了权势观的,但小孩子是单纯的,起码是爱憎分明的——因此,拒绝温总理递上的粉色书包才在这种信息不对称下有了“逗乐”的意义。

有人说,等有一天小男生真的长大成男子汉,还会拒绝总理递上的粉色书包吗?与其说这个问题是问给孩子听,不如说是换位思考、问给自己听。尽管龙英俊的拒绝或许只是因为“天真无邪”,也并不存在网友所谓“忠于内心”等复杂想象,但不可否认的是,拒绝本身还是让公众感受到了真实的力量。这种真实的力量,来自成人逻辑的两个解读:一者,书包不是“我想要的”,拿了也未必开心与其不开心,不如不接受;二者拒绝可能让对方不高兴、甚至丢了获得书包的权利,但还是要讲真话,不畏与“大人”对话。此般得失观与博弈之心,恰恰是弥足珍贵的勃兴伟力。

真话的命运,其实就是正义与真相的冷暖。真话得之不易,譬如官员,要么卸任离职,要么东窗落马,才会无所顾忌大谈规则;即便是体坛,真话也有惊悚的力量——5月31日《现代快报》消息说,近日王军霞自曝,23岁时退役是被田径队逼的,“如果我没退役,或许北京奥运会还能看到我”,派系斗争的黑幕欲说还休。好在,真话纵使来得迟一点,总是“青山遮不住”的事情。民主法治每推进一步,真话的成本压力与窒息感都会有所舒缓。

非常道
feichangdao

短评 “西瓜地图”为城市管理指点迷津

duanping

叶传龙

瓜季到,瓜农笑。可是,当瓜果遭遇滞销或者根本无处摆摊销售时,瓜农倒是会急得跳呢。有坏消息就有好消息,最近,发现很多城市开始向进城卖瓜的瓜农发放“西瓜地图”。

有了“西瓜地图”,瓜农不用推着瓜车四处“打游击”,也不再担心被城管逮着,西瓜被摔个稀烂,既解决了瓜农进城卖瓜难题,也方便了市民购买,充满了人情味。

目前,一些城市管理遭遇“瓶颈”,陷入越加强管理、群众越不满意的怪圈,管理者与管理对象之间关系紧张,矛盾激化,甚至到了“剑拔弩张”的地步。一张“西瓜地图”,之所以能让多方叫好,就在于城市管理者汲取过去“严防死守”、刻板管理以及野蛮执法酿成的带“血”教训,开始换位思考,设身处地为群众着想。

因此,“西瓜地图”所带来的,不仅是瓜农有了落脚和销售点,更重要的是,它反映了城市管理方式和理念的变化,关注民生,变“堵”为“疏”,变管理为服务,体现了城市管理的人性化。一张“西瓜地图”,看到了城管亲民作风的回归,缩短了政府与群众之间距离,为炎炎夏季带来浓浓的清凉和温馨的人文关怀。

按“图”卖瓜,瓜农卖的安心,市民买的放心,城市管理者也不再闹心。一份地图,达到如此效果,当属管理的创新和进步。各地城市管理不妨顺着这个思路,多琢磨为群众服务的新举措,如与城市路牌或公交站结合,除发布“西瓜地图”之外,再增加公交地图、报摊地图、修车点地图、早点地图、公厕地图……从而让人们的生活更加方便,社会也将变得更加和谐温馨。

2012-2013年度中央国家机关空调集中采购项目公布

格力空调连续三年实现“大满贯”

昨日,“2012-2013年度中央国家机关空调集中采购项目”中标公告发布,格力空调再次凭借领先的技术优势、卓越的产品质量和优质的售后服务,在激烈的竞争中脱颖而出,一举获得普通民用变频空调、普通民用定速空调、特殊民用空调、商用空调、精密恒温恒湿空调“五包全中”的优异成绩,成为唯一“五包全中”的空调品牌。

据悉,这已经是格力电器连续第三年在中国国家机关空调集中采购中实现“大满贯”,也是唯一实现“大满贯”的空调企业。

连续三年央采“大满贯”

高,覆盖面最广的采购项目之一。

在与众多空调品牌的角逐中,格力空调屡屡成为最大的赢家——连续多年成为央采座上宾,并于2010年开始,连续三年成为普通民用变频空调、普通民用定速

空调、特殊民用空调、商用空调、精密恒温恒湿空调等全线产品的供应商,是唯一在中央国家机关空调集中采购实现“大满贯”的空调企业,也是唯一连续三年夺得“大满贯”的空调企业。

技术创新制胜政府采购

百分点。从月度统计来看,自2011年下半年起,格力空调的市场占有率逐月扩大,并连续多月市场占有率超过50%,以绝对优势稳居第一。

不仅如此,格力空调自2005年至今,已连续7年产量位居世界第一。2011年公司实现营业收入835亿元,并且2012年有望超过1000亿元,成为依靠单一空调品类实现千亿的首家家电企业。

而在中央空调市场,随着对离心机、多联机等一系列中央空调核心科技的掌握,格力也是风生水起。据业内权

威杂志《暖通空调资讯》发布的调查数据显示,格力中央空调在2010年和2011年连续两年市场占有率居国产品牌第一名。

业内专家表示,作为中国政府采购领域级别最高,覆盖面最广的采购项目之一,格力电器频频中标,进一步佐证格力空调的强大的市场竞争力。

同时,格力电器连续三年实现“大满贯”也说明,在激烈的市场竞争中,唯有坚持自主创新、掌握核心科技,才能在市场竞争中无往而不利。



市场链接

1、即日起到6月17日,持学生证、准考证到格力专卖店购机,即可参与“中高考直通车”活动,享受市区6小时快速安装服务。

2、安徽省第八届“格力杯”少儿书画大赛已于5月28日正式启动,即日起到6月3日,全省5-12岁的适龄儿童都可前往当地格力专卖店免费报名参赛。