



飞思文丛 第三辑

上海殡葬文化研究所编

殡葬科技与管理

BINZANG KEJIYU GUANLI

顾问 王万里
主编 朱金龙



上海科学普及出版社

· 本书得到上海市殡葬管理处的资助 ·

殡葬科技与管理

BINZANG KEJIYU GUANLI

顾问 王万里 主编 朱金龙



上海科学普及出版社

图书在版编目(CIP)数据

殡葬科技与管理/朱金龙主编.—上海:上海科学普及出版社,2008.4
(飞思文丛:3)

ISBN 978-7-5427-4050-2

I. 殡… II. 朱… III. ①葬礼—服务业—研究—中国 IV. D632.9
K892.22

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第040516号

责任编辑 诸黎敏

殡葬科技与管理

主编 朱金龙

上海科学普及出版社出版发行

(上海中山北路832号 邮政编码200070)

<http://www.pspsh.com>

各地新华书店经销 上海中华印刷有限公司印刷

开本880×1230 1/32 印张16.25 字数465 000

2008年4月第1版 2008年4月第1次印刷

ISBN 978-7-5427-4050-2/R · 374 定价:48.00元

序 言

朱金龙

《殡葬文化研究》是全国殡葬行业第一本文化研究类的杂志。1999年底——上个世纪的最后几天隆重创刊，历经8个春秋，逢双月出版，迄今已经出满50期了，业已成为殡葬从业人员和各界人士关注的一本读物。

《殡葬文化研究》在热心于殡葬文化、理论研究的专业工作者和专家学者的浇灌下，已经结出了丰硕的成果。创刊以来，《殡葬文化研究》强调要把精力放在文化、科学、文学、艺术的创新和积累上，约请了很多专家学者，刊登了很多具有新思想、新内容、新语言的文章；同时，在殡葬服务经营实践中的殡葬工作者，他们对殡葬改革方向的把握，对殡葬文化内涵的探究，表现出极大的兴趣，也在《殡葬文化研究》的特别策划、双月茶座、科技与管理、信箱、随笔等栏目中，发表了许多很有见地的文章。

在这些文章中，作者以丰富、自由、多元的个人化视点，表达出对中国殡葬文化现象的观察印象，他们通过广泛而真切的细节表现，记录了殡葬活动中传统治丧和经营方式朝向现代、朝向人性化与个性化嬗变的进程，阐述了现阶段殡葬

活动的人文内涵，倡导和传达了中国当代殡葬业界的人本主义取向和人文关怀精神。

自2004年出版第一辑《飞思文丛》至今已过三年。三年多来，《殡葬文化研究》杂志继续加大对殡葬理论的研究和对当代殡葬文化的高度关注，积累了许多具有一定学术价值和指导实际工作的研究文章，这些文章在业内外受到了广泛关注和好评。本书精选了《殡葬文化研究》中（自2004年起至2008年第一期，共25期）有关“双月茶座”、“科技与管理”、“殡葬营销”和“乔老爷信箱”（按出版时间顺序编排）的文章，为《飞思文丛》第二辑、第三辑。

我们希望《飞思文丛》的陆续出版，对殡葬业坚持科学的发展观，朝着健康文明的方向发展，能够起到决策参考和专业指导的作用；能够让关注殡葬改革和文化建设研究的公众更加理解殡葬工作者；能够激励广大的殡葬工作者和关注殡葬事业发展的专家，在未来创造出更多的精品。

殡葬文化的探究和建设，渊源于中华民族五千年文明史，又根植于现代中国殡葬的各种实践中。让我们继续努力，充分挖掘传统文化的宝贵资源，发扬创造精神，共同建设崭新的具有新时代特征的殡葬文化。

目 录

殡葬科技与管理

科学规划实现公墓业可持续发展·····	乔宽元 (3)
墓地的“魅力”究竟有多大·····	魏 东 (11)
积极应对墓葬消费的爆发性增长·····	诸 天 乔宽元 (16)
遗体告别过程中的清洁生产研究·····	清 清 (19)
花坛葬：公墓公园化的基本细胞·····	花 言 (23)
导入生态补偿设计 力克公墓白色化·····	陈炳辉 (27)
上海的亡口压力及其破解·····	王可人 (32)
关于经营殡葬的若干思考·····	张军利 (34)
清洁生产过程中的遗体火化·····	清 清 (40)
殡葬与可持续发展·····	朱金龙 (46)
关于构建面向全社会困难群体的公墓业公益性体系探讨·····	····· 吕春玲 (55)
从“死有所葬”到“死优所葬”的攀升·····	樵 子 (62)
公墓要在殡葬改革中充当积极力量·····	言 者 (65)
村级生态墓区建设的思考·····	叶道银 陈兴荣 余晓平 (67)
关于“殡葬学”学科建设的几点思考·····	乔宽元 (72)
社区殡葬服务率定义及评价方法·····	魏 东 (78)
追求客户满意	
——殡葬业发展的核心 ·····	陈金霞 (82)
以人为本 和谐经营	
——试论殡葬单位的人文管理 ·····	杨宝祥 (85)

利用地下空间 安顿亡者灵骨·····	贺圣迪 (88)
节地:大公墓、小墓区和“非墓化”·····	樵夫 (90)
建立适合殡葬改革方向的价格体系·····	何建平 (95)
建设生态墓地 打造生态城市	
——杭州市农村生态墓地建设调查报告···章勇 黄荣 费龙 (101)	
论“组合葬”及其现实意义·····	夏胜利 (107)
扩建老公墓优于新建公墓	
——关于提高公墓土地有效供给的一点经济学思考·····	乔宽元 (111)
会抱怨的客户才是好的客户·····	黄硕业 (117)
和谐发展 建设生态经济型公益性公墓·····	李伯森 杨宝祥 (119)
碑林与森林·····	向明生 (125)
殡葬用品的分类及政策意义·····	乔宽元 (128)
浅谈在殡葬行业推行ERP管理的可能性·····	卢军 (135)
校正客户心中的消费天平·····	黄硕业 (139)
退一步海阔天空	
——谈谈乔宽元教授的“姑且”政策·····	劳芜 (143)
来自葬礼的“250定律”·····	丁兰芳 (147)
上海公益性公墓体系形成的史略和发展方略初探·····	言者 (149)
浅谈殡葬职工的心理压力及缓解方法·····	卢军 (155)
努力营造良好和谐的殡葬环境·····	朱金龙 (159)
论墓穴使用年限的“慢变量”特征及其政策选择·····	乔宽元 (170)
谈谈殡葬学的研究对象·····	赵涌发 (174)
公墓市场推广创新模式浅析·····	严浩 (178)
城市墓园建设与城市景观塑造	
——兼论“公墓变公园”的理论与实践·····	王国华 (183)
坟茔的诉说	
——对农村坟墓占地的透视和思考·····	牛景顺 (189)
理性对待“殡葬暴利”·····	乔宽元 (192)
也谈殡葬暴利·····	山人 (198)
在行外看殡葬业的“三最问题”和“三点问题”·····	乔苏 (200)

海葬：节地的潜在收益·····	魏 东（203）
浅谈殡仪馆“暴利”与火化收费·····	吕锡好（206）
从心所欲不逾矩	
——谈墓穴面积的合法性与合理性·····	羊 羽（210）
浅论公众殡葬活动中的“两个权利”及殡葬业的使命·····	乔宽元（213）
要使简丧薄葬成为公众殡葬活动中的主流·····	劳 芜（218）
抓好殡改工作 实现五个有利于	
——眉山市殡葬改革与经济社会发展关系的分析·····	
·····	陈桂花 史跃平（222）
对革命烈士陵园创建新型文化陵园的认识和思考·····	肖炳龙（226）
中介 代理 小电影	
——谈谈殡仪馆的平台化建设·····	乔宽元（230）
殡仪中介机构的现状分析及规范策略·····	邓伟波（240）
正确认识 客观评价	
——湖北省殡葬改革工作概述·····	王若毅（245）
论遗体的减量化和再减量化·····	樵 夫（251）
青山遮不住 毕竟东流去	
——上海崇明县火葬的新习俗考察·····	柴焘熊 宋玉琴（256）
冬至节的沉思·····	乔宽元（260）
关于殡葬人性化思考·····	丁长友（263）
我的美梦 但愿成真·····	乔宽元（270）
用文化思维引领现代殡葬文化建设·····	丁长友（274）
在对美的追求中实践殡葬礼仪改革·····	丁 轩（279）
统筹兼顾 自主创新 实施“走出去”战略	
——学习十七大报告有感·····	杨晓勇（284）

殡葬营销

艺术墓营销系于沟通过程之中·····	丁长友（291）
--------------------	----------

让丧事不再是烦事·····	丁长友 (297)
要创造业绩 先创造和谐·····	丁长友 (303)
创立服务品牌的条件是什么·····	潘元红 (305)
创造美感效应	
——殡仪服务营销的重要驱动力·····	丁长友 (308)
如何让代客祭扫业务火起来·····	潘元红 (310)
顾客满意营销的核心是什么·····	丁长友 (312)
公共营销 潜力巨大·····	潘元红 (314)
个性化是殡葬服务市场的一个亮点·····	潘元红 (317)
“过程演练”的营销意义何在·····	丁长友 (320)
如何实施商品特异化营销·····	丁长友 (323)
建立样板工程 推动市场营销·····	潘元红 (325)
将文化理念融入殡葬营销之中·····	丁长友 (328)
形象化营销的生动案例·····	潘元红 (330)
巧借名人效应推进殡葬服务品牌建设·····	丁长友 (333)
绿色营销:现代殡葬营销的必由之路·····	潘元红 (336)
诚信——市场营销的第一要则·····	丁长友 (339)
如何帮助丧家作出购买决策·····	潘元红 (342)
殡葬企业如何打好品牌这张牌·····	丁长友 (345)
产品营销组合是一个系统工程·····	丁长友 (348)
深入的市场调研是搞好营销的先导·····	潘元红 (351)
物资服务企业如何发挥其营销功能·····	丁长友 (354)
以公关促营销·····	潘元红 (357)
殡葬服务需要品牌·····	丁长友 (360)
以细为本 满足各类丧属需求·····	潘元红 (363)
文化营销需要有新颖的创意·····	燕 江 (366)
业务洽谈员如何发挥营销功能·····	丁 毅 (369)
清水莲花座 烛光耀繁星	
——英子的追思活动是怎样举办的·····	丁长友 (372)
殡仪乐队营销三诀·····	丁 毅 (375)

把公墓营销的文章做足

- 谈谈如何细化服务程序·····潘元红 (378)
- 门店经营要努力创造特色·····丁 毅 (381)
- 墓园营销业务中如何进行过程化管理·····潘元红 (384)
- 关键在于树立现代殡葬市场营销观念·····丁 毅 (387)

乔老爷信箱

- 这家公益性公墓出路何在····· (393)
- 鞭炮能放吗····· (397)
- “七法”化解“朝南难题”····· (400)
- 公墓也会“死”吗····· (404)
- 要我们冒险扛棺材怎么办····· (407)
- 骨灰处置权该归谁····· (409)
- 如何应对“购墓穴热”····· (411)
- 既要理直气壮 又要循循诱导····· (414)
- 哪一个满意率是真的····· (416)
- 他有祭扫权吗····· (419)
- 多做点文化传承的事····· (421)
- 现代盗墓如何应对····· (424)
- 如何对待殡葬一条龙中的“李鬼”····· (426)
- 与个体私营如何进行竞争····· (429)
- 如何对待烧锡箔····· (433)
- 让我们如何迁墓····· (435)
- 是什么限制了我们自由地握手····· (438)
- 如何对待风水先生····· (441)
- 努力学习 加强培训 迎接高水准殡葬服务时代····· (444)
- 追悼会上要多一点人文关怀····· (447)
- 建设节约型殡葬,是否意味着要降价了····· (449)

“节”点前移实现墓穴小型化·····	(451)
殡葬企业如何营造创新的良好内部环境·····	(453)
殡葬业：既要做大又要做强·····	(455)
殡葬业如何催生CCO·····	(457)
如何处置丧偶再婚者合葬墓·····	(459)
什么叫殡葬意义上的遗体处理·····	(461)
名人墓、艺术墓建设要规范有序·····	(463)
殡葬业如何推动“科教兴业”·····	(465)
现代殡葬文化建设为什么需要引入科学精神·····	(468)
我说“王计生模式”·····	(470)
公墓：要让死者说话·····	(472)
如何对待公众在墓地烧锡箔·····	(475)
“长笼钱”要姑且吗·····	(477)
清明是否“异化”了·····	(479)
死有所葬是公众的基本权利·····	(481)
要在“精细服务”上狠下功夫·····	(484)
殡葬中介：为把蛋糕做大·····	(487)
公墓，还是大一点的好·····	(490)
好事一定要做得更好·····	(492)
要学会灵活“变通”·····	(494)
遗体火化：在利与弊之间抉择·····	(497)
何以解忧 唯有求优	
——谈谈“死墓”之忧的解决·····	(499)
理性对待火化率·····	(501)
节地：我们缺“三制”·····	(504)
辛亥革命烈士的墓室被毁后怎么办·····	(506)

殡葬科技与管理



科学规划实现公墓业可持续发展

乔宽元

一、抓规划，就抓住了公墓发展的牛鼻子

根据于光远同志殡葬服务“殡、葬、传”三大要素的理论，公墓属“葬”服务范畴，其中也贯穿“传”服务。上海公墓业在胜利完成第一次殡葬习俗革命中立下了汗马功劳，实现了由遗体葬到骨灰葬的历史性转变，十多年来，共计节约土地6000亩左右。

众所周知，现存的公墓形态具有过渡性的特征。当着第二次殡葬习俗革命开始之后，公墓业往哪里发展？“发展是硬道理”，现存的公墓业的发展出路何在？

“抓规划是抓发展的牛鼻子”。实践证明，无论是地区规划，还是行业规划，规划得好，发展就自然有序，持续增长。上海市绿化规划，使上海在不长的时间内成为全国的花园城市，这就是明证。

在上海殡葬业发展的历史时刻，抓公墓规划，就是抓住了公墓业发展的牛鼻子，就能把公墓业推向新的发展水平。

二、上海正处在公墓规划的最佳时机

上海市正处在第二次殡葬习俗革命开始阶段。上海率先完成第一次殡葬习俗革命的历史任务，除特许外，100%实现遗体火化。在胜利完成了第一次革命的历史使命后，在第二次殡葬习俗革命开始的重要历史时刻，必须及时对具有过渡特征的公墓作出新的规划。根据周总理殡葬“二次革命”理论，第二次殡葬习俗

革命的主要任务是围绕“不保留骨灰”，显然对在第一次殡葬习俗革命中所形成的以保存骨灰为主的公墓形态，要作革命性的改变。公墓服务的内容也要作革命性的转变。这种转变，单靠某一个公墓是难以完成的。抓住规划这个牛鼻子，才能在高起点上实现跨越式发展。

城市化的加速，要求加快公墓新规划。上海亡口进入经营性公墓的入墓率平均为52.1%（引自《公墓管理研究新论》，顾秋根、乔宽元、周少云著，上海大学出版社），这表明还有近半的亡口游离在经营公墓之外。一旦实现城市化，将使入墓率大幅度提高，预测到2010年为70%（见上书《T：入墓率及它的启示》一文）。现存的公墓业是在城市化水平不高的状态下逐渐形成的，城市化的快速推进，现在的公墓业状态，将成为城市化的障碍。

“世博会”要求我们建立一个与“未来美好城市”相协调的公墓业态。2010年世博会以“美好城市”主题向我们提出了具有“未来城市”为特征的世界级国际大都市的公墓业形态。规划具有先导性作用，科学布局，高品位设计，高质量建设，高绩效管理，适应高品质生活需要，充分体现现代大都市管理水平，以展现“未来美好城市”的公墓业态，在世博会期间起到对国内外殡葬业的“展示、启示”作用。

农民“中心村”对公墓规划提出了新要求。一城九镇加快建设，300多万农民计划在2010年前进入现代化的“中心村”。农民一旦失去了村头埋葬地，也有实力进入经营性公墓。因此，对公墓的需求呈“爆发性”增长的格局。要求我们尽快对公墓作出新的布局，以应对新的情况。

逼近的“死墓危机”逼我们加快公墓规划的进程。上海在持续12年的GDP两位数持续、快速发展中，土地资源稀缺的矛盾日增加剧。上海逐年增加亡口“累积效应”使现存的公墓面临“死墓危机”。墓地消耗过快和墓地供给不足的问题同时并存。客观上迫切要求通过科学规划，解决这个绕不过的问题。“死墓危机”是有深刻传统背景的“上海现象”。经预测，按目前的葬式结构，上海80%的公墓平

均在7年内将成为“死墓”。（见上书《公墓的经营“寿命”预测研究》）。

由于它是在广泛范围内发生的，而不是一种个别的现象。因此，对它的坐视，就会引发所谓的“死葬难”现象。我们必须及早规划，控制墓地的过快消耗，同时，适当增加墓地供给，防止普发“死墓危机”。

上海社会老龄化程度加深，亡口逐年增加，要求公墓规划作出长期应对之策。

根据该曲线的变化率，我们以2002年亡口数9.46万作为基数可知，到2056年，年死亡人口为22万，到那时的55年内，累计死亡人口为936.96万。粗略一点说，上海的1350万人口，平均在80年内将陆续转入“地下”。上海面临老龄化社会死亡人口增长较快的难题。

公墓规划是保证“死有所葬”的“亲民之举”。“三个代表”的重要思想，“立党为公、执政为民”的思想纲领，进一步使我们认识到保证公众的“死有所葬”，既是政府的一个基本职能，又是“以人为本”的人权理念的一个重要方面。在“死难所葬”的矛盾显化之前谋略，未雨绸缪，有利于进一步提高党和政府在公众中亲民形象，提高凝聚力、向心力，有利于营造一个和谐、稳定、祥和的社会格局。

随着经济体制和政府体制改革的不断深入，政府越来越重视社会公共事业，越来越重视与民众的生、长、老、病、死密切相关的社会公共事业的发展。殡葬事业长期受到党和政府的关怀和保护，已经成为体恤百姓、关心群众、为民解忧的重要领域。我们一定要在公墓规划中体现党和政府的“亲民思想”。

三、科学规划，是提高公墓现代化水平的重大举措

上海公墓发展的现代化取得了相当的成果。但是，也面临一些严峻的问题：

节地葬式未成气候。几年来，公墓工作者创造了多种节地方式。但由于缺乏高制约性的规划和法规的限制，没能得到大规模推广，占地葬式与节地葬式之比为10:1。节地葬式的所占比太低，没有成为公

众的偏好。几经努力，海葬尚没有形成所期望的气候。海葬是具有上海特色的不占地葬式。殡葬处采取了加大补贴力度、变暗补为明补等一系列措施，但仍未见海葬数量的有效大幅度增长。

占地大墓消耗的集体无意识行为加剧。承包经营责任制使经营者较多地运用售大墓的途径，以提高经营业绩，促使了土地消耗加快。上海人均GDP直冲1万美元，公众收入快速提高，对占地墓消费能力快速提高，将可能出现“爆发性”的“墓葬消费要求”。丧家与公墓经营者之间出现了消费大墓的集体无意识的协同行为，使墓地消耗进一步加速。

名人艺术墓大量涌现，遏制甚难。以多占土地为特征的艺术墓正成时尚，也成为公墓进行竞争的主要竞争手段。几经“打压”，但仍没能有效控制“名人”们成为“占地艺术墓”的主角，因为涉及“名人”，无论在执法上还是舆论上，均显“手软”。使执法部门处于“难以作为”的窘境之中。

“暗扩”苗子出现，“擦边球”有了新的玩法。民政局实施对墓地严控取得明显效果。但公墓经营者与所在地受“共同利益”的驱动，面临公众的需求，采用了“暗扩”的做法，形成难以逆转的“既成事实”，出现了一定数量的“未批墓地”。这种情况已到了必须抓的时候了，听任发展就有“踩雷”之险。我们专门调查了一家公墓，按计算，该墓离“死墓”不远，但实际上它仍很“潇洒”。一调查，他们未经殡葬处同意，获得了“公益土地证”、“公共事业土地证”，“暗渡陈仓”。大打“擦边球”，将使殡葬市场“乱套”。

70年骨灰保存周期过长。目前的葬式大都为占地葬，且保存周期为70年，在普发性的“死墓危机”来临之后，公墓的死期将向前推进50年左右，公墓的深度“死亡”使公墓的复苏极为困难。

葬式结构不合理，第二次殡葬习俗革命以“不保留骨灰”为主要内容，在初期阶段，必然呈现“保留骨灰、少保留骨灰和不保留骨灰”多种形式并存，以“保留骨灰”为主；呈现“占地葬、少占地葬、节地葬和不占地葬”等多种葬式同时并存，以占地骨灰墓葬为