代扫墓引争议,"互联网+"扫墓成时髦

跪拜哭泣都明码标价褒贬不一

□王阳

又是一年清明至。

按照传统习俗,人们会在清明节前后为亲人上坟祭扫,通过放鞭炮、烧纸钱等旧俗表达怀念之情。但焚烧纸钱、燃放鞭炮等行为污染环 境, 甚至可能引发森林火灾, 这使得传统的扫墓方式广受诟病。

那么,怎样才能更好地寄托对故人的哀思?近年来,从"苹果手机""豪华小车"等新潮祭品的热销,到网上祭祀、微信直播以及"代 客扫墓"的兴起,祭扫用品和扫墓方式正与时俱进,传统的祭扫习俗正在悄然发生变化。

线上线下祭祀品繁多 忌攀比追求高档奢华

随着祭扫讲入高峰期,祭扫用品市场逐渐 火热起来.

在线下, 传统的冥币纸钱、金元宝等祭品 依然很受欢迎;在线上,"苹果手机""豪华 小车""高档别墅"等祭品销量也遥遥领先。 3月31日,在四川省成都市一家小商品

市场,记者发现,多个摊位正在售卖祭祀用 品。某店家告诉记者,购买祭品者以中老年人 居多, 传统冥币、纸钱、金元宝及香烛等祭祀 用品销量最好。

记者以"清明祭品"为关键词在网络购物 平台搜索,发现有数百家网店,祭祀用品繁 多。在销量排行中, "苹果手机" "豪华小车" "高档别墅"和 "飞机游艇"等祭品热 销。

在一家网店里,售价为8.88元的"苹果 手机", 月销量已达到 788 笔。而在另一家网 店, 售价为 18.88 元的"保时捷"月销 369 笔,纸糊的"私人飞机""豪华游艇"销量也

记者随机采访了几位成都市民, 他们一致 认为,与其在祭拜时攀比追求一些精美的祭 品,还不如在先人生前好好尽孝心。

成都市某街道办负责人杨丽也认为,生前 尽孝道才是最重要的,不要等人去世了,才花 钱买祭品充面子,"文明祭祀,弘扬传统文 化,是我们应尽的责任"

有专家告诉记者,随着社会物质条件的改 善,想对先人有所表达、让逝者享受现世乐趣 的心情可以理解,但过分追求"高档奢华"的 祭品,也反映了当前社会不正常的物欲倾向。



代客扫墓明码标价

清明扫墓是我国的传统习俗, 小长假 返乡祭扫成为很多人的假期安排。但如果 无法返乡怎么办?

一群特殊的职业人发现了商机, 他们 以"代客扫墓人"的身份活跃在各个互联 网平台

记者发现,在大型网络购物平台和一 些生活服务网站上,输入"代扫墓""代 理扫墓""代人扫墓"等关键词搜索,可 以找到数百个提供类似服务的商家, 注册 地遍及全国各地, 收费在数十元至上千元 不等,普遍在 400 元左右。

记者注意到,在部分网络购物平台, "代扫墓"已形成一条完整的产业链。

大多数"代客扫墓"的服务内容,包 括三鞠躬、念祭拜词、清理附近杂草。 供品、燃冥币等,一些商家还会赠送鲜花、 描字以及打扫墓碑以招引客户。代扫活动 一般通过现场通话完成, 先由委托人拨通 代扫人的手机, 然后代扫人把手机放在墓 地边。这时,委托人就可以通过电话悼念

"哭坟 3 分钟 120 元, 代磕头加收 50%的费用。不同的价格区间,对应不同的 代扫服务。"据入行3年的蔡俊介绍,代客

褒贬不一引发争议

下跪需另算费用, 附赠播放祭拜音乐, 顾 客可以从《大悲咒》《金刚经》等祭拜音 乐中选择。

对于"代客扫墓"的价格,不少市民 认为"说不清"。南昌市民刘女士说,提供 服务收钱无可厚非, 但这笔钱收得是否合 理存在争议。一点水果点心,加上扫墓时 鞠个躬,这样就收费数百元,未免有些不 "收多少、为什么要收,这些都是 代扫人说了算,中间不清不楚的地方太

-名来自郑州市的商家告诉记者,除 了常规的送花篮等项目外,其店内还提供 "敬烟""敬酒""代哭"等服务,价格超

不过, "尽管来咨询的人不少,实际 下单者并不多"。 陈永平 (化名) 从业3年,一直遵守代

扫人之间不成文的规矩:一不下跪,二不 假哭。他认为,这并不只是一桩生意,而 是一种成人之美。

陈永平告诉记者,代扫墓生意并没有 传说的那样火爆,毕竟大多数人还是希望 能够亲力亲为, "平时没什么生意, 就在 清明节前后有些单,前后忙一个星期左

有网民认为,从庄重神圣的祭祖扫墓, 变成明码标价的商业服务, 甚至精细到烧 纸焚香多少钱、跪拜多少钱、哭泣多少钱, 引发争议是意料之中。

有反对者说,给什么样的价位,提供 什么样的服务,放在清明祭祀这样严肃且 侧重情感表达的事情上, 总让人心生感伤。 即便出于客观因素无法亲自到坟前扫墓, 也没有请人代扫的必要。"代客扫墓"偏 于商业化, 缺乏真情实感, 把原本充满哀 思的祭奠演变成一场关于金钱的交易,违 背了清明节表达哀思的初衷。

支持者则认为,随着大规模人口迁徙 的出现,对于很多工作生活紧张的人来说, 亲临现场祭祖扫墓并不现实。选择商业机 构代扫, 也是无奈之举, 不应过度苛责。 虽然请人扫墓不值得推广,也比根本不去 扫墓强。

有专家分析称,借用互联网工具,远 在千里之外也能"扫墓",让新兴扫墓方式 兴起有了现实的基础。尽管"代客扫墓" 存在继续完善和改进的空间, 但不可否认 的是,这类服务确实满足了社会部分群体

网上祭扫一时风靡

文明健康更受青睐

在互联网风潮的带动下, 清明节扫墓祭祀也 披上了"互联网+"的外衣。

在一家知名祭拜网上,用户可以免费建逝者

普通会员资格每月收费20元,会员的纪念 馆可以保持香火不断、延长供品时效、增加供品

此外,网站还提供高级选项,只有升级 VIP 才能使用,分为资深会员、金牌会员和钻石会 员。资深会员需充值3个月60元,金牌会员需 充值6个月158元,钻石会员需充值12个月

在纪念馆页面,人们可以自行选择物品进行 祭拜,但需要用元宝购买。

平时,1个元宝折合人民币1元。清明节前 后半价,1个元宝可以兑换50铜币,可用铜币 购买相应的祭拜物品。

纪念馆的祭拜物品种类众多, 既有蜡烛、冥 币、点香等,也有香囊、摇钱树、金元宝、荷花 灯、金鸡、中国结等,价格少的只要1铜币,价 格高的则要 199 铜币。

此外,还有水果、烟酒、服饰等,最贵的衣 物要 588 铜币。洗衣机、冰箱、汽车等高档物 品,价格都在880铜币以上。

用户购买了上述物品,可以增加亲情值、修 缮值、财富值。网站根据亲情值、修缮值、财富 值,制订相应的排行榜

接受记者采访的市民说,如今网上祭奠先人 已经成为一种时髦,这种形式更有意义,也更能 表达对先人的思念,如设立网上灵堂,将先人的 生平、照片置于网上,将自己的思念、祭语写在 网上。这种祭奠形式既可以随时随地进行,又能 永久存在。

有网民称, 从社会整体的发展方向来看, 推 出"代客扫墓"不如倡导"网上祭奠"。与传统 的上坟扫墓相比, 网上祭奠文明健康, 没有了呛 人的烟雾,没有了震耳的音响。只需鼠标轻轻一 点,就可进入为亲人设置的"网上公墓"。在催 人泪下的音乐和感人肺腑的留言下, 思念的情感 拥有了更广阔的空间和更深的内涵。

"通过网络,给去世的妈妈登记一个墓碑, 也算是一种客托。"来自广西壮族自治区北海市 的肖霞对记者说,她在外地工作,每年只能回家 一次,不能亲自到墓地祭拜已经辞世的妈妈,总 感觉十分遗憾。前几日, 肖霞在"网上陵园"登 记了一个墓碑, "想跟妈妈说话了,就去墓碑上 留言,好像站在妈妈的墓碑前一样,还能说些悄 悄话:

记者注意到, "网上扫墓" 这一新生事物, 作为清明传统习俗在网络时代的延续和升华,已 得到国家有关部门的肯定。民政部曾发出通知, 提倡大家在清明期间移风易俗, 其中就包括推广 "网上祭扫"内容

有专家称,祭祀理念的转变,是弘扬文明新 风的基础。随着健康环保的低碳生活理念越来越 为人们所重视,一股网络祭祀之风悄然兴起,正 被越来越多的人重视和接受,部分人不再扶老携 幼、熙熙攘攘地去墓地凭吊,而是通过互联网, 献一束鲜花,赠送一段旋律,点一支跳动的蜡 烛,记下自己的追思和感怀。"零碳祭祀不仅是 一个时尚的主题, 更是一种负责任的生活态度。 文明祭祀才是对先人最好的缅怀"。

车牌号 1037 /12/29/48 1038 1039 /12/29/50 /12/30/1 /12/30/2 1042 /12/30/5 1044 /12/30/8 1045 /12/30/9 1047 /12/30/11 1048 /12/30/12 1050 /12/30/17 1051 /12/30/19 1053 /12/30/21 1054 /12/30/22 /12/30/24 1056 /12/30/25 1057 /12/30/26 /12/30/27 1059 /12/30/28 /12/30/29 1060 /12/30/30 1062 /12/31/1 /12/31/3 1065 /12/31/4 /12/31/8 /12/31/9 1067 1068 /12/31/10 1070 /12/31/14 1071 /12/31/18 沪CGD013 1073 1074 /12/31/25 1076 /12/31/30 1077 /12/31/31 1079 /12/31/33 /12/31/34 1080 1082 /12/31/38 /12/31/39 1083 1084 1085 /12/31/41 /12/31/42 1086 1087 /12/31/44 1088 /12/31/45 1090 /12/31/49 1091 /12/31/50 1093 /12/31/52 1094 /12/31/56 /12/31/57 1096 /12/31/59 1097 /12/31/63 1099 /12/31/70 1100 /12/31/72 /12/31/73 1102 /12/31/74 /12/31/75 1103 /12/31/76 1105 /12/31/80 /12/31/81 /12/31/82 1107 1108 /12/31/83 /12/31/85 1110 1111 /12/31/86 /12/31/88 1114 /12/31/89 /12/31/94 1117 浙ACJ518 1119 /12/31/98 1120 /12/31/99 /12/31/102 1122 1123 渝DC0312 1125 沪B0E099 1126 沪AD08707 沪AD87639 1128 沪C173TT 1129 沪N07818 苏BY2V98 1131 苏EH9C57 苏F318LA 1133 1134

车型

电动车

轻壓

正三轮

三轮车

由动车 电动车

电动车

电动车

电动车

电动车

电动车 电动车

电动车 电动车

由动车

电动车

电动车

电动车

自行车

电动车

三轮车

电动车

电动车 电动车 电动车

由动车

电动车

电动车 电动车

电动车

电动车

轻摩

电动车

电动车

电动车

电动车

电动车

电动车

电动车

电动车

电动车

由动车

电动车

电动车

电动车

电动车 电动车

电动车

电动车

电动车

电动车

由.动车

电动车 电动车

由.动车

电动车

电动车

由.动车

电动车

三轮车

电动车

三轮车

三轮车

电动车 电动车

电动车

电动车

电动车

电动车

电动车

电动车

二轮

电动车

电动车

电动车

小型

小型

小型

小型

小型

苏E028KU 小型 浙BE8G09 晋FRV981 苏A59235 小型 小型 苏MYS382 小型 编7-26-7银灰别克 浙HB9310 小型 1143 编11-25-3银灰长安 小型 注,另有842辆车辆信息已刊登

干2019年4月8日,4月9日出版 《上海法治报》中缝,敬请留意!

1136

1137

1139

1140

1142