

一边被坑 一边攀比

部分农村地区高额殡葬费乱象直击

国内

2024年4月3日 星期三
责任校对 宗建玲

责任编辑 施晓娜

6 沧州晚报

成本几百元的骨灰盒最高卖到上万元,不在殡仪馆消费就不能火化寄存、宁可花半年收成钱也要在葬礼上“大摆宴席”……临近清明,记者调查发现,近年来我国积极推进殡葬改革,取得显著成效,但在包括脱贫村在内的一些农村地区,动辄数万元的殡葬费,依然是群众一笔不小的负担,与此同时,讲究面子排场的重殓厚葬风气依然普遍。

“殡葬的东西不讲价”

吉林省西部某村村民小王最近痛失了一位亲人,悲伤之余他发现买一款合适的骨灰盒很难——殡葬用品店所售商品基本没有标价,同种材质和样式的骨灰盒有的卖1000元,有的卖4000元。

“他们也分不清啥黑檀紫檀,就让我掂分量看沉不沉。”在“便宜的容易坏”“好寓意庇佑后代”等话术诱导下,小王咬牙买下一款2000多元的骨灰盒。

记者走访多地发现,不明码标价、随意加价现象在殡葬用品市场较为普遍。记者联系相关厂家了解到,市面上大部分骨灰盒批发价在几百元甚至更低,十倍或者二十倍的利润是“行规”,高达百倍的也不少见。

与小王进行比价不同,许多人为了图方便,会直接选择“殡葬一条龙”服务,配套购买殡葬

用品。所谓的“殡葬一条龙”可以提供遗体处理、丧葬筹备、祭祀仪式等“全套”项目。他们往往很“贴心”,“指导”情绪悲痛的逝者家属做什么、买什么。

一位受访群众刚为逝去的父亲办理完丧事,拿到“一条龙”的价格确认单才后知后觉:“打包的价格比单独买还贵,像被趁火打劫了,他们还说‘殡葬的东西不讲价’。”

一些不相信殡葬业机构的人会选择去殡仪馆治丧,没成想也可能“被宰”。记者在一些殡仪馆发现,所售骨灰盒多数是高价款。在一家县级殡仪馆内,一款雕有仙鹤的金丝楠木骨灰盒售价5694元,线上类似产品售价700元;另一款镶有彩石的檀木骨灰盒售价2990元,线上同款产品售价300元。

定价高的同时,还有一些殡仪馆没有遵守“设置低价骨灰盒并保证供应”的规定。有的殡仪馆甚至存在强制消费:火化后想寄存,就得在馆里买骨灰盒。当地一位群众拿着在殡仪馆刚买的2000多元骨灰盒说:“差不多都是这个价,都得在这儿买,没办法。”

“借钱也要办得风光”

一边遭遇暴利的“坑”,另一边却难解攀比的“绑”。记者调查发现,部分农村地区丧事大操大办、攀比要面子的风气依然存

在,甚至包括一些脱贫村。

清明节前夕,记者在吉林省西南部一个村“参加”了一场葬礼,简陋的两间村房前搭着豪华灵棚,旁边简易舞台上的乐手们吹着喇叭、演奏哀乐,邻居们络绎不绝、祭拜后入席落座。这家丧户为记者算了一笔“后事账”:停尸4天,8位乐手每人每天300元,台子费2700元,一位厨师每天1000元,加上殡葬费、宴席

多地村民表示,不少人家为了办丧事“落下饥荒”。场面上“随大溜”,人情礼金也逐年攀升成负担,即便是在一些脱贫村,白事礼金也增至500元、1000元,甚至更高。

此外记者还发现,在推行火葬的地区,受“入土为安”思想影响,一些人在治丧时选择火化后再土葬,“二次装棺”,即将骨灰盒放入新的棺材再埋入土中。一

俗。鼓励各地利用乡村综合性服务场所,为农民婚丧嫁娶等提供普惠性社会服务,降低农村人情负担。完善婚事新办、丧事简办、白事礼金等约束性规范和倡导性标准。

殡葬,关系群众的切身利益。“慎终追远,民德归厚”。本是送别逝者、寄托哀思的行为,不该成为牟利的灰色地带,攀比要面子的风气亟待改变,殡葬改革的成果要惠及更多农村群众。

相关专家和业内人士认为,当前,殡葬行业的法律法规还不够健全,监管存在“多龙治水”难题,“归谁管”“怎么管”“管不了”往往让部门间相互扯皮,难以规范化。

专家建议,一方面,进一步完善相关法律法规,提高准入门槛,加快形成监管合力,重塑行业规范,改变价格虚高、质量参差不齐的现状;另一方面,进一步提升殡仪馆运行效能,从政策扶持和加强监管方面下功夫,提高殡仪馆服务水平,降低各项收费。

有业内专家表示,殡葬行为与当地习俗、文化密切相关,推进移风易俗、改变殡葬陋习不能简单“一刀切”,更需耐心、决心和创新,还要不断完善农村殡葬基础设施,提升公墓和骨灰堂的乡镇覆盖率,提高农民殡葬补贴标准等措施,逐步引导创建农村新风,让殡葬回归悼念本意。

据新华社



费,一共花了5万多元。这家丧户以务农为生,经济条件并不宽裕,屋里的家具家电都十分老旧,“舍不得换”。

“家家都这样,花得少怕街坊邻居笑话。”丧户无奈坦言,传统风俗讲究“死者为大”“重敛厚葬”“不大操大办会被认为不孝”。

位村民表示,火化的钱也出了,土葬的钱也出了,“不想成为异类”。

监管与引导双管齐下

连年来,中央一号文件都会提及农村殡葬。今年,中央一号文件要求持续推进农村移风易

“黄金消失”之谜

“中国黄金”加盟金店突然关店 消费者已购买产品无法兑付

中国黄金4月1日晚间公告,公司及相关部门将对北京富力广场店权益受损消费者进行先行垫付,全力维护消费者的合法权益。

看到这则消息,北京市民唐东(采访对象要求化名)长舒了一口气。唐东是这家店的老顾客,从出示的购买凭证显示,他最早在2012年从这家店购买黄金,当时每克金价只有300多元。如今,他自己手里有12张保证金,在这家店“托管”了1250克实物黄金。去年12月,金店突然关店,他一直苦苦等待一个合理的解决方案。

那么,唐东“消失的黄金”有着落了?

能否兑付实物黄金

此前,据媒体报道,中国黄金北京富力广场店违规托管,导致价值数千万元黄金“消失”。

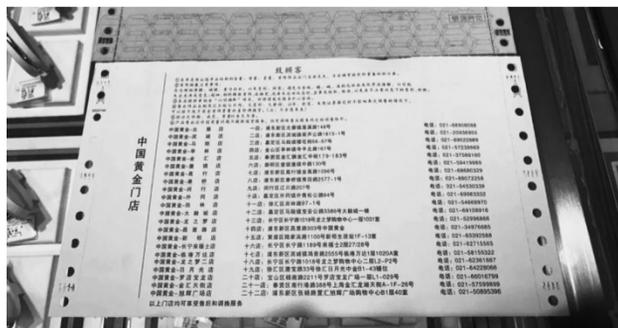
中国黄金在公告中表示,中国黄金特许经营加盟商北京三鼎原黄金珠宝有限公司(简称“三鼎原”)运营的北京富力广场店,违反与公司签订的《专卖店特许经营加盟协议》,违规擅自开展所谓“金条无忧预订”业务,并于2023年12月27日私自停止经营活动,无法兑付消费者已购买的产品,造成恶劣影响,引起社会广泛关注。三鼎原实际控制人杨某某已被公安机关刑事拘留,进入司法程序。

中国黄金表示,三鼎原的违

规行为,不仅损害了消费者的合法权益,而且给公司造成了极其严重的负面影响。公司尽全力与消费者及相关方进行沟通,充分了解消费者合法诉求,积极配合司法机关案件侦办,将依法承担相应的法律责任。公司及相关负责人本着对消费者权益负责的原则,决定先行对有关消费者进行垫付,全力维护消费者的合法权益。

在此次信息披露中,中国黄金并未告知涉及的具体金额和消费者的人数。

唐东介绍说,仅他所在的维权群就有80多人。



近年来,金价大幅上涨。2012年,唐东购金价格每克300多元;如今金价已超过每克600元。

唐东告诉记者,4月1日晚他接到了中国黄金相关法务人士发来的信息,方案有可能是按当前金价和购买数量折合货币转账给消费者。

但唐东和很多消费者还是希望能够兑付实物黄金。

记者多次拨打中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司的总机及法务部电话,公司工作人员曾表示将给记者回复,但截至发稿前,记者仍未获得公司的明确回应。

实探中国黄金上海门店

近日,记者走访了上海5家中国黄金门店。销售人员均表示,没听说过黄金托管这种业务形式,所在的门店从未有过类似的产品。

是直营店,单子上没有的,才是加盟店。”该店员说。

记者来到这张质保单上的另一家门店中国黄金日月光店。在这里,记者又看到了款式不同的质保单据。

面对记者的询问,中国黄金日月光店工作人员承认说:“我们是中国黄金加盟店的店铺。”

而实际上,记者实地走访的这4家中国黄金门店均为加盟店,分属不同的加盟商,提供的质保单各不相同。

不过,有两家门店工作人员表示,只要是“中国黄金”门店售出的货品,无论直营店还是加盟店,都可以得到同样的售后保障。

而在中国黄金昌里店,销售人员明确说:“不是我们门店的商品,售后服务肯定是被区别对待的。”

记者了解到,这种区别具体表现在日常保养和换购时涉及额外的费用。

那么对于消费者来说,直营店、加盟店有哪些不同?

4月1日,记者致电中国黄金上海旗舰店。该店工作人员表示,该店是中国黄金在上海的五家直营店之一,也是唯一一支支持黄金饰品换购的直营店。

该店工作人员说:“无论是管理的主体,还是货品的渠道,我们都与加盟店完全不同。而不同标准的售后服务,也都是私人门店的行为,我们不认可他们的售后承诺。在我们直营店,无

论是换购还是日常保养都需要收取额外费用。”

对此,北京天驰君泰(杭州)律师事务所律师周杰表示,由于黄金产品是比较成熟的标准化产品,消费者购买黄金产品的时候往往只关注重量以及纯度,容易忽视其定价方式。

至于各不相同的质保单,周杰表示,质保单作为贵金属制品经营者对产品质量的保证,应当明确记载贵金属制品的生产主体、重量、纯度等主要信息。理论上,同一品牌在同一厂家生产和销售的相同货品,其质量、纯度等方面的要求应当是一致的,那么质保单的相应内容也应保持一致。

实际上,很多贵金属销售门店均为加盟商,部分品牌的加盟商需要从该品牌的各级代理处选择指定的生产厂家(通常会有合作厂家清单以供选择)。只有这些被指定的生产厂家生产出来的产品,才能挂上特定品牌的标签。不同厂家生产出来的产品确实可能存在一定的差异,相应的质保单、售后服务也会发生变化。

北京天达共和(武汉)律师事务所律师彭夫表示,“加盟”这一词,在法律上属于“商业特许经营”。这样可以用较低成本迅速扩张从而占据市场。但品牌商对加盟个体的行为约束有限,随之而来的风险也显而易见。

据新华社每日电讯