

网帖曝“十大天价墓”排行榜

800 万元墓地位居榜首 价格堪比别墅“楼王”

动辄几百万元、雕龙画凤、亭台楼阁……清明节前，有网友在网上发帖发布“十大天价墓”，一些地方豪华墓地的“天价”令人咋舌，让戏谑成为“坟奴”的网友们更加感慨“死也有贫富贵贱”。记者分赴厦门、深圳、无锡和重庆等地，实地调查了网传的“十大天价墓”。

网帖爆料

“十大天价墓”榜首售价 800 万元

网上“十大天价墓”排行榜显示：厦门安乐永久墓园，售价 800 万元，围墙上刻有麒麟、古鹤和二龙戏珠等石雕，一侧还建有 3 米多高的凉亭；太湖西洞庭山岛豪华墓，售价 300 万元，共有 3 层台阶，墓碑后方是一片环形浮雕群，花岗岩建成的石塔立在最高处；深圳公共墓园西丽报恩福地，78 平方米售价 220 万元，堪比“楼王”，并自称“地下 CBD”、“人生后花园”；重庆华夏陵园一墓地以 188 万元被称为“重庆最牛公墓”……

墓地堪比豪宅，让戏谑成为“坟奴”的网友们感慨“死也有贫富贵贱”。网友“不服 xp 主体”说，简直不敢想，现在我们连住的地方都没有。

也有一些网友质问“天价墓”背后存在的监管和观念等问题。网友“无法上网也得上学”说，如此豪华的墓葬，实在是暴敛天物，这应该属于违章建筑，应无条件拆除！网友“飘雨桐”说，这是在缅怀先人还是在向世人显摆？豪华墓是为死人而盖，还是为了活着的人炫耀财富？

记者调查

厦门安乐永久墓园有“800 万元天价墓”

福建厦门安乐永久墓园在“十大天价墓”中排名第一，该墓负责人承认这里确有“800 万元天价墓”。安乐实业发展有限公司总经理何庆杉接受记者采访时表示，那是自选墓，面

积并非所传的几百平方米，而是十几平方米，周围的景观面积并不属于该墓。因为购买者要求的材质都很好很贵，加上周边的景观，所以售价较高。记者提出想去看看，何庆杉表示“属于客户隐私，不能展示”。经过多方努力，记者找到了这座“天价墓”，在拍照时被工作人员发现并阻止，其奢华程度与网上所说相同。

销售人员钟小姐向记者介绍，这里普通墓地根据面积从 1.8 平方米至 10.4 平方米不等，售价为 2.12 万元至 11.504 万元。高价墓都是自选墓地，至少需购买 10 平方米以上面积，每平方米价格 2.6 万元。“很紧俏，现在还有几块两百平方米以上的地，总价在六七百万左右，要买赶快。”她说。

侯小姐表示不清楚具体售价，但的确可以根据客户需求提供“百万元级墓地”。在重庆市九龙坡区龙台山陵园，销售员小彭还告诉记者，现在不少墓地价格都超过别墅。顾客团购修建家族墓比单墓划算，一座占地 10 平方米左右的家族墓需花费约 150 万元。

万元，面积约 1.7 平方米，起价 4.2 万元；艺术墓面积 3 平方米左右，价格 14 万元~17 万元。此外，墓碑根据材质价格为 5 万元~9 万元甚至更高。

在华夏陵园，记者发现了几座超豪华墓，其中一座已经安葬了逝者。当记者询问是否“188 万元公墓”时，

端的名流陵园。记者看到这个墓地与网上流传情况大致相同。

陵园工作人员告诉记者，该墓是当地一位知名人士所购，墓穴加上配套景观，整体造价达 300 万元。“像这样大的墓穴，面积严重超标，我们现在

20.8 万元，另外还需支付管理费 6000 元、安放费 1000 元、绿化费 2000 元，墓碑费另计；即使最便宜的单个墓位，售价也达 3.2 万元，其余费用则一样；此外也有售价 8 万元、9 万元及 12 万元的墓位。记者粗略估算了一下，该地墓位价格最低每平方米也超过 4 万元，高的平方米超

已经不卖了，目前卖的最大墓穴只有 30 多平方米。”他说，现在销售的墓穴大多在 2~8 个平方米，每平方米价格在 1~2 万元，位置好的每平方米达 5 万元，客户可通过购买多个墓穴来“规避相关规定”，总价超过 100 万元。

过 20 万元，远超以高价著称的深圳楼市均价。

面对记者“220 万元豪华墓”的提问，“报恩福地”一负责人表示定价“就是那么回事，没什么标准，反正我们按照政府要求明码标价，客户觉得合适就买。”该负责人说：“你拿火化证明来，我才能带你看样品墓。”

重庆华夏陵园不少墓地价超别墅

“被称作重庆最牛公墓”的重庆华夏陵园依山而建，呈“C”形布局，周边绿树环抱。墓地销售员侯小姐向记者介绍，普通墓地每平方米 2.4

江苏太湖名流陵园可购买多个墓穴

另一处排行榜上的“300 万豪华墓”坐落在江苏太湖西洞庭山岛最西

深圳“报恩福地”价格远超楼市均价

在深圳“报恩福地”，这座号称占地 27 万平方米的“园林式墓园”已开发过半。根据销售人员提供的报价单：该墓园墓位最高地价为



厦门安乐永久墓园售价 800 多万元的“天价墓”。新华社发

乱想揭秘

“天价墓”打擦边球规避

国务院《殡葬管理条例》明确要求“严格限制公墓墓穴占地面积和使用年限”。据此，各地都作出了相应规定：《江苏省殡葬管理办法》规定，单穴不超过 0.7 平方米，双穴不超过 1 平方米；重庆市和深圳市殡葬管理办法也规定，埋葬骨灰或骸骨的单人墓和双人合葬墓占地面积不得超过 1 平方米。

那么，这些超豪华“天价墓”又是

如何堂而皇之地出现的呢？在记者实地走访四省市“天价墓”过程中，销售人员无一例外地向记者介绍了“擦边球”的技巧：规定只对墓基和墓碑所占面积进行了界定，但周边绿化景观和附属设施面积并没算在内。只要客户肯出钱，一座墓地配套 10 平方米甚至上百平方米的附属设施和景观都可以，这样就能根据客户需求打造出几百万元的豪华墓。

专家点评

“天价墓”破坏社会公平

南京雨花功德园常务副总经理阮锋表示，目前城市殡葬普遍存在“重葬式，轻仪式”的现象，即单纯以墓地大小、规格来显示对逝者的尊重，这种旧观念急需改变，否则未来“死人与活人争地”、“墓价贵过房价”等矛盾将更加激烈。

上海市殡葬行业协会会长王宏阶表示，上海 43 家经营性公墓共有土地 1 万余亩，已使用 5000 多亩。目前上海每年死亡人口约 11 万，按照目前的消耗速度，现有墓地资源将在十几年内用完。“经营性公墓是一种资源性企业，销售的增加，是以资源的减少作为代

价，当销售达到最大值，土地资源为零，‘死墓’危机将到来”。

实际上，上海的调查也是全国情况的一个缩影。中国有 13 亿人口，目前年死亡率约 0.65%，近五成的遗体实行火化。虽然火化后存放骨灰的灵堂或公墓已较土葬大大节约用地，但每年中国仍有近 7000 万平方米的土地变为坟地，死人和活人争地的矛盾十分突出。

“在现实国情下，‘天价墓’已经严重破坏了殡葬和社会公平，而且更严重的是其背后的土地问题，如果不加强监管，那‘擦边球’将会导致大矛盾。”中国人民大学社会学教授周孝正说。（据新华社电）

以消费需求为导向，美的冰箱创新研发和推广

□记者 徐如景

本报讯 最近，美的冰箱将继续整合品牌、技术、外观设计、产品线等综合优势，打造以中高端产品为主、覆盖全面冰箱市场的强势品牌，以消费者需求为导向，创新研发和市场推广成为关键。

美的冰箱事业部旗下有“美的”、

“荣事达”、“华凌”、“小天鹅”四个知名品牌，其中“美的”、“小天鹅”和“荣事达”均为中国驰名商标，美的冰箱荣获“中国名牌产品”荣誉称号。近年来，美的冰箱增长超过 70%，远远超越行业水平，而美的旗下的美的、华凌、小天鹅和荣事达冰箱品牌，销量稳居整个冰箱市场份额第二的位置。美的凡帝罗系列高端冰箱研发出独

具特色的欧式外观、简约明快的 L 型把手等，荣膺 2008 至 2009 年度高端市场“年度优秀工业设计”大奖。从二门、三门、多门到对开门的全系列产品阵容，能够全面满足不同消费者，以及个性化定制的方式来满足高端市场消费者的多样化需求。

针对消费者更加注重保湿、节能、无霜等高端消费要点，美的凡帝

罗法式冰箱，不但具有高达 570 升的超大空间，而且独有“双制冷双循环系统”，可实现冷藏室、冷冻室独立精确控温，同时冷藏室内可达 80% 的保湿率已经接近自然界的极限，能充分锁住食物水分、保鲜效果更优越。

美的冰箱建立的家电下乡心连心推广站一站式服务，为美的在农村市场的热销奠定了基础，其覆盖

率达到 90% 以上，与此同时，销量同比增长 50%。根据中国电子进出口总公司公布的家电下乡结果显示，美的冰箱成家电下乡招标的大赢家。随着美的创新能力、经营管控能力、资源整合能力、资本营运能力、文化融合能力“新五力”的同步提升，美的冰箱的品牌实力将跃上一个更高的台阶。