



◀2017年，日本東京電視台《不可思議的世界》節目組來中國採訪，李如啟帶着員工向日本觀眾喊着「歡迎大家來買我們的棺材！」網絡圖片



▲出口日本的棺材多達幾十道工序。圖為流水線上的工人在組裝棺材以及為小天窗的合葉上色。大公報記者丁春麗、胡卧龍攝

山東小縣製造 壟斷日本市場 美輪美奐 櫻花棺 給逝者最後體面

一腳跨進山東省荷澤市曹縣雲龍木雕工藝有限公司的生產車間，首先闖入記者眼簾的就是一排排整齊的棺材，兩個女工正抬着一口棺材走來……目前該公司出口日本的棺材佔到當地市場的20%，針對日本市場設計生產的櫻花棺材亦受到歡迎。據了解，製作一口棺材從木材晾曬、下料、製作、包裝，需要經過七八十道嚴格的工序。在日本市場，客戶要求產品合格率達到98%，該車間生產的產品亦達到99.5%。

大公報記者 丁春麗、胡卧龍



橫掃日本市場 曹縣殯儀用品

「淡季每個月生產棺材16000套，旺季每月最多生產23000套，每分鐘都會有一口棺材下線。」雲龍木雕總經理李如啟（見圓圖）告訴記者，每天都有三個集裝箱從曹縣廠區出發，在青島乘船赴日本。陸路加上水路，這些棺材從曹縣到日本大約需要一周的時間。

2000年投資建廠，從每月生產幾百套，到2000套，再到6000套，再到現在的23000套……李如啟給記者算了一筆賬，這20年間，該公司出口日本的棺材已經有300多萬套。「我們公司出口日本的棺材佔到當地市場的20%還多，也就是說，每五個去世的日本人中就有一個用了我們生產的棺材。」李如啟還告訴記者，不僅是棺材，荷澤生產的骨灰盒、牌位、神龕、壽衣、擔架布圍以及葬儀社所用的傢具等葬儀相關附屬品也佔據着日本市場的90%以上，棺材出口的大企業主要集中在荷澤的曹縣和東明縣。

種類五花八門 需經80道工序

記者參觀的車間有木棺和布棺兩條生產線，穿行在寬敞明亮的車間裏，李如啟給記者詳細介紹棺材製作的每一個工序。看似簡單的棺木需要200多個配件，而製作一口棺材從木材晾曬、下料、製作、包



裝，需要經過七八十道嚴格的工序。出口日本的棺材價位也分不同的等級，中低檔的棺材價位約45至70美元，也有五六百美元的高檔定製棺材。

日本人的喪葬習俗和中國不大一樣，需要棺木和遺體一起火化。棺木講究輕便易燃，以便和遺體一起火化。李如啟帶記者來到車間的二樓，這裏擺放着公司生產的各種類型的幾十口棺材，光板棺材、刺繡棺材、雕刻棺材、皮革棺材……記者也看到那款網上流傳的唯美櫻花棺材和小清新的紫藤花棺材。

「之前棺材上多是花草草，日本人都喜歡櫻花，我們就設計這款櫻花棺材。」李如啟說，這款棺材蓋還設計成弧形，像一個小船的樣子，投放市場後，櫻花棺材受到日本市場歡迎。目前，該公司設計的棺材類型已經多達一百種。

和中國的棺材不同，這些出口日本的棺材上都有有一個可以打開的小天窗，供親友瞻仰逝者遺容。「天窗的合葉打開時絕對不能有聲響，那既是对死者的不尊重，也會破壞肅穆的葬禮。」李如啟說，棺材上的合葉、把手等配件都經過嚴格的挑選，買回來後每一個都要挨個打開、再晃動，聽聽是否會發出聲響。

每副棺38顆釘 不能多不能少

李如啟告訴記者，出口日本的每副棺材都要用38顆釘子，不能多也不能少，公司正在研發不用釘子的棺材。同時，為了滿足日本客戶環保的要求，公司已經研發替代木材的紙棺，不但降低生產成本，還能節約木材。

「在日本市場，客戶要求產品合格率達到98%就可以了，但我們產品達到99.5%。」李如啟說，棺材的箱蓋要求和箱體嚴絲合縫，其標準是0.2毫米。為此，他們做過很多的實驗，也砸過、燒過不合格的棺材。「我寧肯燒了也不能將不合格的產品發走。」

除了專注日本市場，李如啟也早已着眼全球，開始研發適合歐美市場的棺材，下一步將布局歐美市場。記者了解到，曹縣當地已有其他棺材生產企業向美國、英國、西班牙等國家銷售棺材。李如啟告訴記者，公司亦在曹縣新建兩條棺材生產線，產能將實現翻番。

強大的中國縣域經濟

河南許昌
世界假髮之都，供應全球80%以上的假髮。當地企業已向高端假髮製作和原創設計轉型。

浙江諸暨大唐鎮
(現大唐街道)
年產襪子220億雙，世界上每3雙襪子就有1雙出自這裏。

江蘇泰興黃橋鎮
中國提琴產量的70%、世界總產量的30%都來自這座「東方小提琴之鄉」。

廣東古鎮鎮
常住人口15萬，主要做燈具燈飾，產值千億級，照明相關企業超過2萬家，佔全國燈飾照明行業70%以上的份額。

山東濰坊壽光
號稱「中國蔬菜之都」，「壽光蔬菜指數」堪稱全國菜價風向標。作為全國最大的蔬菜集散中心，壽光年產蔬菜超500萬噸，銷往全國200多個城市，覆蓋10億人口。

浙江諸暨

生產的淡水珍珠佔到全世界總產量的73%，產品涵蓋珍珠首飾、加工珍珠工藝品、研發珍珠保健品和護膚品。

資料來源：俠客島



▶曹縣雲龍木雕工藝有限公司的棺材生產車間中有木材晾曬、下料、製作、包裝等七八十道嚴格的工序。

▶雕刻車間的工人技能嫻熟。

衛生要求嚴苛 村民樂做「喜活兒」

「你看我們的車間多乾淨，生產的棺材很漂亮，是不是像工藝品？」40歲的女工韓永英笑着問記者。

說起棺材，很多人第一印象還是忌諱，甚至感到恐懼和害怕，內地民眾幾乎是避而不談。韓永英則笑着說，村裏很多人都在雲龍木雕上班，大家都叫「喜活兒」。車間裏的棺材，五顏六色的花色，在她眼裏都很好看。

韓永英在這裏工作五六年，其中一項工作就是安裝棺材的那個天窗小門。天窗下面還有一層透明的「紙」，放這張紙時，一定不能弄髒它。「有一個氣泡或者髒點也不行。」韓永英說，日本客戶看到「紙」花了，整副棺材就都不會要了。棺材外面有柔軟的布料包裹，這些布不能皺更不能髒。

入職前接受日本文化培訓

衛生問題是日本客戶最難接受的，工人指甲一定要剪

短，要不然會刮花棺材表面；手要勤洗，不能讓污漬、汗漬黏在棺材上面……李如啟告訴記者，新員工入職都會經過系統的專業培訓，其中包括日本的文化和禮儀。

疫情前，李如啟每年也會去日本的葬儀社、火化場進行市場調研。李如啟的兒子也從日本留學歸來，幫他打理生意。兒子帶着他深入日本，廣泛了解市場最新消費動向，以及對產品質量的需求。對於凡事怕給別人添麻煩的日本人來說，最寬慰的事莫過於死前就親自挑選好稱心如意的棺材。在日本鄉下，那些老人都喜歡和李如啟聊一聊他們喜歡的棺材類型。



更多內容 歡迎掃描 二維碼

百年工藝世家 非遺木雕傳人

2017年，日本東京電視台《不可思議的世界》節目組來中國採訪，那個帶着員工向日本觀眾喊着「歡迎大家來買我們的棺材！」的負責人就是李如啟。也因為那次採訪，中國的棺材在日本引起轟動。

其實早在1992年，李如啟就已經開始出口日本棺材的企業供應雕刻板。生於1964年的李如啟出身於有100多年歷史的木工世家，但到了李如啟，他並不想從事棺材木匠這個辛苦的工種，而是從小喜歡木雕。12歲的時候，他便能將家裏座鐘上的小花用木頭雕刻出來。

1985年，李如啟與做雕刻的蔡秀芳結婚，兩人一起從事木雕工作。當時還很少有人出去打工，跟着夫妻二人學木雕的徒弟最多時有200多人，蔡秀芳如今已是國家級非遺曹縣木雕的傳承人。

盛產泡桐 製棺首選

對於如何開拓日本市場，李如啟介紹，最初供應雕刻板的那家日本企業後來倒閉了，但日本客戶卻看上他的雕刻工藝，主動找上門來。在客戶的建議下，李如啟嘗試着做一個棺材樣品，就被相中了，隨之就打開日本市場。

李如啟說，曹縣是中國著名的「泡桐之鄉」，這種樹成材期短、輕質耐潮易燃燒，且鬆軟不易開裂，是製作棺木的首選。且曹縣當地木材加工人員多，尤其雕刻師傅多，這也是出口日本棺材的企業主要集中在荷澤的重要原因。當時，曹縣木雕師傅一天的工錢只要10元人民幣，而日本雕刻師傅的工資是其80多倍，所以日本逐漸把棺材產業轉移到曹縣。

「肥肉不肥了！」李如啟向記者坦言，隨着原材料和人工成本增加，出口日本棺材利潤太低。他有一次跟日本辦事處的員工說，是不是可以考慮轉行。這話傳到日本客戶那裏，客戶隨即打來電話：「如果雲龍木雕不做棺材了，日本是要「地震」的！」

密密維繫客戶 疫情期間互贈口罩

因為疫情，李如啟這兩年一直沒有去日本考察市場。李如啟說，這麼多年來，公司沒有流失過一個客戶，而且私下還有着密切的往來。去年中國爆發疫情，日本兩家客戶為李如啟郵寄15000多個口罩，箱子上就是那句「山川異域，風月同天」。日本客戶還一再囑託，如果工人用不完，還可以支援給附近村裏面的老百姓。

當日本疫情嚴重時，李如啟則以雙倍的口罩奉還。他在朋友圈裏寫到：中日攜手，共戰疫情。

禮尚往來，友誼長存。

2011年日本發生大地震，李如啟的公司訂單猛增。那一個月，工人們通宵達旦，甚至連吃飯的時間都沒有。在那種情況下，棺材搶都搶不到，李如啟還是給客戶捐贈三個集裝箱1000多套棺材。

「世界是個大家庭，一方有難八方支援，不能讓逝去的人沒有棺材，要讓他們體面地離開這個世界。」李如啟說，收到棺材後，日本客戶感動得流下眼淚。



▲工人正在整理布棺。大公報記者丁春麗、胡卧龍攝