



●日本客商在曹縣雲龍木雕公司查看新產品樣品。香港文匯報山東傳真

曹縣棺材

產鏈極致效率  
精裝修「最後居所」

棺材，就像一艘小船，承載着一個人到達生命的終點，也寄託着生者對逝者的追思。在山東荷澤曹縣，棺材也緊扣着當地經濟的重要一環。日本每十口（港稱副）棺材中就有九口來自曹縣，該縣如今已經成為全球殯葬業的「隱形冠軍」，包辦了全球一大半的棺材生意。

「出口日本的棺材就像藝術品，花樣紋樣都很精美，顏色也很漂亮。」第一次走進棺材生產車間，剛剛大學畢業的劉欣媛並沒有太多芥蒂和害怕，車間的氛圍讓她覺得很有人情味，認為棺材就是一個普通的產品。

親躺棺材體驗舒適性

劉欣媛原本在鄭州一所大學學產品設計，目前主要從事內地及出口日本的棺材產品設計。她很喜歡這份工作，希望能在產品的外觀、顏色以及細節方面有自己的創新設計。

車間裏，劉欣媛時常抱着一個骨灰盒跑來跑去，她需要去生產一線了解實際需求，然後再回到電腦上建模、設計。棺材做好後，為了解產品，她還會躺進棺材裏體驗一下舒適性和承重。「這些都已習以為常了。」劉欣媛告訴香港文匯報記者。

每年出口日本90萬棺

日本市場堪稱曹縣棺材出海的起點與基石，該縣目前每年向日本穩定出口約90萬口棺材。曹縣雲龍木雕公司總經理李雲龍介紹說，該公司佔據了曹縣三分之一產能，擔起了日本市場的絕對主力，一位日本客戶每月訂單量就可達上萬套。日本的棺材講求簡約、自然與節能，一口價格約在400元（人民幣，下同）。

隨着日本市場趨於飽和，當地殯葬企業把目光投向歐美及全球市場。相較於日本的「走量」，歐美市場呈現截然不同的圖景。在李雲龍看來，雖然歐美市場出口總量佔曹縣出口的10%左右，僅

●曹縣一生產棺材的車間，有木料晾曬、下料、製作、包裝等七八十道嚴格的工序。資料圖片



惠安墓碑

注重個性表達  
為逝者「添磚加瓦」

你有想像過你死後的墓碑是什麼樣子嗎？是想要有心愛的貓狗陪伴，還是超酷的《星球大戰》尤達造型，甚至是讓當下最火的Labubu充滿你的墓碑……這些「遺願」，福建小縣城惠安都可以幫你完成。一方小小的墓碑，可能承載着逝者留給世界的最後表達或家人給予的最後體面。「我們做碑石，也是幫往生者走完人生最後一段路。」惠安縣石雕石材協會常務副會長肖祥楷說。

車行入惠安，主幹道兩側，常能看到石雕廠門口一眾東方的菩薩、佛陀與西方的天使、聖徒並肩林立。因這種奇妙的文化混搭景象，惠安被戲稱「神明待就業中心」，意外吸引了部分遊客的目光。

人生的最後階段，日本人似乎比任何人都更加謹慎，對墓碑的要求極為嚴苛：質量需堅硬密實，外觀要形狀規整、色調均勻，不能有色差、色斑、裂隙，刻字深度要在1厘米左右。惠安石頭好，工匠手藝牛，日本人的高要求全都能搞定。老一輩的工匠記得很清楚，過去沒有高精密儀器時，惠安出口日本的墓碑誤差能控制在3毫米以內。

墓碑功能存異 需理解不同文化

「現在針對日本市場的墓碑石，都是正負誤差不大於1毫米，成品光澤度達到95度以上的優等品。」今年40歲的肖祥楷，當初留學回國後，即入職以製作日本墓碑石起家的福建磊藝石業，之後更成為老闆的女婿，執掌這家企業。他指出，這種極致工藝讓日本對惠

即使是一位從未來過中國的外國人，也有機會在人生的最後一程感受中國的「殯葬一條龍」服務。躺進山東曹縣為他們準備的棺材，家屬們在剛剛立起的福建惠安墓碑前痛哭不已，手中點燃來自廣東佛山的「美鈔」冥幣……從棺材到墓碑、從冥幣到紙紮，許多外國人這一生最後的體面，都交付於一些不起眼的中國小鎮手裏。曹縣、惠安、佛山，三個地域上完全沒有聯繫的小地方，組成了人生「死亡三件套」。而這些看起來多少帶着些「晦氣」的產品，正成為許多海外市場不可或缺的重要商品，也凝刻着中國傳統文化圈粉世界的另類密碼。

●香港文匯報記者 丁春麗、蔣煌基、李紫妍

濟南、惠安、佛山報道

中國「地下文化」風靡國際  
「冥三樣」出海換真銀



●主供歐美的墓碑石一般會有天使形象，也有客戶要求墓碑結合往生少女的等比例雕塑。香港文匯報記者蔣煌基 攝

安墓碑高度依賴。2020年日本朝日電視台曾報道，因中國工廠停工，日本墓碑一度「斷貨」。據業內人士統計，僅惠安出口墓碑帶來的年產值就有約30億元，當地從業者稱，日本九成墓碑由惠安生產，即便是歐洲石材，也常先運至惠安加工後再送往日本。

走進磊藝石業的展廳，各類墓碑樣本展現着鮮明的文化印記。中國墓碑多含龍、鳳、蓮花等傳統元素，強調吉祥意涵；歐美墓碑則常與宗教結合，雕刻天使、聖母、十字架等，同時不乏個性表達：有的墓碑是往生少女的等比例雕塑，也有墓碑上雕着生前摯愛的寵物甚至動漫人物。

有民俗研究者指出，這種差異源於對墓碑功能的理解。傳統中國及日本的墓碑是家族凝聚力的象徵，強調宗族延續；西方墓碑則聚焦個人紀念，常刻有墓誌銘訴說生平與情感。裝飾上，東方偏好祥瑞元素，西方則多用宗教符號或象徵和平、永恒的圖案。另有業者告訴香港文匯報記者，對於西方市場，墓碑石圖案必須尊重他們的文化符號和宗教禁忌，於廠家而言，絕非簡單的石材買賣，更需深刻理解截然不同的生死文化。



一省冥币在美国的售价高达5美元

●中國冥幣在外國網友手中被「燒」出百般花樣，搖身一變成國際地府「通用貨幣」。網上圖片

佛山冥幣

東方紙錢受捧  
成地府「通用貨幣」

「神秘的東方力量」在海外又火了，這次是「冥幣」。一位中國姑娘萬聖節時在巴黎街頭售賣冥幣和紙紮的視頻，一度刷屏海外社媒平台，打開了很多老外的「新世界大門」。更有不少外國網友「現身說法」，講述這些奇異錢幣如何給他們帶去好運——家庭財源滾滾、助學金失而復得、生活發生巨大改變……這些真真假假的經歷讓在海外被稱作「Ancestor money」（祖先幣）的東方紙錢備受追捧，身價也比在中國翻了幾十倍，掀起一場文化奇觀。

全球網友「燒」出百般花樣

在全球網友手上，冥幣被「燒」出百般花樣。有吉普賽人用塔羅牌的占卜禮數燒紙錢，「雙線」聯絡祖先；有人擺上掌管「天地銀行」和「冥通銀行」的玉皇大帝雕像，誠意拉滿；更有網友把自己和親人的名字寫在冥幣上，保證「轉賬」無誤等，幾乎把燒紙錢這事做成了跨文化的行為藝術。

冥幣搖身一變成國際地府「通用貨幣」，背後既有中國傳統文化的底蘊支撐，也有賴於中國發達的冥幣紙紮產業。據企查查平台數據，中國現有殯葬用品相關企業達30.75萬家，近十年相關註冊量持續增長，今年前5個月已註冊3.57萬家，同比增長逾71%。這些殯葬用品不僅滿足中國香火的供奉，也常年出口海外。不過，這門出口生意遠不止為了滿足外國人對中國文化的神秘想像，更重要是延續無數海外華人的文化根脈。

直接配送海外 價格翻十倍

在佛山順德陳村鎮的紙類製品集散市場，一條由紙錢與紙紮品鋪就的隱秘商道，悄然綿延數十載。成排的店面裏，堆積如山的金箔元寶泛着微光，精工細作的紙紮「屋宇」鱗次櫛比，時興

款式的「靚衣豪華」掛滿天花板，成捆的冥幣靜默無聲……其中一部分可能在數月後，漂洋過海抵達異國他鄉：來自佛山的杳杳紙錢在舊金山的火光中化成灰燼，澳洲悉尼的遊子為彼岸的親人焚化特製的「冥府」樓閣，溫哥華的墓園升起縷縷香燭青煙……「事死如生」的古老傳承跨越重洋傳來回響。

「一萬元DOLLARS」的巨額紙錢中央，印着戴中式冠冕的外國人頭像；高度還原的「美鈔」上，本傑明·富蘭克林的頭像旁是中文「美元」二字，這些看似魔幻惡搞的畫面，在紙品鋪裏卻正常不過。一家叫金福緣紙業的門店裏，連老闆一起四五個人正忙着摺元寶、黏金條。老闆陳培均介紹，冥幣紙紮六七年前主要銷往香港，後來東南亞、北美、澳洲等地的客戶也陸續找來，「十幾年前出口還比較麻煩，現在物流發達，可以直接配送給客戶。」

另一家幾十年老店堅滿堂的總經理李先生介紹，在中國內地批發價人民幣約三四元的一捆冥幣，到了海外起碼賣五六美金，但即使這麼貴，這條商路也一直延續了幾十年沒斷，「都是文化在起作用」。

千餘年來，冥幣一直是最普遍且經久不衰的喪葬「明器」，在全球化進程中，以文化紐帶丈量着華人離散的廣度和傳承的韌度，如今又以中國傳統文化的形式在海外火熱傳播。

廣東省體制改革研究會執行會長彭澎認為，一方面，冥幣文化作為中華傳統文化中的特色現象，會引發許多外國网友的好奇，從而推動其在網絡上走紅；另一方面，冥幣文化中包含有緬懷先人、報答恩人等普世情緒價值，推廣傳播容易。彭澎說，冥幣文化出海是中華傳統文化底蘊結合國際性文化符號，通過互聯網傳播手段實現的，「這也是此前黑悟空、哪吒2、功夫熊貓、花木蘭等文化符號流行世界的密碼。」



●金福緣店內，幾乎一比一還原的「美元」紙錢。香港文匯報記者李紫妍 攝



●在「神明待就業中心」惠安，經常能看到一眾東方的菩薩、佛陀與西方的天使、聖徒並肩而立的文化混搭景象。香港文匯報記者蔣煌基 攝

目前日本市場僅佔磊藝15%的份額，肖祥楷介紹，其公司生產的墓碑一半供應中國市場，另一半分布到日本、歐美、澳洲。可以說，磊藝的發展和布局幾乎也是當地業界縮影。

惠安壟斷全球中高端墓碑生產

「惠安一開始就以最高質量做墓碑，所以全世界墓碑石生產慢慢都遷移到中國，歐洲、澳洲、美洲等發達國家訂單也都匯聚到惠安。」在肖祥楷的引導下，香港文匯報記者在磊藝專司澳洲市場的車間看到，工人正在為墓碑上的字噴金剛砂，已經做好的墓碑有華人的，也有澳洲本土居民的。可以說，惠安約500家墓碑石企業幾乎壟斷了全球中高端墓碑生產。

惠安墓碑的強大生產力，源自其「世界石雕之都」的深厚積澱。惠安傳承上千年的雕刻技藝，以及已探明儲量超1億立方米的花崗岩，讓惠安這個閩南小鎮能繼續為全世界人民身故後「添磚加瓦」。