

代客拜山祭祖 傳達思念圓孝心

坐輪椅長者睹墳頭乾淨才安心 「這不僅是一盤生意」

清明節將至，祭祖掃墓一直是華人慎終追遠的傳統習俗，近年隨着香港人口流動加劇、人口老化下不少長者行動不便，代客拜山服務在香港逐漸興起。有殯儀服務從業員透露，代拜山業務愈趨興旺，清明及重陽節需求甚大，屬於行業高峰期，更有顧客預訂代到大灣區內地城市掃墓，而近期每日均有十多宗生意，按年有單位數的增長。

●香港文匯報記者 張茗

據香港文匯報記者了解，目前網上已有至少6間殯儀服務公司提供「代客拜山」或「代客祭祖」服務，提供單次或全年的龕位及墳場祭祀服務，以及祭品到會服務，服務價格由數百元至上萬元不等。

疫情成業務良機

「我哋做呢行其實有廿幾年基礎，一開始係做殯儀服務工作，有熟客因為唔得閒，會問『可唔可以幫手燒咗嘢畀屋企人？』」殯儀服務公司「念親恩」代客拜山項目經理溫傑接受香港文匯報訪問時憶述，真正讓「代客拜山」成為正式業務的契機，是疫情期間的特殊需求。疫情期間，大量境外港人無法返港祭祖，他的公司順應需求推出「代客拜山」服務，初期即接到不少查詢與訂單，逐漸將這項業務常態化。

溫傑強調，這並非純粹的生意，「知道拜山對客人嘅意義，當佢哋想盡孝，但有辦法親自到場，我哋就幫佢哋圓個心願，俾佢哋清楚墳頭，幫佢哋睇下墳墓狀況。」

談到其主要客群，他透露，不同年齡層均有需求，不少在海外或內地定居的港人難有機會返港，在不願放棄祭祖傳統的情況下，便委託代拜服務。行動不便的長者是另一大核心群體，部分長者年紀大、體力差，無法登山掃墓，但執着於向已故親人表達思念，因此有代拜山的需求。

對此，團隊會提供「直播拜山」服務，將拜祭過程透過手機視頻，實時讓顧客觀看現場拜祭先人的情況，或事後將視頻傳給客戶觀看，甚至代為傳達思念之情，「有位坐輪椅嘅長者，每年清明都要我哋直播，見到墳頭清潔乾淨、香燭擺好，佢先會安心。」

年輕客群愛選「祭品到會」

他表示，年輕客群更傾向選擇「祭品到會」服務，「後生仔唔識買祭品，又怕麻煩，就會睇我哋網上平台訂燒肉、煎堆、生果等等，我哋直接送到墳前，佢自己去拜就得。」溫傑笑言，年輕人雖對傳統儀式細節不熟，但重視心意，有時還會額外訂購紙紮的金條、銀條，希望「讓先人過得好喇」。

香港文匯報記者日前到和合石墳場，直擊其代客拜山過程。溫傑表示，拜祭當日，團隊至少兩人同行，一人負責清潔墳頭、插花、焚香、化寶等祭祀儀式（見表），另一人則負責拍攝，整個流程約二三十分鐘，「前期籌備、來回交通時間往往超過3小時。有時一日跑柴灣、和合石兩個墳場，成日都嘍路上，但客人信任我哋，就唔覺得辛苦。」

行業現亂象：AI改視頻 重複用舊片

被問及行業前景，溫傑透露團隊代拜業務今年有單位數增長，過往清明、重陽期間，日均訂單可達十多單。他直言會面對「打價格戰」的行業競爭，亦出現利用AI修改視頻、重複使用舊片的行業亂象，但強調若想在行業扎根，則忌諱信口開河與「為咗搵錢」。

培訓逾百畢業生 應對高峰需求

對行業發展面對的問題，他坦言主要是人手短缺。由於屬厭惡性行業，他們難招聘全職人手，即使有人應聘，「都要夠大膽、真心幫人先做得長。」目前，其團隊主要靠其代拜山、凶宅清潔等服務培訓課程的學員以兼職形式解決人手問題，現已培訓逾百名畢業生，基本能應對高峰期的代拜山需求。



●團隊會提供「直播拜山」服務。 香港文匯報記者曾興偉 攝

代客拜山程序

- | | | |
|--------------|-------------|----------------------|
| 1. 了解逝者生前喜好 | 2. 確定相關祭品 | 3. 選擇「吉時」確定拜祭時間 |
| 4. 找到拜祭墳墓/龕位 | 5. 拔走香爐中的香尾 | 6. 打掃墳墓/龕位 |
| 7. 擦拭墳墓/龕位 | 8. 更換鮮花 | 9. 獻香、蠟燭 |
| 10. 拜祭后土 | 11. 化寶 | 12. 為逝者墳墓相鄰的墳墓上香以示友好 |

注：拜祭儀式過程及墳墓/龕位的變化，將以短片形式記錄並發送給客戶

資料來源：殯儀服務公司「念親恩」 整理：香港文匯報記者 張茗

拒「隔日拜祭」有錢不賺 經理陪喪女母走出陰霾

面對至親的離世難免悲痛，部分家屬甚至思念成疾，對拜山產生執念。「念親恩」代客拜山項目經理溫傑憶述，曾遇到一位逾30歲的年輕母親，由於愛女早逝，一直難以釋懷，故委託團隊「隔日代拜山」，更囑咐要買麥當勞套餐、零食，只為延續女兒生前喜好。他認為對方的做法只會延長傷痛，故拒絕代拜山委託，並耐心勸解其放下執念。

溫傑透露，這名母親的女兒年僅六七歲時不幸離世，但她始終無法接受現實。得知代拜山服務後，堅持隔日委託其代拜山，「每次都特別叮囑要帶女兒愛吃的麥當勞和零食，彷彿女兒仍在身邊。但話因好因驚，又鍾意呢啲食物，

次次要買齊先安心。」

邀吃飯傾訴開導 籲改每月拜祭

他表示，該母親執意隔日委託，即使要額外花費都不計較，只希望透過頻繁拜祭留住對女兒的念想。然而，高頻率的拜祭並未能減輕該名母親的痛苦，反而讓她陷入更深的思念。溫傑看在眼里，主動勸解，「因因都唔想媽咪咁辛苦，返工為咗食飯、交租，你咁樣反而令因因更留戀人間，無法安息。」

他不僅拒絕對方「隔日拜祭」的生意，更邀母親吃飯傾訴，耐心開導，建議其改為每月拜祭一次，將更多精力放在好好生活上，亦讓女兒在天之靈感到欣慰。

經過兩個多月的陪伴與勸解，這名母親逐漸釋懷，不再執着於隔日拜祭，慢慢學會與思念共存。縱然隔日拜山能為團隊帶來更多收益，但溫傑直言「唔係咩錢都要搵」。逝者已矣，來者可追，形容「生人亦要破地獄」，相較於單純完成儀式，更希望透過服務給委託人帶去心靈慰藉，「硬件要做到位，軟件嘅關心更重要，畀佢哋感受到有人明白佢哋嘅痛，先至係真正正幫助。」

●香港文匯報記者 張茗



●香港文匯報AI製圖

紙紮舖緊貼科技 「智能掃地機」都有



●「護膚品」。



●「平板電腦」。



●「精美小食」。

香港文匯報訊（記者 張茗）香港祭祀用品市場在清明節臨近前迎來消費旺季，不少祭祀用品呈現傳統習俗與現代元素的碰撞，包括有「智能全自動掃地一體機」等祭品，市道整體向好。有紙紮舖負責人表示，今年清明祭品需求明顯增加，祭品銷量較往年上升近兩成，但大埔紙紮舖東主則表示，由於部分私人骨灰龕位禁燒衣，加上區內宏福苑火災後居民已分散各地暫住，因此令生意受影響。

清明需求增 祭品銷量升10%至20%

港島紙紮舖明生行負責人吳小姐對香港文匯報表示，今年清明祭比較特別，需求明顯增加，祭品銷量較往年上升10%至20%，主因是大埔宏福苑大火後，不少屋苑出於安全考慮，禁止居民在家中神位焚香拜祭祖先，於過年後已陸續前往購買祭品，令紙紮舖籌備工作從未中斷，與往年偶有停歇的狀況形成對比。

同時，為規避清明期間可能出現的封路、人流擁堵問題，不少市民已提早拜山，於過年後已陸續前往購買祭品，令紙紮舖籌備工作從未中斷，與往年偶有停歇的狀況形成對比。

她透露，市民購買祭品時多未有設定消費上限，普遍消費數十元至千元不等。面對中東局勢引發的油價上漲，令來貨成本增加，吳小姐則表示未有加價，冀以平價吸引市民消費。

新式祭品多從內地採購 有效控制成本

另一店舖俊城行負責人杜千送表示，清明祭祀用品市場每年均有增長，其店舖今年亦有單位數增幅。除傳統的香燭和冥紙外，時尚手袋、平板電腦iPad、寵物模型等新式紙紮祭品應有盡有，甚至出現「智能全自動掃地一體機」等「科技類」祭品，且價格與傳統祭品相差不大。由於現時金價上漲，不少消費者亦會購買金條類紙紮用品以祭祀。這些新式祭品多從內地採購，有效控制人工與生產成本，得以適配大眾市場。

然而，有部分區域紙紮舖生意呈現頹勢，大埔的榮發號負責人朱先生表示，大埔宏福苑大火後居民已分散居住，今年「拜新山」需求亦未見明顯增加，加上近年私人龕位基於環保及消防安全等考慮已禁止燒衣，因此相關訂單較往年減少，整體生意不如從前，但政府龕位客戶的相關祭祀業務訂單反有所增加，成為業務支撐。

他續說，人民幣小幅升值及油價上漲推高運費，導致成本微增2%至3%，但店舖表示未有調升售價，避免增加消費者負擔。他並透露，從批發端「送貨不及」的情況判斷，全行業整體行情尚可，但個體店舖受區域、客群影響，經營狀況存在差異。



▲不少祭祀用品呈現傳統習俗與現代元素的碰撞，包括「智能全自動掃地一體機」。



●「套裝護照、存摺、信用卡」。



●「貓狗寵物」。



●「名牌手袋」。

圖：香港文匯報記者 北山彥