

## 多种创新形式送别人生旅途的最后一程

## “告别”应该体面

清明是走进墓地、告慰已故亲人的日子。中国传统观念，对“白事”有颇重的忌悼心理，一度公众非常忌讳沾染这个行业，不过如今的年轻人对“死亡”“尊严”“怀念”与老一辈有不同的理解，他们用行动表明殡葬也是一种文化，勇于创新的殡葬业也渐渐在向满足人民群众对美好生活向往的方向发展。近日，青年报记者走近了两位该领域的创业者，倾听他们是如何运用智慧，对这个古老行业内进行商业模式的改造，发掘新的商机。

青年报记者 孙琪

## 让告别更温馨 为逝者制作“人生小电影”

## 许博士是谁？

许仁祥，复旦大学博士，上海轩林信息技术有限公司总经理。他于2001年开始创业，2008年，在美国发展的几位朋友回国探亲，提起好莱坞做动作电影有几个简单好操作的视频制作软件，令他顿生兴趣，于是便试图将快速视频制作引入商业应用。因缘际会，许仁祥结识了上海星星港关爱服务中心（全国第一家为丧子家庭或个人提供精神援助和心理危机干预的公益组织），就此闯入殡葬行业，至今已有11年。

## 他在做什么？

让告别仪式变得更温馨。我们自2008年开始与各大殡仪馆合作，为申城的逝者制作“人生小电影”，让追悼会更具温情。如今我们正在与上海市的各大殡仪馆合作，开展3D打印技术辅助遗体整容修复服务，让往生者可以“体面”告别亲人。

## 创业1.0：人生小电影

“殡葬服务由传统到现代的转型，是一个较长的历史过程，不可能一蹴而就。”许博士在深耕殡葬业11年后，如此总结。

制作短视频对如今的青年人来说，借助相关软件是轻而易举的事情。但在11年前，却是高门槛的行业。许博士在2008年开始为逝去的人们制作“人生小电影”，至今已经有11个年头。“人生小电影”一般为几分钟，在殡仪馆告别厅的大屏幕上，悼念会举行前或举行期间循环播放。

许博士从2001年开始创业，他尝试过很多项目，美国的朋友介绍的短视频制作软件，让他看到了其中的商机，于是果断进入该领域创业，最初他希望给儿童做纪念视频，但市场迟迟没有打开，一次机缘巧合结识了一个名叫“星星港”的公益组织，受托为一个意外夭折的小孩子做怀念短片，这个精心制作的短片惹哭了不少人，此后陆续有客户慕名而来，于是他就正式踏入了这个行业创业。

## 创业2.0：3D 遗容修复

许博士本科是学数学的，30多年前就研究过几何建模，这几年市场又兴起了3D打印，于是他就组织由业内整容师和计算机专家组成的团队开始尝试利用3D打印技术解决遗体修复问题。“令我高兴的是，上海殡葬行业仅有的两位上海工匠王刚和徐军都参与了我们的研究，他们都是殡葬行业的精英”。

“我们研究了三年，如今这项业务的技术路径已经比较成熟了。”许博士拿出一个对照自己头像建模，用3D技术打印的高精度彩色模型，向记者详细讲解了模型的制作过程。如今有些往生者因为爆炸、车祸或者高坠等意外离世，还有很多逝者久病之后面容枯槁，“告别仪式上这样的容颜无法面对亲人”。传统的人工修复不仅耗时长，逼真度也因整容师的水平而参差不齐。

“我们可以通过参考逝者生前的照片，使用计算机进行建模，然后通过3D技术打印，一般在本地24小时就可以完成一例修复。”

## [行业调查]

## 插上翅膀 静待破局

如何安葬，于个人、于家庭、于国家都是一件大事。

众多机构认为受益于城镇化、购买力提升以及人口老龄化，中国殡葬服务行业正实现快速发展。东方证券认为至2020年，这个市场规模将超过1200亿元。中国人民传统孝道的弘扬以及生活水平的提升，势必带来对高端服务的升级消费需求，人们对于殡葬服务的需求也不断提升，追求个性化和多元化的发展，为殡葬产业带来长期成长动力。

我国殡葬服务行业由遗体处理、墓地服务、殡仪服务及其他产品服务四部分组成。其中墓地服务环节是民资参与度最高的行业。作为殡葬地产上市公司——福寿园业绩印证了机构的看法，该公司3月17日公布了2018财年业绩：财报期该公司实现营业收入16.51亿元，同比增11.8%，实现净利润4.88亿元，同比增长17%，延续了稳健的增长态势。

与机构设想相对的是，在互联网改造一切的时代，殡葬业尽管早早插上了互联网的翅膀，但多年来始终未诞生有颠覆性改变的企业。

记者日前从泛TMT领域的创业投资数据库和商业信息服务提供商——IT桔子处获取了一组数据，根据他们统计，从1997年到如今，共计有15条在殡葬领域进行互联网创业的项目记录。

这15家企业在殡葬行业进行“互联网+”方向的探索，各有特色：有的提供富有人文关怀的殡葬礼仪服务；有的是殡仪馆专用设备制造商，提供高中低档平板、捡灰火化炉、智能火化炉、尾气后处理设备以及节地环保生态葬设备等；有的是提供互联网殡葬服务，服务项目包括族谱建立、器官捐赠、网上祭祀、殡葬用品及墓地销售、入殓师服务等；还有的采用“线下连锁+线上电商”的O2O模式销售寿衣、骨灰盒等殡葬用品。

也许数据不完全，记者发现相对其他创业领域，这15条数据少得可怜，另外创投对这些创业项目的关注度也一般，直到2014年才有融资记录出现，6条融资记录，分别是3次天使轮，2次A轮，1次B轮，融资金额从100万—5000万元不等，只有一家殡仪馆专用设备制造商获得A、B两轮投资。

众多数据显示，中国殡葬业已经插上互联网的翅膀，但为什么没出现颠覆性改变，或许值得社会各界关注。

## “阳光型”影视基地 现代陵园视觉设计改造

## 钱堃是谁？

80后，曾在上海一家传统媒体做记者、编辑，直到2012年受长辈的邀请，回到在苏州名流陵园做品牌经理。“一方面我有媒体资源，另一方面企业的视觉系统管理，也符合我大学所学专业。”就是这样钱堃在半推半就中踏入殡葬业。

## 他在做什么？

做陵园视觉设计改造，名流陵园在太湖西山岛上已经经营了十几年的陵园，除了自然环境绝佳之外，建筑风格和传统墓园一样，青砖小径，斑驳墙瓦。钱堃把它改造成“阳光型”的陵园，并且成为了影视地标。

## 新环境 现代化美学的设计

木心说：“凡永恒伟大的爱，都要绝望一次，消失一次，一度死，才会重获爱，重新知道生命的价值。”在从事殡葬业之后，钱堃对这段话有了新层次的理解。

提起殡葬业，国内群众坚定地有着固化的印象，或是阴郁哀怨或是痛苦伤怀。钱堃对此颇感无奈，他很想把名流陵园变成阳光型的殡葬企业。

在董事长的支持下，钱堃第一步直接满世界的旅行，寻找经验和灵感。在结束了参观世界各国墓园后，钱堃开始更疯狂的学习步骤：参考精品酒店。“因为墓园相比较酒店，只是休息的时间更长，实质没有什么不同。”钱堃把那些顶级度假酒店的细节一一记录下来，从字体使用到灯光设计，从人员动线设置到环境心理暗示，最终都运用到了陵园新环境的设计中。

极少在殡葬业使用的不锈钢材质遍布陵园，显得现代素雅。还用登山电梯和极简风设计把原是黄墙青瓦的庙宇式陵园，变成了现代化淡雅宁静的安详之地。根据国际流行色，参考全球图标 logo 的发展趋势，钱堃把名流陵园的VI视觉系统整合成了很高级的灰色系，并且把logo扁平化，一步跟上国际流行趋势。“我们的slogan是‘沐浴天堂的阳光’，充分展现了一个现代服务业企业的面貌。”

## 新工艺 精致小巧方便携带

有了好看的皮囊，还需要有趣的灵魂，“骨灰晶石”的项目随即而来。“骨灰晶石”是把骨灰经过二次高温燃烧后，再缩减三分之二的体积，自然凝结成的晶体。骨灰晶石的制作有两个好处：

第一个亮点是环保。骨灰制作晶石的环保理念不是在晶石制作本身，而是在土地节约。无论墓园面积如何控制，墓穴面积如何减小，死人和活人抢地的问题似乎永远存在。只要落葬，总会占用土地，而骨灰晶石可以使用最小的面积下葬或祭拜，使用精致的纪念盒更显美观庄重。

第二个亮点是不仅小巧更经济实惠。钱堃参考世界各地先进的晶石制作工艺和技术，建议制作首饰和纪念饰品。这使得生死可以摆脱次元隔阂，人们就可以随时随地进行纪念，不必清明、冬至涌向墓园，而那些长居外地或者国外亲人可以将生命晶石随身携带纪念。

说到骨灰晶石项目和殡葬业的未来，钱堃其实还是很乐观，“接受度已经从嗤之以鼻到有人专门来询问了。对殡葬业来说我还算是新人，但是作为一个年轻人，我觉得殡葬业的未来，不仅仅是找个墓地下葬，更希望是人和人的关系可以穿越生死的界限。”

钱堃认为在未来，人们会更重视思念的方式甚于殡葬形式。