

南 華 大 學
社 會 學 研 究 所 碩 士 論 文

嘉義地區殯葬業的傳統經營模式與現代發
展：分工模式與儀式的變遷

The Tradition and Modernity of Funeral Industry: Change of Labor
Division and Funeral Ritual in Chiayi County



研 究 生：張宇呈

指 導 教 授：齊偉先 博士

中 華 民 國 九 十 八 年 十 二 月

南 華 大 學

社會學研究所

碩 士 學 位 論 文

嘉義地區殯葬業的傳統經營模式與現代發展：分工模
式與儀式的變遷

The Tradition and Modernity of Funeral Industry:
Change of Labor Division and Funeral Ritual in Chiayi
County

研究生：張守呈

經考試合格特此證明

口試委員：林本炫
鄭川雄
蔡漢光

指導教授：蔡漢光

系主任(所長)：周平

口試日期：中華民國 98 年 12 月 25 日

謝辭

終於，兩年半的研究所生涯要劃上句點了。這段研究所的求學過程，受到了社會學的洗禮，雖然總是遇到挫折但還是有些許的收穫。尤其是在思維上的轉變，亦發現了許多觀看世界的新方法，很慶幸我能有這樣的收穫。當然這得感謝社會所教良師們的指導，更感謝一路上陪伴我、支持我的父母親、家人及好友，因為你們的鼓勵與協助才会有今日的成果！

這本論文得以順利完成，首先要感謝我的指導教授齊偉先老師，感謝老師這二年多來對我的悉心指導與鼓勵，以及在學術研究方面給予許多寶貴見解。讓我的論文一步一步從荒蕪到結實外，也教導了我許多作為一個社會學研究者應有的基本能力，這對我往後無論在職場或是生活上都將受用無窮。而口試期間，承蒙鄒川雄老師和林本炫老師於百忙之中撥冗詳閱並於口試時提出寶貴的建議，使本論文更為臻至，在此至上無限謝忱。

其次要感謝所有的受訪者，因為你們的經驗分享，才能有許多珍貴的田野資料。當然更要感謝許多從事於業界的學弟、學長與好友，沒有你們的經驗分享、幫助與引介許多資料並不會那麼真實的呈現。

因個性使然每當思緒混亂、毫無頭緒不知如何下筆時總是焦躁不安，打網球有助於抽離當下讓思緒沉澱。這需謝謝網球隊的何應志老師與隊長子毅，引領我發現網球的樂趣與球技上的精進，甚至不嫌棄的讓我參與大專杯等賽事。

另外，我要感謝特地請假來陪我口試的珊珊，她總是聽我述說課業與助理工作所發生的難題，適時給予我鼓勵或譴責我偏執的想法與傲慢，並且由衷地欣賞我的許多觀點，當然也承擔了許多瑣碎的抱怨與情緒。

最後，謝謝爸爸、媽媽在經濟上的幫助與精神上的支持，我一直都能體會你們心中那股恨鐵不成鋼的…怨念？雖然我覺得鐵已經夠硬了(說笑的)，我知道這不是結束也知道自己的人生才正要開始，我會變成「鋼」的！謝謝你們的體諒。

摘要

臺灣在大型企業集團投入殯葬業市場以前，殯葬業的經營模式多半是以跑單幫與傳統經營兩類。現今企業經營者以及一些宗教團體的積極參與，改變了原有的產業分工模式，甚至促進了民眾的價值觀、喪葬儀式與政府政策等的改變。針對這一複雜的背景條件下，本研究試圖勾勒出這股改變的動力，以及其發展背後不同團體中實際操作葬禮行為者之間的互動關係。本論文首先分別就傳統殯葬業與現代殯葬業的發展歷史、屬性及分工模式進行說明。分析台灣殯葬業產業化過程中，與殯葬法令政策變遷之間的「曖昧」關係，在此基礎上，進一步討論喪葬儀式是如何在政府的治理下、業者的刻意經營、以及宗教團體的改革作為之間的改變。此外本文也以經濟邏輯及消費文化的概念，說明喪葬儀式和殯葬消費者消費認同的關係，其中發現嘉義地區殯葬業並沒有達到完全企業化的市場模式，而是呈現多元並存的狀態，傳統業者人脈口碑經營與現代業者的品牌行銷經營模式共存，與大都會區比較呈顯有一定的差別。

關鍵字：殯葬、分工、商品化、喪葬儀式、儀式變遷

Abstract

Before the large enterprise groups getting involved in the Taiwan funeral market, funeral industry's business model was mainly based on two types of personal relationships and traditional agent form. The modern commercial agents and the religious groups have been playing an important role in changing the structure of funeral field in the last decade. They change the division of labor in the funeral field and influence the public values towards the funeral ceremony. This study aims to outline the current change of funeral field by focusing on three major agents, that is, the government, the religious groups and the funeral business groups. Firstly, I shall review the history of traditional funeral industry and the funeral policy. By examining the current funeral commercialization and the funeral reform of religious organizations, I try to explain the dynamics of this new development. Secondly, the change of funeral ritual is also the topic of this study. By analyzing the abandoned funeral ritual, I shall deal with the issue of funeral reform. The empirical data are based on the social phenomena in Chiayi area. The results show that the funeral business has not reached the status full of corporate-market model yet, but rather a special multicultural type: the traditional network of funeral management is coexisting with the modern industry's brand marketing form. In comparison with the metropolis this shows an urban-rural gap.

Key word: Funeral, Division, Commercialized, Funeral ceremony, Ritual change

目錄

第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究動機與研究目的.....	2
第三節 文獻探討.....	4
一、儀式與政策的變遷.....	4
二、殯葬業的企業化經營.....	11
第四節 研究策略與方法.....	14
一、研究策略.....	14
二、研究方法.....	16
第二章 台灣喪葬產業及相關法令的變遷.....	19
第一節 台灣殯葬業產業化的過程.....	19
一、傳統分工的經營模式.....	20
二、企業化經營模式的發展：喪葬儀式的商品化.....	24
第二節 台灣殯葬法令與政策的變遷.....	26
一、曖昧的條文與產業界的發揮空間.....	26
二、國家政策.....	29
第三章 儀式的功能與儀式的解、組.....	37
第一節 喪葬儀式功能的轉變.....	37
第二節 宗教團體的儀式建構.....	42
第四章 台灣殯葬產業的企業化動力.....	49
第一節 台灣企業化殯葬產業的依存特性.....	49
第二節 生前契約.....	53
一、生前契約的起源與現況.....	54

二、生前契約的市場基礎.....	56
三、傳統生死觀下之風險感知與價值建構.....	59
第五章 嘉義地區殯葬業的變遷.....	65
第一節 嘉義地區的現況.....	65
一、市場區隔.....	65
二、分工模式.....	68
三、教育訓練.....	70
第二節 宗教團體對喪葬儀式的影響.....	73
一、助念團組織架構.....	74
二、助念團對於儀式的治理.....	77
第三節 嘉義地區葬禮儀式的變遷.....	82
一、佛道分流的現象.....	82
二、儀式從簡風氣的形成.....	84
三、儀式的商品化現象.....	88
第六章 結論.....	93
第一節 研究發現.....	93
第二節 研究反省.....	98
參考文獻.....	100
附錄一、葬禮儀式流程匯整.....	105
附錄二、歷年殯葬管理法令.....	111
附錄三、殯葬管理相關計畫匯整.....	113
附錄四、企業型殯葬公司所營事業資料表.....	116
附錄五、莊嚴佛事說明須知.....	119
附錄六、企業經營與傳統經營者之訪談大綱.....	120
附錄七、宗教團體訪談大綱.....	121

圖目錄

圖 2-1：傳統經營模式分工結構圖	22
圖 2-2：外包流程的八種安排.....	23
圖 4-1：企業化之殯葬產業的依附結構圖	52

第一章 緒論

第一節 研究背景

近年來，台灣的殯葬產業正處於一個改革階段，破除一切以迷信、鋪張浪費方式的習俗，取而代之是以制式化、簡潔隆重的喪葬禮儀和哀悼形式。殯葬產業不再是忌諱不可碰觸的，漸漸轉變成大家所能接受的新興行業。這無非代表著殯葬業於社會上的形象已有所改變，以往被認為是避諱的工作，現在有了火紅年薪；以往被認為是卑微的工作，現在卻成新興熱門行業。

推動殯葬禮儀專業化，台北市殯葬處又有新招數；殯葬處將於4月同時破天荒舉辦「遺體化妝」及「示範奠禮」選拔大賽。…為了提升遺體化妝服務的專業品質、鼓勵菁英從業人員吸收專業技能…。(自由時報 2006-02-22)

高縣甲仙鄉代副主席范姮枝常需協助鄉民身後事、七年級生劉育玲為了協助夫家事業，不約而同參加勞委會委託大仁科技大學開辦的「喪禮服務員訓練班」，…殯葬業吸引越來越多年輕人投入，…二十八位學員中，最年長五十四歲，七年級生則有十位。二十三歲的劉育玲結婚四個月，夫家在內埔鄉經營殯葬業，為了培養專業能力而報名上課，她說，企業化的生命禮儀公司多少對傳統殯葬業造成壓力，因此多角化經營已成趨勢，夫家除了本業，還與花藝公司結合提供式場藝術花，有的喪禮光是藝術花就需三萬元以上，未來專業化服務更是不可缺。(自由時報 2007-08-30)

由以上新聞可以看出，由於企業化經營的禮儀公司出現後，引領了一股改革風潮，此外，政府也開始努力要以再教育的方式把殯葬業導向專業化、制度化與確保服務品質，其中不難發現參與訓練的學員多半是家族式傳統經營模式的殯

葬業者，年齡層也有年輕化的趨勢。這些企業化經營的禮儀公司，初期多半是以銷售納骨塔位和墓地起家，直到納骨塔及墓地的預售，達到市場飽和且呈現供過於求的狀況後，業者爲了減輕龐大的管理費用，並同時提高納骨塔位和墓地的使用率，因此業者便開始將相關產業做垂直整合，涉入殯葬禮儀服務的行列中。也使得這一種現象爲傳統殯葬業帶來企業化、專業化經營新思維模式，甚至也從國外引進「往生契約」的經營方式等等，另外挾著龐大的資金、知識份子的投入和專業化的服務體系，台灣殯葬服務業之型態也逐漸開始轉變。本研究主要處理的議題就是近年來殯葬服務業經營型態與喪葬儀式的轉變及其背後的成因。

第二節 研究動機與研究目的

在大型集團投入殯葬業市場以前，殯葬從業人員的人數並不多，經營模式多半是以跑單幫與傳統經營兩類。前者多屬兼差性質，大多由棺木店、彩帛店、道士、地理師、造墓商等與殯葬相關下游廠商以跑單幫方式經營；後者則是由這些殯葬相關下游廠商轉型成立的傳統型公司，員工人數多半是由家庭成員組成，如夫妻檔、父子檔，因此規模不大，地緣特性強。但如今殯葬產業的經營模式漸漸在轉變，有部分業者開始企業化經營，也因而對傳統經營有所影響。企業化經營與傳統經營在其人員的訓練制度上大有不同，企業型的殯葬事業擁有充足的人力與物力，所以企業型的殯葬從業人員只需要學習制式或單一項目的工作內容，不同流程有不同的分工各司其職；反觀傳統經營的殯葬事業，因爲人力與物力較精簡，加上沒有一套很明確的養成體制，專業的養成依靠的是直接投入職場第一線邊做邊學所習得的，所以分工也較不明顯往往是由一人擔任多職，主要是以家族或師徒的關係爲基礎來從事與進行殯葬的服務，因此傳統的殯葬分工是以家族的合作，或以師徒的方式進行。

現今殯葬業已經走向企業化，即以公司爲主要核心並發展出下游的協力廠

體系，並非再以傳統的家族合作的方式進行。在資本主義之商業運作邏輯中，獨特性的創造往往即是經濟價值的創造，而消費者總是在產品的獨特性與品質之間進行比較與選擇。在殯葬業朝市場化、企業化經營的過程中，也有類似的發展。有別於傳統經營模式較多是遵循古禮來進行喪葬流程，企業化經營模式的主要訴求則是以較簡單、創新或依家屬要求的形式來進行。除了這兩種劃分外，都市與鄉村的殯葬型態也有所不同，傳統業者在鄉村中是較佔有優勢的，畢竟鄉村地區殯葬形式仍以傳統禮俗為主流，使得企業經營型態在鄉村中生存就必須轉變其經營模式。而在這轉變過程中研究者發現出現了一種新型態的「殯葬仲介業者」的出現。這裡的殯葬仲介業者意指提供暫時性(兼職)人力資源的業者，通常出現的時機在於告別式上，主要負責香儀、服務、扶棺等工作，並由該業者調度臨時員工與殯葬業者配合。因為企業型態的公司作業流程及設備的一致化都來自母公司，卻因為當地人的觀念及傳統習俗導致這一貫的作業流程必須有所變動，加上企業型公司在鄉村地區駐守的人員是從外地派來的且為數不多，因此在業務量過大之際，便必須要靠著殯葬仲介業者的協助，除了補充人力資源的不足外，也可提供在地的殯葬習俗資訊。

此外，除了殯葬分工模式的轉變外，整個喪葬儀式也有變遷。譬如台灣傳統儒釋道混合的葬禮，以往是文化習慣中的一個部份，如今卻掀起沸沸揚揚的改革聲浪。儘管我們有許多針對現代社會變遷之存在與發展的論述，但由此卻不能全面解釋儀式的轉變。這意味著我們不能只從社會變遷的視野來看台灣的殯葬儀式變遷，而必須再找尋更細緻的觀點。所以，本文將透過對操作與使用殯葬儀式的某些關鍵角色與行為者進行探究，以求獲得進一步的分析架構與變遷原因的詮釋。

此外許多傳統殯葬業者為了降低人事成本，所以在人力資源上多半仰賴殯葬仲介業者來支援，不僅不需僱用長期的職員，而且也不用擔心淡旺季時，人力

不足或過多的情形。

整理上述觀察，提出以下本論文主要的研究問題：

1. 現代殯葬業的分工是如何發展以及如何進行的？
2. 傳統的分工模式轉為現代的分工模式，其變遷受於哪些的因素？
3. 喪葬儀式的變遷背後的因素是什麼？是否有某些關鍵角色決定了儀式的轉變？或這些角色間，如消費者(喪家)或政府單位，是如何影響儀式的發展？

第三節 文獻探討

一、儀式與政策的變遷

台灣喪葬禮制，淵源於周禮，故原屬儒教禮儀，後來融入道教、佛教等教派禮儀，形成一種特殊之禮俗。台灣喪葬禮俗亦受此影響，以致儒、道、佛教禮俗並蓄，加上各地之喪葬習俗不一，因此呈現出多元文化交雜的現象。

現今普遍的傳統殯葬禮俗，有許多非理性與不人性化的行為，且早已經喪失其背後的涵義，但許多人至今仍然懵懂的依循著這些禮節。如前內政部長張博雅曾針對台灣地區喪葬儀式中的「五子哭墓」提出批評指出：「此陋俗在傳統喪禮中一直扮演重要角色，不但擾亂鄰居安寧，更是吵死人的行為。」(施曉光，2001)古代的五子哭墓有其故事背景，由於自身被繼母虐待，跑到亡母墓前哭訴，此與孝順的表現根本扯不上關係；但在積非成是的習慣下，沿襲至後世卻變成送葬行列中的要角，彷彿哭的越大聲就越孝順，震耳欲聾的哭喊聲造成居住安寧品質的破壞，絕大多數哭聲震天的「五子」卻是與往生者毫無關係的「專業喪葬人士」。

除此還有許多儀式的去留也都值得我們進一步去探討。以下便例舉至今較

有爭議的殯葬禮俗：

(一)、尙未斷氣前便開始移舖，以人道立場而言，未斷氣前移舖，對於病重垂危者的身體、精神，可謂變相的虐待。因病人在臨終前，身衰力乏，此時移舖，不論背負、抱持或抬移他處，勢必加深其痛苦與病情，無異加速其死亡，故應加強宣導，儘量讓病者在床上安息，以減輕其痛苦。

(二)、依台灣喪葬儀俗，死亡時最好是死在生地自宅。此一風俗源遠流長，至今似仍未衰。過去一般在鄉村，有死人不能進入本莊的禁例，只能在莊外辦理喪事。此不進入莊之俗，有人認為導因於昔日交通不變，遺體運莊後處理不慎易導致疫癘，故有此種禁忌(台灣省政府民政廳，1983)。而在外地去世的人，根據禮俗遺體禁忌運回家中，其所持理由是遺體運入自宅，其靈魂將被門神阻擋不能進門，仍在外漂浮。其他如車禍、溺水、自殺、因案伏法等在外凶死者，亦不可運回自宅正廳。因為在外面死的人不可以將遺體搬進家門之內，因此常可見到在屋外搭設帳棚，將棺木擺在門口。

(三)、女兒孫女「哭路頭」的習俗。哭泣是喪禮中的儀節，古代的禮儀中有朝夕哭、卒哭等，都是一種哭泣禮儀。《禮記》：「孝子親死，悲哀誌慙，故匍匐而哭之」匍匐就是跪爬在地上哭泣，是孝子悲傷的自然表現。而如今的禮俗演變為由住在外地的女兒回來時哭，表示女兒及孫女十分孝順，來不及在死者歿前看最後一面，心中懊悔悲傷，因此匍匐前進，悲哀痛哭。

(四)、封釘之禮。在古代本有驗屍之功能，是以父喪須由伯叔父來封釘，母喪才由舅父來封釘，然因宜蘭地區一帶彰州人誤以為「天頂天公、地

下母舅公」，凡是均須由母舅作主，導致父喪也由母舅作主封釘，透過不知源由的禮生及葬儀社人員之媒介，其他地區也常發生這樣的情形。

(五)、入殮後在棺木內放熟鴨蛋或石頭等器物，是基於畏懼亡靈來干擾活人，用以欺騙亡者待熟鴨蛋或石頭孵化成功後即可回家，背後的涵義是指亡者永遠不會回來干擾陽世間的活人，藉此來削減生者對亡靈的恐懼。

這些禮俗在舊有的社會時空背景中，並不會產生爭議。習俗是一種綜合文化的表現，無論良俗、陋俗，其產生、演變有其自身規律，其背景則關係於社會結構、自然環境及民眾生產與生活方式的轉變。徐福全(2001)也以年代為分隔點來區分這些轉變，他認為台灣從光復後到民國六十年為止，這段期間仍保有農業社會的結構，傳統的社區互助網絡還在，宗親的影響力也未減弱，加上「新例無設，舊例無滅」與忌諱死亡的傳統觀念，因此很少有人敢擅自改變。而到了六十年代以後，農業社會開始轉型為工業社會，農村的人口都集中於都市，加上人際網絡的逐漸瓦解，街坊鄰居義務幫忙喪禮的情形也就越來越少了。而這種「義務」行為也漸漸被「交易」行為所取代，於是喪葬義務逐漸商品化，有專門出租碗盤桌椅的店家，也有專門為人搭棚出租的公司，殯葬事業逐步走向商業化，不僅有棺木店，墓碑店，老人嫁妝店，也有花店，碗盤出租店，禮堂搭架店等的出現。到了民國七十年至八十年間，臺灣的出殯場面已極盡鋪張豪華甚至乖離喪禮的本質。流俗把八十歲以上的人的喪事辦成喜事，造成悲喜不分，出殯隊伍動輒長達一千公尺以上，陣頭當中有請來代哭的孝女白琴，也有舞龍、舞獅等遊藝表演，甚至有盛極一時的電子琴花車，藉妙齡女郎的唱歌乃至表演脫衣舞來引人側目，光怪陸離、傷風敗俗這樣的風氣在當時成為一股潮流。八十年代以後臺灣的殯葬文化延續此風，走向爭奇鬥豔，走向不顧喪禮本身只注重喪禮的外殼包裝。以前出殯最受重視的是子孫，親戚的家祭，所有的家屬在此最後的生離死別中分批行

四跪八拜之禮以展孝思。但現在則以公祭較受矚目隆重行之，家祭往往則相對草率。民意代表忙著趕場參加公祭，地方首長也忙著參加公祭與為死者行點主禮，形成一種特殊的政治與殯葬相結合的特殊文化現象。

台灣的殯葬儀式變遷有它的時代背景因素，社會結構、經濟、社會價值觀等因素的改變皆會帶來影響。殯葬儀式和社會變遷密不可分，由於這些儀式的變化是來自社會的結構轉變的刺激，往往是處於該時代的人們在當代社會的影響下，重新賦予儀式意義與生命。然而至今有許流傳久遠的儀式早已被認為不符合現代人的需求，許多傳統陋俗應該改革或是去除，而這也使得今日的殯葬儀式面臨改革的衝擊。內政部針對殯葬改革議題，於民國九十年十二月的《社區發展季刊》第九十六期，以專刊進行了一系列的探討，包含了儀式改革、硬體設施改善、管理與政策制定等議題，並點出問題癥結所在並提出相關建議，整理如下：

(一)、儀式改革

大部分的學者認為現今喪葬儀式的亂象之因，是在於並沒有一套「現代化標準殯葬禮儀範例」讓人遵循。如黑傘遮靈位，乃鄭成功時代，與清朝政府有不共戴天之仇，所以靈位牌用黑傘與清天隔開，表示不戴青天(高繼昌，2001)。現在已經改朝換代，清朝也早已滅亡，實在沒有必要再撐傘。又如頭七，到底是六天子時前做，還是第七天上午做？未亡人到底要不要親送亡夫到火葬場？這種規矩，並無依循標準，是大多數喪家都會遭遇的困惑(高繼昌，2001)。政府目前雖有出版殯葬禮儀專書與範例，但多已不合時宜。以內政部八十三年出版的禮儀民俗論述專輯喪葬禮儀篇來說，就有許多不合宜的規定，如規定父母亡，需服喪三年，祖父母、伯叔父母、夫妻、兄弟姐妹亡故，需服喪一年；人死後靈魂需乘轎至陰間，因而一斷氣即需在戶外焚燒一頂紙製魂轎；舉哀後，子孫即用石頭作為屍枕，子孫頭殼才會硬。諸如此類較與現代生活實務脫節的禮儀，在這些政府出版的書籍中仍然可以看

見。

譚維信(2001)認為非但要有一個健全的範例制定與管理，在實際執行時還需具有彈性，不是一成不變而是殯葬設施管理與經營必須隨著人、事、時、地、物的不同而做一些調整。例如有些地區的做法是一車一車的燃燒庫錢，而有些地方則是較有節制的燒；有些地區的做法是通宵達旦，有些則不做法事；有些地區墳墓是高高突出地面，有些則是草皮水平面式的。在制定範例時應注重這些細節。

(二)、硬體設施改善

以往殯殮場所環境不佳，場地狹小、高度不夠、燈光昏暗，工作人員或喪者家屬與停殮之棺木擦身而過，這些都會使喪家及來賓增加悲傷與恐懼感。陳皎眉、林世崇(2001)也提及殯葬設施具鄰避性，遷改建都很困難，而在人口增加，死亡人數亦相對增加的情況下，老舊斑剝的設施無法再滿足民眾的治喪要求。尤其是每逢吉日，禮堂、火化爐、冷藏室便明顯不足，以及大量的喪家車潮，樂隊吵鬧聲，亦會對週遭居民的環境與生活品質帶來影響。

目前這些殯葬設施的改善方式，多半採以現有建築物加以規劃整修的方式，以因應龐大的治喪需求。以台北市立殯儀館為例，從新規劃禮堂景觀，內外均採以暖色系調，取代原有之陰冷色系；增設冷藏庫數量、設置洗滌台、拜飯區、家屬休息室；從新規劃交通動線，禁止大型花圈入館避免阻礙交通等(陳皎眉、林世崇，2001)。而高雄市也有類似的方法改善硬體設施，較不同的是高雄市另外設置了「諮商室」，以及提供「初終室」且分設佛教、道教、天主教、基督教等相關寄棺室，給家屬有一個助念、休息、諮詢與心理輔導的空間。

(三)、管理與政策制定

對一般人而言，喪葬服務只是一種與死亡有關的禁忌服務，喪葬管理條例通過之後，喪葬人員的服務已經邁向專業化的服務。而這裡的「專業化」指的是殯葬業尋求取得專業地位，進而取得其報酬與特權的過程，透過取得這種專業(壟斷)地位的好處是在於保證高額的物質報酬，排除或扭轉外界對其表現的評斷，並且准許開業的人獲得確保職業的穩定性。

因此，當喪葬服務人員的服務成爲被認可的專業化服務後，「喪葬管理條例」也被視爲喪葬制度改革的重要法案，且爲台灣邁入現代化的重要指標之一。在「喪葬管理條例」通過以前有很多的文獻在探討喪葬條例的立法、修定與疏漏的問題。如殯葬設施的審核標準不明確、無證照營業者無法可管、收紅包文化、濫葬現象等問題(譚維信，2001；潘志鵬，2001)。在2002年「喪葬管理條例」通過以後爲這些問題提供了一個暫時解套的答案，之所以說暫時解套，是因爲喪葬管理條例實行以後雖然解決了一些較爲迫切的問題，但有些問題仍然有待政府去突破，畢竟台灣地小人稠，光是在地理條件限制下產生的問題便不少，例如：如何依人口比例設置殯葬專區、如何促進人民對殯葬方式觀念上的改變、殯葬事業是否該民營化、是否該納入社會福利的考量等。這些問題並無法透過政府單方面的頒布法條便可以改善，更需要的是相關產業的專家學者、殯葬業者與民眾的多方協商與配合，解決問題之道才會有曙光。

徐福全(2001)也認爲只有喪葬管理條例還不夠，政府還需努力的地方很多，首先是民政部門除了有專門的行政單位，還應有研究單位專司研究，結合研究與行政的長才，方能規劃、制定出符合時代腳步與民眾需求的禮儀政策；其次則是要建立禮儀從業人員的證照制度。目前雖然已有禮儀師證照制度的落實，但仍無法解決殯葬管理機構不夠專業化的問題，目前的政府機關的管理者

都是經由國家考試合格後任職的，人員得編制仍歸類於社會行政與一般行政類，有時會出現屬於政府管理階層人員的專業度比民間殯葬從業人員低的情況。因此譚維信(2001)認為國家考試應增列殯葬職系，而陳皎眉、林世崇(2001)也認為中央政府機關應辦理專技考試，以提升政府專業人員形象，才能提供讓人信服的服務。

此外人才的培育也是很重要的一環，台灣殯葬管理條例第 4 章第 47 條中提及，規定喪葬服務業之公會每年應自行或委託學校機構、學術社團舉辦喪葬服務業務觀摩交流及教育訓練課程，以提昇會員之服務品質。因此當時台灣有一些學者依照這項規定然後參考國外的喪葬課程而提出建議課程設計，其內容主要規劃為五大領域：人文、社會、管理、基礎科學、健康等(鈕則誠，2002；呂應鐘，2002；尉遲淦，2002)。然而台灣目前並沒有專職的生命禮儀科系或民政學院，僅有少數的學分班，願景與實際狀況仍有一段距離。

綜合上述討論，大部分文獻所提及的問題可以摘要成兩個層面：一、以地理空間層面而言，因為大部分的都市人口集中，使得商業的活動環境向都市中心趨近，密集化的人口生活方式，使街道及商業區域集中而狹窄，形成各種不同的集體需求，如安全、教育、衛生等，公寓及以其他型態出現的集合住宅在都市發展之後，導致辦理喪事的時間與空間缺乏，相對於傳統的治喪環境需求，如今已經產生極大變化，傳統在家治喪的觀念及行爲，現代社會的環境已經不容許，漸漸轉為集合式的現代殯葬設施，如殯儀館、火化場、納骨堂塔這些設施。再加上如今人口增加的問題，使得政府不得不先將重心放在這些硬體設施的增建與改善。二、以規範行動者層面而言，政府亦針對殯葬業者的作爲及如何營造讓家屬能感受到溫馨、人性的治喪環境去作規範，但政府對於喪葬儀式這類「軟體」的規範比重便較低一些。即使政府制定相關條例、開設教育課程與證照考試，但其效果仍然有限，因為這類與殯葬相關的儀式行爲，是伴隨傳統社會文化變遷過程

所產生的，人們將儀式的知識、觀念內化在自身中並賦予它意義與價值，然而流傳至今許多儀式不免會喪失其意義內涵淪為形式化，但這種形式化的儀式在整個社會發展過中早已轉成一種普同的意識形態，使得原本是屬於個人的私領域儀式轉為公領域的儀式，一旦有人想突破固有的儀式表現，便會受到許多來自傳統保守群體的壓力影響。因此如今的喪葬儀式依舊受到那股需承襲傳統制約的壓力，而這股壓力來源可能是家族長輩、親友、甚至是來自當前的社會價值觀感。

儘管喪葬儀式的演變至今仍有許多地方須再加強，但目前仍有些實際現象比起以往進步很多，因為消費者意識的崛起，殯葬儀式與用品開始市場化，消費者懂得貨比三家因此也有了競爭壓力，使得殯葬市場的專業化與企業化成為目前主要的潮流。此外環保意識的抬頭，也使得殯葬文化由忌諱轉為重視，人們開始思考傳統殯葬儀式造成的浪費資源、空氣污染、噪音污染與交通擁擠等問題，以及在土葬與火葬方式會對自然環境造成破壞的壓力下，產生了其他葬法的新選擇。

二、殯葬業的企業化經營

殯葬業原是一種地域性強的產業，以嘉義地區的業者而言雖然它相當熟知當地的傳統習俗與儀式，但對於外縣市的習俗可能就會受到局限甚至不懂。因此一旦克服了這種「跨地域性」問題，讓地域性的阻礙強度減弱，再配合操作與包裝習俗，殯葬業要邁入企業化便不無可能。習俗雖然有其固定的傳承性，但是也會有所變革，因地域、城鄉、經濟條件差距、社會價值觀的轉變等諸多因素都會影響儀式的變遷。而這剛好提供了企業化經營一個進入市場的契機，從目前所呈現的儀式情況來看，很明顯的幾乎所有的儀式都經過包裝，且走向個性與多樣化的趨勢，王士峰(2006)也曾肯定這個觀點，他認為企業經營的儀式其發展趨勢主要方向有：

1. 預立遺囑，交待後事進行方式，並配合生前契約的簽訂，委託殯葬業者辦。
2. 殯葬流程的多樣化，如先火化再行奠禮(此時，奠禮可能改為追思紀念會)有其必要性，一方面公共衛生之維護，再者有經濟性與管理性之考量。
3. 各種儀式之多樣化，如火葬、樹葬、花葬、海葬等方式皆成爲趨勢。
4. 殯葬儀式舉行場所之多樣化，如教堂、佛堂、飯店(舉辦先火化後追思紀念會)，等場所皆成爲儀式舉行之場所。再如移動式火化場之火化方式等皆爲多樣性之一種表現。
5. 殯葬用品之多樣化，如環保棺木、環保骨灰罐等可供選擇。
6. 儀式呈現方式之多樣化，如多媒體告別式、網路掃墓、網路告別式等。

從這幾點可以發現，過去由殯葬業主導儀式之進行的方式已經漸漸式微，儀式的主導權移轉至喪家。而這種轉變剛好與企業化經營的殯葬業者之理念相爲契合，不但講求顧客至上、提供多樣化的服務，並在以達成顧客之要求爲至上的前提下，使得儀式的呈現形式開始具有彈性。一般傳統經營的業者在人力、物力與資本上都有限制，較無法完全達成喪家的要求。以個性化告別式爲例，因爲企業經營者有能力設置一個創意小組，專門負責設計告別式的呈現形式，加上企業經營業者具有跨縣市經營的優勢，這個設計小組可以設計全台灣的個性化告別式，然後再由各縣市的基層員工來執行，相較之下傳統業者便無法承擔這樣的人力編制，即使編制一組設計的人力，其所承辦的個性化告別式的業務量，也無法像企業經營者每個月都能維持一定的案件數量，畢竟他們可以透過蒐集全台灣的案件來維持，所以在這方面傳統經營者就很難與企業經營業者有所競爭。

而這種高度講求個人主義發展的個性化儀式與商品，卻也對許多傳統儀式、作爲與觀念帶來影響。以企業經營業者而言，他們所思考的喪葬儀式往往較注重於喪葬禮儀的外在形式，而忽略了支配儀式的龐大觀念體系的整體思維過程

與價值操作。如深信良辰吉日才能下葬或火化、焚燒大量冥紙、紙紮之「金童玉女」與汽車等陪葬物、電子琴花車、孝女思親等，僱用孝女以虛偽之哭聲代表喪家子女哀痛之情，其虛情假意徒使人倫斷喪，有違孝道，這些儀式在喪失背後的內涵支撐時，便會顯的過於矯情。事實上，現代社會喪葬禮儀涉及的不只是外在形式變遷的問題，而是群體生死相依渾然一體的內在精神系統崩盤問題。現代社會不僅面對社會制度結構的轉型，同時也要進行各種觀念系統的相互整合，但問題是現代社會有很多嚴重的文化斷層現象，各種觀念系統的多空交戰，現代化所帶來實用文化的猖獗，工具理性的膨脹運用，導致傳統人文理性文化的動搖，以及民眾生活規範下信仰文化的失靈，其靈性信仰的神聖作用，常被轉換成功利性的交換行爲，被迫吸納各樣流行的畸形文化，轉而集社會醜陋面向於一身。更嚴重的是，在經濟邏輯的強烈吞食中，各種信仰文化不僅不能相互協調，還拼命的互相排擠，更加地促動社會價值體系的迷亂與矛盾，各種實際的運作系統隨之變質與瓦解，造成社會內在精神情操愈爲倒退與墮落，在現實操作中形成了高度的緊張性與對立性，不斷的扭曲原有各種精神價值活動，不僅沒有時間去精心經營，反而逐漸被物化，加速了拜金主義與功利主義的流行(鄭志明，1999)。

禮儀是發乎情，止乎禮，這是華人固有的價值觀，而政策的制定與殯葬業生態的改變則是近代的變遷，改革聲浪四起，喪葬儀式每個步驟都得接受審視以求去蕪存菁。而這之間的評判標準究竟何在，又是由誰扮演這個評判的角色，都有待進一步的研究了解。因此本文將從新舊儀式比對的方式來進一步了解，台灣最早對於民間傳統喪葬儀節研究提出架構者爲徐福全(1999)，他從《禮記》、《儀禮》等書來探討喪葬禮俗，發現春秋時代的儒家喪葬思想中早已有，「初死之禮」、「停柩之禮」、「埋葬之禮」、「葬後之禮」四種觀念出現，並依台灣七十年代現況擬出一套喪禮流程架構。徐福全雖然贊同制定禮儀範例，但也擔心傳統喪葬文化會因這股西化儀式的推行而消失。他在《台灣民間傳統喪葬儀節研究》中提到，三十年來之教育率以西學爲尙，知識分子多以不恤傳統文化、同俗自媚於眾爲

善。知識分子或斥傳統喪葬儀節爲迷信、或亦如市井之人任葬儀人員擺佈，於是傳統喪葬儀節竟全由孔子所謂祝史之流操之。長此以往，不出十年，臺灣民間傳統喪葬禮俗亦將必繼冠、婚、祭三禮之後而漸淪亡也(徐福全 1999)。而陳瑞隆(1997)則針對這些喪葬流程，更進一步探討台灣喪葬禮俗源由，內文關於儀式的流程、內容與意義探討都極爲詳細。因此研究者依據徐福全、陳瑞隆與鄒輝堂(2003)對於喪葬儀式的研究，做一個表格(參見附錄一)，這表格並非是爲了確認一種標準，而是爲了進入田野了解儀式變遷時，作爲一個考察的立基點。

第四節 研究策略與方法

一、研究策略

由於本論文主要的關懷面向爲殯葬業傳統與現代的分工模式以及殯葬儀式變遷的動力，因此本文將依研究目的分爲「組織結構」與「儀式變遷」兩大部分來進行分析：

第一部份：組織結構

在處理組織架構問題之前，先依殯葬的經營模式分爲傳統經營與企業經營兩類來進行訪談以獲取資料。由於研究者對於傳統經營模式較爲熟悉，加上又有預訪田野的資料，所以在文獻回顧時曾試著擬出其組織架構圖，但其中的互動模式仍略顯粗糙，所以會著重於了解傳統經營模式分工結構是如何形成的、以及彼此的合作模式爲何。例如傳統業者合作的花店、樂隊、人力資源等對象，都是固定的嗎？還是有其他多種選擇？選擇的依據爲何？配合的樂隊是找一組「樂隊」還是找一位「樂隊負責人」，由這位負責人來調派樂隊？這些其中的詳細互動模式還有待釐清。而企業經營的部份，則是先從蒐集公司的組織架構資料來著手，透過訪談來取得內部的組織架構資料。來初步了解公司內部的分工情形，以及公司本身的服務項目有哪些？外包的項目又有哪些？這些項目外包的原因？藉此

可以對傳統經營與企業經營間的外包模式進行分析比較，也更能看清楚公司內部分工模式的輪廓。並進一步了解服務的內涵與相關情況資料，例如服務的範圍、服務成員的人數、遇到旺季時員工足以應付嗎？

依上述的提問，本研究所採取的是質性研究的方法，以對殯葬業組織中的競爭、互動、依存關係，以及不同類型經營者的策略與作為等進行深入的瞭解。質性研究的目的是在於發現意義，強調的是對社會生活中自然流程裡的個案進行深入的檢視，呈現出貼近社會歷史脈絡的真實詮釋。因此就本研究的資料搜集上必須透過訪談、觀察等得出的才能對研究現象進行深入的檢視、詮釋。

第二部份：儀式變遷

在這裡要開始處理儀式變遷的問題，而這部份的資料蒐集方式主要是以訪談配合參與觀察來取得，透過訪談來了解，這些實際操作喪葬禮儀的執行者(文後描述研究對象的段落再來界定有哪些執行者)，認為在傳統喪葬禮俗中，有哪儀式對現今而言算是「喪禮陋俗」，原因為何？此外也會針對傳統經營與企業經營者對員工的儀式訓練與運作情形，進一步了解。例如，如何訓練員工關於喪禮儀式的知識與技能？訓練過程或實際運作時，是否會參考國民禮儀範例中有關喪禮的範例來進行？以及一場葬禮中的儀式類型是如決定？藉此希望能對不同角色間，是透過何種互動決定了儀式的發展，有進一步的了解。

為了瞭解上述提問等相關範疇，本文將透過深入訪談葬儀社(業者)、禮儀公司(禮儀師)、宗教團體(法師)作為田野資料蒐集，並透過舊報紙系統、政府出版品與相關單位公開資訊進行分析。參與觀察有助於研究者窺見儀式運作流程的全貌。而前文曾針對儀式的流程與內容所做的表格，透過觀察目前實際實行的儀式，來了解實際情況與表格中的儀式內容有哪些差異。這個表格也可以為之後的研究訪談提供一個立基點，可以依這個表格來詢問，這些實際操作喪葬禮儀的執

行者究竟有哪些與現實情況不符。因此可以獲得觀察與訪談兩種資料，有助於在進行分析，過去的喪葬儀式和現今的喪葬儀式有哪些改變時的比較依據。

二、研究方法

本研究主要研究對象為嘉義地區的殯葬業者為主，研究者將藉由隨同殯葬業者所承接的案子，進而觀察目前嘉義地區的殯葬業工作服務內容、不同工作團隊的合作關係；此外，在隨同訪視的期間，研究者對於殯葬業者的基本認識先採用參與觀察模式進行初步的資料蒐集，依訪視的情況而定，所蒐集得到的資料可增進研究者對場域與研究對象的認識與瞭解，以利於下一步的訪談來進行本研究的資料蒐集。而研究場域的介入問題，研究者將透過大學時期實習時所建立的人脈關係來進入場域，並聯繫目前正就業於殯葬市場的學長姊，以尋求引薦。

基於前文將研究目的分成兩部分來處理，這裡要處理研究對象的問題也依其分成兩部份。第一部份是組織架構的問題，傳統經營模式主要是以找業者為主，因為這型多半是一人公司，業者既是老闆也是員工。而企業經營模式則主要是以較資深的禮儀師為訪談對象，資深的禮儀師較能掌握公司的全貌。第二部份是儀式變遷的問題，前文提到的實際操作喪葬禮儀的執行者，主要是包括傳統業者(葬儀社)、企業型業者(禮儀公司)、宗教團體(法鼓山)。因為台灣目前的喪禮儀式的承辦單位不脫這三類，透過研究者自擬的儀式表格(參見附錄一)，來跟這三類實際操作喪葬禮儀的執行者來比較，相信會有不少新發現。

而在研究組織的選取上，依前文所述三種不同類型的行動者為主要研究對象，分別有由「傳統型經營者」：十方禮儀有限公司、建成禮儀有限公司、甲乙殯葬禮儀用品社。「企業經營者」：萬安生命禮儀大林慈濟醫院、龍巖人本服務有限公司基隆服務處、龍巖人本服務有限公司雲嘉服務處。「宗教團體」：法鼓山彰化辦事處、法鼓山嘉義辦事處。其中嘉義地區的傳統型經營業者為數眾多，因此

從嘉義市政府(2008)與嘉義縣政府(2007)的殯葬服務業許可備查名冊中，採立意取樣方式挑選研究對象；而企業經營者部份則是挑選國內目前發展規模較大，有於全台灣廣設服務據點的企業組織，並以分佈在嘉義地區的服務據點為主；最後在宗教團體部份，因法鼓山是最早成立正式組織來從事佛化奠祭工作的宗教團體，且至今該組織也已經發展成為基金會的營運方式來負責助念與奠祭業務，在台灣目前算是影響力較大的宗派，所以將以法鼓山做為主要宗教團體代表。

而本論文主要所採的研究方法，除了文獻整理與分析外，還有參與觀察法以及深入訪談法，其方法內容如下：

(一)、參與觀察法

筆者藉由參與殯葬業者所承辦的喪禮，以了解在一場喪禮中殯葬業者所需動用的資源、流程、內外部分工以及不同組織間的互動情形。而參與觀察法，可以對發生的事件、參與事件的人或物、事件發生的時間地點、事件發生的歷程、以及事件在特殊情境下發生的原因，進行初步的描述。

因此，透過實際參與觀察葬儀社(傳統型業者)、營業處(企業型業者)、服務處(企業型業者)、醫院太平間據點(企業型業者)、以及業者所承辦之告別式會場(傳統與企業型業者)，觀察業者與下游配合廠商間的聯繫方式及互動，以及該業者自己所掌控的作業項目、外包項目、行銷方式、管理制度、職業訓練等，希冀對於該禮儀公司(社)運作有深入的瞭解。

(二)、深入訪談法

觀察法是對人們、事物、或其他現象進行觀測，包含了許多人們行為和事物的資訊是可以被觀察的，但有些研究問題是無法透過單純觀察得知。而深入訪談法可以彌補觀察法所無法得知的訊息，經由直接對受訪者的訪談可以得到更快

更確實的資料，且有助於研究的聚焦，透過了解研究對象的觀點與經驗，以直接的訪談的方式，來取得更多關於研究對象直接和主觀意義上的資料。

因此除了參與觀察外，並在上述的不同組織中尋求受訪對象，而主要的訪談者將會由前述研究對象的設定，並從中選取包含了：傳統經營業者、企業型經營公司的禮儀師、宗教團體的法師或負責人。並配合半結構式的問卷（參見附錄六、七）來蒐集資料。筆者設定訪談主要內容是針對殯葬業組織內部與外部的分工型態、不同組織間的互動關係、組織採取的經營策略及其考量與儀式的轉變情形加以訪談。

第二章 台灣喪葬產業及相關法令的變遷

第一節 台灣殯葬業產業化的過程

台灣地區自民國五十年代之後，由於社會經濟發展的因素，人口逐漸集中到各大都會區，人與人之間的關係更是日趨複雜，而人情亦變得更為淡薄，加上外來文化、自然環境、社會制度的衝擊和改變，因此在禮俗及文化上亦呈現出多樣化和異質性的特色，甚至促使了殯葬服務逐漸演變成專業分工的服務產業，脫離以往由地方耆老、鄉里親族集體完成的喪禮轉成另一種新的型態，而其過程可以概略的分成三個階段來探討。

第一階段、社群互助：台灣地區殯葬服務在民國六十年前，在喪葬儀式的規劃上是由地方仕紳耆老來負責設計及掌控整個喪禮的進行，在執行面上，則是由當地的業者或宗教從業人員來負責，例如，棺木店提供棺木、采帛店提供殯葬用品、道士負責誦經作法事等等，這些人只負責單一業務，其他喪禮上的事務都由鄉里親族來協力完成，以一種構築在鄉里、親族情感上的互動模式來完成喪禮(李慧仁，2000)。此外在傳統的老社區，死亡事件發生後，都會有一些人員主動幫忙，這些主動協助的人往往只是在出殯後獲得白布一條。以前家裡有棚布的帶棚布，碗筷自己帶，連桌子、椅子都寫上名子後拿出來一起用，喪事結束後再自行取回(徐福全，1999)，呈現出一套以傳統社會網絡為基礎的互助型喪葬模式。

第二階段、傳統分工：但是隨著台灣社會結構的改變，職業和人口居住型態都不同於過往，建立於親情連帶上的社會資源交換網絡也漸漸式微。過去並沒有清楚的分工，但隨著社會結構的改變，傳統的道士、地理師、土公仔、棺木店、禮生、墳墓營造者等殯葬相關行業，彼此間開始結合成喪禮的實際運作群體，成為典型的傳統型業者。而這些傳統型業者是由殯葬相關下游廠商轉型而來，轉型

成功者會發展成爲家族式傳統經營模式，沒有轉型的則形成了跑單幫的經營模式，多半是由殯葬相關下游廠商來兼職。跑單幫他們沒有公司登記、不必繳稅、沒有員工，也無營業場所幾乎由一人扮演所有角色(陳繼成，2003)。

第三階段、企業分工：而隨著都市化之後，喪家平日忌談喪葬儀節，對於喪葬事務一無所知，只好委託葬儀社包辦處理，使得這些傳統經營模式的殯葬業者，於民國六十年代以後到九十年代間，企業化經營模式出現以前曾經風靡一時。九十年代後企業化經營模式引進國外一種新概念，於西元 1977 年時，美國路易斯安那州經營墓園的史都華公司(Stewart Enterprise)和從事殯儀服務業的史可恩家族(Schone Family)做了結合(李慧仁，2000)。而合併的原因是因爲殯葬業者察覺到喪家常常爲了一個葬禮，必須與葬儀社、火化場、墓園、花店等廠商，分別去接洽與商談，如此費事費時，對於喪親的家屬真是一種折磨，因此開始有了「殯」、「葬」業合併發展的公司出現。而目前台灣也有企業經營模式的殯葬公司出現，其資本額愈來愈大，組織分工亦愈來愈細。如龍巖人本、萬安生命、金寶山等，皆開始整合墓園管理與喪禮服務，將殯與葬合併。這些企業型公司，其無論內部管理、服務與收費等均較傳統型公司之品質爲佳，傳統型公司業者漸漸向企業型公司學習。雖然整個產業呈現出傳統經營過渡到企業化經營的狀態，但在經營模式的分工模式其實還是有很大的差別，如下述詳論：

一、傳統分工的經營模式

傳統分工模式有別於民國六十年以前的社會互助模式，基本上是以交易性格爲基礎而提供服務的業者，是以社會網絡爲基礎的分工型態。社會網絡理論指的是人與人之間的接觸所形成的社會關係，個人所認定互有親密關係的人形成社會網絡的結構，其結構可解釋個人的社會行爲。依據 Knoke 與 Kuklinski(1982)的看法，社會網絡可定義爲一組連接著一組個體(人、團體、事、物)的社會關係；在網絡分析圖上，這些個體即節點，這些關係用連接著點的線來代表，即社會網

絡。也就是說：社會網絡所指的是社會關係，而非社會關係所連接的個體(黃毅志，2002)。社會網路是一組演員及一套讓演員組合在一起的關係所構成。演員可以是個別性的，也可以是一個集合單位元，諸如部門、組織、或家庭。關鍵在於演員們彼此交換資源並將之聯結在一社會網絡中。這些資源可能包括資料、資訊、財貨、社會支持、或財務支持。每種資源交換都是一種社會網絡關係，而維繫此種關係的個體都需建立自己的聯結點，而每個聯結點的強弱端賴所交換資源的數目、類型、交換頻率、及彼此間交換的私密性之強弱而定。

而 House 等人(1988)也指出，社會網絡可分為結構與過程兩個部分。就結構來說，可包括社會整合與網絡結構兩部分。社會整合，是指社會關係的存在或數量，也就是所接觸的個體總數或是頻率；網絡結構，是指社會關係的結構特性，這些結構特性包括了互惠性(個體間是否有良好的雙向關係)、持久性(關係存在的時間長短)、密度(指各網絡成員彼此關係的緊密程度)、同質性(指個體與其網絡成員，在性別、年齡、教育、職業等特質上是否相同)等。就過程來說，上述的結構會透過三種過程，來對心理健康產生影響，這三種過程是社會支持、關係的強求和衝突、社會規範或社會控制。社會支持，是指社會關係的正向品質，並且要有實際的行動，這種支持可能是情感性的、工具性的或訊息性的；關係的強求和衝突，是指社會關係是負向的或衝突的；社會規範或社會控制，是指社會關係所具有的規範性作用或控制性作用(賴威岑，2002)。傳統經營模式與跑單幫的殯葬業者，兩者的分工模式其實有幾分相似，最大的差別於品質的保證，因為跑單幫多屬兼差性質，較容易擺脫許多社會規範或是行規，但這也是跑單幫形式之所以消失的主因。家族式傳統經營的業者，所建立出來的產業結構性也較強，即使是流程外發該外發項目配合的單位也很可能是親戚，因此血緣、情感上的連結都比跑單幫來的強，相對的彼此間的合作關係也會較為穩定。接著，再進一步討論外發模式之前，我們可以先透過來下圖來了解，統經營模式主要的分工結構是呈現何種樣貌：

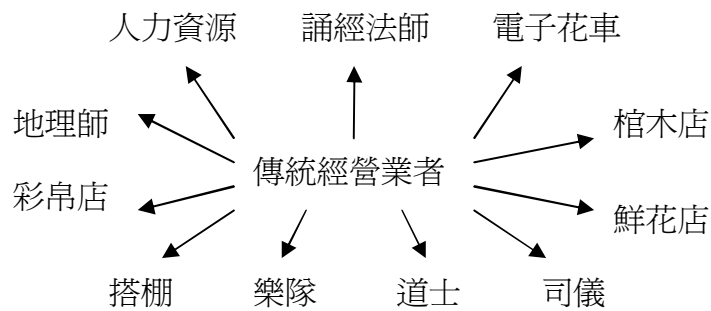


圖 2-1：傳統經營模式分工結構圖

由上圖可見，傳統經營業者透過自己的社會網絡，依不同的工作內容、時間與地點，找尋配合的工作單位。如在搭設靈堂時需要搭設遮雨棚，傳統經營者便會找搭棚的廠商來負責，而搭棚廠商與傳統經營者並非是上下游的合作關係，搭棚廠商自己也是一家獨立的公司，也會接其他葬儀社、喜宴、園遊會等的搭棚工作。而這種透過社會網絡所建立起來的分工結構，其實非常類似所謂的外包制度，因此以下我們便試著從分工的觀點來看這種外包制度。陳介玄(1994)曾對台灣中小企業的協力網絡進行研究，研究結果發現台灣的中小企業之所以能夠在1966年之後發展成為主要的出口主力，是由於這些中小企業在產品的生產過程中，形成緊密的生產協力網絡，透過生產協力網絡累積了大量的資本。此外生產協力網絡不只是企業間的網絡組合，而是包含了廠商、產業部門之間、社會部門之間，乃至於國際間的資源可轉移性。透過資源與資訊的迅速流通移轉，使國內中小企業的經貿交流以直接出口的「產銷合一」為主，「產銷分立」為輔的網絡系統。並將這些中小企業的協力組合分為四類：內包型代工廠、外包型代工廠、平行協力生產關係與平行的產銷合作關係。而謝國雄(1991)則認為，如果單以「垂直」或「水平」來分類，容易忽略廠內與外包流程的結合型態，認為這種結合型態的類型應再加以釐清。於是提出以外發的生產步驟(部份或全部)與外發的工作量(平行或窮盡)的一種新的判準分類方式，並更細緻的羅列出了八種外包流程安

排(圖 2-2)。

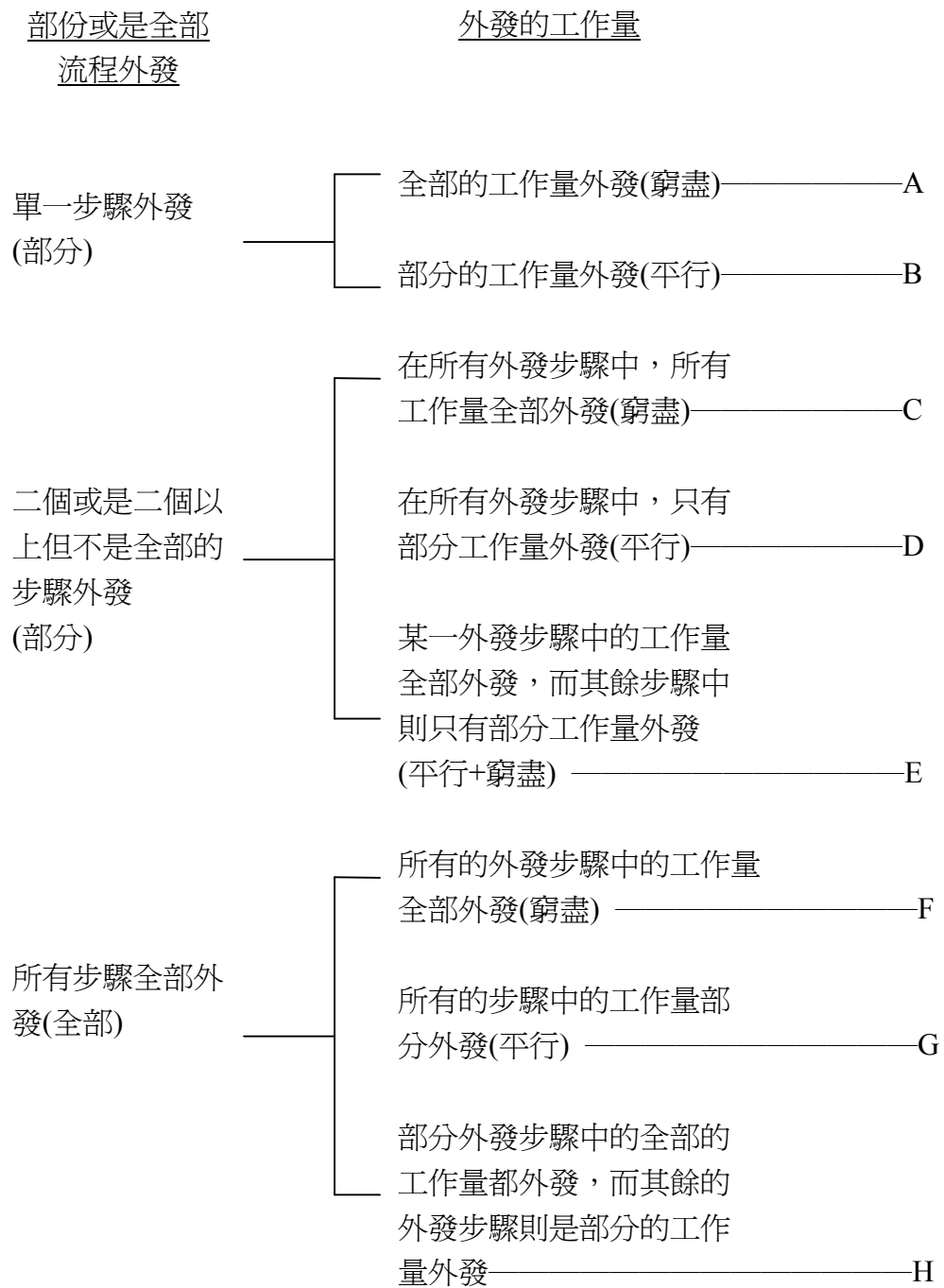


圖 2-2：外包流程的八種安排¹

¹本圖引自於謝國雄(1991)，〈網絡式生產組織：台灣外銷工業中的外包制度〉。《中央研究院民族學研究所集刊》，71：161-182。

因此由上圖來看，傳統殯葬業經營模式較類似於 C、D 或 E 型，傳統經營業者多半會以「社」來成立，而「社」相較於「公司」其資本額與規模也相對較小。早期殯葬業所謂的「跑單幫」，則較類似於 F、G 或 H 型，接案者透過所有步驟全部外發的方式來進行。在研究者初步預訪的結果發現，傳統經營業者並不會想要去整合相關產業單位，於是便透過步驟外發(部份)的模式來進行，業者本身只需要負責接案、規劃喪禮形式、安排喪禮流程、進行部份的步驟即可。而這是促成多樣化相關產業單位興起的一個前提，更是殯葬仲介業者產生的主因。

二、企業化經營模式的發展：喪葬儀式的商品化

就現代性的反思而言，文化、個體、總體之間已經產生了不同的連結與共識，對傳統文化與現代性之間的選擇地帶更為模糊，也帶來更多元的可能性。現代化社會的各項產業逐漸轉變專業化、分工化、透明化與企業化，生死現象的重要產業要角，殯葬業也不可避免的必須面對資本主義及現代化過程。然而，人們對於相關的專業理解卻也隨之越來越貧乏，也因此許多事務必須寄託在業者的專業素養。

而在台灣，企業化公司的分工之初在於殯葬邁向一元化服務，也就是集合現代化的喪葬服務設施，除了基本的喪葬儀式外從殯儀館、納骨塔到墓地一應俱全(曹聖宏，2004)。在現代性的影響下，傳統的殯葬禮儀中，有許多就有的觀念及習俗也日亦由繁趨減，對於往生者的喪葬祭拜也不如過往的繁瑣，許多傳統的孝女白琴、電子花車、清涼秀等，在都會地區早已不見蹤跡。黃昭瑾(2001)曾透過華人鄉村社會裡傳統的合院空間形式與日常生活的展演過程發現，台灣傳統鄉村社會裡所具有的鄉村性主要有三：親族情味的關懷氛圍、群我序位的公共特性以及永續定居的人文生態特性。這又與沃思(L. Wirth, 1983)所形容的都市社會本質特性不謀而合，他認為傳統血緣親屬關係的重要性減少，並代之以工具性、表

面性與暫時性的社會關係形式。所以企業化經營模式較適合於都市地區，因為都市社會本質的特性非常適合企業化分工形式的發展，相反的，在台灣的鄉村或較偏遠地區仍然保有許多當地的傳統習俗，而且傳統血緣親屬關係的連結依然很強，企業化的分工有時會與親屬關係的分工重疊，甚至會有企業化的分工所無法顧及的部份須靠親屬關係的分工來彌補，在此便顯現出企業化經營模式在面對城鄉差距時所浮現出的問題。

台灣的企業經營業的殯葬業者相較於傳統的殯葬業者，除了在員工數上有所差異外，在經營手法上也都相當不同。最明顯的差異在於，企業經營者引進了企業管理學的人事管理、績效管理、銷售策略、異業結盟等概念，而且不同的公司也會有不同的經營指標，跨足的產業非常多元性。如國寶集團在民國 71 年進入殯葬產業後，開始與傳統殯葬業者做區隔，以直銷模式，銷售納骨塔，開創預售市場的商業模式；到了民國 81 年後開始不但加入保險產業，試圖整合生前契約至保險市場，也跨足兒童幼教產業、營造產業與安養休閒事業(梁任瑋，2005)。而龍巖人本集團民國 81 年間進入殯葬產業的預售市場，除了販售塔位外也進行生前契約的銷，並在全台灣各地設立營運據點；民國 83 年後則開始與日本 SUN LIFE 簽約進行殯葬服務技術交流，引進日本的殯葬管理制度，並推行一元化的殯葬環境理念；民國 91 年以後也曾加入保險產業與旅館產業。此外還有萬安集團經營策略注重於和醫護專業的銜接，承包全台灣各大醫院裡的太平間並設立營運據點。也因此，近幾年台灣的殯葬產業受到企業經營者的活化，經營模式開始多元化，規模較大的公司由於在商譽、直銷的使用、創新產品的開發、通路的掌握與成本控制等，皆較其他傳統業者具有優勢。

由此可見，我們可以發現殯葬業與一般產業一樣，隨著社會型態改變開始受到資本主義式的生產邏輯影響，但不同的是「殯葬」它所提供的不僅是一種服務，更是一種具有文化性質的「商品」。此外，在企業經營業者發展「商品化」

的過程中，更是積極的加入了品牌與形象的概念，試圖在消費者心中建立一種正面的價值觀，不僅重視顧客滿意度與消費者導向的服務，型塑消費者對品牌的有形或無形的聯想知覺，甚至想要影響消費對於商品的背景知識之建構。而這些因商品化所產生的效應，在企業化的過程中是如何發酵？是如何包裝傳統儀式使其轉成個人需求？又是如何建構消費者理性與感性的商品知覺？這些提問有別於傳統經營都是相當大的改變，值得進一步探討。

各種的文化風俗與喪葬儀式都是經過漫長的歷史演變、文化孕育與地方民情彼此的相互融合所建構而來，各種儀式作為都有其意義與功能，如果沒有把握「儀式」的意義與內涵，則種種喪葬儀式或文化風俗僅是資本家以資本再生產與極大化的籌碼。雖然，我們常說「商業化」使得儀式背後文化的純粹性與純真性受到了「污染」；也就是說，「商業化」與「文化」似乎是矛盾的對立。然而近年來，一方面我們可以看到許多殯葬業者，在儀式作為上不斷的推陳出新，藉以改革殯葬業發展；另一方面也可看見現代的個性化告別式、生前契約與其他具有創意性之殯葬相關用品的出現，且消費者的接受度很高，開啓了不少商機。那麼，我們就得問，這種以資本主義為導向的思維是如何去影響消費者對一場喪禮的判斷？相關地，在儀式意義與功能層面上，對於傳統社會中原有的儀式思維又有何影響？

第二節 台灣殯葬法令與政策的變遷

一、曖昧的條文與產業界的發揮空間

殯葬產業可以細分為殯葬設施經營業者和殯葬禮儀服務業者兩種。前者指經營墓地、火化場、殯儀館及納骨塔等設施者，係屬硬體之經營者；後者指經營殯儀及奠儀之服務業者，係屬軟體之經營者。當然也兩者合起來一起經營，本文不斷提起的企業經營者便是一例。而政府不斷的頒布許多政策與法令來「管理」這些業者，表面上業者的確受到了比以往更多的規範，但另一方面這也意味著只要是在政府「管理」範圍之外的便是業者各自發揮本領的地方。而目前政府對於業者的規範，可從幾個大方向來掌握。

(一)、殯葬設施

依目前台灣的法規而言，私人、法人或團體皆得設置私立公墓、殯儀館、火化場、骨灰(骸)存放等設施，只要依照這些相關規定並提出申請獲得許可後皆得以建置。雖然中央政府允許私立殯葬設施的設置，但是建置後對環境是否會造成負面影響等問題，以及設施建置的內容與性質、創立資本額、經營方式、面積大小、公共衛生等問題的評估與管理權力，則是下放給地方政府來做核准與決定。

(二)、喪葬用品

台灣的殯葬管理條例，並沒有像中國大陸的殯葬管理條例明定：「禁止製造、銷售封建迷信的喪葬用品。禁止在實行火葬的地區出售棺材等土葬用品。」例如紙人、紙馬、紙屋、紙錢、紙靈屋、招魂幡、孝服、冥幣、錫箔、甚至香，皆被視為是「封建迷信」。但台灣比較注重殯葬設施之啓用及販售條件，如台灣省政府於 1998 年的台灣省喪葬設施設置管理辦法中有提到：「喪葬設施設置完竣，應檢附建物使用執照及現場照片，報請該管主管機關核轉社會處備查，於該管主管機關核准啓用前不得啓用。」這樣規定的另一個用意是在於保護消費者，避免業者違法吸金或將其資金轉移進而影響設施的建置。

(三)、喪葬行為

從殯葬管理條例中，有關於喪葬行為的約束並不多，較多的規定都是針對業者與家屬的「作為」，如因殯儀館設施不足需使用道路搭棚者，應擬具使用計畫報經當地員警機關核准；出殯行經路線應提早向所在地警察機關備查；葬禮期間殯葬業者不得有製造噪

音、深夜喧嘩或其他妨礙公眾安寧、善良風俗之情事；甚至是使用擴音設備的時間皆有所規範。這幾項規範大多注重於交通安全與公眾安寧的考量，並沒有對其喪葬儀式做任何的規範，如一般認為是喪葬陋俗的「五子哭墓」只要不妨礙公眾安寧，以政府的角度而言並不會對這類的儀式做任何干預。

(四)、葬法

而在葬法方面政府雖然沒有硬性規定要以何種方式為主，但政府以考量土地空間與公共衛生立場而言，相對於其他葬法則是較為推廣火葬。但政府對於屍體的埋葬與骨灰存放的規定便較為嚴謹，強制必須埋葬於公墓內，禁止公墓外的亂埋濫葬行為；骨骸起掘後，也強制應存放於骨灰(骸)存放設施或火化處理。此外對於火化後骨灰的處理，台灣人民除了可以選擇存放於骨灰(骸)存放設施，還可以土葬、植樹葬、拋灑或植存等方式處理，葬法雖然多元但目前僅有許多地方自治法規可以依循，各種相關法定規範依舊不足。

上述這些政府對於業者經營的規範實際上有些鬆散，業者也常在這之外發揮他們的長才，只要是在這些法令規範以外的部份都是可以任由業者發揮各自本領，如政府雖規定殯葬服務業具一定規模者，應置專任禮儀師，但何謂「一定規模」其中的詮釋空間依然很大。因此在個過渡階段，不管是傳統或是企業經營的業者，都認為自己是具一定規模者，且其內部員工不論職位高低或是分工職別都紛紛開始掛上「禮儀師」的名牌。又如政府對於喪葬行為的規範只注重於不可妨礙公眾安寧，而這也給了業者自行研發喪葬禮儀的空間，打破禁忌談生論死，擺脫傳統及人們對於喪禮的禁忌、害怕與迷思不再固守傳統儀式，以莊重簡約為本結合了傳播美學、設計製作、現代文學、音樂等方式，將告別式會場設計成猶如一場生死派對般的人生最後饗宴。像這些個性化告別式、生命光碟都是這幾年推

行較有成果的儀式。政府雖然要管理殯葬，但政府在殯葬產業的認知沒有殯葬業者來得熟悉，因此制定的法令往往不夠全面，業者也常常遊走於模糊的法令地帶。有法律明文規定不可為之處便不觸犯，但只有沒有任何法令約束的地方，便給了殯葬業者很大的詮釋空間，而一旦有業者詮釋的過於「浮誇」，這時政府才會回過頭來檢討問題或祭出條文來規範。於是政府與業者便在這種曖昧不明的關係中，相互試探與摸索，找出符合雙方平衡點的空間。

二、國家政策

昔日，由於傳統農業社會的結構穩定，風氣樸實，所以無論是在人口的遷移、或行業的變動上，均不會有太大的改變；因此一些具有傳統倫理色彩的固有禮俗和儀節，便成為當時人們所看重或遵循的規範，在維繫傳統社會價值與社會秩序等各方面均具有非常重要的功能和價值。如今雖然許多傳統的禮俗和儀節，受到現代性的影響漸漸受到漠視，但近年來政府除了製定法令外，內政部為了鼓勵並結合民間團體，特別訂定「推動禮制研究及倡導國民禮儀活動補助計畫」，加強禮制研究及推動倡導國民禮儀，以弘揚尚禮精神，建立優質社會環境，提昇生活品質。而不可否認的是，儀式的變遷與政府頒布的命令或政策是息息相關的，從台灣歷年的殯葬政策制定脈絡來看(參見附錄二、附錄三)，便有許多明顯例子足以驗證。

這些政策不難看出政府一直在硬體設施改進方面上下了很多工夫，火葬場、納骨塔、殯儀館，及觀念上加強宣導，企圖營造現代化、符合世界潮流優質化殯葬管理。從民國六十五年至八十五年之五次殯葬改革計畫來看(參見附錄三)，可以概約的分為三個制定政策的階段，首先是公墓設施的改善，如推行公墓現代化、有效管理與利用墓地等這謝基礎的殯葬硬體設施建設；其次是在民國七十四年間不僅對已完成公園化之公墓，加強維護與管理，並預定增加興建 160 處公墓之外，也開始對如何維護公共生活空間的品質有一番規定，如民國七十四

年與八十年都有出現以維公共衛生、交通秩序、居家安寧，提昇民眾生活環境品質等的政策；最後到了民國八十年以後，開始出現了有關於生態環境的規範注重生態循環的問題，如更新舊公墓重新規劃，使墓地得以循環使用，以及在葬法上的也有了樹葬、植存與海葬等較注重生態循環的綠色葬禮之相關規定。

這樣的政策發展歷程意味著政府在第一階段是以公墓管理思維來思考問題，所處理的範圍僅侷限於管理，台灣早期地廣人稀只要明確的把人群生活空間與公墓用地作好區隔，並不會有太多相關鄰避問題產生；而隨著人口增加生活空間也隨之擴張，人群的生活空間與公墓用地也漸漸產生交集，無法再像以往可以做出明顯的空間區隔，因此政策也轉入第二階段，開始規範會影響到人群的生活品質的喪葬行為，過去人們的喪禮是個家族或鄉鎮鄰里的大事，喪葬儀式的執行是大家共同認可的，喪禮是一件公領域的行為；但現代社會喪禮是自家人的事，個人所進行的喪葬行為漸漸轉入到私領域，因此一旦這些喪葬行為影響到他人住宅家庭與都市空間問題，這時政府便必須介入，把原本屬於私領域層次的問題再次拉到公領域來討論。這是喪禮在現代社會中的一種轉變，它開始具有公共性且出現了公／私領域的轉變現象。而第三階段的政策則不再強調「行為」反而注重「理念」的導正，如政府開始每年定期召開喪葬禮儀座談會或講習會溝通觀念、村里民大會與端正禮俗宣導週，以及於人民團體集會等場合加強宣導、各級公務人員、民意代表及軍人、教師應以身作則，倡行合宜範式等，這種注重於環境宣導與價值觀的建立政策，可說是一種「理念上」的公共性之轉變。

然而這麼多年以來的政策推動，其實每個政策方針都有一個基本的訴求主軸—「改革民俗」，而從行政院文建會所發行的《文化白皮書》線上版(行政院文建會，1998)中第四篇資產篇—第四章民俗及有關文物，一文中詳細的探討，其整理如下：如民國四十五年便曾明令禁止民間喪事祭弔佩戴櫻花形之日本標誌紙花等；民國六十五年的改革陋習、破除迷信；民國七十四年的改革民俗與節省

喪葬費用；民國八十年的匡正不良喪葬習俗、端正社會風俗等。這些雖是政策的一環，但是在實際執行與成果面上較少有實際的作為，反而比較像是一種宣傳性質的口號。而在政府對於其他民間禮俗的作為也可以窺見類似的現象，像民俗法令反映政府政策一向以「匡正禮俗」為主，如民國元年之內務部，當時的部門設有「禮俗」司，負責掌理禮制，而後內政部之「民政」司，並在其下編列了禮儀民俗科、宗教輔導科等，來維持類似之職責。民國五十七年，內政部發布「改善民間祭典節約辦法」，目的在「為倡導民間祭典節約，革新社會風氣」。內容如七月普渡，統一於農曆七月十五日舉行，祭典除國家祀典另有規定外，祭品不用全豬全羊，改用清香、茶果、鮮花。祭典日如演外台戲應事前向主管機關申請核准，內容應符合忠孝節義之精神，對於迎神遊行、宴客、焚燒冥紙也有所約制。其後之「台灣省推行改善民間祭典節約辦法實施計畫」、「台灣地區各鄉鎮市區改善民俗實踐會設置要點」亦由此延伸，民國五十九年由行政院核定、內政部公布之「國民禮儀範例」，至八十年又經幾次修正(行政院文建會，1998)，其精神係在延續新生活運動，亦為改良風俗之一例。另外六十五年公布之「中華文化復興運動推行委員－會台灣省分會改善禮俗推行要點」，更指明民俗祭典除依照內政部所頒「改善民間祭典節約辦法」，在匡正禮俗的部份也是以倡導為主，如舉行祭典以誠敬為尚，切勿鋪張；重大祭典，應多設計舉辦具有建設性、教育性活動，以替代純消耗性之迷信儀式；酬神演戲，應注意演出內容，須具有歷史及教育意義，決不容有傷風敗俗之情節，以免褻瀆神明，並不得妨礙公共秩序及公共安寧等。綜上所述，政府對於葬禮儀式的並沒有明顯的硬性規定，僅有概略的葬禮流程與儀式步驟，其中的儀式細節就留下了很多的模糊空間。

此外，各地方縣市政府也常透過舉辦許多培訓課程，或是制定地方管理條例，來進行地方上的殯葬業習俗改革。在嘉義地區，嘉義市政府便曾針對各區公所的喪葬公設司儀進行培訓，期望透過政府的推動，將嘉義地區目前還存在的許多喪禮陋俗，能夠逐漸獲得改善。

…民政人員列舉目前尚待改進的各種喪禮不當觀念及習俗，包括在未斷氣前即移舖、提前出院以避免「逝於外者不得運回家中」、使用紙紮人物與屋宇焚化、停柩時間太長、於殯葬行列出動太多「陣頭」、以及迷信風水等。而民間還有「在外面去世者不得運回家中」的陋習，家屬因而會提前辦理出院，以致病者不能繼續獲得適當醫療，因而加速病者惡化，這種觀念應儘速予以革除。在殯葬行列中的各種陣頭與花車，例如僱用孝女「哭墓、思親」過於虛情假意，反而有違人倫孝道；如果送殯花車過多，則有造成交通混亂與阻塞之虞，都應改進。而喪事將終時仍見焚化紙人、紙屋的場面，由於前者象徵古代帝王以人殉葬的陋俗，後者則浪費金錢，毫無意義。嘉義地區在入夏之後天氣炎熱，入殮靈柩如果停放過久，將對衛生有害無益，因此這種俗稱「打桶」的停柩時間應該縮短。此外，例如濫發訃聞、迷信風水、過分使用擴音器以及過於鋪張浪費等，都將是區公所民政人員要逐步改進喪禮的事項。（中國時報 2001-03-22）

因此這裡出現一個現象，既然中央政府知道民間注重的層面在於殯葬禮俗，卻反而鮮少對這個部份採取確實治理的態度，僅是提出「改革陋俗」、「匡正禮俗」等此類的喊話，因此實際的決定權反而落於地方政府手中，甚至是在民間方面，有關於喪葬儀式的論述，便呈現出多且繁雜，可說是百家爭鳴的情況。

在殯葬管理條例實施以前，中央政府與地方政府對於殯葬禮俗的態度是不盡相同的。中央政府僅制訂準則、範例與管理法令；地方政府則具有辨別何謂「喪禮陋俗」的權利。但在民國九十一年殯葬管理條例發布後情況似乎開始轉變，內政部民政司司長林美珠曾表示，殯葬管理條例實施後，將殯葬業納入管理與輔導為重要工作，政府也將協助業者「邁向專業化」，以提升殯葬服務業的素質與服務能力。但是相較於國外狀況，國外殯葬人力的教育培訓制度，往往是以遺體處

理科學的技術為基礎，加上專業技術證照認定，構成一個體系；至於殯葬禮儀的部分，因涉及宗教儀式，在國外大部分都由教會人員來執行；台灣反而是著重在殯葬禮俗方面的知識為主，遺體處理大都交給公立的殯儀館來進行，著重的面向不太一樣(葉圳轍，2003)。這顯示政府對於管理殯葬禮儀的部分也開始落實到實際作法上，廖瑞榮(2006)曾提出一個有趣的觀點，他更進一步認為政府一直沒有真正了解民眾是因公墓土地，墓地一位難求，迫於無奈才選擇火葬，還是所有民眾都想要用火葬？的確，政府的考量往往是基於現實環境，地狹人稠的考量，並不太會去顧及台灣傳統舊有的觀念，何以會重視土葬、擇日、風水、儀式與風俗等問題。在傳統的社會裡「入土為安」的觀念非常盛行，火葬在古代甚至是被視為「違禮」的行為，各個朝代皆曾明令禁止；如今反而根據實際所需，大力提倡佛教的「遺體火化」觀念，於當前並主張隆重莊嚴，不鋪張之禮儀，以及重視環保衛生、無污染及土地的有效利用。

台灣往生者遺體的處理方式大約可以分成兩大類，早期因受風水思維的影響土葬的比率較高，但目前火化和土葬的比例大約是九比一(宋英平，2003)，這也顯示出歷年來政府政策的制定方向，逐漸的改變了台灣人傳統固有入土為安的思維，轉而開始接受火葬，不管是民眾自願或是被迫都必須順應這股潮流而行。此外，早期台灣地區的殯葬管理法令，政府主要是從公共衛生和環境影響的角度來制定政策。自民國二十五年公布之「公墓暫行條例」、民國七十二年公布「墳墓設置管理條例」、民國九十二年七月三十一日發佈「殯葬管理條例施行細則」，皆屬之。而對於葬禮的儀式並沒有太多法律的規範，僅有於民國五十九年十月二十三日公佈以及於民國八十年一月二十六日修正，由內政部所發布的「國民禮儀範例」，該範例中第五、六章針對葬禮和祭禮有描述到葬禮擬定的相關儀式流程²。以及民國九十七年十一月將舉行的「殯葬禮儀師證照考試」對儀式有了明確

²整理至內政部民政司殯葬管理法令網頁，
http://www.moi.gov.tw/dca/02funeral_005_001.aspx?sn=5&page=0。

的審核規定，根據勞委會中部辦公室規劃「喪禮服務」職類技能檢定規範，乙、丙技術士都要通過「入殮服務」、「殯儀服務」及「服務倫理」等檢定項目。細目包括遺體接運與潔淨、布置靈堂、入殮流程、儀式的步驟與流程、協助吊唁與守靈、撰寫喪葬文書與奠禮儀式、引發安葬等。

由上述討論，我們可以看出，從這幾十年間政府對於喪葬禮儀的治理重點，是採用地方自治的方式，中央政府僅針對較「鉅觀性」的問題來做規範，而對於辨別喪葬陋俗的權利則是下放給地方政府，因此便呈現各縣市情形不一，儀式的「治理」也因地制宜的現象。此外，這些看似中立的政策背後其實帶有著規訓的色彩，從早期對於大方向硬體設施的規範，漸漸的擴及到各項儀式的細節，政府透過這種較為軟性的規訓方式，且是漸進式的來對公眾「心靈領域」進行一種更確實的掌控，禮儀師的證照考試規劃便是一例。

然而，現代國家與社會間的關係和界限越來越模糊，國家與社會的力量透過各自代理的組織行動，來影響公共政策。當社會越來越多元化，公共政策越來越專門化，影響不同的公共政策的力量也是多元的，包括專門的政府官僚機構、分殊的政黨成員或立委成員、與不同的利益團體等影響力。如一套喪葬禮儀的出現，自有其時空背景考量，配合當下社會的價值觀、意識型態、政策，以及學術思潮等因素加以修改而成，政府也會透過法律、教育與觀念宣導來影響社會中的許多風俗文化作為。而從這當中，吾人不難發現當時儀式演變背後所蘊含的社會、政治、文化與公共意義。

雖然政府具有「領控」社會的能力，如最基本的建立於法定上的權力、掌握主要資源，以及代表集體利益的完形等權威基礎。但是台灣社會族群眾多，文化多元，風俗各異，如何建立社會秩序，如何維持社會機制之有效運作，便考驗著政府的施為。政府在政策的每個環節上似乎都展現出具有影響力的表現，但地

方政府是中央政策在各地方的代理人，地方政府的主動性與重要性在實質意義上有時常常會超越中央政府。因此文後的討論也會將嘉義地方政府對於殯葬禮俗政策的作為納進來討論，以求釐清政府的推動與法令制定對於儀式變遷具有何種影響力？

第三章 儀式的功能與儀式的解、組

前一章已經探討過政府對於儀式的立場，而這一章則是要來看民間的力量對於儀式的影響。一般民間常有宗教活動，有宗教活動就可能有人群集合起來對神或鬼從事宗教儀式，從原始信仰的巫術儀式到制度化宗教的禮拜儀式，都依附在不同性質的社會中。如果以現代化的觀點來看喪葬儀式，我們可以發現，它與那一些靠著特定信仰、規範和價值而建立的宗教一樣，並沒有受到現代性的影響而消失，反而繼續存在當代社會中。而從儀式的功能面來看，它不僅反映了社會結構的變遷，也反映了現代人對於生死的態度與價值觀。我們固然可以將原因歸結於是受到社會環境因素改變的影響，但若再仔細觀察會發現其實背後有許多行動者對其結構性的改變仍具有許多影響力。

要了解儀式「解」、「組」中行動者的角力關係，不能只從單一行動者的作為來看，須從多方的角度來探討才能窺見較為真實的互動關係。以下本文則試圖在這現代化的脈絡中，從不同行動者的角度來詮釋這種衝擊與變遷，分別探討政府單位、殯葬業者與宗教團體這三類行動者，對於儀式的創造、規範與儀式掌控權力的運作模式，以了解不同行動者是如何在多角的互動情境當中，創造出多元的儀式與文化？

第一節 喪葬儀式功能的轉變

葬禮對中國人的意義主要是在於表達孝道奉行、祈求祖宗保佑、財富繼承等；並經由隆重厚葬來展現其死後世界觀，例如從守孝儀式中表達孝道、清明時節到親人墓前表達追思皆是如此。此外國內有許多文獻(許忠仁，1998、曾煥棠，2000、方蕙玲，2001)認為喪葬儀式還具備了其他不同的功能，其中約可分成四類：(一)心理層面的功能，透過儀式來表達家屬對亡者的哀傷，甚至是具有悲傷

輔導的特性透過自我情緒的疏發，走出悲傷失落的陰霾。(二)社會層面的功能，透過喪葬儀式的進行，促進亡者家屬與親友、鄰里社區等的人際網絡互動關係，具有聚眾、凝聚群體力量的支援性功能。(三)宗教與哲學層面上的功能，喪葬不但是死亡與生命意義表達的儀式場所，在那裏表現不同宗教儀式，告別式或追思，更是一種對於生命的價值與死亡的意義的展演。(四)教育性功能，藉由參與儀式者的虔敬表現、與儀式背後的宗教或哲學內容，傳達出人類對於生命的尊重，更是一種生命教育的表現。

按理而說喪葬儀式的存在也應是基於人們對於死後世界觀的信仰而存在，然而在現代性的影響下，這種共生關係有些微的變化。瞿海源(1997)在分析現代化與民間信仰的關係時指出，世俗教育的普及化，創造了更多的無宗教信仰者，也降低了民間信仰的比例。都市化也有同樣的效果，讓無信仰者增加，民間信仰者減少。世俗化與都市化交叉檢驗的結果是：在城市的高教育者，信奉民間宗教的比例最低，比低教育者少了 26%，城鎮地區次之，少了 14%，鄉村地區的高教育者與低教育者幾乎一樣，只少了 4%。從這裡可以看出，城市地區的高教育者比鄉村地區的高教育者較易產生無宗教信仰的現象。而這也顯示了現代化對於傳統民間信仰所帶來的衝擊，因信仰程度的降低所以對於儀式的實踐也相對降低，開始以理性的態度去面對舊有的傳統儀式，甚至去思考其意義與存在的必要性問題。

吳蓮進(1986)的研究也認為，由於在世俗化、工業化、都市化的過程中，台灣人的民間信仰強度減弱了。其研究也發現，受過教育者、非農業經營者、與都市地區的居民，比沒受過教育者、農業經營者、與鄉村或城鎮地區的民眾，更容易不信奉、或不實踐民間宗教。這裡所指的民間宗教信奉行為包括了：祭拜家中奉祀的神明；崇拜祖先；選擇陰、陽宅時勘定風水。以上瞿海源、吳蓮進等人的研究，都只是從需求的觀點，來探討現代化如何促進世俗化、都市化與工業化，

進而降低人們對宗教的需求。相對於此，李丁讚、吳介民(2005)的研究則是從供給面的視角來切入，以宗教治理為基礎進而去探討宗教行動者是如何透過各種儀式的發明，主動地去操弄人們的身體和行為模式，藉以增加信眾的人數提升廟宇的地位和聲望。而本研究則是要從人與人互動的角度，探討各種儀式的發明是如何實踐於生活中。如果供給者單方面的提供新儀式，需求者不見得便會照單全收，而這過程中不同的角色間，如殯葬業者、殯葬仲介業者、道士與喪者家屬等，彼此是如何的互動，對於一個新儀式是否被實踐，勢必佔有很大的影響因素。

殯葬儀式和任何「儀式」一樣，都具有一定的時段、特定的場合，與個人或團體判斷有關，既可以僅限於特定團體，也可以限定於宗教或社會事務。而 Van Gennep (1960)更進一步分析這些儀式，並從人類的許多複雜多變的儀式行為中，理出某些具有相同性質的儀禮，將其歸為同一範疇，並指出這類儀式所欲傳達的訊息是相同的，提出通過儀禮(rites of passage)與三種生命儀禮模式的觀點，後者可進一步系分為分割儀式(rites of separation)、過渡儀式及結合儀式(rites of incorporation)。而 Van Gennep 為通過儀式 (rites de passage) 所下的定義是：「伴隨著每一次地點、狀況、社會地位，以及年齡的改變而舉行的儀式」。「儀式」(ritual) 是人類社會維持其動能所必須的。在每一儀式中，社會內的成員使用各種「象徵」從事彼此間的「對話」，互相間將關於對方角色地位的認定，與對方的關係距離，對對方的觀感，今後的意圖等，在儀式中做某種程度的溝通。此種溝通所傳遞的訊息，是此後社會間社會關係的調整重組及社會互動賴以進行的依據。

而余光弘(1985)對其通過儀式理論之有效性，提出許多建議性觀點。其一，Van Gennep 忽略了每個分割儀式之前都有一個結合儀式；且把儀式持續時間(period)和儀式行為(rite)混為一談，實際上我們很難找到稱得上是過渡儀式(transition rites)的儀式行為；一個生命儀禮從開始至結束的整段時間對儀式中的新員(novice)來說，都是過渡時期(transitional period)。因此生命儀禮的模式應重

寫為：結合儀式→分割儀式→結合儀式，其中結合儀式與分割儀式，可能交替重複出現數次，但開頭及結尾的儀式都是結合儀式。其二，每一生命儀禮中，例如成年禮，新員不只是唯一的邊際人物(liminal persona)，他們的父母、母舅或其他的儀式贊助者在儀式後都各有其地位的轉變，他們也都是儀式中的邊際人物，因此生命儀禮中邊際人物是多範疇的。最後則是他認為 Van Gennep 強調的轉變是從一個界定清楚的地位，到另一同樣界定清楚的地位，但事實上還有兩種可能，就是從未界定(或未確定)到已界定，以及從已界定到未界定(或未確定)，後二者的儀禮模式各有其特色。

的確，在喪禮的過渡期間，原有的社會分類、文化規則系統消失，層級關係被人人平等而團結一致所取代。這時人們體驗到一種超越正式的社會關係，使人們團結一致的人際情感。象徵與儀式的力量可以負載社會裡人與人之間、傳統與現實之間的衝突，並轉化他們，可以使一個地位轉換中的個人，在離開其舊有群體或地位及進入新的群體或地位時，不會顯得太突兀，而是讓整個社會和緩地，漸進地接受他離開舊的，融入新的群體之事實，從而能夠順利地調整社群中彼此的互動關係。儀式中「結合儀式→分割儀式→結合儀式」的循環模式是一種象徵性的分割，然而實際分割的還是社群與社群間的分割，是社群中「結構→反結構→結構」的過渡過程。而臺灣的喪葬儀式，中可以提供更多的例證，入殮、出殯、埋葬等等每個分割儀式之前，幾乎無可避免的有一個結合儀式先行出現，所有的近親密友在亡者的屍體入殮、離開原居家屋、或落土掩埋之前，必先聚於其四周，然後分割死者與親友的儀式才能施行。在喪禮中「割闔」或「割斷」儀式更是其中最戲劇性的，以一麻線繫於死者之腕，其遺族親友排列成行，每人手執此線之一段，由一道土施法後依次將線截斷，在象徵性的切斷生人與死者的關係之前，不論生死，家族成員先以一線確實的結合連繫成一體。

從前一段的論述，得知殯葬儀式有其社會層面功能。在傳統農業社會中殯

葬儀式做爲一種通過儀式是必要的，透過接二連三的分割、結合儀式，將一個成員喪失舊有地位，取得另一新地位的事實，逐漸地灌輸給社群中的所有成員，以便彼此相互之間的互動關係可以從新得到調整；但如今社會型態轉變，在這資本主義盛行的社會裡，一個人在老死之前早已從原本的社會中退休，其子女也早已離家自立，因此他的逝去對整個社群的結構並不會產生太大的干擾，其後嗣的社會角色地位並不會有明顯的改變。因此使得通過儀式的社會性功能降低了，人們不再注重於自己在生命禮儀中的邊際角色(liminal persona)之定位，轉而注重內隱性功能強調個人內心情感的表達，不需再透過過多外在儀式的展演來定位自己。簡而言之便是從原本「社會性的葬禮」轉爲「自家人的喪禮」。

這個現象的後果使得原本的殯葬儀式開始鬆動也出現了新的商機，殯葬業者依民眾的需求改變原本的喪葬儀式與程序，甚至研發各種不同個性化告別式，提供各種具有創意性的告別式喪禮供民眾選擇。如個性化告別式便是明顯的例子，透過音樂會、親友追思派對等來表達自我內心的情感。而宗教團體在這股儀式改變潮流中又有不同的立場，它雖然主張去除各種傳統喪葬陋俗與提倡葬禮從簡，但它同時也扮演著正在創造新的通過儀式之角色，不再依據傳統禮儀而是依各派宗教教義來改變通過儀式。如法鼓山提倡禮儀環保，「植存」的自然葬法、簡約的葬禮，讓遺體骨灰回到最原始天然的狀態，無須過度開發土地埋存遺體。然而儘管這兩個動力因素漸漸受到社會大眾的接受，但傳統殯葬風俗慣習雖然日漸式微，但對民眾的制約力仍然不容忽視，辦理一場喪禮因爲需顧及人情世故、親友長輩期望、在意宗教信仰與風水庇祐等因素，除非喪禮的主導者擁有高於風俗制約的抉擇權力，否則一般人仍然必須向這些因素妥協。

因此殯葬業者、宗教團體、傳統風俗習慣與民眾間的儀式權力運作模式彼此交互影響。宗教團體與殯葬業者、傳統風俗是對立的關係，它想改善社會不良風俗強調簡約的葬禮，同時又指導著民眾；殯葬業者尊重民眾的想法，提供創新

的儀式服務；傳統風俗習慣則是透過社會結構的壓力制約著民眾。由此可見喪葬儀式「解」與「組」的權力其實是透過這種互相拉扯的運作模式而逐漸改變，沒有人能擁有絕對的主導權力。

第二節 宗教團體的儀式建構

近年來除了禮儀公司的出現外，還有一支有規模經營喪葬服務的行動者，就是部份的宗教團體。而國內各佛教團體對於喪葬儀式的參與一直相當積極，佛教喪葬儀式自古以來各宗派就沒有特定或統一的儀式，佛教徒在辦理喪葬過程中，只要能達到往生的效果，就是最好的儀式。然而隨著社會的變遷及發展，佛教團體在解嚴後，各宗派組織積極向外拓展，試圖將其宗派教義傳播，以淨化人心，實踐人間淨土願景，並進而發揮其對社會影響力。佛教各宗派隨著社會的發展，爲了讓佛法走入人群，佛教原有的叢林寺廟管理，也開始採用世俗化的組織管理。如法鼓山、慈濟、佛光山皆是典型的代表之一。

因此，宗教團體隨著社會的變遷及發展，各宗派的拓展轉向組織化且積極向外接引信徒，試圖將其宗派教義傳播，以淨化人心，進而發揮其對社會影響力。在台灣以佛教組織的發展最爲盛行，這些大型的佛教團體規模甚至是擴展至全世界，各佛教組織的信徒人數成倍數成長，佛教原有的叢林寺廟管理至今便顯得不大合適，而這些佛教團體便開始學習世俗化的組織管理。爲了服務自己宗派信眾並與有情眾生結緣，因此，各宗派紛紛陸續建構自己的喪葬儀軌。使得佛教喪葬儀式經由各宗教團體的參與及推廣，喪葬儀式不斷的變化及改革，其中尤以法鼓山、佛光山及慈濟功德會等團體參與最爲積極，頗值得觀察。

台灣目前佛教組織，以淨土宗數量爲冠，佛法修持亦以淨土法門人數居多。戒嚴前的佛教組織以中國佛教會爲首，解嚴後佛教組織亦紛紛朝企業化、組織化

發展，而殯儀館的喪葬儀式，更是各宗、各派積極耕耘的地方(范純武，1999)。若以法鼓山、佛光山、慈濟為例，前兩者的法脈傳承係為禪宗的臨濟宗，而慈濟證則是以實踐人間的妙法蓮華經為志業。這些宗教團體為了服務自己的信眾與度化眾生，大都建構屬於自己宗門的喪葬儀軌，因此，佛教喪葬儀式亦不斷的創新中。但是一般殯葬業者也自有一套「佛教葬禮」辦法，在殯葬業者認知下的佛教禮儀流程簡要說明如大致下：預立遺囑→臨終關懷（開示佛教法義、法理）→彌留→死亡（助念、請醫院開立死亡證明書）→往生助念（斷氣內八小時）→遺體接運（斷氣後八小時）→設立靈堂（引魂、誦經超渡、頭七、二七、三七、四七、五七、六七、滿七）→治喪協調（擇日、訂租禮堂、靈堂設計、火化時段、出席人員、喪葬流程等）→入殮（洗、穿、化、殮）→家祭、公祭奠禮→發引→火化封罐（土葬）→返主除靈（火葬、土葬）→安奉進塔（公設、私立、寺廟）、造墓立碑→後續祭祀（百日、對年、三年）。但這終究只是殯葬業者所認知的一套流程，與真正的佛教葬禮仍然有所差距，而且佛教葬禮隨著宗教團體的不同亦會有些微不同之處。

以佛光山而言，透過編輯「佛光教科書」來建構喪葬禮儀，其中還包含了臨終關懷、撰寫遺囑、殯葬奠禮及附錄四部分。臨終關懷部分從認識死亡、坦然面對死亡、病危須知、助念須知等。撰寫遺囑從遺囑通則、遺囑的種類、遺囑的效力、遺囑的執行、遺囑的撤回、遺囑範例逐一說明。有關殯葬典禮部份計介紹往生佛事（入殮佛事、書寫牌位、靈堂布置、印發訃文、七期追念法）、告別奠禮（告別奠禮程序、團體公祭程序、事前準備）、安葬儀式（火化所需用品、誦經程序；土葬分所需用品、起靈、墓園誦經程序）、安位灑淨。此外，附錄部分亦有奠儀、謝帖範例、謝啓範例、輓幛範例、輓聯範例、祭文範例等，而且對其儀式的觀念都有相關的規範。

病人往生後，入殮前，安放亡者之處應用布幔圍起來，以區隔內外，

以示對亡者的尊重。此外，應於門口張貼佈告：*1男眾——嚴制。*2女眾——慈制。*3佛教徒可用黃布條寫「南無阿彌陀佛」，並張貼佈告：「吾家信佛，嚴(慈)往生，承蒙諸位親友蒞臨弔祭，但請上香念佛，可以不必問話，不燒紙箔，不用樂隊，不用花車，不遊街。」人往生後，若欲停靈於家中，或者遷移他處，家屬應安詳念佛，等待入殮(星雲大師，1995)。

甚至是連各項儀式的步驟與程序也有詳細的規定，

依序列舉於後：

(1)事前準備

*1為亡者整裝。

*2準備棺木內部陪葬用品。

*3將亡者移入棺木內。

*4土葬棺木四周要油漆，以免漏水。

*5可用臘燭檢查棺木是否漏洞，順棺木的封口檢查，見火苗晃動，表示棺木有漏洞，當修補。

(2)程序：(列舉三種，可依情況選擇其一。如一時不方便邀請法師，亦可由家人自己念佛入殮。)

*1蓮池讚；2南無西方接引阿彌陀佛(三稱)；3阿彌陀經；4往生咒；

5變食真言；6讚佛偈；7念佛(入殮)；8三皈依；9回向

*1讚佛偈；2念佛(入殮)；3三皈依；4回向

*1蓮池讚；2南無西方接引阿彌陀佛(三稱)；3心經；4往生咒；5變

食真言；6三皈依；7回向

(3)注意事項：

*1入殮封棺前，必須取得死亡證明書。

*2棺木不必太昂貴，不宜浪費，適當最好。

- *3亡者不一定要穿新的衣服(壽衣)，只要穿上生前喜歡的衣服即，剩下的衣物可捐給貧苦者。不一定要特別備辦陪葬物，只要亡者生前所喜愛之物即可…。
- *4曾皈依三寶，受過五戒、菩薩戒者，入殮時可穿海青，披縵衣，亦可將縵衣摺疊，與戒牒、皈依證、念珠放入棺木，陀羅尼經被應覆蓋於亡者身上。
- *5入殮時，不必看時辰，以眷屬方便為要，不必忌諱犯沖，但不宜選在他人認為不方便的時間入殮。
- *6往生後，在適當的時間可為亡者沐浴、化裝、更衣，以方便親友瞻仰遺容。更衣時，若身體僵硬，可用熱水敷關節處。
- *7入殮前可於靈前供飯菜、花果。
- *8入殮封棺須通知親友參加，尤其應禮請長輩主持入殮，以免事後紛爭。
- *9亡者在銀行存款，須要在開死亡證明書之前領出，否則會產生意外事故，土地財產則要繳遺產稅。
- *10亡者需要諸佛菩薩的接引，不必將廳堂供奉之佛像及祖先牌位遮掩(星雲大師，1995)。

這些儀式與一般民間較為流行的佛教喪葬流程又有不同，佛光山的儀式注重於要如何幫助往生者，過程中的重頭戲在於誦經與迴向，因為他們深信透過佛法的讚頌能在莊嚴肅穆的氣氛下，讓往生者接受法師的祈願、諸佛菩薩的加被祝福，使人生更加圓滿殊勝。而且舉行這些儀禮最主要的原則是簡單隆重，甚至有時會站在指導的立場，來導正某些傳統儀式與觀念，如亡者需要諸佛菩薩的接引，不必將廳堂供奉之佛像及祖先牌位遮掩便是一例，依傳統風俗而言這步驟稱為「遮神」是不可減少的，用紅紙將神明遮住，以防神明「見刺」則神力減退。

而法鼓山對於佛化喪葬儀式態度也有類似的作為，法鼓山在民國八十四年即參與台北市市政府「佛化聯合奠祭」，加以法鼓山文教基金會對於佛教喪葬儀式建構許多主張，並印製相關手冊與大眾結緣，例如「生與死的尊嚴」、「助念功德怎麼做」、「禪學與正信的佛教」、「佛教的基本認識」、「生命的價值」等，提出法鼓山的佛化喪葬儀式，另外法鼓山亦於全省各縣市成立助念團，為需要協助的喪家進行臨終關懷、助念超度服務。助念團源自於農禪寺福慧念佛會關懷小組，提供念佛會會員間之互助關懷，如病危、病故等念佛修行，於民國 75 年配合念佛會員的成長助念組擴大為助念團的組織，以服務念佛會會員間的臨終及往生的助念關懷為主。此外亦建立了法鼓山文教基金會，他們甚至認為在現行的葬儀中，出家人只負責誦經，不是葬儀的主事者的現象其實是錯誤的觀念，其因是喪家將家祭、公祭儀式完全委由葬儀社派人司禮，才會造成佛事反倒成爲一種點綴。因此，其提倡佛教徒在葬儀進行時，應該以誦經、念佛等佛事爲主，除了司禮者之外，主體應該是出家的法師爲亡者誦經，而參與的大眾都應該人手一冊佛經，並且跟著持誦。

相對於前二者宗教團體，慈濟的喪葬服務的脈絡，主要以各地委員爲核心。當慈濟委員得知責任區的會員或是大眾家中有喪事時，委員即聯絡助念成員前往協助助念，另告別式當天他們也會著慈濟人認爲最神聖的服裝出席，通常委員著柔和忍辱衣（旗袍），會員則穿藍色洋裝，慈誠隊男性委員則著團體制式西服及領帶，以表達對亡者及喪家的追思和尊重(謝坤欣，2003)。而有關佛教喪葬儀軌的推動部分，便如謝坤欣(2003)所言慈濟目前應只限於內部的建構，尙未對外界提供相關服務，因此，相關資訊較爲缺乏，但這似乎也給了「慈濟人」較多的喪葬儀式自由作爲，只要不違背佛法、教義與簡約隆重的大方向便可以進行。

…家祭開始，老夫人子女先行到靈前祭拜，由孝長子來亮主祭，孫輩隨後就位、合掌、上香、禮佛三拜；再向老夫人上香、行三跪拜禮。慈濟志工

和人文學校教師先列隊於靈堂外。家祭後，由袁萬福(濟淨)師兄帶領緩步行入禮堂。上香、問訊、禮誦「大愛無邊」…(蕭家訓，2009)

…父親的告別式是以類似讀書會的方式進行的。先問訊、禮佛三拜後，念十分鐘的「南無本師釋迦牟尼佛」，唱兩首慈濟歌曲「當一滴燭淚落下來」、「南柯一夢」，再來便介紹父親生平事略。重頭戲其實是放在每個人分享閱讀《證嚴法師說故事》一書的心得…(葉文鶯、聞思，1997)

這些組織性的宗教團體，雖然在佛化葬禮上都有各自不同的堅持點與不同的佛化儀軌，但他們皆認同佛教禮儀的範圍應涵蓋生老病死與婚喪喜慶，喪葬禮儀只是人生禮儀中的一環，應該要讓佛教徒在生活中都能有所依循，凡舉嬰兒彌月、成年禮、祝壽禮、新居落成、佛化婚禮、破土奠基等，都能使佛法落實於生活中。此外這類的宗教團體為表達對亡者尊重，佛教法師及信眾在參加宗門信眾告別式時，通常穿著帶有組織圖騰的神聖性服裝，除強化告別式肅穆莊嚴氣氛外，藉以對亡者表達最高的敬意與追思。對佛教徒而言，其最神聖的服裝就是海青，而海青正是佛教徒參與佛寺法會及往生助念最重要的服裝。然而佛教團體亦因為組織的差異性，參與告別式所著的服裝亦自然顯現不同，以慈濟功德會為例，其委員通常著柔和忍辱衣(旗袍)，志工則穿八正道服(藍色服裝)，慈誠隊男性委員則著團體制式西服及領帶，慈濟人認為這是最正式的服務。而佛光山及法鼓山則分穿鵝黃色及淡黃色背心(背後均印製其識別系統)，法鼓山則表示其參加師兄、師姐的告別式或助念都會穿著海青，藉以表達神聖、莊嚴，而推行活動時為方便辨識才會著背心(謝坤欣，2003)。雖然宗教儀式的重要性在於，它能使群體訴諸行動，能使群以集合起來，加深個體之間的聯繫，使彼此更加親密，但更重要的是透過這些符號的象徵與儀式的教導，不僅可以教化團體內的成員也為社會大眾帶來新的禮儀觀念。

而喪禮儀式呈現模式並不是固定，不同宗派的風格展現、傳統喪葬習俗的禁忌、親朋好友對喪葬儀式的接受度與介入及委辦葬儀社的執行力等，這些因素都足以影響一場喪禮儀式的呈現模式。而陳信行(2004) 對佛教徒辦理喪葬儀式做了研究，發現喪家所委託葬儀社是很重要的，找到專業強、服務熱誠高的葬儀社，這場葬儀可說已成功一半，除非是喪家本身對儀式的內涵及行政流程相當熟悉。此外以財團形式經營的生命禮儀公司，為開拓商業利基，會為各種宗教信徒打造符合其需求喪葬儀式，例如佛化奠祭、安息禮拜、告別彌撒等。然而，因其未從宗教的教義、生死觀探索，因此所開發出來的套裝儀式自然帶著極高的商品色彩，神聖的效力當然受到質疑。加上現今民眾受現代性的影響，對於儀式的神聖需求功能漸漸減弱，轉而開始注重儀式心理與社會功能的區塊，而殯葬業者也隨著這個改變開始將儀式的呈現方式轉向，不再強迫消費者一定要遵循「傳統的」儀式禮俗，而是開始在儀式呈現上推陳出新，不斷的提供新的儀式選擇，來滿足消費者的需求。

最後，這裡我們不禁要問，究竟是誰才是「儀式解組」的權力擁有者？誰擁有改變儀式的權利？因此我們可以從兩個主要影響儀式變遷的動力因素來探討，第一是殯葬業者將風俗進行具有服務業特性的商業化，簡化風俗中傳統固有的元素，成為服務性商品。其次為宗教團體對於儀式的形塑具有很大的影響力，它目的在於改善不良的風俗習慣與儀式過度商業化的傾向，並樹立特殊宗教性質的儀式理念。此外除了這兩種動力因素外，還必需考慮到傳統殯葬風俗慣習對於民眾的影響力，以及傳統殯葬風俗慣習與殯葬業者及宗教團體間的交互關係。

第四章 台灣殯葬產業的企業化動力

第一節 台灣企業化殯葬產業的依存特性

企業化經營的最終目的無非是為了謀取最大的報酬，一但文化開始產業化以後隨之而來便是商業化，文化商業化是將資本家設定的單一商品塞給多元異質的顧客，因此如何讓多元的顧客接受單一商品便成為殯葬公司所要面對的主要問題。在全球化的趨勢之下，許多跨國殯葬公司開始正式走向全球化也遇到類似的問題。各地皆擁有固有的文化、傳統以及不同的死亡處理方式，因此文化差異和傳統便造成為外國人進入他國殯葬市場的兩大障礙。但是，併購他國業者卻是順利克服了這兩大障礙。以 SCI(Service Corporation International) 為例。它設於美國，效法麥當勞連鎖經營的管理方式，逐漸買下經過挑選的一些殯儀公司、墓園、花店及火葬場等。它於 1990 年代即接手法國及英國最大的連鎖公司。1998 年在全世界 20 個國家擁有 3000 多個服務據點，400 多座墓園及約 200 間火葬場。在美國的殯葬服務有 11%，英國有 14%，澳洲有 25%，法國有 28%是由 SCI 負責的(王士峰，2006)。因此，無論是文化的差異或是城鄉差距的問題，的確企業化經營的殯葬公司造成了阻礙，但它們展現了它們的適應性透過各地殯葬仲介業者的彌補，以及管理模式的併購策略來克服。

台灣殯葬服務業在民國八十年左右以傳統在地的服務業為多，並無一定的規模、組織、人力，而是以家族成員服務方式從事殯葬服務工作。隨著社會的發展，漸漸衍生出以企業經營型態的殯葬公司，但為什麼一般人總認為是不入流的殯葬行業，卻漸漸開始轉變形象甚至是開始企業化，其中的原由，本節試圖從分析企業化經營之殯葬公司的歷史沿革與所跨足經營的業務，並從中找出一個解釋架構，說明此項產業的依存性格。

透過研究者自行整理的事業資料表(參見附錄四)可以發現，這些企業化經營業者，多半是多角經營，此外各家公司幾乎都不是從殯葬業起家，而是早已在別的事業領域已經有相當的經濟地位後再轉投資殯葬產業。如龍巖人本服務股份有限公司在 1992 年時原名為龍巖建設，當時的主要業務為，墓園綠化之設計承包業務、社區開發研究分析顧問業務、電子零件、端子製造加工買賣業務、葬儀用品買賣及代辦喪葬事宜、靈骨塔器材之買賣等，所涉及的產業包含營造業、電子業、殯葬相關產業，並啟動白沙灣安樂園開發工程(公園化墓地)，1997 年並成立龍譽國際股份有限公司，專司殯葬禮儀服務事業並推行生前契約商品。於 1996 年與日本 SUN LIFE 簽約進行殯葬服務技術交流合作，於市場上首開先例推出「生前契約」商品，落實殯葬一元化，全力提升服務品質及服務範圍，並於 2000 年取得亞洲第一家通過 ISO 9001 國際品保驗證標準的殯葬企業的殊榮，同時也真正將經營範疇跨入殯葬服務業行列，最後在 2002 年 7 月「龍巖集團」與「龍譽國際」才合併為龍巖人本服務股份有限公司。而國寶服務股份有限公司也有類似的現象，從事建築業並建設新式公墓或納骨塔後再將殯葬禮儀服務以漸進式的方式整合至旗下子公司，國寶集團是自民國 79 年成立「福座開發股份有限公司」開始往生事業的經營，之後陸續成立「北海往生禮儀股份有限公司」、「國寶行銷顧問股份有限公司」等事業單位，民國 82 年成立「國寶集團」後，無論在觀念上或行動上，一直走在最前端、洞悉社會的脈動並作出表率，十多年來在業界樹立了不可動搖的地位。國寶集團秉持著對未來全方位發展的考量，於 92 年 12 月，正式對外宣佈整合旗下「福座往生禮儀服務股份有限公司」、「北海往生禮儀股份有限公司」、「國寶行銷顧問股份有限公司」三個往生事業單位成立「國寶服務股份有限公司」，落實單一窗口提供全面服務。其子公司包含如福座開發(北海福座)、福座往生禮儀、北海往生禮儀、國寶行銷、國寶人壽、大詰工程、元須營造、福寶資訊、聖恩全生涯事業等。此外於民國 83 年 11 月國寶曾首創國內推出國內第一張生前契約「圓滿型預售喪葬服務」，並和旗下子公司國寶人壽合作推出保險商品，以往保險理賠的是「錢」，而不包含禮儀服務，生前契約就

像一張保單，一張理賠「往生服務險」的保單，它的目的在於「彌補人壽保險」的不足，買了保險理賠保險金，買了「生前契約」理賠「往生服務」，這種觀念也為當時台灣殯葬產業注入新的服務型態與氣象。此外也有大型企業因為看好殯葬市場才投資這塊領域，如統一企業便是一例，由統一投資次集團，結合集團資源作策略性投資，確定投資主軸積極調整長期投資組合架構，希望為集團投資事業帶來新契機。因而於民國 82 年懷仁國際股份有限公司係由統一企業集團統上開發建設公司轉投資之關係企業，為一合法之納骨塔業者，擁有墓園「懷恩聖地」與販售生前契約，於民國 92 年再轉投資之子公司「懷恩祥鶴生命事業股份有限公司」負責執行生前契約的專業殯葬服務，並於北、中、南、高等大都會區設立服務據點，朝向大型化、企業化、專業化的連鎖體系發展。

目前這些殯葬業企業化經營者，由於大部分的本業都不是殯葬業，涉及電子、建築、保險、創業投資等，所以往往是站在資本主義者的角度來看待殯葬市場。隨著社會結構的變化、所得水準的提高、消費力的轉變、生活型態的變化、消費觀念的轉變與殯葬改革聲浪的掀起，這些資本家他們看到了商機，從儀式、資金和管理方式的一體化，甚至是一系列市場運作遊戲規則、創新開發、文化符號和行為價值也都系統化，換言之，這些資本家即是把整套的資本主義結構體系搬到殯葬市場來運作。因此隨著企業背景的不同，各家所推出的商品也呈現多樣化，往往會依循著原本母企業固有的專長而做延伸，或是發展出不同的依附結構模式(圖 4-1)。如原本從事建築事業便進行與殯葬相關的公園化墓地與新式納骨塔著手切入，原本擁有保險人壽背景的企業便將保險與生前契約結合，甚至也有將養老與生前契約結合等多元化的相關商品出現。

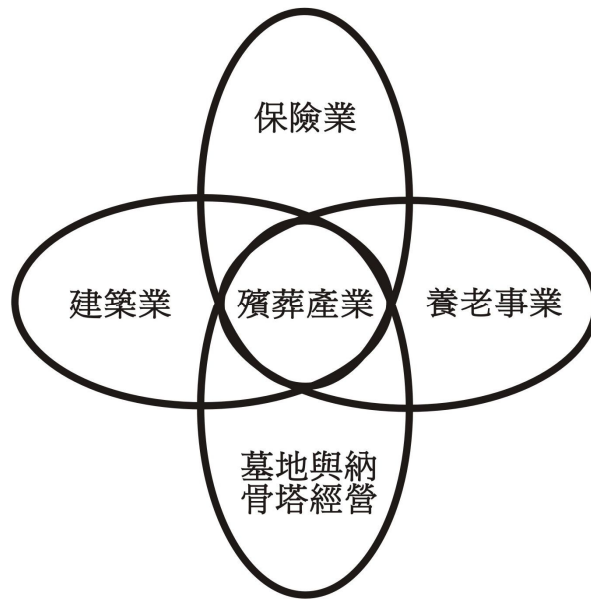


圖 4-1：企業化之殯葬產業的依附結構圖

然而，並非所有的企業發展都是依循著由殯葬相關「協力產業」轉進「核心產業」的模式來進行。研究者亦發現，因為受到企業化經營思維的衝擊，使得少數幾家有能力的傳統業者開始轉型。如台灣仁本服務集團於 2003 年創立，旗下整合原本是以傳統經營型態為主的忠誠生命服務團隊及順陽生命服務團隊，經由經營醫院太平間與安養機構等通路的策略，打造具有設計感的往生室，試圖扭轉以往民眾對於太平間昏暗陰森的印象，並以此方式依附於醫療系統的結構中，逐漸開始轉型為企業經營型態。透過集團式的經營，除了有效節省經營成本與擴大市場規模外，並透過單一平台以求達到資源共享的最大效益。旗下忠誠生命服務團隊與順陽生命服務團隊於全省各大醫院，如：臺北榮民總醫院、台北市立萬芳醫院、臺北醫學大學附設醫院、臺北國泰醫院、汐止國泰醫院、台安醫院、署立新竹醫院、中國醫藥大學附設醫院、彰化基督教醫院、彰化秀傳紀念醫院、國軍高雄總醫院等合作提供生命服務。此外萬安生命科技股份有限公司也是採取相似的策略，在台灣光復之初吳伙丁先生創立了「萬字號」殯葬公司是為萬安生命的前身，創立於台灣光復之初，原本也是典型的傳統型經營業者。民國 70 年間由原從事於金融業的現任董事長吳國龍先生接任以後開始轉型，到了民國 86 年萬

安生命開始與長庚醫療體系合作，在林口院區內整建首座素雅明亮的往生室；此後開始延攬全省各地醫學中心及大型醫療機構的太平間的業務，致力於銜接醫護體系的服務據點。目前已與慈濟醫院(新店、大林)、農民總醫院(台北、高雄)、署立醫院(基隆、台北、桃園、台中、彰化、南投)、國軍醫院(三軍總醫院、台北、桃園、台中、高雄)等三十餘所教學及大型醫院有特約。這兩家公司案例較為特殊，他們的發展模式則是從傳統經營轉為企業化經營，因為他們原本所從事的「葬儀社」名氣並沒有那些跨足殯葬市場的大型企業來的大，加上資本額較小無法全台灣佈局並於各縣市設立營業與服務據點，因此採取招標醫院太平間的營運方式，藉由取得醫院合約產生月暈效應，藉由醫院的形象來提升自己的名氣與消費者的信賴度，並鎖定「院內死亡」這項特定的客源。總的來說，台灣仁本服務集團與萬安生命是由傳統經營型態轉向企業化經營的典型代表，而這兩個例子皆是透過依附於醫療系統結構中來轉型，這方式不僅有助於公司形象的建立，在發展跨區域性的據點佈局上也有其便利性，堪稱是一個突破傳統業者的地域侷限性之良方。

從整個殯葬企業化的整體發展來看，企業化經營有與殯葬相關產業合作發展的趨勢，藉由整合不同類型與不同層次的市場主體，來提升規模效應與拓展市場佔有率。企業化轉變的原動力，並非來自於傳統殯葬業本身的蛻變，傳統的殯葬文化與產業需透過與保險業、建築業、養老事業或是與醫療體系等等的合作才能有更進一步發展的空間。而這之間有兩個不可忽視的要素，一個是傳統文化的體現與承傳，一個是資本主義導向的思維與開創，前者是發展殯葬業的根本主軸，後者則是發展企業化經營的基本動力，二者互相依存、缺一不可，台灣殯葬邁向企業化的動力之一，便是透過這種「依存」特性來轉變。

第二節 生前契約

在上一節提到各企業經營者會將殯葬產業與自己原本經濟結構中固有的專長做結合，進而發展出各種不同的與殯葬相關的延伸領域，而本節則是在這麼多不同的因素當中舉一個較具代表性的新興模式，生前契約為例來說明此產業的供需模式。

一、生前契約的起源與現況

所謂「生前契約」係指：「當事人約定於一方或其約定之人死亡後，由他方提供殯葬服務之契約」。而根據行政院經建會(2008)人口推計資料顯示，台灣地區民國 145 年推估死亡人數將達 34.1 萬人，約為目前之三倍，而每名死亡者平均喪葬費用約為 367,757 元(台灣省社會處，1998)，由此便可以知到台灣的殯葬服務產業隱藏著龐大商機。受限於避諱談論死亡的傳統觀念，過去殯葬服務業者主要採取現場交易的方式接受喪家委託辦理喪事，少部分業者以預約方式辦理但多限於「納骨塔位」的買賣。但是近年來由於社會朝向高齡化、少子化、都市化及消費者殯葬自主權的覺醒等現象，殯葬業者於民國 82 年將「生前殯葬服務契約」(或稱為生前契約)的新殯葬商品引進台灣企圖以專業化及契約化的手法開始市場化，政府單位亦開始重視此殯葬商品相關機制之發展而在民國 91 年新公佈的「殯葬管理條例」中加入對「生前契約」的初步規範其內容包含(1)實收資本額達 3 千萬元；(2)最近 3 年內平均稅後損益無虧損；(3)具備殯葬禮儀服務能力之殯葬服務業；(4)於其服務範圍所及之直轄市、縣市均置有專任服務人員；(5) 75%交付信託。

國內生前契約目前主要的發展趨勢是傾向於和金融保險做異業結盟，根據蔡橋宗(2004)所提出關於生前契約進行異業結盟的說明如下：總括而言，國內生前契約的銷售型態大致可分為三類，第一類為保險公司將本身的業務與生前契約的特色結合在一起，推出具有生前契約性質的壽險保單，或是與保戶約定把一部分的保險金以信託的方式，來支付殯葬費用，以提高各公司在市場上的競爭力，

以增加保單的附加價值。第二類為保險公司與生前契約公司合作，將消費者的身後事委外交由生前契約公司來辦理。第三類為一般的殯葬業者藉由業務員直接銷售的管道販賣生前契約。而依據 97 年 4 月 15 日內政部公告「合法生前契約」業者名單，包含符合殯葬管理條例規定「一定規模」且交付信託之生前殯葬服務契約業者名單：金寶軒事業股份有限公司、品安殯葬股份有限公司、展雲幸福事業股份有限公司、萬安生命科技股份有限公司、慈恩園寶塔誠業股份有限公司、龍巖人本服務股份有限公司、蓮華往生事業股份有限公司、國寶服務股份有限公司、陽光禮儀股份有限公司、寶山生命科技股份有限公司、冠遠建設股份有限公司。合計 11 間，台北 8 間，高雄 2 間，南投 1 間。礙於本文篇幅有限，本文僅選擇幾間較具代表性的公司為例子來幫助論述。

國內開先例最早將生前契約納入商品組合的壽險公司為國寶及富邦兩家，其方式分別為國寶人壽「保險附加生前契約」的兩種銷售方式；一是保戶在購買保險時，用「加價」方式購買一張生前契約，這種銷售方式，多透過銀行通路，直接向銀行存款戶推銷；其二是以「信託」方式，即保戶購買的是保險，在保險滿期或被保險人過世時，保險金移轉到「信託帳戶」購買生前契約、執行往生法事。另外富邦人壽則是和蓮華生前契約公司採策略聯盟合作，也是透過「信託」方式，將保險滿期金移轉為購買生前契約用途，富邦人壽的信託銀行是富邦銀行。富邦人壽將採壽險保單附加批註的方式，保戶在購買時，可自行選擇，要不要附加有生前信託的契約。而目前的「生前契約」已經脫離保險的附屬，獨立成爲一種新的殯葬商品。一般而言便是只以定型化契約的方式提供一套「客製化」的喪葬服務，包含每一項服務流程與儀禮的規劃，但隨著承辦公司的不同在收費方式、服務方式也會有很大的差異。國寶生前契約³由國寶集團旗下的福座往生

³ 國寶生前契約第一類型之售價包括「定金」及「使用尾款」，使用時才付尾款，而且逐年遞減，活得越久，付得越少，20 年滿免付尾款。定金倘以分期付款繳付，頭期款 4 萬 2 千元，一年 12 期每期 2 千 7 百 5 十元之分期繳納款項，即應繳付 7 萬 5 千元，使用尾款 8 萬 4 千元，採類似保險年金計算方法，購買者第一年死亡須繳納 8 萬 4 千元之使用尾款，使用尾款逐年遞減，

禮儀發行，北海往生禮儀公司負責服務，聖恩公司負責行銷，客戶繳交款項由盧森堡國際銀行做資金保管，國寶生前契約得自由轉讓，具有投資理財增值的功能。每份契約均提存信託由第一銀行信託保管，專款專用，以確保消費者權益，及未來服務品質的保障。消費者可利用網路查詢信託提存金，以瞭解資金流向。值得一提的是「國寶生活護照」與「國寶養生權契約」是由國寶集團旗下的聖恩全生涯公司，所推出的國寶生活護照以及國寶養生權契約，亦係著眼於老人退休市場的廣大商機，可說是因應高齡化社會來臨，所作的一系列產品規劃，提供健康老人安養照護之服務，並於全省各地甚至海外逐步實現提供結合「旅遊、休閒、渡假、養生」功能的多點「旅居式養生」的地點，如收購西湖渡假村、大聖渡假遊樂世界園區股權、與台南縣農會之走馬瀨農場簽訂委託經營契約等，結合旅居式休閒安老生活保障的契約，讓消費者享有國寶養生會館的終身使用權。

總的來說，以國寶生前契約而言，它透過休閒、養老等不同產業來結合生前契約，讓生前契約不單只是一種處理死亡相關事務的契約，而是進一步將契約法展重點拓展至「生前」的部份，包含休閒娛樂、購物、老人照護、退休生涯規畫、養生與養老等。此外，其收費方式也較為靈活，如生前契約是採用兩段式付費的方式，相對於龍巖、金寶山與其他八家生前契約則都採用全額分期付款，甚至有許多業者於履行生前契約時仍會有收取額外雜項支出的現象。

二、生前契約的市場基礎

「生前契約」主要內容是關於葬禮的種種事宜，包括事前的諮詢，儀式的安排和各項所需物品的準備，以及事後的後續關懷。生前契約在美國已經風行六十餘年，在日本也有十餘年的歷史，不過美國生前契約的發展也是經過一段業者與消費者抗爭的時期，消費者權益運動的結果，使得殯葬服務業者有義務將葬具

持有國寶生前契約 20 年後，無須再繳納使用尾款。第二類型，透過持有「國寶生活護照」來申請生前契約，得以 12 萬 4 千元購買原價 16 萬 9 千元的生前契約，且於簽約時繳付 1 千元，餘款 12 萬 3 千元，經雙方議定分 10 期按年分期繳納，每期 1 萬 2 千 3 百元。

及殯葬服務的內容和費用資訊透明化與公開化，同時也促成了明訂殯葬內容之生前契約風氣的興起(黃有志、鄧文龍，2001)。儘管在許多國家早已行之有年，但在台灣生前契約仍是一個十分新穎的觀念。

現在國外的業者制度化的針對服務費用報價，給你一個服務費用，針對服務的時程長短來報費用。因為台灣的民情風俗比較不同，通常不會有報價的動作，但是等事情辦完之後再來看錢，那反倒更傷感情了。(東森新聞報2007/11/16)

的確目前國內殯葬業者的良莠不齊、漫天喊價的狀況更是由來已久，因此，若要導正國內殯葬業的狀況，改善黑箱作業、紅包文化與價格不一等可說是首要任務。而隨著生前契約的引進，也帶來了國外對於葬禮服務費用報價的觀念，增加台灣殯葬市場價格透明化的可能性。目前國內也有一些殯葬業者開始提供生前契約的服務，一掃過去國人對葬禮晦暗、忌諱的陰鬱形象，代之以莊嚴、肅穆而隆重的葬禮。正面積極地迎接人生必然的歷程，正是生前契約的根本觀念。以下我們可以試著從業者與消費者對於生前契約的觀點來分析。

(一)、業者的觀點

綜觀目前生前契約業者的觀點，雖然不同業者會有不同的商品賣點，但都普遍都認為生前契約的好處是在於，定型化契約可以保障消費者在處理殯葬事宜時權益不會受損，同時可預先準備分散付款的壓力，得以零存整付，避免一次給付，繳款分期零利率，就如每月儲蓄固定金額來儲存喪葬基金，以免除意外發生時帶給家庭的經濟和心理壓力。

也有業者將生前契約視為是一種保險商品，但是至於人壽保險與生前契約有何不同？一般業者認為人壽保險的意義是在於，健康人買未來家庭需

要的保障，針對不同的理賠需求，規劃不同的契約保單。它理賠得方式是透過保險金來補償，進而保障家庭生活。而生前契約的意義則是在於彌補人壽保險的不足，節省家庭負擔，規劃家庭未來更完整保障的契約保單。但不同的是它理賠得方式是定型化契約的服務，保障的是生命尊嚴及未來往生服務品質的保障。甚至有些業者將它視為是一種金融延伸性商品，放眼於未來市場並推估通貨膨脹勢必會使喪葬費用漲價，因而使生前契約具有投資性質。此外台灣的社會發展，已朝都會小家庭父母不同住的發展趨勢，一旦家中成員過世，家族中親人相互幫忙的情況也有限；況且現代人未必明白禮儀習俗，而這些因素皆提供了生前契約業者藉以推廣客製化服務的立基點。

(二)、消費者的觀點

從上點中儘管我們可以歸結出許多業者提出的解答，然而不免過於片面忽略了消費者的角度。于健與蔡麗卿(2005)的研究便對於生前契約消費者購買決策程序及環境因素有進一步的探討，其研究發現目前民眾已較能接受談論殯葬相關的話題，且多認為「養兒防老」的觀念已落伍，但仍然超過七成以上的消費者對產品存有疑慮，目前並無購買意願。主要是因為大多數的消費者皆有聽過「生前契約」但不甚了解內容，對價格行情亦無概念。

此外消費者會購買生前契約的因素，于健與蔡麗卿(2005)認為可以從三個面向來探討，在防患未然導向：消費者往往基於預防突然往生無心或不善處理往生事宜的窘境、避免子女將來為辦理往生事的負擔、避免辦理往生事時宗親干擾、幫自己或家人預先規劃往生事宜的辦理形式、事先選擇以防碰到服務不佳之葬儀社等考量來選購生前契約；在規避風險導向：消費者擔心的是懷疑業者履約的誠意、擔心履行時的服務與契約內容有差異、相關法令不健全無保障、產品的發展尚不成熟完整因素與資訊不對稱等因素，這些都會影響消費者購買的意願；投資理財導向：許多消費者則是會把生前契約視

爲是投資，認爲它具有投資理財的功能，可避免未來喪葬費用漲價的通貨膨脹。

三、傳統生死觀下之風險感知與價值建構

若要考察在台灣社會中對殯葬業發展，所帶來公眾對生前契約的風險感知與價值建構，基本上需回到華人傳統生死思維其結構性的風險文化解釋，因爲許多對於死亡的禁忌與避諱，使得只要跟死亡沾的上邊的東西都會變得極爲隱諱不明。社會系統性的落差或風險隱匿的文化系統，處處可見，但在個人的風險感知上形成結構性的意涵，無論個人主觀價值的期待或客觀社會價值的判斷，都會產生影響。因此以下本文將以這個解釋爲基礎，筆者整理了，于健與蔡麗卿(2005)對「生前殯葬服務契約」產品之消費者行爲的研究數據，並重新歸納出四個主要影響因素，進一步討論台灣公眾對生前契約的風險感知、價值建構與判斷準則的呈現風貌。

(一)、民眾認知資訊不足

生前契約的概念進入台灣的發展已經十年有餘，但是在民國 91 年政府尙未頒佈相關規範法令以前，生前契約業者良莠不齊與假生前契約之名行詐騙之實的新聞時有耳聞，即使發展至今相關配套的執行細則等仍尙未擬定，市場機制也還不夠健全。因此由于健與蔡麗卿(2005) 文中的統計數據可以發現，台灣民眾對「生前契約」產品內容的知識程度，完全沒聽過的受訪者佔 14%，有聽過但是不了解內容的受訪者佔 67%，已真正了解產品的受訪者僅佔 19%，另有 14%的民眾不想進一步了解(于健、蔡麗卿，2005，79 頁)。換言之有 81%的受訪者對生前契約仍然是很陌生的，就算是聽過也不知道它真正的內容與意涵爲何。

而延續上一段的隱晦推論解釋，在華人社會中這種充滿隱諱且具有許

多禁忌的生死議題，被資訊或知識等結構性的落差和充滿禁忌的社會體系掩蓋起來，而在這種隱匿風險的社會脈絡下，深深影響了公眾對於生前契約的態度，也延遲了政府對於生前契約相關議題的反應。此外有一個有趣的現象，依據于健與蔡麗卿(2005，79 頁)文章中另一項數據顯示 45.3%的受訪者不忌諱談論家人的身後事，以及 59.4%的受訪者不認同「養兒防老」的傳統想法。而本文以為這意味著民眾觀念已日趨開放，但在作法上仍然是較趨於保守的，而這與華人特有的雙重標準觀(觀念開放／作法保守)是否有所關聯也值得吾人深思。

(二)、模糊的風險感知

這裡要再進一步探討消費者對於生前契約的認知數據，高達 81%對於生前契約的內涵完全不了解甚至有 14%的民眾不想進一步了解(于健、蔡麗卿，2005，79 頁)。筆者認為這表示一般民眾對於較禁忌性的議題比較具有排斥性，另一方面則在於整體社會的風險資訊和風險溝通不足，而缺乏學習與認知的途徑；而值得注意的是超過七成以上的消費者對生前契約產品存有疑慮，且並無購買意願。

換句話說，聽過「生前契約」這四個字的人不少，對其內容、規範、程序，大部分的人並不清楚；然而卻有七成的民眾意識到生前契約具有風險性，擔心生前契約是一種斂財的手段，是業者為了賺錢而炒作出來的經濟價值，購買後是否能如實履約等疑慮。這表示曾涉及此議題的公眾，已經初步發展出了個人的風險意識，但對其基本細部的問題仍然是很模糊。而這個數據結果也有另一個意涵，即知悉生前契約的公眾已經初步建構安全性爭議的風險感知，而且一旦公眾一開始接收到某一風險訊息而形成了認知內涵，就很難再有所改變了。

(三)、單一風險資訊建構主觀風險感知

根據有聽過、知道或是購買過生前契約的成功訪例中，得以發現受訪者資訊來源主要為電視媒體 33%及報章雜誌 23%，次為親朋好友 16%。再進一步資訊搜尋管道方面，詢問已經購買者佔 22%是最主要的方式，其次是閱讀報章雜誌 18%與從網際網路搜尋資料 17%，再次是詢問親朋好友 3%(于健、蔡麗卿，2005，79 頁)。因此，若以有 81%的公眾對生前契約極為陌生的基礎上來看這些數據，亦表示有相當高比例的公眾是經由媒體或親友間的訊息流傳來建構其風險感知。這些公眾獲取風險訊息的來源相當單一，而這些單一風險源在推論上卻足以形成風險感知的社會強化效果，因為缺乏對比平衡的資訊來源，如官方網站也僅出是公告提醒民眾小心別掉入生前契約陷阱(目前只有內政部民政司網站與有相關公告與新聞稿)，媒體大部分也都著重於揭露生前契約的負面報導，使得同樣的觀點不斷的生產流傳，甚至可能擴大為公眾的風險恐懼，而建構出負面的價值判斷。

此外，由於風險資訊來源過於單一，而官方釋出的風險源未發揮太多功能，如僅提供合法業者的名單並沒有更細部的官方評鑑資料供民眾參考，基本上並無助於公眾區分風險源的看法；換言之媒體與親友告知成了公眾對於風險源唯一的可靠信任來源。亦即，長期匱乏專業、多元的政策導向的風險管道，卻變成公眾在建構與判斷風險感知時的依據，使得單一的風險資訊源成爲一種特殊的溝通結構。

(四)、業者對於風險的操弄

雖然前文提及了許多關於生前契約的風險認知識題，但我們不能忽略一些市場資訊如：

生前契約引發糾紛，根據推估，每年生前契約的市場高達五百億，

因此為了搶攻這塊大餅，業者花招百出…。(TVBS-N新聞2004/2/27)

龍巖人本公司業務處長陳國強，10年前冒著家庭革命風險，轉投入無底薪的殯葬業務員；去年他的業務團隊創下3億元年營業額，今年他再設立成長3成的目標，挑戰自我。(聯合報2007/3/7)

光一家公司的一個業務團隊就能開發出3億元的生前契約產值，這意味著生前契約的市場其實仍然具有相當規模與產值，但公眾對生前契約普遍具有風險意識甚至是隱諱的排斥這項商品，何以它市場依舊如此龐大呢？在此本文試圖提供一個解釋，從前文提到的消費者觀點可以分為三類：防患未然、規避風險與投資理財導向。業者正是巧妙的運用這這些費者的觀點來開發潛在市場，甚至是以交朋友心態與消費者分享對生前契約的看法，並隨時滿足客戶要求，藉此來降低消費者的風險感知。加上前文也提及生前契約風險源過於單一的問題，因此一旦有了一個專業且多元的對話窗口，便會使得公眾的接受度提高，甚至是購買意願增加。亦指業者不僅一方面降低公眾對生前契約的風險感知，一方面不斷補充公眾相關資訊，從新建構公眾的風險價值觀，最後讓公眾以為自己是在資訊充足與理性思考的考量下面對此商品，透過這種方式來吸引消費者。

生前契約的出現，的確迫使業者提供給消費者較公開的殯葬服務資訊，但是實質購買的風險依然是存在的，生前契約旨在提供買受人或其指定人死亡時之殯葬禮儀服務，性質上為將來勞務之給付，就業者而言，這種類型的商品除了可先取得營業收入之資金外，另可在殯葬服務市場中，先行預佔市場。然而服務之提供無須立即實現，就買受人而言，給付之時日互久，且未確定，日後能否履行之風險性相當高，倘業者藉銷售生前契約為名，行不法吸金之實，將淪為一種商品虛化之買空賣空行為，而這類詐騙風險至今依然可見。

高雄市一名黃姓女子自民國 91 年起以父親名義，向某生命事業公司簽訂生前契約，按月支付入會費及年費已有 8 年，今年 5 月間，黃女父親去世，她向該公司要求履行契約辦理喪事，未料公司負責人已於一周前捲款潛逃。她估算已繳交多達 12 萬餘元，手上契約卻已成為廢紙；警方表示，生前殯葬服務契約市場日趨活絡，但變相吸金狀況也時有所聞，民眾應小心提防。（聯合晚報 2009/6/2）

這也可以看出目前大部分的消費者對於「生前契約」產品仍存有相當多的疑慮，雖此產品之立意能解決消費者處理往生事宜的眾多困擾，但常因購買與履約時間相距冗長引發履約之風險及相關求償問題，造成消費者裹足不前。

因此，消費者購買這種「無形商品」後，所拿到的契約書或會員卡，只是一張請求業者或服務提供者依約提供服務的申請文件，在購買當時，儘管業者再三保證會如期如實提供服務，但是如果未來無法提供時，因價金已經給付，必會引發嚴重的社會問題，故對「無形商品」之風險管理，最重要的莫過於「無形商品」的給付能夠具體實現。雖目前政府相關單位已經在殯葬管理條例法中加入對「生前殯葬服務契約」產品的基本規範，但後續履行契約行為的相關規範依舊尚未擬定。更切確的說政府在履行契約的風險管理之細膩度，亦深深的影響著公眾的對於生前契約的風險意識。

最後，若要追問台灣殯葬產業為何在近十幾年的經營型態會改變如此的快速？由台灣資本主義化的發展來看我們可以找到一些解釋，現代資本主義營利的本質是形式合理，最大的特徵是收支概念與會計制度的普及。現代資本主義靠合理的資本計算，合理的技術和管理來增加附加價值，賺取正當利潤，達到營利、資本增殖的目的。傳統殯葬產業每年的產值依據台灣省社會處(1998)統計資料估

計，台灣地區每名死亡者平均喪葬費用約為 37 萬元，國人一年殯葬相關花費近 500 億元且將逐年上升。李自強(2002)甚至指出如果參照行政院經建會之人力推估資料，殯葬服務市場規模至民國 100 年時將達 836 億元。有如此驚人產值的殯葬產業，在資本家眼中可是意味著無限「商機」。資本主義強調的是私有財產制、經濟自由與價格機制，而過去的治喪價格不透明、紅包文化及品質參差不齊等現象皆與之背道而馳，加上如今消費者意識抬頭與啓蒙現代性的影響，人們往往不再因為「忌諱」而不敢談論治喪「價格」，甚至這些轉變也讓政府部門意識到殯葬改革與匡正禮俗的立即性。殯葬產業一直以來的經營型態是一種社群互助或是以傳統社群網絡為基礎的交易型態，重視的是社群互助的人際關係。而資本家則是帶入專業化與服務產業的消費者導向的觀念，這不僅撞擊了整個傳統殯葬產業的運作思維，也掀起了殯葬企業化的開端。

第五章 嘉義地區殯葬業的變遷

第一節 嘉義地區的現況

從嘉義市政府與嘉義縣政府的「殯葬服務業許可備查名冊」(嘉義市政府，2008、嘉義縣政府，2007)中可以得知，嘉義地區的殯葬禮儀服務業的數量約有145家，嘉義市有56家嘉義縣是有89家，這些名單當中大部分皆屬「禮儀社」其中七家是以「有限公司」登記，而以「股份有限公司」登記則僅有龍巖人本一家，而以「禮儀社」自居的傳統經營業者，顯然在嘉義地區的殯葬產業仍然佔有相當大的市場。但研究者亦發現一個弔詭現象，於本文前段中曾提起幾家較大規模的企業化經營殯葬業者卻大都沒出現在這些名冊當中，只有龍巖人本有登記分公司資料記載。而依實際田野調查結果發現其實不只有龍巖人本設有雲嘉服務據點，國寶服務集團於嘉義也設有服務處，萬安生命於嘉義基督教醫院、長庚紀念醫院、大林慈濟醫院設也都設有服務處，箇中原由待本節最後再與品牌策略問題一起討論。另外，值得注意的是這些企業經營者都將發展重點置於北部居多，依上一章節對其它企業經營業者探討便可以發現如：懷仁國際僅於台北與台南設有服務據點；金寶山事業的服務據點則是皆分布於台北縣市；台灣人本雖設有北中南服務據點，但營業據點數量分布不均，主要是以北部為主，北部設有十個服務據點中部二個南部則僅於高雄設有一個據點。

一、市場區隔

嘉義在這以傳統經營業者為主的殯葬市場中，企業經營業者若沒有足夠的人力與資源，即便是大肆設立服務據點也不見得會有生意上門。畢竟嘉義地區仍保有較多傳統社會的生活模式重視人情宗族與鄉里關係，傳統經營業者並不像企業經營業者以廣告來做宣傳，他們靠的是地方的人脈與經營多年所建立起來的口碑聲譽，親朋好友的口碑相傳，是他們最主要的銷售方式，口碑效益尤其大，消

費者也深信從鄰居親友口中獲得喪葬資訊，遠比媒體廣告來得可靠。在訪問一家傳統經營業者時，業者表示：

…我們通常都以朋友介紹和回頭件居多。我們沒有綁樁腳，因為綁樁腳價錢壓低，利潤也會變薄。而且品質就會有差，這是我們比較不要做的…(訪談資料：2008/11/12)

的確，在電視傳播媒體尚未發達的年代，民眾間口耳相傳的「口碑」便顯得極為重要，至今嘉義地區仍保有這種傳統口耳相傳的現象。而這種口碑行銷的方式可以有效提升消費者對於殯葬業者的信任感，以一場奠禮舉行為例，概略的平均家祭及公祭參加的人數約在 30 至 50 人之間，若該次的服務之內容能讓參加奠禮的親朋好友均感服務親切給人留下好印象，則日後同一族群再度面臨殯葬需求時再與消費者接觸時其抗拒心及不安感將可大幅下降，可說是一種殯葬消費之消費循環，透過族群擴展來增加經濟規模。

此外在田野訪查中也意外得知了嘉義地區傳統經營業者的另一種銷售技巧，一般稱之為「插樁」或「綁樁」，其意指這些傳統經營業者會透過自己的人際網絡，在自己的服務區域範圍內安排「樁腳」，一旦這些人員的生活周遭或親朋好友有需要辦理葬儀的服務，便負責遊說，而遊說成功後業者也會給予推銷案件獎金作為回禮。甚至有一些業者表示，也有人在警消系統中「插樁」，安排人員幫忙告知意外事故或命案現場等相關消息，所以有時會出現殯葬業者比警消人員早一步到達意外事故現場的現象。

由於嘉義地區的殯葬業長期以來的走向是屬於小規模的傳統經營方式，在地方上扎根已久其以口碑與聲譽所建立起的市場，對於大型企業經營業者的進駐實是種挑戰。但若將殯葬市場的客源分為「期約客源型」，亦即生前契約類型的

預備式服務需求；與「現用客源型」，亦即人往生時才尋求送葬服務的客源。企業經營業者在前者便佔有很大的市場，透過多年來生前契約的預估市場，如今已漸漸可以見到成果。一位任職於大型企業公司的禮儀師表示：

嘉義地區的案件來源，很多是從契約案件來的，就是說有些人生前已經購買生前契約，然後我們現在開始履行這些契約的案件，而這些案件大概佔總業務量八成多。比較少人直接，找上門來做…那在這些生前契約的案件中，其實有很多都是一些在外地工作的子女在外地幫父母親或自己購買的，然後才再回到嘉義來屢約…(訪談資料：2009/10/04)

以龍巖人本為例，其分工策略即是將公司營運據點分設為「營業處」與「服務處」，由營業處負責銷售生前契約以擴充客戶來源開發潛在市場，簽訂預備型合約，然後再由服務處負責履約。所以，單以嘉義地區而言龍巖人本與國寶集團的客戶來源皆可以歸類為「期約客源型」為主，透過這種預估市場的方式來與傳統業者的人際網絡作抗衡。另外還有一種是以「服務對象」為主要經營方針的企業型業者，透過醫療體系來進行連鎖佈局，亦是一種有別於人際網絡與預估市場的另一種行銷方式，承包各大醫院的太平間業務鎖定「現用客源型」，作為醫療系統的延伸來與傳統經營業者競爭。

總的來說，雖然這些企業經營業者較無法顧及嘉義地區的傳統風俗與特殊儀式，但是他們所擁有的優勢在於創新，透過差異化的商品與禮儀服務，塑造出一種簡約隆重的風格。如嘉義地區龍巖人本的服務據點，設立於嘉義市火車站的正對面地處核心利於招攬客戶，一樓裝潢極簡莊重、店面清晰明亮提供客戶諮詢的環境，二樓則是以展覽館方式陳列殯葬相關用品，相形之下傳統業者往往將自宅當成營業處與倉庫，給人的觀感便略遜許多。而差異化的商品也是企業經營業者的發展重點，如新式豎靈用品、三寶架、骨灰罐、超薦琉璃牌位、生命光碟製

作、個性化告別式、福滿型祭品組合及琉璃精品專區等，多項客製化服務的提升方案來滿足客戶更高的需求，並提供客戶更多元的服務選擇，對喪禮服務人員的身高、體態與衣著也極為講究，至今甚至是帶動了傳統葬儀社穿著西裝服務的現象，這些都是傳統業者較無法做到的。嘉義地區也因為企業型公司創造出這種選擇差異，而有市場區隔的效果。

二、分工模式

嘉義地區的傳統經營業者與企業經營業者的分工模式有一個共通性，即皆傾向一種態度，認為若不是經常需要的交易活動，就不必自製增加內部管理的成本，透過市場機制購買即可。誠如接受我們訪問的一間企業型公司的禮儀師指出：

像比較有名的凱迪拉克禮車，那個龍巖就是外叫的，因為不可能買好幾台凱迪拉克放在那邊等吧，這不符合成本啦。（訪談資料：2008/11/14）

這種外發模式最典型的代表便屬葬禮中常出現的各種「陣頭」，陣頭的種類極為繁雜，各地的差異極大更不可能有統一的標準出現，若將每種陣頭都納進為組織的服務項目，加上有時使用頻率不高，從經濟成本考量而言實不符合投資報酬率。因此像這類型的高專屬性投資，而且交易頻率不高，不論企業或是傳統經營業者皆是採外包的方式來處理，以避免增加專屬性資產的投資成本。而交易頻率很高，且需投入高的專屬性投資，企業經營業者往往會採取自製的方式，如納骨塔與墓園的規劃、創新個性化商品、個性化告別式設計乃至禮儀服務人員的培養與教育訓練，有專職的禮生、司儀、法師、樂隊與扶棺人員等。但是有時也會有例外的情況，如當遇到「大月」⁴工作案件大增時，且組織內固有的人力資源無法負荷時，便會尋求外包廠商的支援。而這間企業型公司受訪的禮儀師更進一

⁴ 「大月」相對於「小月」，大月意指該月份良辰吉日較多，一般喪家也較喜歡選擇該月份的日子辦理喪事；小月則是指該月份兇煞日子較多，如農曆七月為俗稱鬼月便較少人選擇於該月份辦理喪事。

步表示：

…臺北總公司那邊有一組司儀、扶棺人員，總公司有一組特定的人馬，像王永慶那場就有派那組去啊。比較像是在做門面的，因為他們那邊也不多，我們這邊他們怎麼可能會來。台灣有這麼多的告別式，他們不可能這樣去跑啊，所以礙於人數的限至我們會去請外面的一些司儀或是禮生，直接和我們配合這樣比較簡單。(訪談資料：2008/11/14)

這種多角相互支援的方式，其實與傳統經營業者的分工模式極為相似。一位受訪的傳統業者，在選擇外包發放的項目時也會採用這種方式：

告別式我們自己做，葬儀也自己做，主要就是陣頭、道士、法會，還有風水，就是地理師給人家做。…司儀、香儀都外調，那是給專業的殯葬團隊，給他們處理。…我剛少說了搭棚，搭棚也是找別人。…樂隊算是陣頭啦，也都是叫人的，像國樂啦、西樂、電子花車、三藏取經、踩高蹺，有的現在都比較少見了…(訪談資料：2008/11/12)

這兩個例子的共同點在於皆是採以策略性外包，只專注於核心競爭力的資源上，將非核心競爭活動外包，以鞏固有價值的資源。只不過企業型公司的外包組合可能性較多，可以提供的選擇性也較多元。換言之，不論企業或是傳統經營業者往往都會選擇能夠掌握最有利潤的關鍵步驟與活動，其餘利潤較低的項目再用外包的方式來處理。有位傳統業者甚至透露如骨灰罈與棺木的價格動輒數十萬元其成本價格往往皆在萬元以內，中間的實質利潤極為驚人。由此可見投資報酬可說是判斷步驟外發與否的主因，此外創造差異化商品及高度工作職能的服務工作，如個性化商品與「洗、穿、化」(清洗大體、更換壽衣、遺體美容)，大部分的業者皆較願意採取自製的方式，而對於非核心的服務項目，基於提高人力彈性

運用及降低成本，業者則較有高度意願將其外包。

而這種協力網絡發展到最後，使得從事「單一項目」的殯葬相關產業，至今在嘉義地區依然相當盛行，以傳統業者為例，和他們配合的各種項目的服務單位並不只有一組，受訪的一位傳統業者指出：

…也不是說只做我們的，大家互相調來調去。因為像陣頭，畢竟我們本身不像比較大間的葬儀社，我們的case頂多在15件左右(一個月嗎?)15-20件算很多了，平均是10件左右。通常我們會有兩家在輪調，分地區性，一邊一區，通常一個單位我們會有兩組人馬，看地區性在調。(訪談資料：2008/11/12)

而從上述對嘉義地區殯葬產業範疇所做之整理可知，殯葬產業市場雖然因為競爭而進入專業分工，企業型公司也越來越重視其內部整合的組織能力，但是以台灣目前殯葬業發展的現況分析而言，在嘉義地區這種協力網絡模式早已有了複雜的結構系統，因此順著舊有的網絡發展有其便利性。這種特殊的策略外包聯盟，正是嘉義地區殯葬產業的一大特色，藉此方式來提昇專業之品質與降低成本及經營風險，而這也無形中促進了整個市場的垂直式與水平式的整合。

三、教育訓練

嘉義地區現行百花齊放的傳統經營業者，受到企業化經營與專業化的衝擊，殯葬業長期為人詬病，如從業人員素質低落與負面印象等問題再度浮上檯面，政府方面也開始積極推動殯葬專業證照制度，如「喪禮服務」丙級技術士檢定在民國九十七年已納入全國技術士檢定考試類目，學科測驗內容包括喪葬禮儀、公共衛生與遺體清洗、穿衣、化妝、殯葬相關法令以及職務倫理等四大部分。術科測驗分三關，第一關是「殯葬文書實作」、第二關「遺體洗身、穿衣及化妝

技能等實作」、第三關「靈堂布置技能實作」。甚至未來舉凡殮工、化妝師、防腐工等，已將計劃效仿國外均應具有合格的執業證照。但以嘉義地區的實際情況而言，這仍只是空談僅有少數幾家企業經營業者擁有完善的教育訓練與升遷制度。

以嘉義龍巖人本為例在其人員的職前訓練上，比起傳統業者師徒制與「做中學」的方式，更多了以各式理論為基礎與實務演練並行的教育模式，充分把知識經濟運用在這看似傳統的產業之中。其人員訓練過程包括一開始為期三個月的基礎禮儀課程，以及六個月的禮儀師課程與實務訓練。接著再經過二年的實務訓練可升至高級禮儀專員，想成為專業禮儀師則要花上三到五年不等的時間。而一個專業禮儀師的職責除了對案件從臨終前的關懷到死亡後的接體。還包括了與喪家協商整個喪禮的安排，包括參與喪事人員的決定，入殮、出殯時間的選定，訃文的設計印製，靈、禮堂的佈置，儀式的選擇，葬法的決定，埋葬地點的選定，價格的估算與收取，社會資源的尋求等等。在喪禮完成之後，還繼續提供作七、作旬、作百日、作對年、作三年等服務，以及家屬在此期間的悲傷輔導。此外，龍巖每年還會定期針對禮儀師進行考核及再訓練，甚至是國外考察，其訓練課程包括悲傷輔導、殯葬相關法規…等，再藉由國外考察參考他國經驗，內化於自己的企業當中。但有些企業經營業者的教育訓練並不完善，其人員訓練方式與傳統經營業者差不多，另一間企業型公司的禮儀師就指出：

像我們 xx 沒什麼員工訓練制度啦，其實都是一來就直接上了。像我之前跟你說的，為什麼學長要我自己去顧一整場的情況。有時候人手不足，案子多了幾個月的菜鳥也是要硬上啊，就直接做了。(訪談資料：2008/11/14)

這位受訪者甚至不諱言的表示，其實做葬儀的技術性質並不高，只要多看實際多操作幾次便很容易上手。而這便點出問題所在，何以一個技術性質不高的工作某些企業經營業者卻願意大費周章的執行教育訓練？而這若從殯葬產業未

來發展方向來看，其答案是顯而易見的，由於大型企業及財團紛紛介入殯葬業，為快速搶佔市場，企業經營業者紛紛以生前契約預售禮儀服務之方式來進行，而生前契約又均以「定型化標準服務」之方式執行，所以需透過教育訓練來簡化流程，且加入自己所推行的個性化服務，並力求一致性以確保品質得呈現與通路。但是這不足以解釋，為什麼會有企業經營者宣稱自己擁有完善制度化的教育訓練，但實質上卻背道而馳的現象？而在回答這問題前，我們可以先來看一位受訪企業型公司的禮儀師說法，他說了一個有趣的比喻：

像嘉義這地方老年化很嚴重，年輕人口外流，這邊如果說老人家往生了他們的子女都是從外地回來的，他們一回來看到當地的傳統業者，跟他們的期望會格格不入。這時候就像你去外地玩很陌生，然後想買東西的時候，這時候你會去那種暗暗的柑仔店還是去 7-11？這樣你懂嗎？這時候誰的品牌好就可以讓他先聯想到誰。（訪談資料：2009/10/4）

這例子說明了嘉義地區企業經營者很重視「形象」的問題。傳統經營業者因為地緣依賴性強，只要在單一地區建立起「口碑」，便可以在當地的殯葬市場占有一席之地；但企業經營業者具有跨地域的特性，單以做口碑的方式來建立形象其擴張性不夠效果也很有限，轉而透過「經營品牌」的策略來形塑不同地區民眾對於該品牌的形象觀感。而教育訓練的另一層涵義其實也是一種建立形象的策略，有完善教育訓練的公司，除了可以培養員工與維持服務品質外，也較易給人一種「專業」的觀感。但不免俗的是「宣傳」教育訓練可以產生專業的認知，有助於品牌形象的建立，所以本次的田野調查亦發現有業者會將教育訓練當成一種策略性的宣傳手段，雖然宣稱有完善的訓練體制但實質卻是背道而馳的現象。此外企業經營業者也常透過電視媒體、文宣廣告、搶辦影視名人葬禮等宣傳策略，來增加民眾對其品牌的印象與知識，提升知名度與建立品牌形象。

嘉義地區的傳統與企業經營業者，在經營策略的選擇重點有很大的不同，而這個不同的原因正好可以解釋，何以許多企業型業者並沒有出現在「嘉義地區的殯葬服務業許可備查名冊」中。企業經營者重視的是品牌形象的建立，依靠的是策略性行銷與廣告宣傳，透過這些傳媒來建立消費者的認知；而傳統經營業者依賴的是地域性，所以重視的是地方政府部門的肯定，獲得具有「公信力」的證明如：配合政府的職訓課程、爭取評鑑績優與許可名冊登記等，在同行競爭的情況下便有助於在地方上的殯葬產業中脫穎而出。綜上所述，嘉義地區殯葬產業的主要的競爭方式可以概略性的分為以下兩種：傳統業者是採「做口碑策略」為主，政府公信力的認證與肯定為輔，並鎖定特定區域的保守型；而外地來的企業經營者則是採「品牌形象策略」作為與嘉義地區傳統業者競爭的利器，試圖把市場擴大到整個全縣市的冒險型。

第二節 宗教團體對喪葬儀式的影響

談到嘉義地區宗教團體對喪葬儀式的影響，就必須把宗教團體和殯葬業者以及傳統風俗習慣放在一起討論，才能更清晰知道這三者間對於儀式權力運作模式。而目前有實際執行喪葬儀式活動的宗教團體，主要是以佛教團體較為積極，因此本文將以佛教作為主要探討對象。

一般而言依照台灣傳統喪儀的處理程序，需要做「佛事」的時機在於：初喪時需由誦經團或出家僧尼唸誦腳尾經；作七；入殮儀式與法事，若是母喪，還需打血盆；出殯前的消災度亡法事；出殯當日的安釘禮；下葬時的點主禮與祭墓禮等（王千蕙，2004）。其實有時候以一些對佛教儀軌較不熟悉的人而言，這與一般民間傳統喪禮並沒有什麼不同，一樣是邀請道士或僧尼來誦經罷了。除非是喪家本身對於佛教葬禮有相當的理解，清楚的知道佛教儀式是該如何呈現，並確實的要求以佛教儀軌接續前後的儀式，否則，在多數的狀況中所謂的「佛教葬禮」

都是斷裂的。此外在傳統的喪葬儀式中，佛教的宗教師所扮演的僅僅是配合誦經的角色，而整個儀式的串連與銜接仍然是以一般民間風俗信仰為中心來運行的，因此佛教的特殊性與差異性就被抹滅了，而這也與台灣民間特有「儒、釋、道」交雜的信仰有關。例如在傳統喪葬處理中，亡者斷氣後，需延人為亡者唸誦腳尾經，選擇佛教的家屬可視意願與能力選擇在家居士或出家的僧尼來唸誦，內容則以「阿彌陀經」、「往生咒」為主。然而唸誦腳尾經並不是義務的，不論是出家的僧尼或是在家的師兄師姐皆可收取家屬的「紅包」，禮儀業者會告知家屬公定的價格(陳繼成，2003)。所以使得原本由佛教僧侶所主持的宗教儀式其神聖性漸漸被交易色彩所掩蓋，甚至是儀軌流程遭到拆解與一般傳統風俗習慣結合。

畢竟不同的儀式行為背後代表的是不同世界觀，但是傳統業者所執行的佛教喪儀，基本上是以傳統流程加上佛教法事，保留傳統喪禮中各種民間禁忌與禮俗，而將原來傳統流程中佛教與道教的選項一律改為佛教，例如以西方三聖像替代其他神像，全程使用素食，並且大量地使用黃色的布幔來布置會場，以營造佛教的氛圍，而這便是大多數傳統禮儀業者對佛化儀式的俗化理解，這也是目前較盛行的通俗版佛教喪儀。然而這種儀式當然無法滿足，真正追求往生西方的虔誠佛教信徒，因此近年來台灣的大型佛教團體也開始注意到佛教儀式與傳統儀式之間的差異問題，如佛光山、法鼓山、慈濟等皆開始在各地道場發展助念團或設立基金會，招募會員並定期舉辦培訓與共修等活動。而這些助念團雖然都是屬於佛教團體，但是隨著所屬宗派與發展宗旨的不同，出發點與發展的走向也有所差異，其中以法鼓山的助念團基金會組織最具規模，而助念團以下還分有各地方的助念組，以下便以法鼓山嘉義辦事處的助念組為例來做進一步討論。

一、助念團組織架構

法鼓山嘉義辦事處的前身是嘉義護法會，於民國七十九年八月成立。由中正大學的黃介良教授擔任召集人，當時的會員主要是中正大學校內的師生、職員

等，當時會員人數僅有七、八人。後來於民國八十三年初，於大雅路羌母寮的土地，籌建嘉義道場，但因地處偏遠，不利接引大眾，於民國八十六年再換置目前的新址，離火車站只有五分鐘路程，以解決地處偏遠與交通的問題，用最簡省的方式裝修出莊嚴肅穆的佛堂，接引更多新人來修學佛法。目前會員人數眾多，而各項活動、法務與課程都極為豐富。除了分有助念組、念佛組、禪坐組外，還定期舉辦佛一、禪一、大悲懺法會、插花班、兒童讀經班、合唱團，也有助念法器教學課程，培訓執掌法器的人才，與為新皈依弟子所開設的初級佛學課程。

以法鼓山而言，發展助念團得宗旨在於落實法鼓山的整體關懷，實踐佛化喪葬禮儀，並以推動「環保」(包含了心靈與物質層面)為中心理念。聖嚴法師(2006)在與前環保署長趙少康曾有一段的對談，便描述出這種「環保」理念：

現在我們也在提倡，並且說明「有些宗教傳統的習慣，並不是必要性的」。剛剛署長說的冥紙，其實燒冥紙並沒有意義，我常說人間用鈔票，是因為銀行有存款，所以有信用，但冥紙給陰間的鬼用，要到那裡去兌現呢？這根本是個笑話。幾年來我們提倡不燒冥紙，農禪寺就不燒，信徒也不燒。

有很多寺廟，信徒認為香燒得越多越虔誠，表示功德越大。事實上，只徒然製造煙霧，也燒掉很多自然的資源，所以，我們提倡用花供佛，但不需要用太多，太多也是製造垃圾，只要幾枝花插得好即可。供品方面，我們主張用水果、用清水。也鼓勵信徒少用蠟燭，用一盞小電燈替代。(節錄於聖嚴法師VS趙少康心靈環保對談紀錄，收錄於聖嚴法師(2006)《聖嚴法師心靈環保》。)

而這種環保概念，與傳統民間風俗便產生了衝突，例如傳統葬禮在做完滿七後須焚燒大量的金銀庫錢、金童玉女、還有紙紮的汽車洋房等，以便讓亡者在

冥間使用；或是在出殯時將冥紙撒在路上，一面開車一面把冥紙丟出來，作為是孤魂野鬼的過路費等等。這種似是而非且會對環境造成破壞的習俗，以法鼓山的立場而言皆認為這些都是應該改進的。有了這樣的理念，便開啓了一連串的觀念宣傳與實際行動。因此助念團獨立出來後，各地設有專人負責，成為固定的組織。服務對象也隨之擴大，原先的道場信徒與會員，擴大至一般民眾，全國各地都設有分支道場，因此助念團也獲得了社區的基礎。而除了有科層化的組織外，在人員招募、訓練與教育上也有相當嚴謹的規訓過程。受訪的一位嘉義辦事處助念組黃組長便表示：

我是組長然後我下面有再分五個小組長，總共五組一組約 15-20 人。我們算是台南分院的分支，台南以北西螺以南都是我們的轄區。那主要時間我都會排早上清晨和晚上還有周六日，因為很多成員白天都有工作，所以只能在工作前或是工作後。這方面是由我安排時間，除非強碰便以會員為主，但大部分還是能結緣比較多。(訪談資料：2009/10/11)

助念組的成員是以「居士」為核心主體，發心擔任執事或是自願參與助念的人都是在家居士，也就是一般的信徒。以本研究訪談的嘉義市辦事處為例，成員大約有一百位左右，但是每次出去助念都是十來位左右，而且管轄的範圍極大。助念組成員都以居士為主，不論是聯絡相關事項、或策劃訓練課程等，都是由信徒主持與執行。這些助念組的成員會定期回到辦事處念佛共修，或是回法鼓山學習。受訪的黃組長指出：

我們主要是服裝要求、法器的課程、誦經課程，那大家都是義工而且本身都有在修行，我們常會一起念佛共修，每個禮拜會請台北的助念團來上課。(訪談資料：2009/10/11)

助念組雖然是由居士所組成的團體，但在於法器、法務課程等的教學，仍是由「指導法師」來進行，既使沒有指導法師也會定期回法鼓山或各地分院學習，由各分院指派指導法師來進行教學。另一位受訪的彰化辦事處陳組長也指出同樣的現象：

…那各地辦事處的組員會一起回去上課，早期都有回到台北，現在有台中院、台南分院所以會定期過去。因為助念團的原理，定期要回去再教育嘛，因為整個觀念、關懷的方法，都必須要做再教育、再提升。所以都有一個定期助念關懷教育的一個聯誼，各地就回各地的分院，那如果是全國性的就會回法鼓山或農禪寺。(訪談資料：2009/03/28)

助念組的運作核心是由居士組成，而法鼓山的僧侶扮演的只是指導與顧問的角色，給予儀式與理論上的諮詢，但並不會實際參與助念的活動。透過信徒的獨立運作，他們透過人際網絡來招納願意參與助念的人，規劃各種理論或實際的助念課程，建立助念團員的助念觀念與儀式能力，在接獲助念要求時，透過組長或地方的聯絡人相互聯繫，各自或相約前往助念地點。

二、助念團對於儀式的治理

法鼓山助念團極具規模，近來逐步邁向組織化與制度化，對於助念者與助念對象的資格皆有所限制，但如果一般社會大眾有需求且願意聽從助念團的指導，便可以提出申請服務。而這種申請是全國性的，跨縣市都可以申請，如受訪的黃組長舉了一個實例：

…全國都可以申請，像有女兒在台北申請助念，要為在嘉義的家屬助念，那台北道場便會傳真資料來給我們嘉義辦事處，就由我們接手。(訪談資料：2009/10/11)

提出申請後，各地的助念團會依照其組織的人力資源能力考量，以及考慮執行法鼓山特有的「佛事」時是否會遭遇到不同的阻礙，包括喪家是否願意拋棄任何的傳統民間風俗之觀念、是否願意配合不燒紙錢、喪家要求是否合乎佛教儀軌，經過詳細的溝通與再教育，雙方達成共識後，即「因緣」具足後才會執行「佛事」。受訪的陳組長指出：

一般民間信仰就是說人死了以後就變成鬼，所以要燒紙錢、拜飯怎樣之類的，這方面就是需要去跟家屬做教育的部份。（受訪者此時介紹了法鼓山多種有關臨終關懷為主題的書籍做為結緣與教育之用，共五冊，包括《為甚麼要做佛事》、《念佛與助念》、《助念功德怎麼做》、《生與死的尊嚴》與《兩類超度存與亡》。其他助念相關出版品種類眾多，包括書籍、有聲書、影音光碟等。）因為佛教一直長期以來被誤以為民間信樣一樣，所以他們都誤解了，透過這種教育讓他們知道往生是一件莊嚴的佛事。…所以我們會在電話跟他講說法鼓山的助念不可以有一些民間的習俗，類似說燒紙錢、儀式、拜飯等等，如果說這些可以配合我們就可以接受。那如果說他有一些禁忌，我們就會在這個時候做溝通，那他們願意了解願意接受我們才會過去。（訪談資料：2009/03/28）

據受訪者⁵表示，因為嘉義地區沿海一帶，較多人信仰民間宗教與道教，以往常發生當助念組到達家屬家中後，卻因長輩或家屬對其理念與作法的不認同進而引起紛爭。所以大多數成功的例子，都是由親屬直接聯絡各地的助念組並登記申請，且為了避免這類的紛爭，電話詳細說明是必須的，包含了地址、病人姓名、病因、與聯絡電話，確認場地是否可以助念、是否有往生被、西方三聖像等物。在助念組到達前，家屬盡可能地遵守不移動、不碰觸、不哭泣，專心念佛的原則。

⁵ 訪談資：2009/03/28

所以而爲了讓家屬更明白佛事與傳統葬禮的不同也發展出一些具有教育性質的宣傳守則(參見附錄五)。

這些「說明須知」(參見附錄五)皆一改傳統風俗對於葬禮的許多作法，取代的是法鼓山所創造出來的新作法，一種較貼近現代日常生活禮儀的一種作爲，對於以往徒具形式早已不知其背後意義內涵的儀式，皆被認爲是不需要且是須改進的。而法鼓山認爲一場「佛事」首要的重點在於助念，其相關細節則因時間、場地的不同，會有所調整，在實踐上雖然有所差異，會依家屬的情況不同來做調整，整個助念關懷教育是可以調整，且是具有一點彈性空間的，只要拿捏得宜不違背法鼓山的宗旨即可。例如像雲林地區有一些申請的家屬，常在法鼓山助念組抵達以前，他們就已經先搭起了道教的紙紮靈堂，遇到這樣情況法鼓山的人員會去對家屬做說明做建議，並不會一定要他們拆掉，而是講解完後另外搭一個三寶佛後再做助念，佛事的內容包含了諮詢服務、臨終關懷、臨終助念、誦念關懷、佛化奠祭誦念、公祭行禮、辦理佛化奠祭等等。

助念團的功能並非只有單純臨終助念，而是漸漸擴張至臨終處理和對於往生者後事的處理與推廣，協助家屬辦理佛化喪儀，並提供相關資訊。如在初終階段，主要推動佛教的臨終關懷，提供病人及家屬相關的宗教認識，如教義、死亡觀念，以及相關的宗教儀式，如帶領念佛、皈依，並進行相關的心理輔導；在實際的護理與照顧的部分，則接納安寧療護的概念及作法，協助家屬辦理居家護理。在臨終階段，推動八小時的臨終助念，鼓勵家屬一同念佛、茹素。這些服務雖然已經開放給一般民眾申請，但有些項目，在於服務項目上仍是有所限定的，本研究將這些服務項目分爲三類：助念(諮詢服務、臨終關懷、臨終助念)，誦念(佛化奠祭誦念、公祭行禮)，佛化奠祭。其中前兩類助念與誦念是開放給一般民眾申請的，但是佛化奠祭就有限定爲會員或是會員的直系親屬才會受理。如受訪的黃組長所述：

…佛化奠祭我們就會很堅持，而且這部份我們主要是信徒會員的直系親屬，才會去做佛化奠祭。一般民眾的申請只是助念，當然我們會給他們指導建議，但是後續的工作主要還是交給禮儀社來進行，除非家屬真的希望我們告別式再去，我們會在家祭結束後公祭開始前的30分鐘，這段時間在對亡者誦經，誦心經，只有誦經其他的司儀、禮生等等，還是讓家屬自己和禮儀社的人談，我們不會去干涉。不然禮儀社會抗議，這是他們的飯碗啊。然後如果真的有違反佛化葬禮的儀式出現，我們在那邊的時候，有看到都會阻止和說明，他們都會接受啦，會找我們多少對佛化葬禮多少都有些認知，但是走了以後就不知道。(訪談資料：2009/10/11)

在嘉義地區，原本宗教團體在喪葬流程中扮演助念誦經的角色絕對是符合社會期望，但是一旦跨足到殯葬相關產業事務，便會產生許多利益紛爭問題。所以助念團爲了避免這類的問題出現，往往會把選擇儀式的最終決定權交由喪家來決定，他們所提供的是建議、理念的倡導與佛法的教化。佛化奠祭的服務也僅提供給會員來申請。然而法鼓山助念團終究不是「殯葬業者」，有關於殯葬相關用品、人力與許多流程仍是需透過殯葬業者來幫忙。如受訪的陳組長表示：

…我們沒有推薦，我們是會跟他講說哪些是可以做，因為所謂定型化契約，我們不需要全盤接受，我們需要什麼，哪些需要斟酌，每個家庭的情況和需求也不一樣，然後才來跟禮儀公司交涉。是看我們需要什麼，而不是說葬儀公司來了我們就要照單全收，都不能做抉擇。(訪談資料：2009/03/28)

雖然葬禮流程還是需要殯葬業者的幫助，但是「佛事」的掌控權並沒有交給殯葬業者，殯葬業者轉而擔任較類似協助者的角色，像一般地方上的佛教助念精舍也有相同的現象。受訪的一位師父指出：

…就是說都是我們這邊的師兄師姐他們家的老菩薩，那個我就會去插手。但是我如果出面就不會給殯葬業包了，禮儀社叫他來那個叫做「拆件」，我要做什麼你來幫我做什麼，但是他們不喜歡這樣子，因為這樣子他們比較不會賺錢…(訪談資料：2008/11/16)

畢竟如遺體火化需要訂廳爐、運送車子；告別式需要搭棚子；扶棺移靈需要人力等等皆需要殯葬業者來配合。而如訂製骨灰罐、棺木、人力資源價碼、等相關手續費，有助念團可以提供諮詢與把關，對於家屬亦是另一種保障。

綜上所述，嘉義地區喪禮儀式的變遷雖然會隨著宗教不同而有所改變，但即使是同一種宗教也會有所不同，其中最大的因素在於宗教領袖的領導。宗教儀式的變化有時是來自於整個社會的結構轉變，而儀式既然是由「人」所制定，當然也是由「人」來改變，儀式並不會自己變化，往往是透宗教團體與現代社會的現象對話後，從新賦予儀式意義或是以新的角度來詮釋儀式，讓儀式貼近於現代人的需求，重新在世俗社會中尋找應有的儀軌。法鼓山便是一例，透過思考喪葬儀式應如何與當代的社會主流價值接軌，了解到地球的生態浩劫，並認為儀式應合乎環保與尊重地球，主張將祭拜儀式中過度燃燒金銀紙錢、焚香點燭的習俗，加以改善。

第三節 嘉義地區葬禮儀式的變遷

在初步的田野訪談中一位殯葬業者⁶表示，在一場完整的喪禮中殯葬仲介業者可以賺取的利潤約在30%左右，主要是在告別式時擔任流程和儀式的引導，而有些發展較為臻致的仲介業者甚至可以辦理完一場完整的喪禮。因此殯葬仲介業者在「儀式」上具有相當的主導地位。舉個例子來說，一般喪禮的告別式都會有「禮生」來引導祭拜的儀式流程，研究者也曾參與禮生的養成過程，從基本的手勢、吉祥語到祭拜儀式的程序皆是由殯葬仲介業者所傳授。而研究者曾因一時好奇問業者這些儀式是從何習得的，他則回答說：「有樣學樣，沒樣自己想。」甚至他還說：「北部的手勢都沒有我想的這麼漂亮，我這種比較符合現代化。」從這裡可以看出殯葬仲介業者他正扮演著「儀式生產者」的角色。另外還有一些較為現代人詬病的儀式像是五子哭墓、白女孝琴等，也是常被以不符合現代化為由而逐漸沒落。殯葬儀式「現代化」的建構，還有殯葬業變遷背後的論述的詮釋，便形成一股特殊的社會現象。

一、佛道分流的現象

台灣的民間宗教一直以來都是佛教與道教混合不明的情況，單以葬禮儀式的呈現便可以發現，在一場喪禮中常見到法師的誦經與道士在牽引亡魂，這種佛教與道教儀式交雜的葬禮，在嘉義地區亦是如此。但現今葬禮的宗教選擇類別細緻化，佛與道開始出現了區別。在多次的訪談經驗當中，我們可以發現其實早期嘉義地區的殯葬儀式並沒有很清楚的劃分佛教與道教。如嘉義市一位受訪的傳統業者表示：

佛教和道教的有在分大約在十幾年前啦，以前的人這方面不是很講究都不是分的很清楚。(訪談資料：2009/10/1)

⁶ 訪談資料：2008/12/14

而從法鼓山助念團的服務對象與服務場次的改變也有相同的現象，佛教信徒增多，民眾普遍對於佛教的接受度提高，使的有佛化葬儀需求民眾人數也提逐漸升。一位法鼓山嘉義助念組的組長也指出：

早期佛化葬儀在推行時比較困難所以都是以會員為主，會員一樣是有在修行所以溝通起來比較順利也會配合，…這兩三年嘉義地區的佛化家庭越來越多，像今年到現在(2009/1 月-2009/9 月)已經有 210 場左右。(訪談資料：2009/10/11)

佛道分流的現象似乎是在近十年終才開始盛行的，雖然精確的時間點無法確定，但倒是可以從台灣近期的佛教發展史中發現一點線索。有關於台灣佛教發展史的分界劃分，許多學者都有不同的判定時期(邢福泉，2006；江燦騰，2001；梁湘潤、黃宏介，1995)，但大致可以歸結出幾個時期包含荷蘭時期、鄭氏時期、滿清時期與日本時期。華人社會對於宗教的觀念一向寬鬆，加上台灣由於諸多內外環境的影響，各宗教間相互交涉互動的情形是相當普遍的。例如清代以來，有在家佛教之稱的齋教原本便與佛教關係密切，日據時代幾個重要的齋教領袖皆與佛教相善，也有許多佛教界著名的法師皆出自於齋教。又如日據時代許多鸞堂的鸞生，同時也是詩社的成員、書房的教師或是善社的宣講生，這些看似複雜的角色其實不難理解，因為他們多是儒教的信徒與傳統漢文化的支持者(王見川、李世偉，1999)。而這也使得台灣的宗教出現混同發展的態勢，尤其是儒、釋、道一般民眾對其中的信仰與理解普遍出現混淆的現象，甚至演變為臺灣社會一種「生活性」的民間宗教信仰。而日治時期因受政府法令限制所致，許多道教寺廟部分被歸屬於儒教，部分納入佛教，直到國民政府來台以後，這些寺廟才開始分列由佛教會與道教會管轄。因此，隨著佛教的純正化與正信佛教的崛起；加上道教因於政治上獲得鬆綁，得於民國五十五年時中華民國道教會的成立(李世偉，

2003)宣揚教義，而這些種種的發展皆有助於民眾釐清對佛教與道教的混淆。

最後我們可以試著歸類出兩個佛道分流的主因：首先是因台灣宗教多元化的發展，加上近十幾年來不同的宗教團體類別皆紛紛的建立，人們可以清楚的選擇自己所想要的宗教，使得佛教與道教的觀念也漸漸趨分開來。次為正信佛教的崛起，隨著佛教信眾人數的漸增，對於儀式的需求變得更多元，使得殯葬產業出現了儀式模組化，業者也開始在儀式上針對宗教類別做不同的區分以提供喪家做選擇，佛教葬儀與道教葬儀各自有一套標準的葬儀流程，至今「佛、道」儼然成為生意上的標準區隔。

二、儀式從簡風氣的形成

嘉義地區葬禮儀式變遷的明顯之處是在於葬禮儀式的從簡，但要探討儀式何以會從簡之前，我們不妨先問儀式何以會出現？人類對於有關死亡的情緒，其實是很複雜的，一方面敬愛死者一方面卻討厭屍體，不捨與畏懼交雜在一起，所以演變出許多自發行爲與儀式程序。而 Malinowski(1978)認為各種喪祭儀式表示生存的情緒和整個團體的損失，這些儀式讚許和複述生存者出乎本性的感覺，從一個自然事實建立一個社會事件。雖然哀悼悲傷、虛假哭泣、屍首處理這些活動，可能只是奉行如儀，虛應故事而已，但卻為原始文化發揮一項重大功能，保存一項重要的價值。而這個功能與價值 Malinowski 則進一步舉一個例子來說明：一個原始團體的組成人數是很有限的，一旦有人死亡便成為一件大事，一個小社區失去一個人，而死者如果是一個重要人物，則所遭受的損害便會更為嚴重。一個死亡事件會壞生活的正常規律，動搖社會的道德基礎，甚至會造成原始社會中的人們因為恐懼，丟棄屍體、逃離村子、毀滅死者一切財物等等，如此一來團體將趨於瓦解，原始文化的物質基礎會被破壞殆盡。所以在原始社會中，死亡不只是少了一個人而已，原始社會的組織、傳統以及整個文化依賴於團體的凝聚和團結，當後者遭受到威脅時，自衛本能和深厚力量中某些部分便開始行動了。

但是這種以道德為出發點，依靠的是個人責任和良心的驅使，甚至有部份來自於人們對於畏懼神祇意志或神聖力量的直接禍害，所延伸出來的各種儀式和信仰，用來和恐怖、沮喪、避免團體瓦解等離心力量作為抗衡，讓團體得以重整恢復原有的士氣。而今天的社會團體的凝聚依靠法律規範、社會懲罰與公意制裁等這類的公權力，遠比依賴道德的程度還高，這個社會並不會因某人的死亡而瓦解，人們面對死亡也不再需要那麼多於原始社會中所出現的自發行爲，人們可以免於直接面對或處理屍體的恐懼感，取代的是一種機械化的程序制度，包含專人的代理、制式的處理屍體過程與安撫喪親之痛的悲傷輔導等。此外，除了這種抗衡「離心力量」的方式已經改變外，還有許多關鍵因素亦帶來改變的影響，以下本文便嘗試歸納出三種主要因素：

(一)、主流觀念改變

一直以來喪葬儀式的種種作為都是華人對於生死觀的一種體現，而這些行爲不外乎都圍繞著趨吉避凶的觀念，所以有關死亡的忌諱也特別多，加上人們往往都抱著「寧可信其有」的心態，使得這些觀念借助相關的巫術或宗教儀式，逐步深耕化爲一種民俗信仰，從而成爲民眾「生活世界」的一部分。當然嘉義地區也有類似的現象出現，但這些觀念近來受到社會結構、社會價值觀、社會文化與生活方式變遷的影響，使得原有的觀念逐漸在大家討論的過中被揚棄，而許多新的觀念也開始發酵。一位受訪的禮儀師也指出了一個嘉義地區明顯的轉變現象：

…做七，現在誰在跟你在七七四十九天，幾乎幾乎幾乎，沒有一個家庭會做完七個七，有些只做頭七就圓滿功德，就是只做一個七，有的甚至七天都不到就圓滿功德。有些子女從外地工作回來甚至是國外回來不可能待四十九天的啦。(訪談資料：2009/10/04)

這顯示嘉義地區因工商社會條件的轉變，人口外移現象很普遍，外出工作的子女回家治喪但卻有需儘快回到工作崗位上的時間壓力。這種改變使得現在的社會，已不允許人們用那麼長的時間來治喪與撫平哀痛，進而迫使許多儀式不得不折衷縮短與簡化。如今受到都市化與工業化影響，嘉義地區有許多較為繁瑣的儀式作為也在改變。如傳統殯葬禮俗的各種儀節，已約束簡化為莊嚴隆重的治喪方式、日夜守靈的觀念改為倚賴殯儀館的集中式安置，或是簡化為早晚或出殯前上香祭拜來取代。近年來主流價值觀改變，這些傳統禮俗的禁忌問題人們也漸漸改觀，較能接受節約用地、合於衛生、節省費用等觀念且無迷信的困擾，漸漸開始認同政府從土地利用、管理法規、公共利益、環境景觀，以及都會區整體發展等各種角度來處理殯葬設施使用的問題。

(二)、政府的推動

而在政府方面也開始推行喪葬儀式從簡的政策，從公墓管理思維，到公共性概念的出現注重公／私領域的區分概念，最後再到強調「行為」注重「理念」宣導的政策。政府規劃建設多種社會功能的喪葬設施，來滿足民眾藉助喪葬所欲表現的社會性需要，但以禁忌的角度，剖析台灣地區喪葬儀式，會發現台灣傳統喪葬儀式中，功利性的色彩較濃。導致雖然殯葬設施可以妥善管理與維護，卻礙於以往傳統的忌諱心理，使得殯葬規劃與喪葬儀式宣導在推行上都有所困難，致使這些問題受到漠視而使問題趨於嚴重。

但政府仍試圖要導正不合情理的喪葬禮俗，進一步掌控較心靈思維的議題，企圖改變群眾的行為與價值觀，宣導眾人「端正禮俗」理念，並透過管理的方式與主動服務的思維來執行。以嘉義地區而言，嘉義縣市政府都將生命事業視為施政目標之一，嘉義縣政府民政處設有生命事業科，而嘉義市政府民政處則是設置自治事業科來掌管殯葬相關業務。業務範圍很廣泛，除了頒布殯葬管理自治條例來管理殯葬設施外，對於骨灰拋灑植存規定、防止濫葬行為宣導、業者查核

評鑑、舉辦法規及設施評鑑研討會課程、殯葬消費資訊提供、消費者申訴之處理等，都有相關法令或規範。此外，政府除了站在公共衛生、生活秩序管理、匡正禮俗等立場，環保的概念也被納為簡化喪葬禮俗的一個重要考慮因素，例如提倡火葬，無論從節約用地或環保角度的觀點來看，都有必要。像政府這些不論是「實質上」或「理念上」的民俗改革政策，都為現今的儀式從簡風氣帶來了正當性的基礎。

(三)、民間宗教團體的推動

台灣許多傳統的喪葬儀式至今都被認為是一種亂象，由於社會變遷，文化斷層，使得許多婚喪禮俗變成只剩一些四不像的殼子，裝著一些七拼八湊不倫不類的內容。很多時候行禮者往往不知所做為何，而主禮者也一問三不知，結果導致世人對禮俗的輕視與反感，或是許多業者加油添醋，使得禮俗現象更亂，影響到整個社會安定。

而這些亂象延伸的問題很多，各界所提出的治病方法也很多，但以宗教團體角度來看，他們認為其病根在於人心之敗壞，法律規範雖可以揭止一時，但若要長治久安便須從倫理道德著手。因此這給了宗教團體推行禮儀改革的基礎，以嘉義法鼓山辦事處為例，他們於民國七十九年便開始在嘉義地區宣揚宗教理念，他們不只宣揚佛法，也教導人如何修身養性、面對生死議題的態度乃至臨終助念與佛化奠祭理念的推廣。甚至近年來嘉義地區的這些宗教團體，它們不僅要揚棄傳統的喪葬禮俗，僅保留適合現代人生活的儀式；更是鄙棄企業化業者所推出過度商品化的喪禮儀式模組，強調的是合乎宗教宗旨、能淨化人類心靈與合乎時下生活環境的禮節。

換言之，宗教團體對於喪葬禮俗的推動，具有社會教化之功能與義務，因此民間宗教團體，其實都相當重視喪葬儀式改革的推動，提倡各種不同的簡化儀

式。以本研究主要探討法鼓山的佛化奠祭儀式而言，強調以簡化節約、惜福、重視環保概念為原則，完成隆重肅穆而溫馨祥和的莊嚴佛事。甚至賦予了儀式一種新的社會教育功能，既保有了往生者應有的尊嚴，同時可給予家屬親友深切的安慰，也顧及了與大自然的相處之道。

三、儀式的商品化現象

在以資本論述邏輯掛帥的社會中，使得商品化觀念成為主流的經濟思維之一，如文化商品化便是一個典型的例子。本研究亦發現喪葬儀式也有商品化的現象出現，而本論文認為主要原因有二，如下：

(一)、企業化經營提供新型態產品的可能性

台灣殯葬業服務產業化的形成不單只是企業經營者的推行導致，民眾的消費者意識抬頭亦是一個不可忽略的因素。喪葬儀式的功能漸漸轉變與從簡，使得儀式的流程結構漸漸鬆動，其中的神聖性也逐漸降低甚至出現了「可選擇性」的現象。現在大多數的消費者皆把殯葬業視為一種「服務業」，而殯葬業者也皆以高服務品質為營運宗旨，既然「儀式」被轉化並視為一種「服務」，而「服務」的品質又與「消費」的金額有高度相關。在以往人們的觀念中「生死」乃人生大事，基於人倫道德的觀念，使得殯葬商品具有一種特殊性，表現在對殯葬商品的有效需求必須建立在客觀發生死亡事件的基礎上，只要有死亡，就一定要安葬，而不管喪家是否有安葬的支付能力，或者殯葬商品價格高，就不購買殯葬商品，價格低就多購買殯葬商品(朱金龍、吳滿琳，2004)。但是如今這種觀念改變了，消費認知的考量已經超越了禮儀認知，儀式的花費金額便成是決定儀式是否進行的主因，而這種現象我們在嘉義地區也得到相同的印證，一位禮儀師的生動描述：

現在辦這種事情，你不是說開價出來家屬就會同意讓你這樣做，從外地回來的子女他們雖然很哀傷，他們當下雖然會手足無措，然後那種親情分離

會讓他們很難受，但是當你豎靈完了以後，然後跟他說：「先生跟您說明一下，接下來的服務是…」，然後會馬上被打斷家屬會說：「疑！這要不要錢！」，馬上整個回神。像我們會說毛巾 60 條放這用不完可以退，家屬馬上說：「毛巾一條多少！」很注重金錢的考量。（訪談資料：2009/10/04）

這都證明了現代人的金錢意識較強，加上工商社會的轉變、交易的觀念與服務付費的觀念，已根深蒂固的建立在現在人的心中，在處理葬禮的相關事務時這種金錢導向的判準方式無形中便會主導了一切。嘉義龍巖人本的一位禮儀師指出：

像現在整個業界都是在打價錢的割喉戰，大家都在比價錢低的，因為一般在地的殯葬業者，他們沒辦法提升自己的服務品質又沒有那麼雄厚的財力怎麼辦？便宜啊！例如說像龍巖現在跟喪家講好了契約要幹麻幹麻的，然後一離開，旁邊左鄰右舍可能有認識當地殯葬業者的，就會說：「啊~那個給誰辦才十幾來萬，人家也辦的不輸龍巖…」他們就會考量價錢，就會選擇當地比較便宜的。（訪談資料：2009/10/04）

目前殯葬市場的主要「服務」內容包含了，對亡者的一系列告別儀式、對遺體的處理安葬、豎立牌位、祭祀、緬懷等。從消費的角度來看，在一定時間和價格條件下，喪家的支付能力、所購買的殯葬物品與殯葬服務的數量多寡，這些儀式流程便被逐一拆解為一個個可以選擇的選項，「生前契約」的出現便是明顯的例子。也因這種消費觀念使促使了殯葬業開始邁入產業化，禮儀服務、業務行銷、人力資源、創意研究、財務規劃、內部流程、與顧客滿意管理等等，每一個「服務」項目皆能被清楚的條例出來，價格也開始透明化。

（二）、服務等於花費的認知

而如前文所述，消費者認知的轉變，把儀式視為一種服務，而服務又等同於花費，消費者的花費認知遠大於禮儀認知，消費者的思維會放在這個「花費」到底值不值得，以本研究的田野調查為例，一位受訪的禮儀師表示：

龍巖很提倡一點，不要讓家屬做無謂的付出，包含他們錢、體力、時間，但也不會去說這個禮俗應該改成怎樣，不會特別去改，而且我們司儀在告別式常講到，我們會遵照國民禮儀範本去做。然後久了以後，業界會有默契那種可免則免的東西界會消失，例如像披麻帶孝，孝服的種類很多，有的喪家不想搞的太複雜，就都穿黑色衣服別個孝制或是貼個黃絲帶。就我們接的案子來說啦，嘉義地區大部分的人都還滿能接受穿黑色衣服，但傳統業者接的案子，很少看到這樣子都還是披麻帶孝。你知道為什麼嗎？利潤所在嘛！一條毛巾、麻布、絲巾等等，跟一小段的黃絲帶，你自己去算要跟家屬收的費用差別。（訪談資料：2009/10/04）

這段話裡頭透露著嘉義地區傳統與企業經營的差別，企業化經營完全掌握了消費者的心態，過於複雜、花費過高，這些都是消費者所重視的因素。但有趣的是一旦讓消費者覺得「花費」是「值得」的，即使價錢再高消費者也願意購買，如現今的許多企業化經營業者推出個性化告別式、音樂追思會、生命光碟製作、個人造型骨灰罐、骨灰鑽戒等等個性化商品，這些「商品認知」已經取代了「儀式認知」，原始社會中儀式固有功能便大大減弱了，甚至被簡化或刪除。但這卻為企業化經營提供了新型態的正當性，以及創造新產品的可能性。

隨著殯葬產業化後所出現的是「品牌效應」，以龍巖人本為例，爲了要在激烈的價格競爭中走出活路，他們注重的是「差異化」，開發新產品創造顧客需要，創造新的殯葬服務技術與文化的附加價值。消費者購買殯葬相關用品時，不可能比照一般的消費模式經過嘗試後再購買，主要都是依品牌效應而購買。一個品牌

如果知名度高，即便消費者未經使用，也會因品牌效應而購買，而這也為殯葬業的跨地域性帶來了可能性。

第六章 結論

第一節 研究發現

一、殯葬業企業化的依存性

從整個殯葬企業化的整體發展來看，企業化經營有與殯葬相關產業合作發展的趨勢，藉由整合不同類型與不同層次的市場主體，來提升規模效應與拓展市場佔有率。企業化轉變的原動力，亦可以看成是殯葬相關協力行業轉進核心產業的蛻變過程，企業經營業者把傳統的殯葬文化與產業，透過與保險業、建築業與養老事業的依附，發展出生前契約、墓園建設與老年生涯規劃等的行銷方式與產品。而傳統業者也透過與全國各大醫院太平間的合作，進一步拓展市場版圖，依附於醫療系統朝企業經營型態轉型。

因此我們可以說，台灣殯葬業的企業化，是殯葬產業與其它工作內容相關性較高之產業，產生了「依存性」的結果。而這之中的依存特性，不但是傳統文化的承傳與體現，更是充滿了資本主義導向的開創與思維，前者是發展殯葬業的根本主軸，後者則是發展企業化經營的基本動力，二者互相依存、缺一不可。

二、殯葬消費思維的轉變

人類社會從過去以宗教儀式為中心、以遠不可及的教皇神諭為依歸、以家庭傳統為載體，到現代轉變為以世俗價值和法律為指導、以日常生活為主要重心、以資本主義思考模式為依歸。民眾在面對喪葬儀式時，思考核心不再是儀式的意義內涵、社會功能及其背後所承載的文化傳統，轉為注重價格與服務品質。巫術性的力量消退，現代性的力量提升，民眾找到了超越儀式的價值，接著也等於找到新的自我，於是新的社會意識形成，最後新的社會意識造就新的經濟秩序。於是喪葬儀式的結構開始鬆動，也不再因害怕遭到未知力量的責罰而遵守各

種流程細節，而殯葬業者也看準這個現象，紛紛推出「菜單式」的選擇方案，有清楚的價目表、商品與服務內容讓消費者對儀式的可選擇性空間增加。

殯葬消費在越來越多人重視的今日，現代人金錢意識高升，加上工商社會的轉變、交易的觀念與服務付費的觀念，使得喪葬價格似乎不再是什麼商業機密，殯葬業者不再具有主導的地位，反轉為是以消費者導向的市場。只要讓消費者覺得「值得」就算再貴的儀式費用，也是有人願意購買。現代人重視的是服務品質，不再是儀式的內容，最重要的是在消費時心理上能獲得滿足感，因此人們對於喪葬儀式的需求便從傳統的「儀式思維」轉變成「服務思維」，而這種轉變在都市地區較為明顯，不論是對於生前契約、個性化告別式、差異化殯葬商品等的接受度都較高於鄉鎮地區。

三、城鄉差距產生的市場區隔

上述的思維轉變雖然不足以改變嘉義地區原有的市場運作模式與儀式思維，但不可否認的是這的確為鄉鎮帶來了改變的動力。在研究中，可以發現嘉義地區相較於都市有一種特別的差距存在，這種差距不是在於殯葬硬體設施與政策宣導的不足所導致的落差，而是在於民眾觀念改變程度的差異，對於主流觀念的接受度並沒有都市地區來的開放與快速，民眾對於「新觀念」的接受度相較於都市仍有段差距存在。以生前契約為例，居住在嘉義地區老一輩的人仍舊無法接受這種預先規劃死亡的觀念，反而是在都市地區工作的子女比較能夠接受，甚至會在都市地區預先購買契約最後再回到嘉義地區來履約。所以實際上，此區的生前契約許多都是他地簽約，本地履約。因此突顯了嘉義地區傳統的保守觀念依然被保留與遵守著，死亡對於當地人來說是最可怕的凶禍災難，都極力迴避談論忌諱提及死亡之事，甚至不敢或不願意去隨意更改固有的儀式。

也正因這個觀念的差異，使得嘉義地區的殯葬業出現市場區隔的現象，傳

統業者與企業型業者彼此競爭，傳統業者並沒有受企業化影響而淘汰，企業型業者也無法完全佔有傳統業者的市場。企業化經營模式在嘉義地區的市場佈局也沒有想像中容易，這種模式有它的侷限性，在都市地區因人際網絡關係較微薄落，管理思維模式的確較容易達到預期目標，而一旦轉戰到非都會的嘉義地區它需要面對的變因與阻礙便相對增加，像傳統業者經數十年所建立起「回頭客」、「插樁」與「綁樁」等制度，這些都是依附於地方上複雜的人際網絡結構中，所發展出來的一種經濟模式。這種模式是一個新興且是外地來的企業公司所無法達到的，因此這些企業經營者便需從開發新客源一步一步的開始，如搶佔「期約客源型」：透過這種預估市場的方式來與傳統業者的人際網絡作抗衡，或是鎖定「現用客源型」：承包各大醫院的太平間業務，作為醫療系統的延伸來與傳統經營業者競爭。此外，因為企業經營者較重視品牌形象的建立；而傳統經營業者依賴的是地域性，所以重視的是地方政府部門的肯定。若以競爭方式來區分，則可以再概略性的分為以下兩種：傳統業者是採「做口碑策略」為主，政府公信力的認證與肯定為輔，並鎖定特定區域的保守型；而外地來的企業經營者則是採「品牌形象策略」作為與嘉義地區傳統業者競爭的利器，試圖把市場擴大到整個全縣市的冒險型。

總的來說，嘉義地區的「儀式思維」依然很重，人們忌諱死亡、不言死亡，而這種態度在生前契約觀念的推廣中表露無疑，這也意味著都市裡早已轉變的「服務思維」在鄉鎮地區仍尚未為盛行，使得企業經營業者所使用的品牌效應策略在鄉鎮地區展現出的成果有限，因此在鄉村間的傳統殯葬業者，仍然可以運用人際連帶的交易模式來抗衡。

四、「社會性的葬禮」轉為「自家人的喪禮」

在 Van Gennep 所提的通過儀式之功能性中，值得注意的一點在於邊際角色轉換，以殯葬儀式為例，便是透過一連串的分割、結合儀式，將一個成員喪失舊有地位，取得另一新地位的事實，逐漸地灌輸給社群中的所有成員，讓整個社會

群體緩和的接受這種轉換過程，以利社群間的互動關係可以從新得到調整，並避免因過度激烈的身分地位變動所產生的不必要衝突，讓社會免於瓦解狀態的威脅。

但這僅是以傳統農業社會而言，現在社會的殯葬儀式在社會層面上的功能已有些微的變化。在這資本主義盛行的社會裡，一個人在老死之前早已從原本的社會中退休，其子女也早已離家自立，因此角色的過渡對整個社群的結構產生的衝突並不大。在功能層面上漸轉為注重內隱性功能，強調個人內心情感的表達，不需再透過過多外在儀式的展演來定位自己，而喪禮的模式也從原本的「社會性的葬禮」轉為「自家人的喪禮」。最終，這個變化的後果亦使得原本的殯葬儀式結構開始鬆動，並產生了具有「可選擇性」的現象。

五、不同行動者建構出的儀式模組

儀式的「可選擇性」出現以後，國內有三類的行動者開始扮演催化的角色，為喪葬儀式改革，提供了模組化的可能性，並為儀式的變遷提供了正當性的基礎。這三類的行動者分別為：政府部門、殯葬業者、民間宗教團體。其中以政府部門最早注意到此問題，從早期的硬體設施建設、公共衛生問題、土地空間與環保考量到近十年對各項儀式細節開始進行一種較為軟性的規訓方式，簡言之政府那隻無形的手漸漸從「公共空間」領域延伸至對「公眾心靈」領域的掌控；而殯葬業者則在這殯葬改革過程中嗅出新商機，殯葬儀式的結構鬆動，業者開始依民眾的需求改變原本的喪葬儀式與程序，甚至研發各種不同個性化告別式，提供各種具有創意性的告別式喪禮供民眾選擇；最後一個行動者就是宗教團體，它一方面想改善殯葬陋俗要揚棄傳統葬禮中過多無意義且不符合現代人日常生活的儀式，一方面又不願與殯葬業者同流過度消費者導向與商業化性質的差異化儀式創造，進而依宗教宗旨來發展一套佛化奠祭模組，可說是扮演著另一個創造新喪葬儀式的角色。

由此可知儀式模組的建構是在政府、業者與宗教團體三種主要力量的激盪下，喪葬儀式分別被建構出不同的模組形成今日我們認知的儀式。而儀式往往與宗教信仰脫不了關係，任何教宗的創立者、傳播者或傳教士，都會按著各地不同的文化，因應各地人的知識水平、理解能力與接受程度，定立、創造、篩選或聯想出不同的宗教儀式，以滿足生者希望與死去的先人或天上的神靈有所交流與溝通的慾望。但這種宗教儀式並非是一個一成不變的系統，而是一個不斷再創造的過程。對本研究所探討的三個主要動力而言，再創造過程的同時，我們可以發現能動的個體所產生的重要作用，個體的能動性構成了儀式再創造的動力，而它是源於人類基於不同角色立場所做出的行為決定。就政府部門的立場，它須考量土葬空間日益不足、擴音器誦經製造噪音且擾鄰、匡正國民禮俗等公共議題，為保護民眾的生活品質與權利，便須透過不同的政策法令來規範或修正許多喪葬儀式。殯葬業者則是有商人思維的顧慮，需考量成本與利潤問題，創造不同的個性化告別式、差異化商品、生前契約與可選擇的儀式模組以尋求商機，改變喪葬儀式的目的不僅是為了迎合消費者需求更是開創殯葬產業的藍海。在宗教團體方面，以本研究的研究對象法鼓山來說，它結合宗教與環保的論述並考量現代人生活進而發展出一套簡約隆重的佛化禮儀。政府部門改革禮俗是為了公眾的最大利益；殯葬業者是為了謀求組織最大的利潤；宗教團體則是為了導正陋俗、避免過度商業化與宣揚教義。

上述三類的行動者對於儀式的基本論述，同時可以看出儀式的依存模式，儀式在不同行動者依不同論述與目標的詮釋下，呈現出不同的儀式模組。因此，形構喪葬儀式「解」與「組」的權力其實是透過這種互相拉扯的運作模式而逐漸改變，沒有人能擁有絕對的主導權力，是在不同的論述機制中相互推擠下，透過不斷的改革、演變、創新與調整慢慢的摸索出適合現代人生活且能被公眾(消費者)所接受的儀式，而使當前社會的殯葬儀式形成多元的儀式模組化現象。

第二節 研究反省

一場喪禮所以表示的是死後永生的信條及對死者的道德態度，屍體和死去的親人，是恐怖和敬愛雙重心理的對象，宗教將後者予以肯定，轉變屍體為神聖責任的目標，更是讓存歿兩方面仍然保持聯繫，對文化的延續和傳統的保持極為重要。而本研究是以台灣目前較盛行之佛、道教的喪葬儀式作為主要的研究田野，而在研究對象方面則是以政府部門、殯葬業者、宗教團體(佛教)三個主要類型的行動者為代表，在未來的研究中，可以針對不同宗教團體對於儀式的詮釋與制定再細緻化，進一步探討對於儀式制定在不同的宗教團體間，是否也有「治理權力」拉扯的關係存在。以及殯葬業者如何與其他不同的宗教團體進行儀式的配合來研究，以了解更完整的殯葬產業分工模式。

至今殯葬儀式漸漸有了可選擇性，而最典型的現象代表是「生前契約」，它不僅讓儀式的「解」與「組」成為可能，更是融合了風險論述所建構出來的商品。雖然生前契約在鄉鎮地區尚不流行，也常引發履約之風險及相關求償問題，但既使如此，研究發現仍有企業型業者在生前契約的販售量上，還是直逼數億元的業績。是因為消費者的風險建構說服了消費者的風險意識，還是這種商品的風險論述獲得了某些社會族群或階層的青睞？這是值得注意的現象，而這之中的原因仍有待後續的研究再進一步調查。

而在研究限制上，本文的研究區域選取，在時間、經費、可行性等的考量下，是以嘉義地區為主要研究場域，但因地理民情的差異，在資訊的取得、消費模式及觀念上必然有一定的差異。此外，由於本文主要是以供給面的角度來探討經營模式與分工模式，較多論述皆是以業者的角度為出發點，而消費面亦是一個很有趣的議題，甚至進一步讓供、需兩方的研究資料互相對話，更能夠找出較為宏觀的詮釋，因此有關消費者層面(亡者家屬)的論述則有賴於更多研究的發掘。

而本文所提及的城鄉差距問題，要擴大推論至全台灣，說這是目前普遍的現象，其說服力與去鑲嵌性仍稍顯不足，若要獲得更細緻的回答與證據，再多比較幾個都市與鄉鎮地區是有必要的，這些都有賴將來研究的進一步探索。

參考文獻

一、英文文獻

House, J.S, D.Umberson & K.R. Landis (1988). “Structures and processes of social support”. *Annual Review of Sociology*, 14, 293-318.

Knoke, D., & J. H. Kuklinski (1982). *Network analysis*. Newbury park, Calif: Sage.

Van Gennep, Arnold (1960). *The Rites of Passage*. University of Chicago Press.

Wirth, L. (1938). “Urbanism as a Way of Life”. *American Journal of Sociology*, 44, 1-24.

二、中文文獻

Bronislaw Malinowski 著，朱岑樓譯(1978)，《巫術、科學與宗教》，臺北市：協志工業。

于健、蔡麗卿(2005)，〈生前契約消費者購買決策程序及環境因素之初探〉。《環境與管理研究特刊》，77-85。

方蕙玲(2001)。〈喪葬儀式功能初探〉。《東吳哲學學報》，6，183-206。

王千蕙(2004)，《亡與宗教生活：以佛教臨終助念為例》，國立政治大學宗教研究所碩士論文。

王士峰(2006)，《兩岸「生命教育與管理」學術研討會》。兩岸經貿研究中心學術研討會論文。<http://www.chihlee.edu.tw/office/s100/thesis02/07.doc>

王見川、李世偉(1999)，《台灣的宗教文化》，台北：博揚文化。

朱金龍、吳滿琳(2004)，《殯葬經濟學》，北京：中國社會。

江燦騰(2001)，《日據時期台灣佛教文化發展史》，台北：南天書局。

吳翠鳳(2005)，《無形商品採多層次傳銷經營之規範與實務探》，國立台灣大學管理學院高階公共管理組碩士論文。

- 吳蓮進(1986)，《現代化對民間宗教信仰與行為的影響》，收入於丁庭宇、馬康壯主編，《台灣社會變遷的經驗：一個新興的工業社會》，台北：巨流。
- 宋英平(2003)，〈結合地方行銷，彼此利益均霑〉。《新新聞》，851：48-52。
- 李丁讚、吳介民(2005)。〈現代性、宗教、與巫術：一個地方公廟的治理技術〉。《臺灣社會研究》，59：143-184。
- 李世偉(2003)，《台灣宗教閱覽》，台北：博揚文化。
- 李自強(2002)，《台灣地區殯葬服務之消費行為分析》，中央大學高階主管企管研究所碩士論文。
- 李慧仁(2000)，《殯葬業應用 ISO9000 品質保證制度之個案研究》，南華大學生死學研究所碩士論文。
- 邢福泉(2006)，台灣的佛教與佛寺。台灣商務。
- 林春元(2001)，〈改革喪禮陋俗，市府培訓喪葬司儀上路〉，《中國時報》，2001/03/22。
- 施曉光(2001)，〈響應殯葬改革 官員立委簽葬禮意願書〉，《自由時報》，2001/5/27。
- 星雲大師(1995)，《佛教叢書》，佛光山宗務委員會。
- 星雲大師(1999)，《佛光教科書》，佛光山宗務委員會。
- 胡幼慧 (1996)，《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》，台北：巨流。
- 范純武(1999)，〈日本佛教在日治時期台灣「蕃界」的佈教事業—以真宗本願寺派為中心的考察〉。《圓光佛學學報》，4：253-278。
- 徐福全 (1999)，〈台灣殯葬禮儀教育〉，《台灣殯葬二十一世紀：生命禮儀學術研討會論文》，P1-9。
- 徐福全(1999)，《台灣民間傳統喪葬儀節研究》。台北：徐福全。
- 高賜忠(2002)。〈淺論生前契約與消費者權益-由定型化契約談起〉。《生死學通訊》，7：14-18。
- 尉遲淦(2002)，〈販售生前契約應有的基本服務〉。《生死學通訊》，7：11-13。
- 張嘉男、涂堂鑾(2004)，〈生前契約市場 每年超過 500 億〉，《TVBS-N 新聞》，2004/2/27。

- 曹聖宏 (2004),《台灣殯葬業企業化公司經營策略之個案研究》,南華大學生死學研究所碩士論文。
- 梁任瑋(2005),〈國寶集團轉型 搶攻銀髮族商機〉,《經濟日報》,2005/10/14。
- 梁湘潤、黃宏介(1995),《台灣佛教史》,台北:行卯出版社。
- 許忠仁(1998)。〈喪禮儀式、習俗與悲傷諮商〉。《諮商與輔導》,153,14-16。
- 許雅惠、方慶霖(2007),〈生前契約業者良莠不齊 結合銀行信託才能帶來真正的保障〉,《東森新聞》,2007/11/16。
- 陳介玄(1994),《協力網絡與生活結構——臺灣中小企業的社會經濟分析》。臺北:聯經。
- 陳珮琦(2009),〈生前契約成廢紙〉,《聯合晚報》,2009 /6/2。
- 陳瑞隆(1997),《慎終追遠——台灣喪葬禮俗源由》。台南:世峰。
- 陳繼成 (2003),《台灣現代殯葬禮儀師角色之研究》,南華大學生死學研究所碩士論文。
- 曾煥棠(2000)。信仰與喪葬角色功能。載於林綺雲主編(2002),《生死學》,臺北:洪葉文化。
- 黃有志,鄧文龍(2001),〈往生契約概論〉。高雄:貴族出版社。
- 黃昭瑾 (2001),《合院空間形式與日常生活之研究 — 台灣鄉村性的展演與變遷》,台灣大學農業推廣學研究所博士論文。
- 黃毅志 (2002),《社會階層、社會網絡與主觀意識》,台北:巨流。
- 聖嚴法師(2006),《聖嚴法師心靈環保》,法鼓文化。
- 葉文鶯、聞思(1997),〈琉璃世界 往生〉。《慈濟月刊》,372:11-12。
- 葉圳轍(2003),〈殯葬業專業化 政府大力臂助 內政部民政司長林美珠:納入管理、輔導,提升業者素質、服務能力〉,《工商時報》,2003/07/10。
- 鄒輝堂(2003),《從儀式與生計看殯葬改革對傳統殯葬從業人員的影響——以南投地區為例》,南華大學生死學研究所論文。
- 廖瑞榮(2006),《我國殯葬政策之研究—政策過程論之分析》。中國文化大學政治

學研究所碩士論文。

潘欣中(2007)，〈34歲殯葬業務員 年薪千萬〉，《聯合報》，2007/3/7。

鄭學庸 (2006)，〈殯殯有禮 首辦殯葬大賽〉，《自由時報》，2006/2/22。

蕭家訓(2009)，〈慈濟多倫多人文學校校長 以佛化喪禮追思慈恩〉，《慈濟快報》，2009/4/4。

賴威岑 (2002)，《台灣地區中小學教師心理幸福特質之探討—與其他職業做比較》。台東師範學院教育研究所碩士論文。

謝坤欣(2003)，《神聖與世俗～從佛教喪葬儀式探討當代台灣殯葬發展》。世新大學社會發展研究所碩士論文。

謝國雄(1991)，〈網絡式生產組織:台灣外銷工業中的外包制度〉。《中央研究院民族學研究所集刊》，71：161-182。

瞿海源(1997)，《台灣宗教變遷的社會政治分析》。臺北：桂冠。

瞿海源(2002)。〈台灣的新興宗教〉。《二十一世紀雙月刊》，5：2-7。

羅欣貞(2007)，〈喪禮服務訓練班 超人氣〉，《自由時報》，2007/8/30。

三、官方出版資料

台灣省政府社會處(1993)，《殯葬設施管理法令彙編》。初版，南投：省社會處。

台灣省政府社會處(1998)，《台灣省喪葬設施使用及費用概況調查報告》，台灣省政府社會處編印。

行政院文建會(1998)，《文化白皮書》，行政院文建會。

<http://www.cca.gov.tw/images/policy/1998YellowBook/index.htm>

行政院經濟建設委員會人力規劃處(2008)，《中華民國台灣地區民國 97 年至 145 年人口推計》，行政院經濟建設委員會。

<http://www.cepd.gov.tw/m1.aspx?sNo=0000455&key=&ex=%20&ic=>

嘉義市政府(2008)，嘉義市政府已核准設立許可及備查之殯葬禮儀服務業名單，

http://www.chiayi.gov.tw/b_08from.asp?check=%A5%C1%ACF%B3B。

嘉義縣政府(2007)，嘉義縣各鄉鎮市殯葬服務業許可、備查名冊，

http://yijhu.cyhg.gov.tw/mortician_2.asp。

四、網站資料

中華民國經濟部商工登記資料公示查詢系統，

<http://gcis.nat.gov.tw/pub/comp/compInfoListAction.do>。

內政部民政司，<http://www.moi.gov.tw/dca/>。

內政部民政司殯葬管理法令，

http://www.moi.gov.tw/dca/02funeral_005_001.aspx?sn=5&page=0。

展雲事業股份有限公司，<http://www.chanyun.com.tw>。

國寶集團，<http://www.goboservice.com.tw/>。

統一企業，<http://www.uni-president.com.tw/>。

龍巖人本股份有限公司，<http://www.lungyengroup.com.tw>。

龍巖建設開發股份有限公司，<http://www.funeral.org.tw/main2-2.htm#top>。

附錄一、葬禮儀式流程匯整

項目	儀式內容說明	
遮神	用紅紙將神明遮住，以防神明「見刺」則神力減退。	
搬舖	病人危急往生之前，子孫將病人移往大廳，男右女左，以示壽終正寢。	
舉哀	病人一旦斷氣死亡，依俗須於門口焚燒一頂紙轎（車）供靈魂乘用，俗稱「燒魂轎」以大碗公為香爐，焚香拜亡靈，全家大小始舉哀慟哭。	
報喪	報外祖	入木時辰看好便可報喪，父喪要報伯叔、姑母等，母喪則要通知外家俗稱「報白」。
	哭路頭	出嫁女聞耗喪回家，離家一段距離即須號哭，且有哭辭，聲極淒冽，俗稱「哭路頭」。
	買壽板	俗稱「買大厝」，父喪由伯叔一人陪孝男去，母喪由外家一人陪孝男去。
	放板	運棺到喪家，俗稱「放板」。
帷堂	帷堂俗稱「吊九條」，即以一全匹白布，用竹竿架吊起，彎九次後將屍床圍起來，目的在隔開內外。	
守舖／驚貓	親人死後，子孫哀慟不忍，必須小心看守，孝男夜則席地而眠，稱為「守舖」，守舖除了哀傷親人之死不忍離開寸步之外，尚可預防親人因休克「死亡」復活而乏人急救，有親友來弔時不致無人照應，同時也防止肉食性貓科動物之毀損屍體。	
拜腳尾飯	腳尾處依俗須陳列腳尾飯一碗（露天炊煮），用大碗盛滿，越滿越好，飯上放一粒熟鴨蛋並正插一雙竹筷，供死者享用以便上路。	

擇日／辦理死亡登記		喪事重忌諱，入木（大殮）、轉柩、落葬等均須選日選時。一般是先看入木時辰，然後才看墓地，後再看出殯之時日。家屬持死亡證書向戶政事務所辦理死亡登記，始能入殮。
接棺		壽板運到離喪宅幾十公尺遠時要暫停，孝男等穿孝服哀號來跪接，俗稱「接板」。
入殮	乞水	接棺後隨即乞水，子孫全部穿孝服往大圳溝或河川，為首帶瓦鉢、香、四方金、兩枚硬幣、抵水濱，燒香向水神禱告因某人去世，向水神乞水以便沐浴、盥水，不可逆流，尤忌重舀。
	沐浴淨身	乞水返家，旋即舉行沐浴沐浴，由長子或「土公」以白布沾乞自河川之水，由頭到腳做一比畫，比畫時「土公」須唸吉利話。
	剃頭	為亡者潔身理容，多為凌空比畫而已。
	換壽衣	病人危急之前家屬即應為他準備好。壽衣算層而不算件，上衣通是六件七層，褲子二件至三件。
	口含	臺人之俗所含之物或金或銀或珠等，而以紅紙包錢幣含於口者為多。
	死者枕三角形	古例
	藍巾覆死者面	古例
	收烏	蓋棺之儀式謂之收烏。
	辭生	見死者容貌最後一次之祭奠，也是死者辭別「生人」階段最後一次祭奠，故名「辭生」。須準備六至十二碗食碗，陳於死者面前，長子站在竹椅子，餘人跪於屍旁，由道士或土公用竹筷代死者夾菜每夾一道便唸一道吉利話。
	放手尾錢	把預放在死者衣袋內的硬幣分給子孫，每人一枚，象徵死者愛護子孫，留下財產分給眾子孫，另一方面也象徵著責任之傳承。
割	古例	

	大小斂及陪葬物	大殮即將屍身置入棺內之稱。通常人嚥氣後廿四小時內擇吉時入殮。下墊棺蓆上蓋水被，加枕（中白兩旁紅內裝銀紙、狗毛、雞毛之菱角枕，表示雞啼狗吠死者才能知晨昏），庫錢、生前物品、過山褲及桃枝等。
封棺		屍體安置好後，固定不會移動，並經子孫親友最後一次瞻仰遺容，隨即加蓋封釘，父喪由「族長」主釘，母喪由「母舅」主釘，謂之「封釘」。
停柩		如隔三天以上才出葬，停柩在堂，等待出殯，則須「打桶」以防臭味溢出。
佈置 禮堂	併腳尾物	打桶後要將腳尾飯，腳尾紙等移走，俗稱「併腳尾物」。
	捧飯	自入木起每天要捧飯，有人捧三餐，有人捧二餐，早、晚要捧水供亡親洗手面、洗腳手。
	掛喜喪燈	一般家庭在廳堂上懸掛兩盞喜燈。遇喪事加兩盞喪燈。喜喪燈之懸掛目的乃在分別1.停柩在堂 2.出殯後。
守靈		出殯前子孫須在靈幃守靈，夜間則在柩旁敷蓆而眠，俗稱「暎棺腳」。
宗教 法事 做功 課	回西方	道士做法事薦亡靈往西方極樂世界。
	豎魂帛	立魂帛以依其神，並於其上書名諱及生卒年日月。魂帛、魂幡等即委請道士僧尼製作書寫。
	開魂路	為亡者開導所需經過之關門，自收殮時歷七日開魂路。
	圍庫銀	亡者生前對坤府化形司的庫官借錢在世時如無還者，死後孝子需代還。自接棺起自做七及尾日均有圍庫錢儀式。
	做七	「頭七」由兒子辦理，「二七」為小七，「三七」係出嫁女兒負責，「四七」也是小七，「五七」為出嫁孫女祭祀，「六七」

		也是小七，「七七」又稱「滿七」或「圓七」由兒子辦理有始有終，功德圓滿。
轉柩		一般由宗教師（道佛人員）指揮，並由抬柩人員抬之，視喪家場地大小而有三種方式：（1）直接將靈柩移至禮堂靈案內。 （2）移柩至禮堂靈幃之後面。（3）若禮堂空間狹小無處可放，則只由抬柩者輕輕移動一下象徵移柩。
擺祭		奠弔之時陳列方桌供擺牲禮及米酒。
家祭		依「國民禮儀範例」第四十八條：家奠在出殯前行之，通常以二十分鐘至四十分鐘為宜。
公祭		「國民禮儀範例」第四十九條：親友奠弔應向遺像或靈位行禮，並向其家屬致唁，團體拜奠得參照第四十八條所定之儀式辦理，親友行禮時，家屬於案側答禮。
起柴頭		道僧燒紙讀經後引柩稱為起柴頭。
弔祭		親族朋友不克前來祭拜，以宣讀方式為之。
奠酒		備牲禮、米酒以祭奠。
封棺／安釘禮		因入殮當天族長或母舅未必到場，乃直接由棺木店件作為之，而於出殯日另外再安排一場「安釘禮」，請族長或母舅執斧點釘。
旋棺		在道士及鑊鈸的前導下，孝男持旛家眷跟在後面繞棺三匝以示不捨。
絞棺		由抬柩工人上前裝置大龍於柩上，用大麻繩網縛固定。
哭棺柴頭		發引時孝男女分跪靈柩兩旁哀哭。
啓靈		絞柩完畢，將「蜈蚣腳」與槓桿均銜接好，以八人~十二人或十六人、廿四人抬起，另一人立即將「柩凳」踢翻或提走，謂之「啓靈」。

清掃	靈柩抬出廳堂後，家屬用腳踢倒承放棺柩之二張木椅，並潑水。於地上，然後請一福壽雙全的婦人來幫忙打掃。
發引	請棺吉時一到，道僧誦經在前引路，抬棺者將靈柩抬出廳堂。
出殯行列	依國民禮儀範例第五十二條規定，出殯行列為前導（標明○○○○之喪）、儀仗（不用儀仗者略）、樂隊（應用國民禮儀樂曲）、遺像、靈柩、靈位、重服親屬、親屬、送殯者。
辭客	出殯行列啓靈一段路後，應擇適當地點讓靈車暫停，家族子孫向後轉，向送殯親友跪下或鞠躬，並婉辭他們請留步，叫做「辭客」，孝春俟長輩牽起始能繼續前進。
安葬	靈柩到達墓地，置於壙旁，子孫於柩前再次舉哀。
落葬	依據擇日師所擇時辰將靈柩小心移下去，靈柩下窆。
放柩	於下葬之前必須請仵工將柩尾一塊小木塞打掉，使空氣能夠流入，屍水流出，以便肉身腐化，俗稱「放柩」。
祀后土	掩土成墳，立墓碑及墓桌後，立后土，然後進行祀后土，祀后土多半由宗教師或地理師指導喪家子孫進行。
撒五穀	孝男將五穀撒在墳上，撒五穀時道士須唸吉祥話，子孫回應「有哦！」
點主	祀后土後乃行點主禮，現在點主，大部分改為由道士，僧尼或地理師在墓地舉行儀式時，順便點一個形式。
祭墓禮	點主禮成，乃行祭墓禮，將神主（魂帛）置於墳上，子孫一人持黑傘遮之，墓前供五味碗、發糶、飯、酒、銀紙等，宗教師舉行簡單之唸經儀式，子孫及所有送葬者，皆至墓前燃香拜墓。接著由地理師（或由宗教師兼代）舉行呼龍儀式，意謂此墓風水極佳，具有龍氣，可佑子秀孫賢。
返主	靈柩安葬完畢送葬行列自墓地將神主牌位迎返供奉。

安靈		設靈棹排香案遺像，供物（祭品）等，如有做靈曆時也置放之。
喪宴		返主之後喪家會準備簡單宴席招待幫忙料理喪事之親友表示感謝。
巡山		安葬之翌日或數日後，孝眷至墓地查看墳墓有無異狀，稱之為「巡山」。
守制	過節	清明節祭祖掃墓
	喪事對喪事相煞	一個家內或同時辦理二件喪事，或一年內重喪者，俗以為凶煞極重，所以有草人之喪，將所紮之草人在重喪殯葬行列中僱人捧持草人及供祭之物，行至村外棄置於路上，以此權充三喪，藉此排除三喪之可能性。
	新春時節死亡	新春期間不辦喪事。
	逝世於外	在外逝世之人其遺體不能運進家中。
做旬		依古例做完滿七之後繼續做四旬，拜祭四位判官。
做百日		逝世當天算起一百日所做之祭祀，應舉哀，稱「做百日」。
做對年		逝世一週年所做的祭祀，應舉哀，稱「做對年」。
脫孝		孫輩帶孝一年，對年日脫孝，換紅毛線帶三日後即除去。
除靈		除靈意日期各地不一，有滿七者行之，亦有百日除靈者，更有出葬日回來即行除靈，稱清氣靈。
合爐		即把魂帛燒掉並將其名字寫在祖先牌位上，將爐灰取一小部分至祖先香爐中，叫「合爐」。今改為對年後選擇一吉日為之，有的甚至在「對年」當天行之。
拾金		「撿金」本為古代幾個少數民族及地區所特有的現象，台灣由於移民社會的特性，加上氣候等因素，葬後若干年開棺洗骨，將骨骸另裝在一只陶甕中，安奉於納骨塔。

附錄二、歷年殯葬管理法令

時間	政府頒布之政策
民國 19 年 10 月 7 日	訂定了「國葬法」是國民政府以來第一項殯葬法令。
民國 25 年 10 月 2 日	行政院公佈「公墓暫行條例」，為我國最早有關墳墓管理的規範，亦是延續訂定相關法令之依據，內容規範公墓設施的地點、墓基的大小、管理維護的工作，但因屬行政命令，不是法令，所以有許多與法制不合的地方，難以適應現況。
民國 36 年 12 月 5 日	國民政府公布「公葬條例」，適用在省市政府，民國 38 年中央政府迫遷台灣時因戰亂，「公葬條」例與「國葬法」這兩項條例都沒有實施。
民國 50 年 9 月 16 日	公布「台灣省喪葬設施設置管理辦法」，為台灣地區殯葬問題體制化及法治化的開始。
民國 55 年 7 月 12 日	「台灣省政府 55.7.12.府社三字第 5076 號府令」頒布「台灣省公墓火葬場殯儀館納骨堂(塔)管理規則」，對殯葬設施設置、使用、管理又作更明確完整之規定。
民國 67 年 02 月 22 日	公布「台灣省公墓公園化建設資金貸款

	要點」、「台灣省喪葬設施建設資金貸款要點」。
民國 72 年 11 月 11 日	總統公布施行「墳墓設置管理條例」。
民國 92 年 7 月 31 日	發佈「殯葬管理條例施行細則」。

資料來源：本研究整理至 內政部民政司殯葬管理法令與禮制相關法令網頁

http://www.moi.gov.tw/dca/02funeral_005_001.aspx?sn=5&page=0

附錄三、殯葬管理相關計畫匯整

年份	計畫名稱	計畫目標
民國 65 年	台灣省公墓公園化十年計畫	<ol style="list-style-type: none"> 1. 清理舊墓、重劃更新、實現公墓公園化。 2. 故革陋習、破除迷信、實行公墓現代化。 3. 加強管理、有效利用墓地，實施公墓企業化。
民國 74 年	台灣省改善喪葬設施十年計畫	<ol style="list-style-type: none"> 1. 繼續清理舊公墓，將舊公墓重劃更新，並興建納骨堂（塔），俾使墓地得以循環使用，並對已完成公園化之公墓，加強維護與管理，以解決民眾使用墓地問題，預定完成 160 處公墓。 2. 增建殯儀館，以提供民眾治理喪事之場所，以維護公共衛生，交通秩序，居家安寧，以及市容觀瞻，進而改善民眾生活環境，預定興建二十處現代化殯儀館。 3. 增設火葬場，並倡行海葬，以節省土葬用地，進而改革民俗與節省喪葬費用，預定興建十處現代化火葬場。 4. 因民間傳統觀念，對遷移墓地均採

		保守態度，使公墓公園化計畫執行困難。當時台灣僅有 19%的人口用火葬，台北市和高雄市則介入 60%~70%之間。
民國 80 年	台灣省基層建設第二期四年計畫：八十一至八十四年度改善喪葬設施實施計劃	<ol style="list-style-type: none"> 1. 公墓更新係將舊公墓重劃更新，使墓地得以循環使用，以解決民眾使用墓地不足問題，進而改善公墓環境，達成公墓公園化之目標。81 年度預定辦理三十四處，82 年度預定辦理三十二處。83 年度預定辦理二十六處，84 年度預定辦理二十六處。 2. 興（修）建殯儀館在提供民眾莊嚴肅穆的治喪場所，以維公共衛生、交通秩序、居家安寧，提昇民眾生活環境品質。81 年度至 83 年度每年度預定各辦理一處，84 年度預定辦理二處。 3. 興（修）建火葬場，提倡火葬，以節省土葬用地、喪葬費用，改革民俗。82 年度預定辦理一處，83 年度預定辦理三處，84 年度預定辦理一處。
民國 80 年	國家建設六年計劃「端正社會風俗：改善喪葬設施	辦理舊墓更新、推動實施公墓公園化、改善殯儀館、火葬場、納骨堂（塔）等

	及葬儀計畫」	<p>設施，以提高喪葬設施服務品質，並配合宣導改進葬俗，倡行合乎時宜之喪葬禮儀，端正社會風俗，以期達到：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提供必要設施，滿足未來殯葬需要。 2. 善用土地資源維護舒適的生活空間，改善生活環境品質。 2. 鼓勵火化與塔葬，合理有效利用墓地，促進墓政管理現代化。 3. 匡正不良喪葬習俗，端正社會風俗。
民國 85 年	八十六年度台灣省公有墓地改善方案：台灣省加強推行納骨塔興建計劃	<p>加速推動墓地更新，協助各縣、鄉(鎮、市)於現有公墓內興建小型納骨堂，以應民眾需要，並減少抗爭發生，建立循環使用制度，落實火化、塔葬政策，解決墓地不足問題。</p>

資料來源：本研究整理至

台灣省政府社會處(1993)，《殯葬設施管理法令彙編》。初版，南投：省社會處。

廖瑞榮(2006)，《我國殯葬政策之研究—政策過程論之分析》。中國文化大學政治學研究所碩士論

文。。

附錄四、企業型殯葬公司所營事業資料表

公司名稱	資本總額(元)	所營事業資料
龍巖人本服務股份有限公司	1,199,308,060	殯葬禮儀服務業、殯葬場所開發租售業 住宅及大樓開發租售業、景觀室內設計業、遊樂園業、國際貿易業、雜誌（期刊）出版業、祭祀用品零售業、食品什貨、飲料零售業、花卉零售業、家具寢具廚房器具裝設品零售業、農產品零售業、產業育成業、一般旅館業、休閒活動場館業、資訊休閒業、競技及休閒運動場館業、仲介服務業、喜慶綜合服務業、無店面零售業、殯葬設施經營業
國寶服務股份有限公司	300,000,000	花卉批發業、花卉零售業、祭祀用品批發業、祭祀用品零售業、圖書批發業、書籍文具零售業、國際貿易業、投資顧問業、殯葬禮儀服務業、仲介服務業、殯葬場所開發租售業、不動產仲介經紀業、其他批發業
懷仁國際股份有限公司	660,000,000	委託營造廠商興建國民住宅及商業大樓出租出售業務；委託營

		<p>造廠商興建納骨塔出租、出售業務；納骨塔位經銷業務；庭園綠化之設計承包業務（營造業除外）；社區開發研究分析顧問業務；接受委託辦理水土保持、規劃、研究分析顧問業務（建築師業務除外）；房屋租售介紹及廣告代理業務（許可業務除外）；火葬場設備器材之進出口及經銷業務；葬儀用品經銷及代辦喪葬事宜</p> <p>經營遊樂場（遊藝場除外）；藝術品之經銷業務；電子製品及其零組件之經銷業務；電子製品生產技術之研究改良設計業務；神香、檀香、香木香末香料及祭祀用品之經銷買賣業務；前各項產品之進出口業務；代理國內外廠商前各項產品之投標報價業務。</p>
萬安生命科技股份有限公司	168,000,000	<p>殯葬場所開發租售業、祭祀用品批發業</p> <p>祭祀用品零售業、其他零售業(佛珠、珠油燈、經架)、成衣零售業、花卉批發業、花卉零售業、喜慶綜合服務業、殯葬禮儀服務業、</p>

		<p>食品、飲料零售業、國際貿易業、農產品零售業、投資顧問業、遊樂園業、花卉栽培業、一般廣告服務業、雜誌業、裝設品零售業、水果批發業、罐頭食品批發業、成衣批發業</p> <p>日常用品批發業、室內裝飾品紡織品批發業、圖書批發業、文具批發業、智慧財產權業、企業經營管理顧問業、醫院管理顧問業、產品設計業、租賃業、其他機械器具批發業(冷凍櫃)</p>
金寶山事業股份有限公司	180,000,000	<p>殯葬場所開發租售業、殯葬服務業、景觀工程業、花卉栽培業、房屋仲介業、土地仲介業、不動產仲介經紀業</p>
台灣仁本服務股份有限公司	120,000,000	<p>殯葬禮儀服務業</p>

資料來源：本研究整理至 中華民國經濟部商工登記資料公示查詢系統

<http://gcis.nat.gov.tw/pub/cmpy/cmpyInfoListAction.do>

附錄五、莊嚴佛事說明須知

1. 安置靈堂，家屬需先準備鮮花、水果虔敬供養即可(其他物品禮儀公司可以提供)，不須定時捧菜飯、盥洗用具、準備衣物、銅板筵杯等。
2. 不需引魂幡、開魂路、金童玉女(紙人奴婢)、燒冥紙、往生錢、靈厝等。
3. 家屬可戴素色念珠代替「戴孝」，不須蓄留「鬍鬚」，合乎現代生活禮儀即可。
4. 每日定時念經(時間方便即可)，儘可能參加法會或共修(不在牌位前也可)，將念佛及誦經功德迴向給往生者。
5. 七七四十九天內家屬最好盡量茹素(招待親友亦同)、淨守五戒、供養三寶、濟貧佈施並將功德迴向給往生者。
6. 不強調世俗的「做七」與「做旬」即習俗上只是祭拜而已或請專人在家中靈前拜梁皇寶懺、放焰口、三昧水懺、三時繫念、藥師懺等，每隔七天才做一次的功德迴向。
7. 遺體停放在殯儀館、幼兒或少年往生但家中長輩尚在者、在外地死亡者、意外死亡者，家中均可設置靈堂。
8. 不要在亡者身邊哭泣、不要拜腳尾飯或誦腳尾經、不請道士來引魂、不需急著替亡者沐浴更衣(助念完再替亡者擦拭身體換上簡單乾淨衣服即可)、不必依習俗穿五層七層九層壽衣(換穿衣服以整潔、舒適、大方為原則)、不必為往生者掛上生前喜愛之物或放置任何物品陪葬、入殮時不需封棺儀式。

(研究者整理至法鼓山助念團培訓講義「莊嚴佛事說明須知」)

附錄六、企業經營與傳統經營者之訪談大綱

基本資料	<ul style="list-style-type: none"> ● 工作年數 ● 公司員工人數 ● 服務範圍 ● 服務內容
組織分工	<ul style="list-style-type: none"> ● 服務項目包括哪些？哪些項目有外包？為什麼外包？ ● 和這些外包的合作關係是如何建立的，如訂契約、口頭約定…？ ● 這些外包單位，在繁忙之際會遇到來不及調派的情形嗎？如何應變？ ● 庫存用品(如奠儀用品、庫錢、骨灰罐…)是自行採買，還是有固定的合作廠商？而之間的關係是如何建立的？ ● 和傳統(企業)經營相比有哪些比較特殊的地方？
仲介使用	<ul style="list-style-type: none"> ● 是否聽過人資這個新產業？是否有和人資合作過的經驗？ ● 和人資合作的時機為何？ ● 哪些服務項目會讓人資來負責？為什麼會把這些項目交給人資負責？ ● 這個新產業大概在什麼時候出現？以前有這種現象嗎？
教育訓練	<ul style="list-style-type: none"> ● 對員工有何種訓練？或只需潛移默化？ ● 市政府舉辦的殯葬研習活動對你們有幫助嗎？ ● 如何訓練員工關於喪禮儀式的知識與技能？ ● 訓練過程或實際運作時，是否會參考國民禮儀範例中有關喪禮的範例來進行？
儀式變遷	<ul style="list-style-type: none"> ● 哪些儀式是需要維持、簡化、轉變？ ● 有哪些儀式是你們特有的或是創新的？當初設計理念為何？ ● 一場葬禮中的儀式類型是如何決定？如何和家屬溝通？ ● 市政府舉辦的研習課程、演講、評鑑制度等對儀式的變遷有影響嗎？

附錄七、宗教團體訪談大綱

組織部份

1. 請敘述助念團成立的緣起？
2. 請大約敘述助念團的組織架構與運作？(助念團是屬於執行團體或是主事團體？)
3. 台灣北部分為七轄區：北一~北四區（共分 28 組）、北五區、北六區、北七區，那像中南部地區是如何設置的呢？
4. 助念團的成員是由哪些人構成的？負責人會彼此溝通交流經驗嗎？
5. 助念團有比較特別的教育訓練課程嗎？(有跨區域的訓練或分工嗎？)
6. 那你們服務提供的對象主要為誰？(有教友介紹而幫忙的情況嗎？)會有佛教信仰的限制嗎？

儀式部分

1. 法鼓山何時開始發展出奠祭儀式？這些儀式會因南北或城鄉差異而有所不同嗎？
2. 請敘述佛化葬禮在**臨終處理**時的儀式有哪些？
 入殮時的儀式有哪些？
 告別式的儀式有哪些？
 出殯的儀式有哪些？
(這邊我想當受訪者講出傳統葬儀也有使用的儀式時，再繼續追問原因與詮釋的意義；或是當他省去了傳統葬儀的儀式流程時，再繼續追問他是否知道傳統葬儀有哪些儀式，如果他知道再問他為什麼佛化葬禮省去這幾個儀式。)
3. 有和固定的葬儀公司合作嗎？合作經驗如何？
4. 您認為佛化葬禮與傳統喪禮最大的差異在哪裡？(追問對於傳統與企業發展的正負面看法？)
5. 貴助念團如何向外界宣揚佛化喪禮的理念？在宣傳時或實際執行時是否曾遇到阻礙？(如：民眾與佛化葬禮的理念不同而產生衝突等類似的情況)那您覺得教化的成果如何，家屬真的有被教化的機會嗎？
6. 聯合奠祭只有台北地區有嗎？中南部地區是否也有舉辦這種活動？
7. 目前很多宗教團體也有推行類似的佛化葬禮，就您所知目前有還有哪些宗教組織也在推行？(追問其中的差異、佛教儀軌是否有一制性或制度化、不同宗教組織間是否有橫向溝通的情況)
8. 助念團目前有什麼值得改善的空間嗎？
9. 有擴大經營的規劃嗎？如墓地、納骨塔或是包整個流程？