

多地墓穴大规模到期 仅个别地方出台续缴规定

墓穴20年到期如何续费?



多地墓穴大规模到期,仅个别地方出台续缴规定

目前,多地出现墓穴到期现象。沈阳骨灰入土植树纪念林36万盒骨灰中,超过一半的已经过期;山东青岛的百龄园公墓、九峰陵公墓等到期墓穴过万,济南的玉函山安息园4万多个墓穴中到期的有1.2万个左右,其中有2000多个到期后没有续费,最长的到期后四五年没有续费;北京的33家经营性公墓中,面临到期问题的约有10余家,北京八宝山人民公墓6万多个墓穴中,到期和面临到期的超过3万。

墓穴“到期”后续租怎样缴费?1992年出台的民政部关于公墓管理暂行办法规定,墓地和骨灰存放格位的使用年限原则上以20年为一个周期。2012年3月,国家发改委和民政部下发的《关于进一步加强殡葬服务收费管理有关问题的指导意见》明确,缴费到期后的墓穴,群众申请继续使用的,公墓经营单位收取的公墓维护管理费由各地价格主管部门依法纳入地方定价目录,收费标准按公墓维护管理的实际成本及合理利润核定,具体由各地确定。

记者调查发现,墓地到期怎么续缴、按什么价格续缴等问题,目前全国多数地区处于政策“真空”,仅有山东、北京、云南等地出台相关规定。

山东采用基层物价部门对具体到期墓园发文件定价格的模式,文件的执行期多为5年。比如,青岛物价部门规定,百龄园公墓和九峰陵公墓的期满墓穴收取每年200元的公墓维护管理费,缴费期原则上为5年。

北京市民政局新闻发言人李红兵表示,如果以传统方式续租,北京的第一次续租暂定周期为10年,费用目前只按相关标准收取土地租赁费和墓地管理费两项,“目前收费特别是管理费用明显偏低,将等相关政策调整后,再重新确定标准”。

云南等地对到期墓穴的续租仅有一个原则性的规定。比如,云南2014年出台的《关于殡葬服务收费管理有关问题的指导意见》中规定经营性公墓维护管理费实行市场调节价,由公墓经营单位自主制定收费标准。

又到清明祭扫时。记者调查发现,目前,山东、北京、辽宁、重庆、内蒙古、云南、广西等地出现墓穴“到期潮”,仅山东、北京、云南等少数地方对到期墓穴如何续费费用出台政策;在一些地方,到期墓穴欠缴续租费用的情况较多,墓园管理方如何处理无主墓面临难题。

到期墓穴如何续租、处理成难题

记者调查发现,目前,各地在处理到期墓穴过程中面临诸多困难。

——实现生态化改造有难度。《北京市殡葬事业发展规划(2016-2020)》中提出,到期墓穴“原则上不再以传统墓穴的形式续租”,“对不再续租的墓穴给予奖励”。北京市民政局殡葬处处长李辉表示,到期的传统墓穴进行生态化改造是今后鼓励引导的方向,但并不是搞“一刀切”。

针对北京相关规划中提出的“对租用合同到期的传统墓穴,以适当方式进行节地生态化改造”,李辉介绍,目前北京对如何在墓区进行生态化改造还没有具体措施。

在业内人士看来,在操作层面上实现传统墓穴的无害化降解

处理是个难题,生态化改造可以提升土地利用率,但建材的可循环利用却几乎是不可能的。

——欠费墓穴不知如何处理。济南玉函山安息园是全国最早获得“续租批文”的墓园之一,负责人孙建军说,早在2010年,济南市物价局就专门发文,对期满的普通型公墓收取护墓管理费最高不超过每月15元,中、高档型最高不超过每月25元。“由于各种原因,对于到期墓穴,很多时候联系不到家属。”

根据《辽宁省公墓管理办法》,期满后逾期3个月不缴纳的,按无主墓穴处理,但包括沈阳回龙岗墓园在内的管理方都并没有对过期墓穴按无主墓处理。回龙岗墓园服务中心主任李树尧说,尽管政策上对无主墓有明确

的时间判定,但现在所有过期墓穴依然都保持原状,就怕将来家属找麻烦。

——缩短墓穴使用期限公众尚难以接受。《北京市殡葬事业发展规划(2016-2020)》明确“鼓励缩短墓穴租赁期限”。不少网友直指,20年到期已经太短,进一步缩短周期更不合适。

中国殡葬协会专家委员会专家乔宽元指出,墓穴的使用和缴费周期要兼顾土地资源紧缺的现实和百姓的接受程度,居民的代际年龄已经从十几年前制定使用周期时的20年延长到了30年,使用周期比较短的地方需要尊重社会现实和居民需求制定较长的期限。而在上海、深圳等地墓穴的使用周期在50年乃至70年的,适当研究如何缩短期限很有必要。

墓地紧缺形势下如何集约使用土地成焦点

多位专家指出,近年来,一些地方对到期墓穴的处理和收费、墓穴的租赁周期等出台政策,这其实是在应对“墓地围城”困境。《中国殡葬事业发展报告(2012-2013)》显示,全国大部分城市的现有墓穴都将在10年内用完,北京、上海、广州等大城市很多公墓出现墓地紧缺。

记者在采访中了解到,一些建设时间较早的墓园面临大量墓穴到期却难以循环利用、储备土地不足的困境,在经济利益的驱动下,甚至不惜毁绿、填湖、私扩。专家认为,为到期墓穴的续租标准和无主墓的处理界定出

台细则刻不容缓。

为了应对“墓地危机”,民政部等九部委近日发布的《关于推行节地生态安葬的指导意见》明确,“积极推进墓穴循环使用”,“鼓励家庭成员采用合葬方式提高单个墓位使用率”。

“家庭成员合葬”与被明令禁止的家族墓有何不同?上海市殡葬行业协会会长王宏阶说,家庭复式墓葬是一个“叠葬”的概念,而不是铺开来的家族墓。目前上海推行的是上下两层、每层4个,最多可以安放8名逝者,尽管其价格较传统的墓穴高了20%-30%,但平均计算到每名逝者,

其实价格便宜不少。

尽管拥有单价较低和祭扫便利的优势,但上海家庭复式墓葬推出六年来,仅在试点的数个公墓销售了150个左右,依然属于“小众”。

沈阳骨灰入土植树纪念林经理纪书忠认为,鼓励家庭合葬在生态葬方面可以先行先试,以生态树葬和草坪葬为例,其设计就是将骨灰埋于树下或是洒在草坪上,未来再有亲属亡故可埋于同一地点,但具体如何操作还需要墓园实践和相关补充政策的出台。

据新华社

出行“快慢结合”

清明3天小长假,铁路的旅客运输密度超过春运,平均每天约千万人次。2日,清明假期首日,全国铁路发送旅客1162.3万人次,同比增加11.1%;3日,发送旅客899.4万人次,增长21.8%;4日预计发送旅客1110万人次。

为适应广大旅客不同的出行需求,铁路清明假期也推出不同的服务,做到“有快有慢”。

“快”的方面,清明假期全国铁路动车组发送量占比近一半。其中,4月1日动车组发送旅客535万人次,首次超过500万;2日动车组发送旅客508.9万人次。

“慢”的方面,为满足旅客踏青赏景的需求,铁路部门增开多趟旅游列车。沈阳铁路局在辽宁、吉林等主要城市间增开了23对旅客列车,为方便东北边远地区百姓清明扫墓、祭祖出行,沈阳铁路局还组织开行了“站站停”短慢车65列;郑州铁路局增开“梨花专列”、“南水北调号”等旅游专列;昆明铁路局增开昆明至罗平、丽江等4对踏青赏花旅游专列;兰州铁路局增开兰州、天水至乌鲁木齐的旅客列车;郑州铁路局增开了郑州至焦

清明小长假既是返乡祭祖的日子,又是春游踏青的好时机。随着交通出行越来越便利和人们旅游消费的意愿越来越强,今年的清明假期不仅出游人数超过以往,玩得也越来越时尚。

清明小长假出行呈现3大特点

作、洛阳龙门、南阳、开封等地的旅游专列;南昌铁路局在南昌、福州两地分别增开1对往返婺源间的“赏花专列”,为假期出游赏花的旅客提供便利。

“拼假出游”越来越多

虽然清明小长假4月2日才开始,但不少人1日就已经“在路上”。国内最大的在线旅行社携程旅游结合2.5亿用户数据发布的《2016清明小长假出游报告》显示,2016年清明小长假出游热情高涨,国内、出境游人数比平时周末翻番,半数以上市民选择“拼假出游”,平均游玩天数比2015年延长半天,旅游消费升级人均消费3000元。

携程旅游通过大数据分析显示:53%的游客选择4至6天左右的中长线行程,另有10%的游客选择7至10天的线路,也就是说

出行时间在3天以上的市民超过六成。选择节前或是节后请上1至2天带薪假期,凑满一个五天行程的人不在少数。

在出行目的地方面,今年清明小长假出游热情最高的出发地分别是上海、成都、北京、南京、广州、杭州、天津、深圳、重庆、桂林,排行首次打破了往年节假日北上广独霸前三的格局。成都、南京、杭州等城市清明出游人数均增长100%以上。

清明出游不但出行时间更长,而且消费也更多。携程大数据分析,虽然假期只有3天,但旅游消费达到了平均每人2969元。

携程旅游专家告诉记者,越来越多的游客愿意花更多钱买更好的体验。数据显示,清明出游纯玩团成为大部分消费者的选择。服务体验更好、团队人数更

少的私家团预订同比增长300%,在携程推出的可开放式选择酒店的自由行产品中,国际五星级酒店最受欢迎。

“未来景区”渐成时尚

清明小长假期间,有去山东曲阜三孔景区、海昌海洋公园等景点的游客会发现,只需一部手机扫一扫,即可不用再受排队买票之累,通行畅游并完成景区内所有消费支付;信用良好的游客还能享受“信用游”,先游玩,后付款,入园12小时后再统一通过支付宝结算。

这是阿里旅行推出的旅游创新产品——“未来景区”。通过互联网为景区打造兼具智能服务、数据能力、营销平台的一站式立体解决方案,阿里旅行与景区共同搭建平台,逐步实现从线下到线上、从在线预订到景区消费的

有效转变,并通过移动终端实现无缝对接,进一步优化提升游客体验与服务,实现线上线下产品结合与互动。

阿里旅行门票事业部总经理金奕表示,自2014年以来,阿里旅行不断推出“未来酒店”信用住、“未来景区”等一系列创新产品,2015年会员超过1亿人次。

旅游专家表示,随着越来越多景区实现智能化入园,加上互联网特别是智能手机订票、支付的普及,游客在景区入口排长龙的现象有望成为历史。智能化将改变景区和旅游业,切实解决游客出行体验痛点,帮助景区提升核心竞争力。预计未来五年,我国旅游业互联网基础设施的软硬件建设,景区等旅游核心要素的智能化和互联网化改造,将形成一个1万亿元的需求规模。

据新华社