

赖两金在莳弄姬翠竹



编纒穗



草玩圈里的南靖生产力

福建日报记者 张辉 本报记者 游雪慧 文/图

核心提示:

菖蒲和姬翠竹的走红,代表了绿植消费新动向——回归传统文化与向往自然野趣。

在园艺界,这样的案头小品被归入山野草的范畴。它们的玩家,则构成了兴起中的草玩圈。

山野草,借用的是日韩园艺业的概念,在中国传统语境中可对应“饰草”,意指山间绿野间的草本植物,经人工驯化成可供案头培植的微型园艺品种。在草玩圈,山野草的外延要更加广泛。草本植物、青苔,乃至微小型蕨类,都可冠以山野草之名。当家花卉兰花,便是个

中代表。

几年前,江浙一带的玩家将山野草概念引入国内园艺界,并致力于文化普及与市场推广,为玉簪、樱茅、白鸢草、虎耳草、血茅等品种培养了一众玩家。2015年大热的菖蒲,则让漳州市南靖县的花农们,接受了一次关于山野草的市场启蒙。在此之后,他们继续利用自然禀赋与技术优势,从生产端介入更多品种的扩繁与开发。姬翠竹、姬月季、虎耳草等品类已初具产业体量。

只是,草玩圈尚属小众消费圈,市场教育与消费觉醒还需时日,加之菖蒲市场大起大落的阴霾仍未消散,山野草的产业前景并不明朗。



姬月季



白鸢草



姬木贼



弹簧草



姬合欢



虎耳

山野草的市场启蒙



刚刚过去的七夕,魏昌家的新品盆栽姬月季出尽了风头。

“限量发售100盆,每人限购两盆,花盆口径8厘米的规格,单价160元至200元不等。”在微拍堂的首轮试水成功,让魏昌更加坚信自己的市场判断。

所谓姬月季,是传统月季经人工选育后的微型园艺品种,为日本福岛一带的山野草新秀。去年春天,魏昌通过江浙草玩圈第一次接触到姬月季,便觉察到其过人之处——鲜见传统月季夏季容易落叶的问题,且常年开花,更易养护,市场潜力不俗。果不其然,引种试产后,姬月季备受青睐。

魏昌是南靖县科技花卉中心负责人,从荷兰起步,从事花卉苗木业超过20年。2014年,因率先引种菖蒲并带动产销热潮,魏昌与南靖园艺界在业内声名大噪。

2015年,经历了短暂的狂欢后,菖蒲行情上演高台跳水,价格迅速跌入谷底,至今仍未实现触底

反弹。这场“疯狂”让投机者损失惨重,但却让魏昌接受了一场关于山野草的市场启蒙,为日后寻找新的发展品种埋下伏笔。

“在中国传统文化中,菖蒲是‘花草四雅’之一,历来有文人草之称,而其形态又充满了自然逸趣。”魏昌说,以菖蒲为代表的山野草大都具备了文韵与野趣双重属性——既能在文人诗词中挖掘其文化基因,又可在山野中觅得其原生品种,迎合了回归传统、崇尚自然的消费新主张。“此外,山野草大多是经过驯化的微型园艺品种,可供案头把玩,比起绿萝、发财树等传统室内盆栽,要细腻精致得多”。

来自江苏的盆景爱好者郑志林,是山野草的积极推广者。

2014年,他赴日韩考察时发现,当地玩草之风盛行。“不少学生与家庭妇女都成了山野草玩家,社会上兴起了一批教授山野草养护、搭配造景的培训机构。”这一年,郑志林引进了白鸢草、血茅、

编纒穗、樱茅、画眉等海外主流品种,并通过盆景造型,在其所运营的“盆景乐园”论坛上推广山野草文化。同年,“盆景乐园”与上海植物园联合举办了全国首届山野草展,草玩圈因此不断壮大。这一展览已连续举办五年。

在郑志林看来,随着草玩圈的兴起,山野草市场前景不可估量,甚至可以成为多肉市场的接棒者。后者历经多年野蛮生长,市场逐渐疲软,福建、山东、云南等几大主产区相继出现量价齐跌走势。“比起多肉,山野草具有更多的表达形式,通过与不同的盆器、古玩、雅石搭配,能够营造出丰富的意境与美感。加之其养护难度低,具有更大的市场接受度。”如今,郑志林收集的山野草品种近800个。

正因如此,在菖蒲热褪去后,南靖花农迅速找到新的目标,开始大量引进山野草新品种,进行培育扩繁。

占据国内草玩圈一席之地



看准了姬月季的市场前景,魏昌决定批量生产。

今年6月,魏昌托人将日本市上流通的500多棵姬月季成品全数盘下。通过扦插扩繁,一盆姬月季母本大约可分出1000盆扦插苗,它们经过半年养护便能作为成品出售。顺利的话,今年秋天,魏昌家的姬月季就能实现量产,明年产量预计超过5万盆。同时,他正攻关组培技术,以期提高扩繁倍率。

“我们面向日韩园艺市场,撒网式海量收集品种资源与母本,再从中挑选潜在的爆款,单个品种大多需要走几百盆的量。”魏昌说,这个环节中,引种人起到至关重要的作用。长期为魏昌提供引种服务的引种人有8人,大多来自江浙地区。

掌握了品种母本资源后,就需要高倍率扩繁,迅速实现量产。

在菖蒲热中,南靖花农摸索出的分株孤苗模式,曾让当地在短时期内集中了市面上约80%的种苗资源。“通过分苗、扦插、压条、组培等方式,母本以成百上千的倍速进行复制,母本成本被迅速摊薄,最终可忽略不计。”魏昌说,高倍率扩繁在南靖行得通,源自当地高温高湿的气候优势,但更重要的是多年来发展兰花沉淀下的技术经验。

“拿到一个新品种,我们需要用一年的周期摸索植物的生长特性,并制定配置方案。”魏昌说,并非每一种山野草都适宜在南靖繁殖。2016年5月,魏昌花费5万元引进一批虎耳草细分品种御所车。但难耐高温的御所车在闽南夏季高

温天气下全季覆没。同样,依赖沙质土环境的沙参,也不适宜在南靖栽培。

摸清植物特性后,需要以此为基础设计一套生产流程,确定用肥种类、剂量、频率等指标,并将其量化为可操作的技术标准与规范。“以用肥量把控为例,每个操作工人上手前,都要利用天平称重,反复练习与调整,从而使每次人工抓取的肥量,尽可能接近标准剂量。”魏昌说,山野草的管理过程被分为装土、分苗、上盆、施肥、浇水、上架等工序,每个工人负责其中一道工序,各司其职,流水线生产。

这套发展逻辑,让南靖在国内草玩圈迅速占据一席之地。光是魏昌一家便拥有80余个品种资源,其中30种已进入商业化阶段。

走出把品种做烂的怪圈



当前,在南靖花农引种的山野草中,被称为“网红竹”的禾亚科植物姬翠竹最具规模。

山城镇溪边村种植户赖两金是第一拨引种者。去年,他卖出了6批次共4万盆姬翠竹。其间,赖两金见证了姬翠竹动荡的价格曲线。“去年上半年,两个月的苗卖到50元一盆,下半年只剩下25元,如今才8元。”赖两金说,由于生产成本不过数元,目前利润依旧可观。但出于风险考虑,他已经开始谋求新的品种。

对于行情起落,赖两金在反思:“为什么一个新品种在南靖总是做不长久?难道只能在资源稀

缺阶段赚快钱而后不断进行品种更替吗?”

“新品种走红后,跟风者蜂拥而至。对内,同业者之间大打价格战,相互压价;对外,除了兰花因多年耕耘已建立了稳定的市场通路,其他花卉大多缺乏自有渠道,市场开拓不足,只能依赖沿海百花村、漳平永福等成熟的花卉市场。”山城镇的张文滨有同样的观感,在这个过程中,由于对销售端缺乏把控能力,南靖花农在产业链中显得较为被动。

因此,魏昌认为,山野草产业要真正发展,仅有完备的技术与生产能力远远不够,还需要在渠

道上掌握话语权。他建议组建产业联盟,成员之间抱团取暖,共同在线上线下开拓市场,同时构建健康的市场秩序,避免相互压价与行业互害。

郑志林则认为,山野草产业壮大的前提是进行充分的市场教育。“对于山野草这个概念,国内消费者知之甚少。大部分山野草品种都由日韩市场引进,即便是从业者,对其生物学分类、人文内涵等都缺乏足够的了解。”郑跃明说,当前国内山野草市场尚在起步阶段,所谓草玩圈也大多是小众圈子,要真正打开山野草市场,首先应该普及山野草文化与知识。