

■文/摄 记者 何可人

身边

每当夜幕降临,在益农镇星联村的一处塑料大棚内,总会泛起光亮。

这是“二师兄”开播了。

“我们种月季要避免一个误区,就是总以为土可以不花钱,挖一坨种种就好。其实,盆栽的月季都需要配好的营养土。如果换盆的时候直接往泥土里一埋,根就扎不住了……”

一个支架,两部手机,一张主播台,一面摆满各色月季的背景。镜头前的“二师兄”,普通话不太标准,表述也略带拘谨,但回答起网友们关于养花的技巧来,却是头头是道,十分接地气。

“二师兄”真名袁国锋,就是本村人。他直播的场地,正是他和妻子一起经营的家庭农场。农场有近20亩地,种植了2万多株、三四百个品种的月季,此外还有一些大花绣球。

坐拥“花花世界”的“二师兄”,在短视频平台里已经是位小有名气的“网红”,拥有17.2万名粉丝。

日前,记者走进“二师兄”的家庭农场,探访“二师兄”流量背后的故事。



“二师兄”的“花花世界”

■不想被“拍死在沙滩上”

在那个网上销售花卉刚起步的年代,市场并不“卷”。

“二师兄”笑着说:“当时我经营网店,每天就看着订单发货,不需要客服,也没什么投诉,很简单的。”

然而,伴随自媒体的快速发展,“二师兄”逐渐意识到,淘宝的销路太单一,而且不能很好地呈现花的品质。单凭自然流量,网店基本没有单子进来了。

怎么办?

不甘心成为那个被“拍死在沙滩上”的“前浪”,对互联网有着敏感神经的“二师兄”,决定紧抓风口,朝着短视频“进军”,拓宽销路。

2018年,“二师兄”在抖音平台注册了账号。一开始,他只是随手拍一些花卉欣赏、花卉种植技巧的视频,把抖音当成了微信朋友圈。

次年,他又尝试当起出镜主



播。在自家大棚里架起手机,有时分享新品种月季的选育,有时介绍月季病虫害的防治等等,常常想到什么说什么。固定镜头,一镜到底,视频大多1分钟以内。没想到,简单的作品受到了大家的喜爱,观看、点赞、评论的越来越多,还有网友在评论区中求助、催更。

面对网友们提出的各类养花疑问,“二师兄”一如既往地耐心回复。为了不辜负大家的期待,他的短视频推送频率也越来越高,基本每天一条。如此一来,收获了一批稳固的粉丝群体。

与此同时,“二师兄”还和妻子一起开始通过淘宝、抖音平台试水直播,给广大花友科普花卉知识、介绍养花技巧等,一播就是几个小时。

“二师兄的彩花涧”账号火了,后台越来越热闹,粉丝数噌噌上涨,其中,网店粉丝量达到6万,订单量也开始不断攀升。

“旺季的时候,一晚上可以卖出百来盆。客户九成来自萧山以外的地方,其中还有网易这样的大客户。最好的时候,一年的网店销售额超过100万元。”说起自己的“战绩”,“二师兄”满脸自豪。



■线上卖花的“前浪”

1982年出生的袁国锋,赶上了互联网快速发展的年代。

袁国锋说,自己是比较早玩贴吧、论坛的。从小就爱侍弄花草的他,2000年毕业于萧山二职花卉专业。因为兴趣和专业使然,早年就经常在贴吧、论坛上和一群志趣相投的花友交流养花经验,还教人种植月季的技巧,慢慢地,他获得了花友们的信任,被大家亲切地唤作“师兄”。这也是“二师兄”这个网名的由来。

也正因为这份信任,“二师兄”偶尔会给自家大棚种植的花卉“打打广告”,一些花友通过网络向他购买,虽然数量不多,但也算是尝到了线上卖花的“头口水”。

其实,毕业后的“二师兄”有好一段时间并没有从事花卉行业。“刚开始在外企上班,工作之余,就买些进口月季、铁线莲种,自己研究养花技术。”他说。

一场家庭变故,彻底改变了“二师兄”的生活轨迹。

2011年,“二师兄”刚出生的大女儿因为患病需要每天做康复治疗,医疗费用压力很大。为了走出困境,第二年,“二师兄”从外企辞职,在淘宝开了一家名为“二师兄的彩花涧”的网店,专门销售月季、大花绣球、铁线莲等花卉,走上了创业路。“一方面时间上可以自由一些,方便照顾女儿,另一方面,养花一直是我的兴趣,也算圆了自己的一个梦。”

之后的日子,“二师兄”每天早上带着女儿驱车50多公里路去做康复,下午回到家,就扎进田里照顾花苗,晚上又在几个花卉论坛与花友交流养花经验,并推荐自己养的花和网店。

他的故事在网上流传。因为他懂花且品质有保证,很多花友从贴吧、论坛“转战”他的淘宝店,成了他的长期客户。

“当时,网上销售花卉的店家不多,有些还卖假货,发的花卉都货不对板。”“二师兄”说,这让爱花的他更加坚定了做好花卉品牌的心。

2014年,生意越做越火红的“二师兄”开始“扩张版图”:除了自家的10亩花卉大棚,又在夹灶小学附近承包了近10亩地,主种月季,一步步把兴趣做成了事业。

为什么选择月季?“二师兄”说,月季的品种多,花期长,出售的季节也长。“春、秋是开花旺季,到了夏季比较耐高温,冬季又不怕冻。另外,月季的种植地域也比较广泛,在我国从南到北都可以种植,客户群体自然就多了。”

■坚守的是一份情怀

不成想,随着直播电商的风生水起,“二师兄”却感受到了前所未有的危机。

一方面,直播卖花打破了地域限制。比如,每年3月,云贵川地区的月季都开花了,而萧山这里的月季还是光秃秃的枝杈,显然缺乏抢“鲜”优势。

另一方面,人手不足也是一大短板。“那些头部的卖花电商可以从早播到晚,我显然跟不上这样的节奏。每天光是早晚给近20亩的月季浇水,都要耗费大半天时间。另外,还要处理打包、发货等其他事宜,一天播两场都不能保证。”“二师兄”摇摇头说。

而摆在面前的残酷事实是:直播得越少,花越是卖不动。

“二师兄”也考虑过招专业的人来直播,还用“可以实现月季自由”的人职条件作为吸引人才的筹码。然而,却始终未果。

“我们这里离城市比较远,而且干农业这行很辛苦的,没点情怀是坚持不下去的。你看像现在这样的天,在大棚里呆一会儿就要冒汗了,坚持直播几个小时可不容易。”“二师兄”有些无奈地说,“还有,说实话,打听了一下,请主播的费用也有些承受不起,可能最后卖出的业绩还不够支付工钱呢。”

于是,“二师兄”又开始尝试通过社交平台的“网红博主”直播带货的方式,打开自家月季的销路。

虽然效果还算明显,但很快也遇到了一个尴尬的问题。“花卉不像衣服,一个款火了,可以马上加单做一批出来继续卖。月季一个



品种火了之后,有可能花期也过了,即使还在花期,售空了也难以及时补货,因为繁育总是需要过程的。所以,我总是很难跟上网络热门。”“二师兄”说。

不仅如此,“二师兄”算了一笔账:目前直播卖的月季售价都是38元一株,其中光是包装和快递成本就要10元,再刨去盆土、人员成本,利润不多。

更何况,月季号称“药罐子”,

日常的养护投入也不小。“像今年上半年雨水多,就要及时做好月季的病虫害防治。”“二师兄”说。

虽然如此,“二师兄”始终没有放弃继续“突围”。“最近也在计划着,想把农场好好捋顺一下,打造

一些可以供人打卡的场景,来带动销售。”

“二师兄”说,养花养到最后,会有一种情怀。看着养的花一天天长大,会开心;听着别人夸花养得好,会欣慰。虽然这条路走得不易,但他依旧希望用精品去赢得客户的信任,养好每一个品种、每一株月季。“二师兄”的言简意赅,掩饰不住他对月季的喜爱。二十多年来,他与花为伴,掌握了很多养花技巧,更是研究出了不少种植“妙招”。在追求销路的同时,他不忘利用各类平台毫无保留地输出“养花经”,还在母校萧山二职担任外聘老师,向后辈们传授花卉种植技术。

“爱花的人是一家,养花上有什么问题,都可以来问我。”“二师兄”笑得像花儿一样。

