

他们冲进花卉市场,在小小的花盆里“挖呀挖呀挖”,不但要玩明白还要整出花样——

“种草”“浇”朋友 “植系青年”爱好中寻新商机

本报记者 李佳琪 文/摄

父辈憧憬养老时的“花园梦”,如今在年轻人心中也扎下了根——越来越多的年轻人购买、培育绿植,为自己打上“植系青年”的标签。

有些人将其看作新型的娱乐方式,有些人将植物作为“家人”相伴,有些人通过植物扩大了社交圈,也有些人在养护过程中找到了“新职业”……

养绿植不仅是一种爱好,更成了一种生活态度和方式。“绿植文化”正在释放巨大的能量,一些洞悉先机的年轻人更是从中发掘出了新商机。



道外花鸟鱼市场上,年轻人喜爱的多肉植物被摆在显眼位置。

A 年轻人热衷“种草” 绿植线上线下“春意盎然”



花卉市场里,年轻人正在选购绿植。

天气转暖后,每逢周末,道外花鸟鱼市场的业户老杨就把多肉植物、竹类植物、巴西木,以及一些花盆装点与植株造型上都“讲究”的绿植,摆放在摊位最前边显眼的位上,“这些都是年轻人热衷购买的绿植品类”。

“工作日一般来逛市场的老年人多,我会把花开得艳,果结得好的花卉摆放在前边。但周末,来逛市场的年轻人特别多,他们爱买多肉,尤其是一些造型奇异的植物更受他们喜爱。”老杨做花卉买卖已有六年多时间。他的感受是,来逛市场、买绿植的年轻人越来越多,尤其是这两年,“天气好的时候,周末来我这买花卉绿植的顾客里,接近一半是年轻人。”

在老杨的摊位前,市民小郭正在选购一盆薄荷。“同事工位上都摆着一盆植物,看着他们工作之余侍弄一下花卉,还挺有意思的。”小郭觉得,夏季快到了,薄荷

还有一定的驱虫功能。薄荷散发的味道很好闻,观赏性与功能性兼具,适合上班族购买。在市场里,有像小郭一样带着“目的”来逛的,也有不少人,来之初只是单纯地看看,实际上却带走了养花“大全套”的年轻人。

在越来越多的年轻人成为“植系青年”的背景下,线下绿植摊位的迎来了新客群,线上商家也收获了销售“好成绩”。拼多多平台数据显示,4月以来,该平台哈尔滨鲜花、绿植消费人数明显攀升,同比增长三成。其中,特色花卉成为消费体量最大的类目,特色绿植、大型绿植、成品组合盆栽的销售保持了同比两位数的增长,以绿萝、富贵竹、转运竹表现更为抢眼,销售额同比增长均超过40%。养花“周边”商品如家庭园艺肥料、营养土、营养液、花盆、家庭园艺种子、铲耙锄等销售额也实现了同比两位数增长。

B 既能当潮玩、可看亦可吃 养绿植成了“生活方式”

“以前在蚂蚁森林种树,如今在家打造‘小森林’,成了不少年轻人当下的生活写照。

“多肉选择砂砾土要40%还是70%?”“给多肉换盆多长时间能‘服盆’?”……自从23岁的“陆小乖”迷上了阳台种绿植,遇到“疑难杂症”就在豆瓣小组里解决。“小组里都是年轻人,最常聊的话题就是谁家的花开了,谁家的植物得了‘急症’该咋救治。”“陆小乖”称,小组里既有坐拥“阳台森林”的绿植大户,也有刚入门的新手小白,“一家有难众人帮,一家开花众人赏”成了每天小组成员的互动乐趣。在“陆小乖”看来,养绿植的初衷一是装点一下租住屋,有个好养活的“生命”陪伴自己。但随着之后在豆瓣小组的互动,“陆小乖”的社交圈子扩大了,通过植物的联系,让自己找到更多的乐趣。

事实上,“陆小乖”们还有很多。在年轻人活跃的小红书上,“绿植”话题下已有超1185万篇笔记;在微信上,“绿植”话题下有11.3万讨论和1.1亿阅读量……58同城、安居客发布的《毕业生就业居住调研报告》显示,年轻人乔迁新居,买绿萝、多肉等植物装饰的比例甚至大于曾经的家居顶流“小家电”。

为装点、为陪伴、为社交……不少年轻人将绿植玩出了“新花样”。

“这是玉露和火祭,那边是桃蛋和粉蓝鸟……”姗姗对阳台上的多肉如数家珍。“它们外形各异,色彩艳丽,养多肉就像在集潮玩,每次买了新品种,都要在社交平台炫一



社交平台上,聚集着大量“植系青年”。

下。”姗姗告诉记者,多肉品种很多,多数价格不贵,有的十几块钱能买一堆,价格高点的也不过三十来块,集多肉“潮玩”既不会耗费太多资金还能满足收集欲。实现种植自由,让年轻人有了新的娱乐方式。

与姗姗的收集目的不同,成莉养绿植则是为了吃。“春天我会买来一些作物的种子或者秧苗,比如小番茄、草莓、辣椒等,最长70多天,最短一个多月就成熟了。”成莉称,种作物可以享受它们成长的过程,刚开始一盆绿植,后期开花结果,每个成长状态各异,每当吃到果实时都会有一种成就感、满足感。

如今,植物不仅成为一种“媒介”,让年轻人之间产生了更多的互动,它们更成为一些年轻人带有“治愈”意味的伙伴。在培植养护过程中,人与绿植进入一种共同成长的状态,养绿植、养好绿植,养成兴趣爱好……栽培绿植逐渐成为年轻人的一种生活方式和生活态度。

C 从“植系青年”到“颜植青年” 养绿植催生新职业、新商机

“我的多肉怎么才能上色?”“什么绿植能和餐厅整体设计搭配上?”“这个角落摆放一些什么造型的绿植才能显得更漂亮”……时下,年轻人养绿植已不再满足于“养”,而是注重植物如何养得更“出彩”,并实现植物与所在环境的整体协调搭配。由此,催生出植物造型设计等需求,“植系青年”则变成了“颜植青年”。

“颜植青年”追求个性化、创意化和美学化的绿植产品,他们不仅关注绿植本身的品种、形态、颜色等特征,也注重绿植与盆器、装饰、空间等的搭配和设计。眼下,“颜植青年”正引领绿植市场的创新和多元化发展,并催生新兴职业的诞生。

“前几年疫情期间买了几盆植物陪伴自己,在养护过程中,渐渐喜欢上了它们。”“80后”网友“土豆”索性辞掉工作,继续在哈尔滨花卉大市场、哈尔滨王府井购物中心附近开了花卉绿植销售店,经营自己的“爱好”。为了更好地培育绿植,“土豆”平时会报一些专门课程,学习植物养护、搭配、设计等方面的知识。

如今,“土豆”成为了一名“植物设计搭配师”。“这个月已经接了两单绿植整体设计订单。客户希望为新开的门店搭配绿植,符合整体环境设计。”“土豆”说,相比于鲜花,绿植不仅可以长期陪伴,更在造型上具备优势,能够与空间设计作整体搭配,业内称为“植物美学”。“土豆”在香坊区开了一家工作室,专做植物培育、设

计搭配,近一年“土豆”曾为哈尔滨的咖啡馆、瑜伽店、水果店、西餐厅、书屋等多个行业店铺做过室内植物整体造型设计和搭配。

“年轻人喜欢绿色的植物,更讲究植物在环境中的‘整体美’。”“土豆”称,年轻人审美新奇、独特,她也在不断学习各类“植物课”“设计课”,来满足客户各类需求。“比如黄金榕、孟加拉榕、锦叶福禄桐、昆士兰佛肚、斑木等这类植物,它们虽然属于大型植物,但造型感极强,特别符合喜欢空间设计感的客户。”在“土豆”看来,通过绿植做设计、搭配等方面的市场空间很大,她身边同样做绿植生意的朋友正在研究开一个“植物集合店”。

“集合店或将成为植物销售市场的一个发展趋势。”“土豆”告诉记者,此类集合店一般开在近郊,需要一个相对较大的空间,这里不仅可以给绿植有更大、更好的生长待销空间,更为客户提供了一个植物及其周边“一站式”购物环境。“一般这类集合店还会搭配咖啡馆、赏植物、品咖啡,让顾客有一个更加轻松、愉悦的购物环境。”

大量年轻人的进入,让市场需求逐渐呈现多样化、类型化特点。现下,不少年轻的绿植爱好者从业余变成了专业。他们借助数字手段,在抖音、小红书等年轻人聚集地创业、发展,从栽培教学、平价测评,到提供周边服务、养护教学的“一站式”购物服务,绿植文化正在释放巨大的能量和商机。



网友“土豆”为室内环境设计的造型植物。