

“风雨肆虐后,鲜花依旧开”后续

看了本报昨日报道,来联系买花的好心人络绎不绝

爱心爆棚,有单位直接要了300盆 花农感恩:放心,肯定挑最好的卖



本报记者 朱丽珍
通讯员 杨卉

平湖市独山港镇韩家庙村,离海岸线不到10公里。这次台风“烟花”带来的强降水和倒灌,造成村里千亩花卉园中,36户花农超过600多万盆各式鲜花受到不同程度进水,受淹最严重的大棚,几乎是一片汪洋。

为了将损失降到最小,一直做批发生意的花农,打算拿出一些适合在家里养活的品种零售,拓宽销售渠道。昨天一大早,花农蒋小英就在花卉园里做各种统计,把各家目前还能零售的花草品种、图片、价格、数量一一列出。

“价格都是能给的最低价。”养过花的都知道,被洪水泡过的花草,大概率会烂根、得病,太阳一晒,可能就干枯死去,但蒋小英说得很朴实:“我们受损,不可能再让别人受损,肯定要挑一些好的拿来卖。”通过本报报道,已经有不少读者,愿意认购花草。

排沟抽水忙个不停 花卉园里积水在下降

这几日,雨水停歇,花农们一刻都没休息,排沟、抽水,只想快点把花卉园里的积水处理干净,直到昨天中午,蒋小英发现花卉园里的积水,稍微下降了一些,“总共降了差不多十多厘米了。”

积水在慢慢退去,但这速度对于花卉园里的花草来说,显然还不够快。

蒋小英一家,把全部心血都投入其中,“买母本又花了十几万,一天七八个工人一起忙活,从育苗慢慢做起来。”承包花田,成本不小。人工费就挺高的,每小时10~16元,土也要从东北拉过来,每袋9斤的土,就要10元。“我们已经从东北拉了4车过来,每车有3100包。”

6月30日,蒋小英在朋友圈发文:熬了多少时间和苦,终于看到一点小成果。配图中,花田里的月季已经冒出了一个个娇艳欲滴的花蕾。

就在7月26日,还有客商咨询采购事宜。“怎么卖啊?我们只能跟他们解释,台风来了,先缓一缓。”谁曾想,这口气缓不过来了。

半年心血,一场大水,收成无望。



泡了水的花草较难养 但花农说,挑最好的卖

损失已经产生,但大家还没有放弃,总想着再拼一把,把这些零零散散的花草销售出去。

按照以往,花卉园里的花草基本都是批发销售,以“千”计算,价格自然也比零售低很多。现在花农们考虑,就以比批发还低的价格来零售。

关于泡过水会不会烂根的问题,蒋小英也承诺:“我们已经受损,不可能再让别人受损。”

昨天一大早,蒋小英就开始统计可以销售的花草,品种、图片、价格、数量都介绍清楚了,还告诉了大家一些种植小技巧。

蒋小英说,月季是比较适合在阳台养殖的,但是不能太湿,会烂根,也不能太干,会干枯。一般两三天浇一次水,十来天施一次肥。月季不怕暴晒,但需要注意的是,比较容易长蜘蛛,所以要用药。另外开花后,可以把老叶子剪掉,又会爆芽,会越来越茂盛,到时候要及时把盆子换成更大的。

另外还有绣球、素心、女贞、双喜藤,也是比较适合在阳台种植的。

女贞会长得很茂盛,越大越值钱,不会开花,但比较好做造型,也是很好养,不要缺水就行。

有人想买来装点办公室 有单位一下买了300盆

平湖花农的遭遇,也唤起了本报读者的爱心。

蒋小英说,昨天已有几位好心人跟她联系,想购买花草。“杭州来联系的比较多。”蒋小英说。

三门读者胡小姐给钱江晚报留言,想“云养”10盆月季。“花农这几天肯定忙着自救,估计连打包快递的时间都没有。”胡小姐说,花不用给她寄了,“我直接把10盆的钱打过去。花农肯定比我打理得好,花开得旺,就很有意义。”

王小姐是杭州一位白领,看到报道后,她也想买几盆月季……

除了零零散散的单子,昨天下午,钱报记者接到浙江交通集团浙西区域负责人王巍的来电,打算向花农认购300盆月季花。

王巍告诉记者,他和同事商量之后决定认购一批鲜花,尽一点绵薄之力:“这些花我们将用于美化服务区及办公室场所。”他说,如果快递不方便,他们可以自己开车去花卉园采购。

如果您也想帮帮这些花农,如果您有销售渠道,或者有意购买花卉回家,欢迎与蒋小英联系(13859335066,微信同号)或拨打钱江晚报·小时新闻的热线96068,我们将为你们牵线搭桥。



淘宝天下半年报:商业与温度共存,价值和情感并序

上半年,零售圈风起云涌。币圈降温、跨境电商迎来风口、年轻人一手捧起来的奶茶第一股,上市即破发;历经“百团大战”的社区团购开始洗牌,生鲜电商为夺“第一股”,开启巷战模式……

一切的不稳定,都是为了更加稳定。这些新的商业形态,在后疫情时代的不确定性中,逐渐拨开迷雾,迎来

崭新的开始。刚刚跨入第12个年头的淘宝天下,仍在稳中求变,在商业轮回中挖掘零售的秘诀,记录小而美的人物故事,用心服务好商家。

商业世界里的每一刻,都不会重演。上半年,编辑部的71篇10万+爆款文章,代表71个激励人心的商业故事;《电商》杂志社抖音、快手粉丝累计突破760万,站上新高度,也是再出发;

作为电商生态的参与者,淘宝天下从最初的生活方式刊物,到在线商业观察者,发展到如今,已是集营销、培训、在线教育、电商招聘等领域为一体的内容生态的深度玩家。

2021年已过半载,在挑战与机遇并存的上半年,淘宝天下各业务稳而有序,彼此温暖,在内容领域突破了更多边界。 郑亚文