



码上看报



码上订报

# 00后店主将绿植搬上网 用有氧健康引领生活风尚

“秋山绿萝月,今夕为谁明?”李白在《秋夜独坐怀故山》中用绿萝表达对隐居生活的向往。绿萝遇水即活,拥有顽强的生命力,被称为“生命之花”,寓意着“守望幸福”。在家中摆上一两盆绿萝,不只是为了生活增添一抹明快的绿意,更能够有效吸收空气中的甲醛等有害气体,又有“绿色净化器”的美名。

淘宝店铺“染春坊”就专注于绿萝绿植,让平价绿萝走向全国各地,用顽强生命力带去清新空气,让每一个消费者都能畅享健康生活。

## 视频直播为绿植铺路 让绿意走进千家万户

刘聪的父母二人经营着四五十亩的绿植养殖基地,为线下供应商提供货源。刘聪从小和植物打交道,修剪、扦插,把一棵苗变成一盆茁壮的盆栽,总是能带给刘聪不一样的成就感。然而近些年,线下市场打起了“价格战”,价格越压越低,几乎每年都处在亏损的状态。面对线下市场的困境,今年毕业后,刘聪想尝试用所学知识与新媒体技

术做出内容,带动成交,便和同学一起创业,开设了“染春坊”淘宝店铺,形成了从养殖到零售的完整供应链。

线上出售绿植和线下近距离供货最大的差异在于运输难度,为此,刘聪选择了绿萝这一好养活、易打理、宜室宜家的绿植作为主要商品。运输过程最重要的是保护叶片水分,水分如果没控好,叶片可能会被闷坏而导致干枯。为此,在发货前三天,刘聪会将绿萝叶片的水分控干,再采用无纺布保护叶片,让到达顾客手上的绿植绿意盎然,充满生机。

对于养植新手来说,打理不当,绿植很可能没几天就会枯萎。刘聪关注到这一痛点,便通过短视频、直播教授扦插、养护技巧。“我们决定做好内容不仅是为了营销推广,更是把种植和养护技巧传播出去,这样顾客收到货之后能够自己去养护,也解决了售后问题。”

## 绿植走近年轻人 “佛系”享受健康有氧生活

在积累一个多月的淘宝店铺运

营经验后,刘聪发现,由于居家装饰与净化空气的功能定位,绿萝主要销售群体是35岁左右的女性。而年轻人在生活工作之余,没有太多精力投入居家生活去养绿植。为此,刘聪不断地培育新品,迎合当下年轻人更为“佛系”的养植习惯,主打“懒人优选”,推出更适合年轻人的水培绿植,“水培绿萝非常好打理,喝完的牛奶瓶空出来,几株苗插在玻璃瓶里,摆在办公室里、家里各个角落,有水就能活。”

除了培育、改进水培绿萝,刘聪仍在开发新品,寻求创新,经过分析讨论发现,发财树在绿植中的关注度持续增长,不同年龄层都有着“发财”的美好愿景。对于年轻人而言,选择养绿植也是在“内卷”的生活中寻求放松,看着凝结心血养出来的绿植不断成长,也会更加注重绿植带来的精神价值。发财树正契合了年轻人追求放松与寄托美好的养植需求,也将成为“染春坊”的下一个主力商品。

(蒋哲)

近日,在河南省获嘉县太山镇的鑫桥薯业合作社种植基地里,绿油油的红薯秧子一眼望不到边,随着挖薯机缓缓驶过,一垄垄红薯破土而出,大家忙着分拣、装包拉运,田间地头一派喜人的丰收景象。

为了让红薯卖上好价钱,带动周边更多的群众增收致富,笔者看到,太山镇太山村党支部书记李杰到红薯基地录制宣传视频,大力宣传推介太山红薯,帮助群众卖红薯、增收,让优质红薯走出乡村、走进千家万户。

与此同时,本地主播周小伟在红薯地现场也搭起了“电商直播间”,耐心地向网友们介绍着本地红薯:“我们鑫桥红薯荣获国家‘绿色食品’认证,属于‘绿色食品A级’产品,目前红薯品种有6个,其中最受欢迎的是有适合烤着吃的西瓜红薯,适合蒸着吃的板栗薯,适合生吃的马莎丽薯……”

据了解,鑫桥薯业合作社从2017年成立至今,已成功注册了“紫玉薯坊”和“薯佳香”2个商标品牌,建设有1000余亩绿色红薯种植基地、300亩脱毒种薯繁育基地及150亩的苗圃基地。该合作社主要采用农户加盟的合作模式,通过实施标准化种植、产业化经营、品牌化销售,初步形成了集标准化红薯种植示范基地、红薯产品深加工就业帮扶车间和新产品开发于一体的红薯产业链,让小小红薯成了太山镇产业振兴特色品牌之一。预计2023年红薯年产量达1000余万公斤,年产值达335万余元。

(杨丰玮 牛子瑜)

红薯地里搭起「电商直播间」

# 欢迎订阅2024年度

# 农业科技报®

## 全国最具有影响力的 科技类涉农报纸之一

**主要版块** 三农新闻 乡村振兴 问农热线 现代农业 果农课堂  
种植养殖 品牌农业 设施农业 创富天下 农村法治

订阅热线: 029-87036595

新闻热线: 029-87036602

## 聚焦“三农” 传播科技 致富百姓



全国统一刊号: CN61-0068  
邮发代号: 51-98

全国各地邮局(所)均可订阅  
全年定价**198元/份**



识别二维码关注  
《农业科技报》官微