申城136个市民园艺中心将鲜花 绿植与艺术美学的“种子”播撒开去

民生调查

以花为媒搭平台 让市民爱逛爱逗留

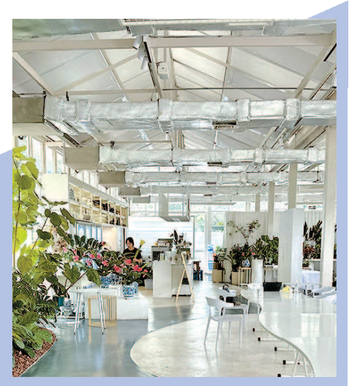
本报记者 金昱矣

下班带一把“下班小花束”,周末上一场园艺手作课,空闲看一场跨界艺术秀……在申城,136个“市民园艺中心”将鲜花绿植、园艺生活与艺术美学的“种子”播撒开去,甚至有些还成了社情民意的收集点,成为市民爱逛、爱逗留的场所。

市民园艺中心和普通花店有何不同?为生活方式和消费习惯带来了哪些改变?今后又应如何“常设常新”,走出一条可持续发展之路?近日,记者探访多家市民园艺中心,寻求高品质家庭园艺服务场所让城市更美好的关键。

■ 黄浦市民园艺中心的花艺师挑选花材

■ 曹家渡街道的孩子们制作花束



■ 中山公园的园艺中心由温室改建而成

黄浦 价格亲民,『下班小花束』火了

“有点像超市晚上打折,花材根据每天剩余随心搭配。”最近,位于一大会址·黄陂南路地铁站5号口的黄浦市民园艺中心的“下班小花束”火了。花上几十元,就能在下班路上带一把精致小花束。这让白领很是心动——手捧“自然”,细嗅花香,单调的“社畜”生活中,仿佛也有了一份“悦己”的仪式感。

“高颜值”加“亲民价”

朱文琴是这家市民园艺中心的主理人,也是小红书上粉丝3.7万的园艺博主。作为狂热的植物爱好者,她在苏州吴江七都经营着一家“Lulu农场”,收集有3000多种植物。闲暇时,她会去全国各地收集中国原生植物。

与上海结缘,始于去年黄浦区举办的“春天开放日”活动。“当时我受邀参加,主办方上海种业集团和区绿化部门都觉得我们摊位的风格理念比较新,比如用中草药植物来做鲜切花。大家一拍即合,约定由我来运营。”朱文琴说。

今年年初市民园艺中心开业后,立即以“高颜值”和“亲民价”吸引了周边市民。除了市面上常见的“大路货”,店里更多的是从农场运来的自育品种或冷链运来的进口花材——铁线莲、石蒜、日本百合、兜兰、扶郎菊甚至马醉木的切花……满是自然气息的花朵搭配高质感的花器和装饰餐盘,很符合年轻女孩的审美。

市民朱小姐拿了一枝粉色石蒜切花,又在仔细挑选着铁线莲。“我家就住附近,路过就会来看看。这里的花很特别,草花比较多,价格实惠,也给自己换换心情。”她说。花艺师小白则在为老客人搭配手捧花,其中竟然搭了一枝猪笼草:“我们农场主打草花系,比较飘逸自然。很多客人也喜欢草系、农场风,信得过我们的审美。”

珍稀品种展示窗口

除了花材,中心更大的特点是与科研机构合作,向大众展示、推广、科普各种自研品种或原生品种。甚至,中心经常作为植物园花展在市中心的“分会场”,利用区位优势向市民普及植物。

比如,今年鸢尾季,上海植物园的各色鸢尾品种被搬到店内,作为鲜切花陈列和销售。中心还开出“鸢尾杯垫”手作课,极受白领青睐,名额被一抢而空,也增进了大众对于鸢尾的了解。同时,由于去掉了中间商环节,中心能低价售卖鸢尾,让爱花人实实在在获利。

此外,店内还与黄浦区绿化部门、山东农科院、广州育种者、上海植物园等合作,陆续举办过白玉兰展、紫藤展、芍药展、秋海棠展、细辛展、石蒜展等,每次都反响热烈。最近,朱文琴计划与被誉为“植物爱好者的天堂”的辰山植物园合作,希望将辰山的鼠尾草、凤梨科植物甚至一些树种也“搬”到中心展示。

“我们希望将园艺和切花领域融合,让园艺品种也能作为切花来使用。同时,通过与业界合作,为市民提供一些平价植物或公益课程,让更多人爱上园艺,这就是市民园艺中心最大的意义。”朱文琴说。

引领花卉消费趋势

这样的市民园艺中心在黄浦区已有5家,其余几家分别位于人民公园、复兴公园、复兴中路马当路、江阴街。区绿化管理所所长施瑾表示,这些中心有的在交通便利处,有的周边居民区和办公楼众多,有的则设在人来人往的公园里,如同“星火燎原”一样,通过花卉售卖、绿化咨询、科普展示、公益课程等各种形式,将园艺送到市民身边。

比如,复兴公园“TOP FLOWER上花”市民园艺中心与茶室结合,游客在品茗聊天的同时,也能买到蝴蝶兰、彩叶芋等植物,逛公园的同时就能带盆花回家。“创意苔藓微景观制作”等园艺大讲堂公益课程也定期在这里开展,面向街道居民开放。

又如,追梦园市民园艺中心与上海种业合作,主打种业的花材展示和销售,向市民宣传推广种球。在售卖的同时,花卉生产企业也可以通过这个平台掌握市民喜好,洞察市场需求,进而满足甚至引领园艺审美及花卉消费趋势。

“我们的理念是‘做一个让市民喜欢一个’,所以目前并未大规模铺开。园艺中心与社会花店最大的区别在于其服务内容和公益属性,我们希望通过园艺中心为市民提供更好的产品和服务,做出特色,用服务留住人。”施瑾说。

静安 送『绿』进小区,为社区生活添彩

以花为媒,能搭建什么样的平台?一座市民园艺中心,又能改变多少人的生活?在“花为媒曹家渡市民园艺中心”,一个个“以花为媒”的故事被主理人王玉婷娓娓道来。在这里,市民园艺中心的功能早已跳出赏花买花的范畴,而是成为社区内连接民心、传达民意的纽带。

除了公益课还有艺术展

七夕前,一场面向曹家渡街道居民的花艺课在“花为媒市民园艺中心”的地下室里举办,十多名孩子亲手制作了一次花束。即将升预初的陈昱翔家住静安城,平时喜欢做手工,但没有那么多花材和时间,正巧暑假里看到有活动就报名了。“老师教得很好,今后有这种活动还想来。”他说。

园艺中心的布置充满调性,除了成排的植物外,咖啡师忙着制作饮料,园艺师则在整理花材。无论是墙上的掐丝珐琅画,还是角落里供大家弹奏的电钢琴,都透出浓浓的艺术气息。

中心原是街头绿地里的一处道班房,2023年3月开张。出身广告行业的王玉婷尝试用广告业思维来经营,她设计了小熊猫IP,招募专业咖啡师创新饮品,连杯套上的文案都是年轻人喜欢的“调侃风”。“虽然‘市民园艺中心’的名字比较正统,但官方店也可以很有趣。”

除了植物销售和公益课程外,这里常举办艺术展,吸引了一大群“忠粉”。凭借自己多年积累的资源和相关部门的支持,中心陆续举办了唐卡艺术展、苏绣艺术展、掐丝珐琅画展等,将非遗带到市民身边。艺术展上精心搭配的绿植,也让人感受到艺术与园艺相得益彰之美。

“园艺一定要融入生活场景中,才能让人真切感受到绿植起到的作用。”王玉婷说,“希望市民园艺中心能成为别人那朵‘玫瑰’。”

让更多人了解并爱上绿植

除了卖花,园艺中心还提供免费绿化咨询,如同一位“家庭园艺医生”。店员不仅仅是“售货员”,更是“社区园艺师”,为大家答疑解惑。有些市民总养不好花,干脆就将半死不活的植物拿到中心,让他们代养。周边小区里还住着不少老外,每当他们要出门旅行或回国时,也会把植物放到这里来免费寄养。

甚至,中心还把服务延伸到小区里,将“绿”送进楼道。在达安花园7号楼大堂里,记者看到一组小桌椅,桌上放着一盆翠绿的植物。楼道外的花坛边也放着几盆绿植,细心的居民将它们搬到阴凉处,避免阳光暴晒。原来,这栋楼有好几位居民经常去园艺中心买花,后来带动邻居们爱上了植物,便“众筹”买了绿植布置大堂和花坛,并时常来咨询怎么养。店员也会经常来浇水,指导居民们正确养护。小小的绿植,给社区环境带来了大大的改变。

“通过我们的服务,可以让更多人去了解并爱上绿植,让园艺从家庭、小区走向街道和城市,辐射更多区域。”王玉婷说。

成为“聊天室”和“后花园”

在园艺中心墙上,挂着5块牌子,包括政协社情民意联系点、党建联盟服务站和曹家渡花园新时代文明实践站。“挂上去的是牌子,实际上服务都有落地。”王玉婷说。

原来,因为紧邻居民区,中心开张后渐渐成了居民的“聊天室”和“后花园”。每天上午,对面小区不少老人都会来中心外的花园坐坐,有的点杯咖啡,有的自带茶叶。为避免老人冬天着凉,王玉婷特地将户外吧台四周装上帘子。而居民在闲聊中,也聊出了不少社区治理的“金点子”。后来,街道就在这里挂了二维码,居民们会扫码填写建议,作为民主党派人士的王玉婷也会收集并撰写社情民意。

此外,中心还与周边学校联动,成为学生们的暑期实践点。就在记者采访时,上戏附中的几名学生就在为手工课提供志愿服务。七一中学、逸夫职校等院校也都曾和中心合作,或让孩子们参与暑期实践,或联动举办非遗市集。

由于和社区联系紧密,中心得到了居民的喜爱。在去年上海“15分钟社区生活圈”优秀案例评选中,曹家渡市民园艺中心荣获“艺术角落·匠心创意奖”“艺术角落·人民满意奖”两个奖项。“尤其是人民满意奖,真的是阿姨爷叔们一票一票自发投出来的,比官方认可还让我高兴。”王玉婷说。

“我一直在想考,市民为什么要来市民园艺中心?园艺中心存在的意义是什么?还能为社区提供什么服务?”王玉婷认为,市民园艺中心应以“服务性”和“互动性”取胜,如果能让市民真切感受到园艺带来的美好,其存在就是有价值的。

长宁 空间再利用,从『产品』到『体验』

在中山公园2号门,有一座长宁区区级市民园艺中心“WHO花”。与其他市民园艺中心不同,这里并不以零售绿植为主要卖点,而是将为社区和市民提供场地、服务和体验作为特色,希望通过公园空间的再利用,为市民提供更具松弛感和疗愈力的“花植美学”空间价值。

温室改成园艺中心

园艺中心藏于一座童话般的玻璃房内。通透的空间里,满是茂密的植物,木棉、蒲葵、龙血树、蕨类植物等高低错落,形成一组组园艺场景,垂直绿化墙、花墙造景区、空中梁构花艺、鲜花陈列区、盆栽陈列区、亲水小景等打造出“沉浸式花植生态空间”。

屋内,还陈列着一些颇具艺术感的展品,配上四溢的咖啡香,令人顿感放松。市民可以来买植物,也可以在小红书或大众点评上“打卡”领免费花礼,因而在社交平台上这里也有着很高的“出镜率”。

记者看到,所有窗户和屋顶都装有电动遮阳帘,冬天打开帘子,自然光便能毫无遮挡地射进来,暖融融的阳光与窗外通透的英式花园和高大的梧桐树相得益彰,成为“公园20分钟效应”最好的诠释。

这里原是中山公园的温室,后来渐渐闲置。经过相关部门的规划,去年春天,公园决定将闲置资产作为家庭园艺服务的点位,将其改建为市民园艺中心,引入“WHO花”品牌,于11月正式开张。运营的任务落到了徐嘉谊身上,她曾在10年前一手创办了目前国内最大的花店社群“沪花拾者”,在1000多家实体花店店主中具有号召力。

从“售产品”到“获体验”

市民园艺中心的功能究竟是什么?徐嘉谊认为,高品质的市民园艺中心让城市更美好,它应该既是家庭园艺的服务体系,也是市民的休闲空间,更是可供各方举办活动的场所:“园艺中心的功能应该具备多样性,售卖的作用应降低,其享、场景、体验的作用应放大。不仅要有产品,更要提供场景、体验和服务,释放出场地的空间价值。”

因此,从设计之初,这里就花了一番心思。专业的展陈设计师将室内设计成百变空间,桌椅甚至吧台都可以移动。花艺中心的LOGO板可以拆卸并换成活动方的LOGO,空中构架也装了很多吊钩,能悬挂横幅、气球等。甚至,中心还采购了一块3.4米×2.9米的高清LED屏,装了8组音响,满足举办活动的需求。

如此打造的“百变空间”,容纳100人绰绰有余。配上室内外满目绿植充当天然的“氛围组”,再加百年公园和百年名校华政的历史沉淀和吸引力,使得市民园艺中心成了远近闻名的场地。运营近一年来,中心承接各种公益、科普或商业活动100多场,各种艺术秀也纷至沓来。每每办展,观众会从城市各个角落赶来,“逛公园”再也不是老年人的专利,而成为吸引年轻人的休闲新方式。

公园空间再度利用

“大家都喜欢纯自然空间的松弛感,希望在大自然里得到治愈,所以在公园中的市民园艺中心具有得天独厚的优势。”徐嘉谊认为,“公园空间再利用后,兼具人文、自然、生活、美学、商业和公益等价值,可以为‘公园+’创造无限可能。”

在“养活自己”的同时,徐嘉谊也不断地“回馈社区”。每年,中心都要免费承接至少50场园艺科普活动,比如园艺大讲堂、市民插花大赛长宁区分会场等。市民在公众号上报名,就可以前来品茶插花,体验园艺的美好。

同时,这里也是长宁区社区园艺师培训基地以及团区委青年夜校示范点,中心花艺师也承担着社区园艺师的职能,为社区提供绿化养护和咨询服务。有时,园艺中心还会将场地免费提供给有“艺术梦”的孩子,让他们在这里开画展。

目前,长宁区已有17座市民园艺中心,分布在公园、街道、绿地、社区等处,承担着园艺培训、活动、展示、售卖以及党建等职能。区内另一座区级市民园艺中心是位于虹桥体育公园内的凌空驿站,结合林长制办公室构建,综合了林长议事厅、学雷锋志愿者站、市民园艺中心、社区园艺师工作室、区林长制办公室、街镇林长制办公点等功能,配合“社区园艺师”制度,提供基层绿化专业指导,搭建“零门槛”参与的群众绿化平台。

如何常设常新 怎样可持续发展?

根据《上海市人民政府办公厅关于推进花卉产业高质量发展、服务高品质生活的意见》(沪府办〔2020〕72号),到2025年,要将本市建设成国内一流的特色花卉研发中心、种源生产繁育中心、花卉交易中心和家庭园艺服务中心。记者从市绿委办秘书处获悉,至上月底,全市已建成136座市民园艺中心,既充实了社区绿化管理的专业力量,也搭建了绿化便民服务平台。

运营管理模式多样

这些中心的运营管理有多种模式,坚持公益性和市场化相结合,但以公益性为主,其鲜花绿植、园艺产品、轻餐饮等价格都比较亲民。比如,各区绿委办和一些企业合作,利用公园闲置用房设立市民园艺中心,集花卉品种展示销售、园艺景观布置、园艺公益课堂等功能于一体。中心还设立了“绿植诊所”和植物“托养中心”,配置了“社区园艺师”提供养花咨询,举办园艺公益市集,提供窗阳台绿化、庭院绿化改造技术咨询与指导服务。

又如,部分园艺中心在各区党群服务中心的基础上叠加。各区绿委办协调党群服务中心、睦邻中心、林长驿站等场所,叠加设置市民园艺中心,作为园艺交流的平台,定期组织开展园艺咨询、讲座、体验、指导等活动。

还有一些市民园艺中心则在居住区设立,作为社区园艺师与居民交流的空间。社区园艺师对树木修剪、绿化种植、家庭养花、病虫害防治等提供技术指导,也为居民共同参与社区绿化日常管理提供了共享共治的平台。

此外,闵行上房园艺梦花源、普陀上花源园艺中心、崇明源怡花卉有限公司等企业也运用技术优势,打造家庭园艺实景空间、潮牌花店、直播空间、花卉绿植零售、科普教室、国际新优品种推广示范区、园艺展示等,让市民多维度沉浸式体验,并研发推广适用家庭园艺的植物新品种及组合盆栽。

规范化+因地制宜

多位运营者坦言,因要保证一定的公益性,因此尚未实现盈利。针对今后如何实现“可持续发展”,各位从业者对运营模式给出了建议。

有经营者坦言,绿植花材损耗较大,单家店进货量又小,无法将成本控制在最优。是否可以由一家或几家花卉企业为市民园艺中心统一配货,降低绿植物流成本。而园艺中心则有专业人才的资源,可以解决社区园艺师的培训、就业等问题。

也有从业者认为,市民园艺中心应成为生活方式的引领者,融合多元产业,而不是仅仅做成“花店”或“花园”。“园艺中心应该探索城市空间的活化利用,提供沉浸式体验。”该人士认为,市民园艺中心的运营,共性部分需要规范化,个性部分可因地制宜。

还有人认为,市民园艺中心可为运营者提供商业合作的空间。宣传力度一旦提升,未来便可通过与品牌合作来寻找订单、实现盈利,从而贴补平价售卖植物的部分。

推广家庭园艺理念

对于市民园艺中心如何“常设常新”,相关部门认为,一方面要坚持公益性,组织社区园艺师、绿化志愿者等开展科普宣传、技能培训、知识讲座、技术咨询等各类公益活动,扩大品牌效应,提升为市民服务的能级。另一方面,则应研究推广新优植物和花卉品种,提供更多低价优质的花卉和园艺产品。

据悉,今年本市建成20个以上的市民园艺中心任务已完成。下一步,上海将进一步推广家庭园艺理念、推动家庭园艺全面发展,促进园艺中心与高校、企业展开深度合作,结合时令、节日、党建工作等开展园艺服务,扩大品牌效应,提升服务能级,探索可持续运营机制,为市民创造更高生活品质。

■ 黄浦市民园艺中心举办石蒜展

【相关链接】

如何寻找身边的市民园艺中心?

目前,“绿色上海”官方微信公众号已上线“市民园艺中心”子栏目。市民可在主页面的“微互动”—“绿色地图”中,找到“园艺中心”并点击,可看到上海各市民园艺中心列表(数据来源:市园林绿化行业协会,更新至今年7月底),还可根据“距离”或区来寻找。点击进入每座市民园艺中心,可以看到其主要功能、交通方式及小故事。