

菏泽催花牡丹全国“争春”

□牡丹晚报全媒体记者 姜培军

捆扎、包装、启运,春节的脚步越来越近,菏泽催花牡丹开始陆续上市。1月25日,牡丹晚报全媒体记者从市内催花牡丹基地获悉,今年菏泽催花牡丹数量约为20万盆,价格大体与去年持平。

依靠创新,菏泽催花牡丹品种逐渐“扩繁”,

黄色系、黑色系、绿色系等“高大上”的牡丹进入催花大棚。随着市场竞争的加剧和人们审美水平的提高,广大菏泽花农紧盯市场,积极探索、搭建电商平台,增加销售渠道,为全国人民送去“春天”。



催花牡丹的新包装



快递员在对催花牡丹进行封装



20万盆催花牡丹陆续上市

数九寒天,户外滴水成冰,一座座催花牡丹大棚内却是暖意融融、春意盎然。众芳俱寂寥,独有牡丹俏,这是一个属于“花王”的世界。

“多数催花牡丹开始上色,开始进行销售了。”1月25日上午,牡丹晚报全媒体记者走进菏泽多禾农业发展有限公司的催花牡丹基地,总经理顾文刚正带领多名工人,对即将“远

嫁”他乡的催花牡丹进行捆扎、装箱,一旁的快递员正在封箱。

“现在装箱发货的牡丹,多数销往外地。”顾文刚说,一些花市、花展目前正在做前期准备工作,需要大量催花牡丹“壮声势”。

“这几盆牡丹长势旺、花蕾大,我们要了。”旁边,一对来自安徽亳州的夫妻正在挑选牡丹,看着一盆盆娇艳欲滴的

催花牡丹,女顾客连声赞叹。“你看,这几盆牡丹花大色艳,长得真漂亮!”

一盆盆催花牡丹枝繁叶茂,花蕾初绽。湖北、河南、北京、四川、江苏……连日来,来自全国各地的催花牡丹订单纷至沓来。各大快递公司的快递员,成了催花牡丹基地的常客。

“我们的催花大棚内,除

白色牡丹外,涵盖了其他8个色系,生长情况都比较好。”在另外一处催花牡丹基地,菏泽诚美花木种植专业合作社总经理李洪勇高兴地说。据了解,菏泽诚美花木种植专业合作社今年用多个大棚进行牡丹催花,共计1.8万盆左右。

“截至目前,今年催花季我们已经销售出去四五千盆了。”李洪勇说。“四川省成都市一个

大客户订货800盆,我们目前正在捆扎、包装,将于28日启运,为那里的人民送去春天。”

菏泽诚美花木种植专业合作社总经理李洪勇,还是菏泽市花木协会牡丹芍药专业委员会会长,比较了解菏泽催花牡丹的市场规模、行情等。据他介绍,今年菏泽催花牡丹种植规模约为20万盆,价值与去年大体持平。

名贵牡丹满足“小众化”需要

“这几盆是黑牡丹,那几盆是黄牡丹,紧挨着黄牡丹的是绿牡丹。”顾文刚对记者说,“这些牡丹涉及黑豹、皇冠、花王、绿幕隐玉、岛锦、太阳、旭港、紫光阁等,都是一些名贵牡丹。”

“红色系牡丹是市场竞争的主体,而黑色系、黄色系和绿

色系等名贵牡丹主要是满足‘小众化’需求。”顾文刚说。据了解,由于其价格高、管理难度大,这些名贵品种牡丹往年很少出现在催花大棚内。

顾文刚介绍,在近几年的催花实践中,一些高端客户时常提出“提档升级”的购花需求。2019年,他尝试培

育了七八十盆名贵催花牡丹,没有想到很快被一抢而空。“这些名贵催花牡丹的价格,远远高于普通催花牡丹。”顾文刚说,这些名贵牡丹的株苗价格高,对催花技术要求也较高,综合下来,一盆黑色系、黄色系、绿色系催花牡丹相当于普通催花牡丹

价格的两三倍。

出于成本、技术、销路等方面的考虑,菏泽传统的催花牡丹,通常选择乌龙捧盛、胡红、二乔等品种。随着市场竞争越来越激烈,一些牡丹科技工作者和花农开始另辟蹊径,试水名贵牡丹催花技术。“随着社会的发展和人们审美水平

的提高,菏泽催花牡丹面临着‘提档升级’的问题。”顾文刚说,“催花牡丹品种的‘扩容’,就是‘提档升级’的重要一环。”牡丹晚报全媒体记者在采访中发现,这种以常规牡丹为主体、以名贵牡丹为“拳头”的培育模式,出现在多个催化基地内。

齐心协力“育真经”

你若盛开,蝴蝶自来。一枝牡丹,历经夏的沉淀和秋的积淀,借助科技工作者的智慧和广大花农的辛苦劳作,在冰雪中绽放。

在牡丹反季节催花史上,无论是南方室外催花还是北方温室催花,菏泽始终稳占“C位”。看似寻常最奇崛,成如容易却艰辛。在上世纪七十年代以前,菏泽催花经验没有得到系统总结,存在成花率低、叶片小、花期不稳定的问题。1977年,牡丹专家赵孝知、高勤喜、赵孝庆和赵建修等人经过认真观察总结,计算出“胡红”需要有效积温470至490度,银红巧对和肉芙蓉需要440度至460度。他们通过草苫遮荫

或塑料薄膜增温等方法调整花期,使得催花牡丹在春节期间应时开放。

菏泽牡丹专家赵孝知介绍,无论是“下广”催花还是本地催花,牡丹的生长周期都类似,一般分为以下几个时期:缓苗期、萌动期、露芽期、跳蕾期、新枝伸长期、幼蕾期、萼片始展期、展叶期、圆蕾期、平蕾期、垂萼期、透色期、绽口期、初开期、盛开花期。每个周期约5天左右,根据牡丹的具体生长情况,有经验的花农可以自由掌握催花过程。“只要能有效营造牡丹正常的生长环境,熟练掌握牡丹的生长习性,九大色系十大花型都可以进行催花。”顾文刚说。

一张报纸、两道红绳,

这曾经是包装菏泽催花牡丹的“标配”,这种简陋的包装方式,无形中拉低了菏泽催花牡丹的档次。如今,这种包装方式已经渐行渐远,取而代之的是富有个性化的包装纸和结实耐用的泡沫包装箱。

领跑,因为积淀。疫情之下,我市不少花农采用了“线上线下相结合”的营销模式。“菏泽催花牡丹影响全国,我们发展催花牡丹还需更多新思路。”李洪勇说,下一步,他们将积极探索、搭建电商平台,增加销售渠道,引导催花牡丹产业紧盯市场、以销定产,同时倡导“大户带动”,持续推进催花技术、渠道拓展等方面创新。

