

自己的花自己买 天天都是情人节

文 / 瑰夏 拿铁

鲜花，在家的每个角落存在着，不需要特别送。

Cherry / 设计师

买花频率：2-3次/月

买花消费：300元/月



瑰夏 / 摄

在乌中市集看到 Cherry 的时候，她提着一竹篮颜色鲜艳的食材径直走到鲜花摊前，选了一把黄色郁金香。

她骑着一辆车筐很大的复古自行车，装菜装花正合适。乌中市集的这家名叫“伊甸园”的花铺正对着街面，时常就能看到人们买菜时顺带捎一把花回去。在去年火热的 Prada 和乌中市集的合作中，伊甸园收获满满红利，来拍照打卡的时髦小哥哥小姐姐们不方便举一条带鱼拍照，但买一束鲜花捧在手上，就氛围感满满。

Cherry 买花的习惯源于在加拿大读书时。公寓旁边类似小农场的地方，既能买菜，也有鲜花摊。“鲜花很便宜，就是两块面包的价钱。”她采购日常用品的时候，会带上一束鲜花，让自己的公寓里一直有鲜花存在。“那么，情人节会收到花吗？”“也会吧。”某一年情人节，在另一个国家留学的男朋友网上预定了鲜花，结果当天多伦多的鲜花快递点爆仓，等到晚上9点多，Cherry 打电话去，商家不住地抱歉，说实在来不及送了。Cherry 笑着说，花没有收到，但男朋友的情意收到了。

等到两人一起回到上海，在乌鲁木齐中路安了家，日子过得实在，纪念日、节日，两人去吃顿好吃的。而鲜花，在家的每个角落存在着，不需要特别送。

鲜花绿植不是奢侈品，而是日常好物。它是我们日常生活的陪伴。

彭小伟 / 植治联合创始人

买花频率：几乎每天都买

花费：日常需求 600 元 / 月；如果遇到朋友生日或随手礼，1000 元左右 / 月

在彭小伟的印象里，养成每周买花的习惯，是从有了自己的房子开始的，“希望给家带去一点生机”。

把时光往回拨五年，在上海市区还能够逛到花市时，他每周都会去曹家渡花市。“一楼很好，地下一层更加好。因为地下一层是那种批发性质的市场，品质、价格、品相都很好。”他回忆说。

在花市这样一个生气盎然的地方，每每有惊喜发现。“草花类、木本类，或者纯粹的切枝，都有买过。”他说，“我基本一周会去一次。有时候朋友来家里做客，周末到来时我还会再去买一次。”

正是因为自己喜欢买花，他和几个志趣相投的朋友注意到：市面上似乎没有特别省事、价格透明友好又特别有设计感和品质感的鲜花品牌。基于这些他们在买花日常中遇到的问题，他们决定打造一个“围绕植物为都市人打造的生活方式品牌”。于是，植治诞生了。除了礼品花，植治特别设计了日常用花系列，用数字区

分三个价格带：分别是 008 号花，29 元 / 束；007 号花，49 元 / 束；006 号花，99 元 / 束。

“客人可以根据自己的使用环境、场景和预算来决定买哪一束，推出后很受欢迎。因为对于都市人来说很好入手，一周一换。”如今，植治的客人中买自用花的大约占到 50%，有时甚至达到 60%。

“鲜花绿植不是奢侈品，而是日常好物。它是我们日常生活的陪伴。”彭小伟说。在他看来，不光是在花植这个领域，在日常生活中很多领域，大家的需求已经从最初的可满足基础所需，到满足礼品所需，再回到了自我满足上——或者说不是“回到”，而是“重新发现”，抑或是“全新发现”。这种改变是因为，人们对自我的认知，对生活的满足感，变得不一样了。

时下春天临近，天气逐渐变暖，我们邀请彭小伟推荐了适合这个季节的花束：“很多球茎类的花卉正是开花的好时机，比方说郁金香，风信子。另外桃花、梅花、兰花也是不错的选择。”



胡音 / 摄