



开创意花店 享诗意人生

两位“90后”女孩的创业路

在我市，有这样一家小店，每天清晨就有鲜花的芬芳，两位年轻女孩在店里忙前忙后。“90后”女孩何佳欢、何文阁正用她们的创意花店，为市民在繁忙工作之余带来一丝小清新，同时，也在演绎着她们的诗意人生。

□文/图 本报记者 王艳彬
实习生 刘一



何文阁（左）、何佳欢（右）与她们的“大王”在花店。

不卖寻常花 小店满满文艺风

北京的“roseonly”（一生只送一人），上海的“野兽派”等都是具有代表性的网络花店，以口碑传播的方式和独具匠心的设计风格吸引众多消费者，他们的共同点无外乎是“高大上”。随着收入越来越多，年轻的“80后”“90后”越来越懂得爱自己，爱生活，使得原本并不是生活必需品的鲜花也越来越受到人们的喜爱，而传统的花店已经满足不了现代人们的需求。看到如此巨大的商机，从2014年下半年开始，两个思维活跃的小姑娘一拍即合，开启了属于她们的花艺人生。

一个花店的风格往往跟老板有着千丝万缕的联系，老板的性格和审美影响着花店的整体风格。或许是因为何佳欢、何文阁这两

个老板不仅是高中时代的好朋友，还都是学艺术出身：一个爱画画，一个爱跳舞。记者初见她们，有一种在电影里《那些年，我们一起追过的女孩》那种纯净的感觉。何佳欢留着齐耳的俏丽短发，举手投足有种清新自然风；何文阁长发飘飘，笑容甜美。两个文艺女孩把小小的花店布置得简单却温馨。白色的墙面透出淡淡的纹理，低调而奢华；前台安置的大木桌则是她们整理花材的角落，温暖色调的米色布沙发，充满田园风格的碎花小方枕，满载向日葵的自行车，高大笔挺的仙人掌，木架上放着各种书籍与陶器，大大的落地窗，还有一只浅灰色的折耳猫咪在工作之余给予她们温柔的陪伴。

为了开花店 放弃稳定工作

其实，很多女孩都有过这样的梦想——辞掉乏味的工作，开一家有格调的咖啡馆、蛋糕房或者是花店，每天看云卷云舒，花开花落，让时光流逝在各种美好的事物中。只不过，并不是所有人都拥有勇气告别稳定的生活，去拥抱自己喜欢却不确定的未来。和很多人一样，何佳欢、何文阁一开始也是顺了父母的心意，找了份“父母认为的安稳工作”，何佳欢在一家大型企业的办公室工作，何文阁在一家公司做了会计。但跟别人不同的是，她们选择了自己想要的生活。“我们厌倦了朝九晚六的生活，不愿意再受

束缚，想做一些自己喜欢的事情，开一家花店，用鲜花把爱和温暖传递给更多人，同时也让生活慢下来。”于是，她们毅然辞职，全身心投入微信花店中。

很多人认为，女孩子还是要稳定些好，而且放弃月赚3000多元的工作做微商卖花，简直不可思议，能不能经营好，是父母最不放心的事情。

为了实现自己卖花的理想，打消父母的顾虑，她们亲自跑到上海、昆明等地考察市场，购买花材，很多时候需要扛比自己身体大很多倍的包裹。

初开花店 遭遇难题

网络花店没有那么多复杂的模式和商业逻辑，全靠细心，这也造就了一句话——细节决定成败。何佳欢、何文阁花店的原材料都是通过物流配送，鲜花受季节的影响又比较娇嫩，不能选择一般的物流，不然会损失惨重。“开店后的第一个情人节，我们没有经验，因为鲜花不易保存，我们没有提前定花，但市场需求量太大，基地的花还没有长成，出现了供不应求的状况，那些已经发回

来的花我们熬了整个通宵才整理完毕。”何佳欢说。

“还有一次，没有实体店的时候，鲜花都是在家里存放，有一次家里停电，冰柜无法工作，因为花卉的存放最好在5℃~15℃，等来电后，我为了使温度更快地降到5℃，就把冰柜调到零下低温，谁知一转身就忘了，第二天冰柜里满满的花都冻成了冰雕，那次直接损失了好几千元。”何文阁说。

线上线下齐发展 最远销到墨尔本

“2014年7月，我们在网上开设花店。其实，一开始根本没有想那么多，盘算着买了个冰柜就开始进花了。”何佳欢不好意思地笑了笑。谁知，由于两人设计的花束充满艺术气息，并且走在时尚的前端，一两个月的时间她们的生意便爆炸性增长，客人由原来的二三百人，增长到5000多人，由订制普通花束、车载配饰、永生花盒、到婚礼布置。截至2016年3月，短短的一年多，两个小姑娘已创下月赚一万元的佳绩。

当然，挣钱的多少也体现出她们背后付出的艰辛有多少。起初她们并未受过专业的培训学习，只是凭借着自己的艺术感觉设计花束，还会出现一些令她们困惑的问题。花束是门大学问，首先要了解花语，什么花送什么人，什么场合适合用什么花，这些已经超过了她们想象的难度。为此，两个小姑娘开启了学习之路。她们定期去杭州参加花艺培训，一去就是半个多月，参加培训以后，不仅解决了之前的很多困惑，也学会了更多的包花手法。

微信花店开了近两年，懂花的人知道她们的花并不是本地便宜的花，大多数是她们亲自跑到原产地挑选的，有些还是从国外进口的。“许多外地人也喜欢订购我们设计的花束、花盒。比如，许昌、开封、焦作的顾客也来订购，我们的永生花盒还曾寄到了墨尔本。”何佳欢开心地说。

不满足于网络发展，她们在市区租下了一个70多平方米的门店，门店的装修都是她们俩一点一点设计的。今年3月26日，花店从网络走进了人们的面前，而且充满文艺气息。当记者问起微信上生意很好，为什么还选择成本更高的实体店时，何佳欢说：“除了日常卖花，我们还想开设一些花艺课，让那些跟我们一样热爱花的人来学习，之前一直苦于没有地方教课，现在有花店了，也有插花教室了。”

每一束花背后 都有一个爱的故事

随着花店的订单越来越多，顾客的故事也越来越多，每天被充满爱意的各种故事淹没，对于何佳欢、何文阁来说是一件很幸福的事情。

“一切安好”先生是让何佳欢、何文阁印象最深刻的顾客，因为这位顾客每到节日的时候，都会订她们的花，并送给我市的一位女孩，而且从来不留自己的姓名，只留一句“一切安好”。所以，何佳欢、何文阁就称呼这位顾客为“一切安好”先生。“一切安好”先生告诉何佳欢、何文阁，先不要向那位女孩透露自己的姓名，他会一直为这个女孩送花。

一位十岁的小男孩在花店买了送给妈妈的花束后，激动地写道：“有一天傍晚，妈妈在翻阅手机，五彩缤纷的鲜花图片映入眼帘，我立刻叫妈妈停下来，仔细翻看了朋友圈。你们精心设计的每一捧花束，都是在诉说着一个五彩斑斓的梦，我自己也有一个美好的梦，就是送给妈妈一束迷人的鲜花，承载着我对我妈妈所有的爱！”

对于未来，何佳欢、何文阁充满憧憬：“生活除了工作和琐碎，还有诗意和花香，闲来无事的时候可以来喝茶，讲讲故事，在繁忙工作之余，把我们这里当作放松心灵的港湾。”



除了日常卖花，她们还开设了花艺课。



何文阁在整理满天星。



何佳欢在整理鲜花。