



延续百年水仙传奇的上海工匠

——记上海崇明百叶水仙花专业合作社负责人施克松



在中国,以福建漳州和上海崇明的水仙最为有名。近几年来,崇明水仙重回市场,在各大花市深受市民喜爱,这其中离不开上海工匠、崇明“施家花厢”的后人——上海崇明百叶水仙花专业合作社负责人施克松的不懈探索与努力。

继承祖业： 让本土种源延续下去

根据《崇明经济史话》记载,崇明县合兴镇北有一位叫施谷郎的农民,一次去上海走亲戚时,顺手带了些水仙。路上,一名外国人想买他的水仙。因为语言的关系,施谷郎伸出两根手指比划,示意水仙花售卖两角,而那名外国人却给了他两美元。施谷郎大喜过望,回崇明后,便从田间河岸取来水仙种球进行种植,崇明水仙从此出名。上世纪30年代初期,崇明水仙和合兴镇誉满中外,同时因为村里多数人姓施,因此大家称其为“施家花厢”。当时最出色的还要数施谷郎兄弟四人,他们各自开了一家花卉工场,分别取名“新康花园”、“新隆花园”、“新东花园”和“新顺花园”,而施克松的爷爷施洪甫,便是新隆花园的开创者。

与崇明其他的农民一样,施克松从小便生长在水仙地里,“从记事起,便是闻着水仙花的香味长大的”。记忆中,水仙花独有的香气是他儿时最喜爱的味道。爷爷前脚将水仙种球种入地里,后脚施克松便记下了每一颗种球的形状、大小及时间。采访中,他拿出一打厚厚的笔记本,上面写有他每天记录下的水仙种球、花型、花香,这些不仅仅是他工作的一部分,更是他每天生活的一部分。

然而,由于种种原因,上世纪五六十年代,崇明全岛曾禁种水仙,崇明水仙一度回到了在宅前屋后野生的状态。花市上的崇明水仙也逐渐被漳州水仙所取代,难觅芳踪。谈起这些,他的脸上难掩遗憾与无奈。

2002年,为了能将崇明水仙的种源延续下去,父子二人拿出5万元,从抢救种球开始,再创崇明水仙的辉煌。翻出当年每天记录的笔记本,施克松用了七天,挨家挨户上门寻找合适的水仙种球。然而由于种植人数骤减,种植规模的下降了许多,他一共也只收来了500公斤的种球。而他并未放弃,在村里租了三亩地之后,施克松动了更多脑筋,博采众家之长,按大小、种类等,分区、分时间种植入地,重拾培育水仙的这份工作。“一开始的几年,真的很苦,我和儿子每天都在地里种植水仙不算,妻子也跟我们一起干,天不亮就下地,一直弄到天黑。每天每颗水仙生长的湿度、温度、大小、成色都要记录,都要研究。”在改良了水仙的种植方式后,施克松的水仙渐渐得到了向化镇及周边村民的喜爱。每到冬季摆上一盆施克松种植的水仙,家里香飘四溢。

“卧底”漳州： 学习改良种植之法

说起改良水仙的种植方式,除了每天昼出夜归辛勤地种植和详细记录之外,不得不提及施克松去福建漳州“卧底取经”的经历。

福建漳州水仙的主要品种是单瓣水仙,单瓣的花骨朵绽放出一朵杯形的金黄色花萼,“金盏银台”的香气淡雅清新,而花球个个如“拳头”大小,在市场上深受喜爱。当时,施克松及镇里的花农将漳州水仙的花球种植到崇明本地的地里,然而却常常是“拳头”种下去,“小笼包”挖上来,效益很差。而崇明本地的水仙花种虽然是“鸽子蛋”大小,挖上来后的大小也并未见缩减。通过笔记本上的比对和对种植情况的分析,他发现在崇明种植本地的水仙品种更有优势。

但是,如何改善崇明本地品种“鸽子蛋”的大小,以达到漳州水仙的规模,却让施克松犯了难。“那个时候,我就在想为什么漳州的水仙球可以长到‘拳头’大小,而崇明水仙球只能长成‘鸽子蛋’大小?究竟是品种原因还是种植技术原因?”

带着疑问,施克松以买家的身份来到当时中国最著名的水仙产地——福建漳州九湖镇下庵村,向当地人购买了两颗水仙花球。买完后施克松又顺口问起了他们的种植方式:“你们是给花球‘喂’了什么‘灵丹妙药’,让它们长这么大?”当地农户告诉他,漳州的水仙之所以能长大的原因是因为在种植的前一年至两年内,要经过“阉割处理”,平时一颗水仙种子下地后,一年后会长出一粒主球种,而在它的两边还会多出几瓣小的球种。根据施克松以往的做法,往往是将这些小的球种肆意生长在一旁,这样一来,不仅吸收掉了主球种的养分,更影响到了其生长。“他们告诉我说,这些小的球种被掰下后,可以作为又一批新的水仙种子再作培育,这样一来不仅不影响原先主球种的种植,同时又大大促进了产量。”除了阉割种植之外,施克松还将漳州的水培种植及催化技术一一了解。“走的时候,漳州的花农问我:‘问得这么详细,你也是种花的吧?’我只得连连摆手说,‘我只是一个爱花的人。’”

有了这次漳州的学习,施克松根据崇明本土的条件,创新改良了种球“阉割”、催化、大棚培育等种植技术,成功打破了“崇明水仙长不大”的说法,培育出了以复瓣为主、花簇绽放、分层清晰的“玉玲珑”。同时,水仙的种植面积也从原先的3亩地拓展到100多亩。2009年,施克松牵头成立了崇明百叶水仙花专业合作社,建起集观赏、生产、销售于一体的综合性特色农业基地,培育崇明水仙种球400多万粒,使崇明水仙时隔多年后再次批量进入市场。

打开市场： 创新方式拓展销售渠道

深谙市场经济运作之道的施克松对崇明水仙的品牌和质量非常重视,他以合作社为支点,将崇明水仙产业联合做大。“在崇明,种水仙是产出最好、最环保的耕地利用方式。种水仙时,水稻秸秆全被拌入泥土;而种水稻时,水仙枯叶也同样做了有机肥。”每年5月至10月,水仙球茎离开泥土,腾出的土地种上水稻,根本无需农药,出产的“水仙大米”正是循环农业的最好见证。

一个水仙球根需要在泥地里培养三年才能够长大上市。这三年的时间里,水仙花会在每年的12月前后自然开放,但为了让种球长大,会将鲜花摘除。最初,为了打开水仙盆花的销路,他会将一部分摘下来的鲜切花半卖半送给花店,让店主帮忙宣传崇明水仙。没想到,水仙鲜切花在花市上供不应求,原本只是水仙种植中产生的副产品,却意外成了“香饽饽”。于是,施克松将水仙鲜切花以每束(10到12支)5元的价格批发给全市24个花卉市场,经过简单的包装,水仙鲜切花每束能卖到10到20元。同时,他还建起了一个冷库,以便鲜切花在低温冷藏,春节期间投放到花卉市场,拓展了崇明水仙的又一销售渠道。

现如今,崇明百叶水仙花合作社是中国最大的复瓣水仙种植基地,除了这些传统的销售渠道,施克松的小儿子和儿媳还开起了网店,以网络销售的方式,出售各种规格的崇明水仙。“上海的水仙花市场其实非常大,目前还是漳州水仙占了大头。但是我们还是会稳扎稳打,逐步拓展市场,重现崇明水仙的风采。”施克松说。