

سوق للزهور في آسيا تصنع نجوماً

أفكار

تتكس صنابير الورود والزنايق والقرنفل بينما تتحدث المؤثرة على الشبكات الاجتماعية كايكاى عبر هاتفها الذكي من استوديو صغير في أكبر سوق للزهور في آسيا، حيث ينتظر آلاف الزبائن بفارغ الصبر رأيها بشأن أفضل الصفقات

وتشكل التجارة الإلكترونية قطاعاً ضخماً في الصين، وحقق المؤثرون والعاملون في البث الحي عبر الإنترنت ثروات من خلال عرض المنتجات للعلامات التجارية الفاخرة وشركات مستحضرات التجميل

وطاولت هذه الموجة قطاع البستنة في البلاد التي تُقدر قيمتها بنحو 160 مليار يوان (25.1 مليار دولار). وبعدما كان الناس يزورون الأسواق وبائعي الزهور بأنفسهم، باتوا يتسوقون بشكل متزايد لشراء الأزهار عبر هواتفهم الذكية

ويمثل البيع بالتجزئة عبر الإنترنت أكثر من نصف حجم مبيعات القطاع

وتقول الفتاة البالغة 23 عاماً «خمس باقات بـ39.8 يوان (6.25 دولار) فقط لمن يطلبون على الفور»، وهو أسلوب ترويجي تعتمد لثمانى ساعات يومياً

وارتفع الطلب على الزهور المقطوفة في الصين مع التطور في مستويات المعيشة، وأصبحت مقاطعة يونان الجنوبية مركزاً لتلك الطفرة بفضل مناخها المعتدل طوال العام.

وتفتخر كونمينج عاصمة المقاطعة بأنها تضم أكبر سوق للزهور في آسيا، وهي ثاني أكبر سوق في العالم بعد ألسمير في هولندا.

وفي الساعة الثالثة بعد ظهر كل يوم، يبدأ مزاد الورود في غرفة ضخمة حيث يتشارك أكثر من 600 مشتر المعروض اليومي خلف شاشاتهم.

يقول المسؤول عن الخدمات اللوجستية في السوق جانغ تاو إن «يونان تمثل حوالى 80 % من إنتاج الزهور في الصين، و70 إلى 80 % من الزهور المعروضة للبيع تمر عبر غرفة المزاد لدينا

ويضيف «هذا يمثل في المتوسط أكثر من أربعة ملايين زهرة تباع يومياً. خلال عيد الحب الصيني، بعنا 9.3 مليون «زهرة في يوم

وبلباسها الصيني التقليدي المعروف باسم هانفو، تنتقل من منصة إلى أخرى مع هاتفها المعلق على طرف عصا، وقد نجحت الشابة البالغة 32 عاماً في جذب نحو 60 ألف متابع

وبدأت بي شيشي عملها في مجال البث المباشر عبر الشبكات الاجتماعية في أوائل العام الماضي، عندما أصيبت الصين بالشلل بسبب جائحة كوفيد. وعندها أدركت أن الناس متحمسون ليروا عبر الإنترنت الزهور التي لم يعد بإمكانهم شراؤها في الخارج

وتقول الشابة الصينية إنها تستطيع في الأيام الجيدة بيع ما قيمته 150 ألف يوان (23500 دولار) من الزهور في ثلاث ساعات من البث المباشر

.وتحصل بي شيشي على عمولة تقرب من عشرة في المئة، وهي متفائلة بشأن مستقبل التجارة

ولا تزال السوق بعيدة جداً عن التشبع، وفق تشيان تشونججون رئيس شركة «دونان فلاور كوربوريشن»، إحدى أكبر الشركات في السوق

ويقول تشيان «أصبح شراء الزهور كل أسبوع عادة في كثير من العائلات»، و«أعتقد أنها ستصبح يوماً ما حاجة «حيوية، مثل الهواء والماء

(أ.ف.ب)