

名片

### 三角梅

三角梅，原产于美洲，传入中国后，有很多形象的名字。华东等广大地区称为“三角梅”，概因其花由三片“花瓣”三角状组成，如梅花般怒放。三角梅的品种及变种较多，花期为当年的10月至隔年6月初。全国各地普遍栽培，常用于点缀等园林布置，是厦门、深圳等多个城市的市花。



缤纷绚烂的市花让厦门的天桥最近爆火出圈。(本报记者 黄少毅 摄)

# 匠心育出梅好风景

我市拥有全国首个国家三角梅种质资源库，研究工作走在全国前列

本报记者 谢嘉迪  
当下，厦门的三角梅进入盛花期，“含蕊红三叶，临风绝一城”的盛景在这座海上花园之城得到完美诠释——道路旁、天桥边，各色三角梅竞相开放，远远望去好似一条条绚丽的绸缎，诉说着它们与厦门百年不解之缘。

然而，让三角梅的花朵开得出、开得多、开得艳，绝非易事。这其中，除了自然条件的“天时与地利”以外，少不了“人”在花卉育种与生长中扮演的重要角色。品种择优、定向杂交、精准控花……细节之处，尽显匠心。



莲前西路第五中学门口的人行天桥三角梅花开正艳，吸引市民前往打卡拍照。(本报记者 黄少毅 摄)

### 环节精细耗时长 培育一个优良品种

“从原产地来看，三角梅算是‘舶来品’。而厦门是国内最早引进与栽培三角梅的地区，早在1922年，厦大教授钟心焯就从鼓浪屿采集到了第一份三角梅标本。”历经近百年的保存、评价、研究、创新，据厦门园林植物园三角梅研究推广中心主任周群介绍，截至目前，厦门园林植物园保存包含6个种群的三角梅种质资源680份，品种400余个，这是我国首个国家三角梅种质资源库所在地。

经厦门园林植物园花卉园的石拱桥走进三角梅研究中心，红橙黄绿白，各色三角梅沿着地势渐变而上，将山体“染成”别样颜色；地被、藤本、灌木，不同品种的三角梅姿态各异，多样木本结构带来的可塑性，也给予三角梅研究员开阔的科研方向。

“高质量发展”是当前三角梅育

种的主旋律，这也意味着研究的重点不再是“数量”，而是精选、选优，培育优良品种。”周群介绍，要“培育优良品种”就需要将拥有优秀性状的三角梅进行杂交，从它们的后代中选出最优秀的植株进行繁育，进而形成固定品种，而这一过程通常需要5年至8年。

这项工作操作上有多复杂？这一点从周群等研究员的日常工作中可以感受到——杂交作业中，研究员们需要将直径不足5毫米的三角梅的柱头切开进行授粉，三角梅雄蕊宛如细线，整体难度堪比穿针引线。而这仅仅是杂交的第一步，播种再培育，新的植株是否符合预期也是概率性事件，如此反复，杂交、育种、抽样、繁育……每个环节都犹如绣花功夫般精细与严谨。



周群正在给三角梅浇水。(本报记者 卢剑豪 摄)

### 扫码可看其物候特性 三角梅挂上『身份证』

“植物生长没有‘假期’。在育种关键期，我们中心工作人员都要长时间待在试验的田间地头，实时观测植株的变化情况。”周群说。记者在花圃注意到，几乎每棵三角梅边都有一个二维码，这犹如三角梅的身份证，扫码即可查看植株的性状特点、花形花色及物候特性等，这些都是研究人员进行品种评价、选种、育种的重要参考，周群说，二维码上的信息要经常更新，在三角梅研究中心，类似这样“持证”的植株数量约有5000株，定期观察、实时更新，其中的工作量不言而喻。

也正是对“工匠精神”的极致追求，近年来厦门园林植物园筛选出

130余份优质的三角梅可育资源，通过杂交育种和化学、辐射诱变育种等方式自主选育出十余种三角梅新品种：中国1号、中国2号、中国3号陆续面市，开拓了我国自主培育、具有自主知识产权的叶子花属植物新品种先河；2022年“香妃1号”的面市更是打破了原有“三角梅无香味”的定式，为我国三角梅研究开拓了全新领域；今年，在周群等研究者的推动下，在全国各地开展了三角梅在不同气候带的适应性筛选，国家三角梅种质资源库的众多分库建设也在逐步推进中，“厦门经验”借助国家三角梅种质资源这个平台走向大江南北，迈向更广阔的天地。

闽人智慧 你不知道的厦门

## 努力做个『好邻居』 积极参与社区便民服务

厦门这家房产中介为社区儿童造了座图书馆

位于思明老城区的源通中心藏着一家小朋友们都爱去的社区儿童图书馆，和普通图书馆不一样的是，它开在厦门德佑的一家中介门店里。庄惠川是这家社区儿童图书馆的主理人，在厦门做了17年房产中介的他，经营着三家德佑门店。同时，作为两个孩子的爸爸，他希望自己的孩子能爱上读书，也希望社区里的小朋友都能养成读书的习惯。于是，一间儿童图书馆开在他的店里，成为社区里孩子们的成长空间。

文/本报记者 谢康 图/贝壳厦门站 提供



▲小朋友们在儿童图书馆参加读书会。



厦门德佑源通中心店位于思明老城区。

### 1

从摆摇摇车到开儿童图书馆 努力做你身边的『好邻居』

2015年，链家进入厦门市场，庄惠川带领团队加入链家。在厦门链家从事管理岗位的他，吸收了链家新的经营理念后，于2017年离开平台再度创业，并拥有三家自己的德佑门店。

作为一家中介门店，为什么会想到创设一处社区儿童“图书馆”呢？这与庄惠川将社区服务作为自己的核心经营理念不无关系。开店之初，庄惠川曾在门店开辟出一块儿童游乐区，并摆上摇摇车等玩具。“当时我的想法是要跟社区做更多连接，让门店和社区业主‘更近’”。然而经过一年的实践，庄惠川发现游乐区这种形式并不适合中介门店，孩子们在玩闹的过程中难免磕磕碰碰，不仅影响客户的看房体验，也不安全，最后只能撤掉。

这一次失败的尝试并没有打击庄惠川的信心。在链家工作时他曾去上海链家参观，链家门店里的图书角给了他启发，“图书馆的开设不仅给孩子们创造了社交场所，还为他们提供了一个体验阅读乐趣的地方，图书馆比游乐区更适合门店”。办图书馆其实也是庄惠川一直以来的一个心愿。创业多年，经历过事业的起伏跌宕，是读书帮他走过了事业的低谷，加上自己的两个孩子刚上小学，他特别希望他们也能从小养成阅读的习惯。

“阅读不仅对孩子的成长至关重要，作为企业经营者，同样离不开阅读，它关系到团队的发展和认知。”庄惠川的员工里有好几位宝妈宝妈，儿童图书馆的开设，让孩子们有了了阅读和学习的地方，他们也能更安心地工作。

### 2

文化企业高管倾力助阵 专业运营帮助孩子爱上阅读

虽然有了方向，但庄惠川并不知道一家儿童图书馆应该怎么运营，毕竟办图书馆可不是搭几个书架、买几本书就算完成任务。和中介门店的经营一样，庄惠川要求图书馆能实实在在地运转起来。专业的事交给专业的人办，经人介绍，庄惠川认识了另一位爸爸刘志刚。

和庄惠川一样，刘志刚也是两个孩子的父亲。曾任上海某大型文化企业副总裁的他原本拥有百万年薪的工作，妻子则在厦门全职照顾孩子。事业上一帆风顺的他，在不惑之年却面临着家庭教育上的一系列问题：大女儿进入青春期后和妈妈的关系变得紧张，小儿子也成为老师眼中的“问题儿童”。考虑再三，刘志刚决定辞去上海的工作回到厦门，得知庄惠川开图书馆的想法，两人一拍即合，由庄惠川提供场地和资金，刘志刚负责策划和运营。两人按照专业书店的标准，打造这家开在社区中介门店里的儿童图书馆。

孩子应该读哪些书？刘志刚认为儿童要多进行“非虚构阅读”。天文、地理、百科、科普等自然领域的书籍，能帮助小朋友探究世界、广泛思考。那孩子应该如何读书？刘志刚强调“自主阅读”。要让孩子有兴趣，想读什么、想读多久，都让孩子自己决定。孩子天生就有对未知世界的兴趣，把好书放在那里，孩子们自然会去打开它。

在刘志刚的帮助下，《化学也疯狂》《蒸汽机、呼吸机和磁悬浮》等500本书被摆进了图书馆。与此同时，这家小小的图书馆也为家长们提供了一个交流育儿经验的场所。庄惠川会不定期地在图书馆组织儿童读书会，孩子们读书时父母也在旁边“上课”。18场读书会搭配12节父母“轻课堂”。“再忙的爸爸也可以轻松做好爸爸”是其中的一节课，也是庄惠川和刘志刚在育儿方面的亲身感受。图书馆不仅帮孩子们爱上阅读，也让父母知道如何成为更好的父母。

### 3

用心用情服务好社区 房产中介可以做得更好

除了儿童图书馆，庄惠川的门店还免费提供各类社区服务。离门店不远处是一所厦门重点中学，很多老师住在这个社区，平时给学生打印资料、代收快递，这家店里都提供免费服务。一个300多人的微信群联络起整个社区，庄惠川每天会安排专人值班，力所能及地服务社区居民。

“我一直在想，社区里有没有你到底是什么不同？”这个问题的答案，在庄惠川看来就是房产中介的“核心竞争力”。建社区儿童图书馆，庄惠川从不讳言是为了“做生意”，但做生意是真的，做公益也是真的。把根扎在社区，让门店成为社区的一部分，经营才能做得长久。

“我们有30%业绩从社区服务里来，一个房产经纪人不需要跑很多盘、打很多电话，维护好门店周边180到200户业主，就足够生存下来。”信义房屋创始人曾写过一本《信任带来幸福》的书，书里提到房产中介是一个关于“信任”的行业：消费者信任你，做业务就会很简单。

这些经验同样也来自社区。庄惠川的店里挂着一句横幅“客户是最好的老师”——你做的事情对不对，客户会给你最直接的反馈。在庄惠川看来，做业绩的前提是“心占率”，把社区服务做扎实，才能让客户心里有你。下一步，庄惠川的目标是把图书馆开到一楼，“我们想打破大家对传统房产中介的认知，告诉大家，我们可以做的更得人心”。



▲庄惠川在整理儿童图书馆里的书籍。