

□记者 曾宇凌 文/图

每年牡丹文化节,总有这样一群人:牡丹花开时,他们像候鸟一样准时“飞”来,用自己的手艺和智慧,在牡丹园里忙“淘金”;每年5月初,他们又像候鸟一样“飞离”洛城,奔赴别的城市,赶下一波生意。

63岁的老刘和33岁的小余,都是节会“候鸟族”,让我们一起倾听他们的故事和生意经。

牡丹文化节期间,家在吉林的他,在王城公园里为游客在T恤上画像;家在驻马店的她,在国际牡丹园里为游客钩织各种造型的玩偶——

## 候鸟族 洛城淘金忙

### 老刘和他的T恤画像



在T恤上作画

#### ■当T恤遇上画,想不畅销都难

4月27日上午,记者来到王城公园。虽然盛花期已过,但部分晚开的牡丹仍在盛开,加上当天正值周六,园里的游客熙熙攘攘。记者发现,公园大门西侧的一个摊位前围满了人,还不时有人赞叹“像,真像”。

原来,一位花甲老人正手拿毛笔为端坐在他对面的游客在T恤上画像。“T恤画像,只要60块钱,永不褪色。”一名妇女站在老人旁边吆喝着。

正在画画的老人就是老刘,是一名街头画家,吆喝生意的是他的老伴。从2010年开始,每年4月,老两口都会到王城公园里做T恤画像生意。

老刘从小爱好画画,参加工作后不久,他就办理了停薪留职,成了一名街头画家,到处画画挣

钱,听说哪儿有节会,就往哪儿跑。2003年,他在桂林阳朔西街做街头画生意时,第一次接触T恤画像,“当时刮起的T恤画像热潮风靡整个阳朔,在1000米长的西街上,有三四十家摊点”。

2010年4月,在朋友的介绍下,他和老伴来到了洛阳,开始了他们的牡丹淘金路。当时,王城公园里为游客画像的摊位有好几个,但是像老刘这样在T恤上作画的,他是独一份儿。

跟普通素描人像相比,在T恤上作画更考验画家的美术功底,不仅要像,而且从构思到下笔,必须一气呵成,容不得半点更改。这个真功夫给老刘带来了可观的财富:每年牡丹文化节,他的生意都格外好,平均每天能卖出三四十件T恤。

#### ■秘诀:让游客明明白白消费

说起自己的淘金秘诀,老刘坦言,扎实的美术功底,加上对游客消费心理的把握,是他赢得消费者的法宝。

老刘说,对游客来说,T恤画像属于即兴消费,图个新奇,有纪念意义,很受情侣和年轻父母的欢迎。他把创作每幅T恤画像的时间都控制在8分钟以内,“时间长了,顾客容易产生疲

劳感”。在如此短的时间内,既要画得好,又要画得像,没有几十年的美术功底是难以完成的。但这么多年,老刘的收费一直没变过,衣服和画像,总共收费60元,没有任何附加费用。老刘说,金杯银杯不如顾客的口碑,只要让顾客明明白白消费,乘兴而来,满意而归,生意自然就会越来越好。

### 小余和她的钩织工艺品



游客争相购买钩织工艺品

#### ■用尼龙线钩织的玩偶,每天能卖百十件

4月30日,在位于邙山的国际牡丹园里,许多晚开品种牡丹正在一展“芳容”。在娇艳的牡丹旁边,余女士的生意很不错,各种造型的钩织玩偶十分受游客的欢迎。

余女士是驻马店确山县人,从小喜欢做手工。工作后,她做过糕点师,干过收银员,还在流水线的车间里当过工人。几年前,她接触到钩织工艺,一开始是自己干着玩,后来身边的朋友都夸她的手艺好,她便

萌发了创业的念头,专职做钩织工艺品。她将自己的家改成了加工厂,又收了几名学徒。当余女士以为万事俱备时,却遭遇销路难题,“驻马店的景区不多,除了嵯峨山,知名景点少之又少”。

去年4月1日,余女士带着她的钩织工艺品来到洛阳,打算在牡丹文化节期间淘一桶金。让她欣喜的是,在牡丹园里,游客对这种民间工艺品很爱买,每天都能卖出百十件。

#### ■秘诀:找准市场,不断创新

初尝创业甜头后,余女士正式成为节会“候鸟族”的一员。去年牡丹文化节过后,她又分别去了珠海和开封赶会。在“迁徙”过程中,她总结出了自己独特的生意经。

“南方人好像对贝壳、椰子等工艺品更感兴趣,对钩织工艺品大多只停留在欣赏阶段,很难产生消费冲动。”余女士说,去年8月从珠海赶会回来后,她决定转战北方市场,到开封菊展赶会。

在洛阳,与牡丹园里多数赶会人不同,余女士没有选择坚守同一个地方,“每个牡丹园的花开时间有限,所以我的摊

位是流动的”。

余女士说,钩织工艺其实并不复杂,只需一根钩针、一捆尼龙线,加上简单的培训,多数人能快速上手,但要想干好这一行其实不易,“要不停变换花样,才能给顾客带来新鲜感,刺激他们的购买欲望”。

余女士坦言,其实自己的创业目标并不是成为一名职业赶会人。她说,赶会虽然能让人在短时间内获得可观收益,但每年频繁“迁徙”,终究无法让自己的事业生根发芽。她想做终端批发生意,“把生意做大,是我的梦想”。