

CHINA-SOUTH ASIA
EXP
中国-南亚博览会



CHINA KUNMING IMPORT & EXPORT
FAIR
中国昆明进出口商品交易会

团结协作 共谋发展

刘姗姗（致力于普洱茶的推广） 通过南博会向世界推广普洱茶

“我上过茶山，炒过茶叶，深知一杯好茶来之不易。普洱茶文化源远流长，我希望借助南博会这个平台，让更多云南好茶走出大山、走向世界。”第7届南博会“南亚商品（茶叶）节”启动仪式上，作为特邀电商直播嘉宾的主播刘姗姗说。

“姗姗茶叶”长期致力于普洱茶的文化推广和营销，在抖音平台粉丝数量已经超过100万。据了解，“姗姗茶叶”直播场均销售250万至500万元，年销售额超过3亿元，在2022年抖音电商直播普洱茶类目销售总额排名第一。

刘姗姗告诉记者，今年是她做主播的第三年，为了更好地推广普洱茶，她与团队经常走进茶山，也常常带着普洱茶走向全国各地。她说：“以前，普洱茶的销路很局限，现在通过线上直播，普洱茶有了一个更好的推广、宣传机会。”

通过直播，刘姗姗有了越来越多粉丝，她感到肩上担负起了不一样的使命。“以前的直播，更多的是推介自己喜欢的茶叶，只是出于个人的角度去



分享，后来我们接触到了更多的茶农和茶厂，就希望通过自己的力量，让普洱茶走向更多地方。”

此次南博会，“姗姗茶叶”团队受云南省商务厅邀请参与直播带货专场活动。“南博会是一个很好的平台，搭建起茶农与客户的连接，能让好茶得到一个更好的展示机会。”刘姗姗说。

作为主播，刘姗姗说：“南博会汇集了大量茶企，能更便捷、更全面地了解更多茶叶的品牌。”

张天媛（发展艾草产业促农增收） 两天卖出两百多单

“直播间的朋友们，今天给大家带来的展品，是艾草花露水、艾草足浴包、艾草精油等，这些产品以文山本地种植的艾草为原材料，通过深加工制作而成，大家可以放心使用……”在第7届南博会上，参展商张天媛正通过直播向网友们介绍自己的产品。

张天媛大学毕业后便回到老家文山州砚山县创业。之前，她发展香椿产业，振兴乡村经济；如今，她又发展艾草产业，促农增收。“我从事电商行业已经有7年时间，卖过很多产品，都是家乡的特产。”

从一个想法发展到产业集群，张天媛靠的并不只是“想”，而是实实在在的“做”。张天媛不断思考如何带动家乡的农户们一起增收致富。之后，她发现文山的气候条件适合种植艾草，便成立了艾草加工厂和公司，收购农户的艾草进行加工，制成产品进行销售。自己生产、自己做品牌，同时也把原材料提供给全国30多家代工厂，如此，艾草产品种类逐渐增多，供不应求。

目前，张天媛在文山有1000多亩艾草种植示范基地，



公司出售的艾草产品，其原材料都来自于自己的艾草种植基地。据了解，公司采用“公司+基地+农户”的模式，农户们除了种植艾草，还可以到艾草加工厂上班，既能增加农户的收入，又能让他们就近照顾家庭。

在本届南博会上，张天媛两天时间通过直播卖出了两百多单产品。在线下展台，张天媛带来的艾草足浴包产品也深受年轻人喜爱。“南博会给大家提供了一个交流互动的平台，我们将家乡特产带到这里进行分享，在交流中让更多的省外游客了解文山，了解云南。”张天媛说。

多位主播推介云品线上热卖

第7届南博会举办期间，“甄品荟萃·南博在线”全省直播带货竞赛活动吸引了省内众多带货主播、一县一星和村淘主播参与。

作为南博会上不可或缺的带货群星，在“三、二、一，上链接！”的背后有着怎样的故事？带货主播们与云南特产之间又有何渊源？在他们眼中，南博会有着怎样的吸引力？记者带大家一探究竟。

小周兄弟、云南红英姐（推广师宗特色农产品） 助农特产品走出师宗走向全国



“宗竹酒在哪里？”“宗竹酒在这里，我带你们看一下。”在“师宗味道”区域公共品牌发布会现场，记者看到了正在直播的曲靖市师宗县本土主播小周兄弟和云南红英姐，两人一唱一和地向直播间的网友介绍现场展示的师宗特色农产品。

小周兄弟和云南红英姐都是2022年开始当主播带货的，在此之前，他们一直在参与“师宗味道”区域品牌的孵化工作。

小周兄弟在工作中发现，师宗农特产品丰富，但销售模式却十分传统，他希望借助电子商务和直播的模式让更多人了解师宗的高原特色农产品。

今年，小周兄弟通过报名参加“甄品荟萃·南博在线”全省直播带货活动来到南博会。小周兄弟说，以前来南博会，只是到处逛逛，这次以主播的身份参与，角度和心态都不一样。在一年的带货直播中，小周兄弟发现师宗的农产品在电商平台还有很多不足。比如，选品库里师宗本土产品不够丰富，他们除了在平台上选品，还需要自己供货发货。

据了解，小周兄弟和云南红英姐这次来南博会，一边直播带粉丝看南博会，向粉丝们介绍南博会上的师宗特产，一边也在不断学习着其他展位农特产的销售方式，两天下来收获不小。

云南张嬢嬢（为云南代言） 让更多人尝试云南的产品

抖音有百万粉丝的带货主播云南张嬢嬢也来到了南博会。“我们很早之前就在筹备了。”8月18日，张嬢嬢和她的团队已经不间断地直播了4个多小时。长时间介绍展示货品，张嬢嬢略显疲惫。她说：“南博会是个很好的交流平台，国内外的人都聚焦到这场盛会，关注这里出现的科技、商品、旅游文化等。我们就是要抓住这个机会，尽可能地去展示我们云南的商品。”

在手机里，人们只能看到一小块桌面和当下正在展示的商品。镜头之外，摆放着各式各样、大大小小的包装盒，商品名称、品牌各不相同，但都来自云南。“我们团队每天直播场次排得很满。南博会就这么几天，要想直播效果最大化，就得付出更多心力，通过镜头、语言、表现能力，在有限的时间里最大限度地展示给互联网上的观众，



让他们来尝试我们云南的东西。”

张嬢嬢说：“南博会是一个国际交流平台，我们能在这里带货，是对我们的认可。我们为云南代言，我们要让更多人看到并尝试云南的产品。”

本报记者 费丹芝 张田睿 龚楚童 邓莎莎 摄影报道