

从兰花园到抖音直播间： “壹心花园”主理人金春梅 与她的千万元直播生意经

■ 都市时报全媒体记者 王海涛

在官渡区矣六街道自卫村内，金春梅的直播基地并不算大，却紧凑有序。上千株蝴蝶兰在温室中静静“站立”，花茎挺拔、叶片油亮，透露出被悉心养护的气息。

金春梅穿着一色素雅的裙子，一边巡视温室一边低头检查花的根系和叶面。“我马上要开播了。”她带着东北口音的话语中，已夹杂着几分云南语调的柔和。在园子里走动时，她就开始与镜头对话；镜头前，她言辞亲切、步调轻快；镜头后，她是主理人，也是选品、客服、物流调度的多面手。

在云南花卉直播如火如荼的当下，金春梅的故事，正是这股浪潮中最真实的缩影之一。

80 后导游改行做花农 5 年前开始直播卖花

金春梅，1980 年出生于吉林延边，朝鲜族。2002 年，擅长韩语、日语的她来到昆明当导游，后又“误打误撞”进入一家外企（从事兰花种植和出口），由此开始接触兰花种植与外贸销售。

“最开始是帮公司做翻译，后来逐渐通过翻译材料、与技术人员对话，接触了大量兰花种植知识，对种植产生了很大兴趣，也觉得自己能试一试。”她回忆道。

积累一定经验后，她开始在斗南尝试种植大花蕙兰。这是一类株型高大、花序壮观、主要作为年宵花使用的兰花品种。“我以前就是那种每天戴着草帽，晒得黑黑的，在大棚里浇水、打药，干各种杂活。”她笑着说，“整天和兰花打交道，人也基本藏在幕后。”

2020 年，线下批发订单锐减，部分客户“失联”。面对即将开花的大量蝴蝶兰，她只能自救——拿起手机，在抖音开启了人生第一场直播。

“那时，完全不懂镜头，但我很熟悉兰花，一口一个‘花语’，倒是吸引了一些粉丝。”她笑道。

就这样，她从一个兰花种植户，逐步转型为兰花直播主播。

开启直播后，她的角色彻底改变。过去不在意形象，如今，镜头里的她精致干练。“直播卖花，其实卖的是感觉和信任。你要让屏幕前的观众喜欢你，愿意听你讲。”

有粉丝说她像教导主任，可能是因为她直播时常戴眼镜、讲授知识时语气认真。不过，金春梅并不介意这些标签，反而当作是一种亲和力：“我种了很多年花，把这些经验一股脑儿讲出来，大家自然会信。”



金春梅在温室中直播

■ 都市时报全媒体记者 王海涛

用辛勤打造“兰花链条” 交易总额超 2000 万元

与多肉、绿植等常见花卉不同，蝴蝶兰养护门槛相对较高，对运输、温湿度要求严格，曾一度主要用于春节、中秋节、教师节等节庆消费。

金春梅则通过直播，把蝴蝶兰的消费“日常化”。“春天推粉色系，夏天推荐耐热品种，秋天搞组合盆栽，冬天做金黄红色年宵搭配。”她介绍，“我们现在日均发货 6000—8000 株，旺季能翻三四倍。”

她的定价策略也十分精准：一株蝴蝶兰售价约 25 元，包邮。运输则必须使用顺丰冷链，防止高温造成花朵损伤。为了控制成本，她在物流、包装上反复计算，追求“性价比极限”。

由于自种蝴蝶兰产能有限，她与昆明周边多个基地合作，自己全程参与把控质量：从选苗、催花调控，到组盆搭配、包装发货，每一环都不马虎。在她看来，个体基地做大后，最大的挑战是“整合与稳定”。

“我一个人直播，背后就是 20 多人的团队在配合。要实现日播多场，就得复制主播、复制系统。”

尽管 GMV（交易总额）已突破 2000 万元，她坦言利润并不高。“直播卖花不是

暴利行业，是靠辛苦拼服务、拼速度、拼细节的薄利多销。”

“我一直不敢停。”她坦言，“花是活的，一旦卖不出去，库存就是损失。”她曾因一季物流延误，损失数十万元。“不能赌季节，更不能赌市场。”

为此，她通过夏季催花、知识直播、组合包装等方式，拉长蝴蝶兰的销售周期，将原本集中在冬季的消费，向全年分布。

面对同行低价竞争，她坚持“只卖 A 级花”，主打“差异化+服务”：用直播讲透花的知识，辅以美学搭配，让消费者从“一株花”升级到“组盆+陪伴”的体验。

她的团队成员多在 40 岁以上，普遍不擅长网络技术。“我们不是互联网原住民，但愿意学。”她笑说。

未来，她希望复制出更多主播，推动产销稳定对接：“现在我一个人直播，能带动斗南周边几十户花农增收。如果能复制出 10 个像我这样的主播，就能带动更多人。”

抖音超八成鲜花直播商 已开启“店播”

在刚刚结束的“2025 年抖音电商鲜花商家大会”上公布的一份数据显示：过

去一年，抖音电商平台日均销售云南花卉约 55 万单，吸引了 3700 多万消费者购买。

2024 年，云南省花卉种植面积已达 195 万亩，其中，鲜花种植面积 35 万亩，年产量突破 206 亿枝。过去 3 年，在云南花卉市场，直播电商贡献了近七成的增量，正成为推动云南花卉产业高质量发展的新引擎。随着直播的普及与进化，越来越多的商家将“店播”作为主战场。数据显示，在抖音电商平台，超过 80% 的鲜花直播商家已启动店播模式，而云南鲜花产业带的直播销售额中，约 70% 来自店播。

金春梅和她的“壹心花园”，依托自身店播，年销售额已突破千万元。她将开始尝试复制主播、复制系统，培训新一代懂花又善表达的年轻人，同时希望整合供应链，与更多花农合作，打造一个更稳健的产业闭环。

金春梅用一座温室、一部手机和对兰花的热爱，把自己“种”进了一个新生态。云南花卉产业正处转型升级期，而像金春梅这样的“直播花农”，也印证了直播电商时代“新农人”的无限可能。

“花是有灵性的。”金春梅说，你怎么对待它，它就怎么回应你。人，其实也是一样。

兰香未散，金春梅的故事，还在继续。