

# 如何从打工妹蝶变为千万粉丝网红 ——南江黄羊代言的「川香秋月」



她觉得,只要有网、有电脑,就能在家挣钱。然而,现实却困难重重——老家没通网络,电压也不稳定,做电商没条件,她不得不在镇上找房子。

木匠出身的父亲,很支持女儿回乡发展,亲手为她打造了一张电脑桌。吴秋月自己买好电脑,又装上摄像头、音响等设备,准备在这里大干一场。

“开店第一天,从早上8点到下午5点都没开张。”吴秋月说,直到晚上6点多,才卖出第一双女鞋,赚了25元。为此,她买了个包庆祝,这个包至今被她珍藏。

“那个时候,卖出一双鞋平均要花2个多小时。”吴秋月回忆,那时候的客户,绝大多数都是第一次网购,她要耐心地从如何下单教到如何收货。凭着这股韧劲,生意渐渐有了起色,

很快,她的月收入达到2000元左右。

2016年,为了让孩子接受更好的教育,吴秋月在泸州市区买了房。“我不想让孩子像我一样,以后吃读书少的苦。”这位年轻的母亲说。

## 转型阵痛 在人生低谷中破茧成蝶

“帮别人卖东西,品质和发货时间不好把控。”搬到城里后,吴秋月决定在“川味”中寻找新赛道。2017年,她开始自制冷吃兔、冷吃牛肉、卤猪尾巴、特色猪头肉等四川美食,通过电商平台销售。

不料,生意刚走上正轨,就遭遇政策调整。她立即按照要求,办理了生产许可证,同时建立起厂房,将所有资金投入自己的电商事业。就在事业蒸蒸日上时,2019年非洲猪瘟来袭,原材料供应出了问题,厂房被迫关闭。

“后来,兔肉价格也开始猛涨,生意就做不走了。最后一盘算,亏了40多万元。”吴秋月语气平静,眼神里却闪过一丝不甘——这是她创业路上遭遇的第一次重创,前途未卜。

新冠肺炎疫情期间,她发现短视频也可以带货,于是与弟弟“吴二娃”一起学习拍摄短视频。2020年春,她开通“川香秋月”视频账号,发布第一条记录农村生活的短视频。

之所以取名“川香秋月”,吴

秋月有明确的定位:通过四川美食吸引客流,带货四川香料。

转折点悄然降临。当年,四川为武汉捐赠了一大批“南充菜”,不少武汉网友不知道如何烹饪。吴秋月当即拍下“南充菜炒腊肉”全过程,视频发布后两天涨粉10多万。随后发布的石磨豆花制作详细教程,更是让她一夜涨粉50多万。

“老公开车从泸州长江四桥这头到那头,过一座桥的功夫,我们就涨了2万多粉丝。”吴秋月回忆,当时夫妻俩在车上看着粉丝数飙升,兴奋得难以自持——转型成功了。

## 反哺家乡 她把“川味”做成爆款

2020年末,受疫情影响,老家不少生猪滞销。看着老乡们焦急的神情,吴秋月借钱购买了一批老乡的生猪制作腊肉,尝试通过直播销售。有一户老乡卖给她两头猪,腊肉很快售罄。当老乡拿到1万多元现金时,眼眶湿润了。“那一刻,我觉得自己做的一切都值了。”吴秋月说。

此后,她与家人一起,专注用视频账号销售农特产品,从源头到销售全程把控品质,回头客越来越多。

近年来,“川香秋月”将镜头对准泸州本土小吃,葱花饼、黄粑、爆浆糍粑等传统美食,通过她的短视频香飘四方。这些小吃看似普通,却悄然带动高山玉米、土榨菜籽油、农家土猪肉等农产品的销售,为乡村振兴注入新的活力。

“我们的黄粑,用的是泸州本地红糖,爆浆糍粑的馅料是高山黑芝麻。”吴秋月如数家珍。这些小吃不仅满足味蕾,更打通了“山货出山”的最后一公里。通过工厂化生产,她雇用当地留守妇女参与制作,让她们在照顾家庭的同时,每月能获得3000元至5000元的稳定收入。

从一碗小吃到一个产业,从一部手机到一条产业链,“川香秋月”用最接地气的方式,让川味小吃走向全国。

华西都市报-封面新闻记者 曾业



吴秋月与弟弟一起直播销售南江黄羊。受访者供图



# 老朋友常相见

欢迎订阅2026年华西都市报



扫码订阅