

# 寒假里,她一天播三场 月均营业额约20万元 “微瑕”行李箱 是她直播间里的 “完美”商品

“来看一下,有没有你喜欢的。”

“微瑕,箱体上有一道小划痕,其他都没有问题。”

2月3日,黄俊萍照常打开直播间。随着镜头移动,一个个大小不一、款式各异的行李箱出现在屏幕上,屏幕后的黄俊萍伸出手,拉过一只带有细微划痕的行李箱开始展示。

两个小时直播下来,黄俊萍已经卖出了10个行李箱。寒假里,她一天播三场,月均营业额约20万元。



黄俊萍正在直播。受访者供图

## 1 盘活库存,闯进“微瑕”赛道

黄俊萍今年大四,就读于宁波财经学院国际经济贸易学院电子商务专业,她的父母在上海开了一家箱包店。

作为一名“店二代”,黄俊萍从大一开始就帮着家里卖行李箱。“当时,家里的生意不太好,行李箱又是‘抛货(体积大重量轻)’,比较占仓库,如果卖不出去堆积起来,成本就会上升。”黄俊萍说。

一开始,她和父亲各开了一个闲鱼店铺,分别售卖微瑕行李箱和全新行李箱。彼时,电子商务专业的课程正为她铺陈着理论基础,而闲鱼成了她首个实践场。“每个店一天能卖出10个左右,和实体店销量持平。”她说。

为什么卖“微瑕行李箱”?黄俊萍告诉记者:“全新品利润薄,竞争力不如品牌网店,并且售后麻

烦。”而微瑕品价格优惠、顾客包容度高,利润空间相对大。

线上渠道带来了新的客流,但黄俊萍并不满足于此。

2024年春节,看着仓库里积压的箱包,一个更直接的想法在她心里萌生:“干脆试试淘宝直播吧。”

“一开始把握不好讲法、节奏,就看着公屏琢磨。冷场了,就拿个便宜款式做福利,把场子‘炸’热。”当时,淘宝对个人主播也有一些流量扶持,慢慢地,她的直播间销量有了起色。

2025年大年初五,她和家人从早播到晚,卖出了三四十个行李箱,单日营业额突破万元,“当时直播的人少,我们的直播间排名一直是小时榜第一。”黄俊萍说。

## 2 攒粉两万,有满足也有压力

黄俊萍给直播间起了个直白的名字“买行李箱找我就对了”。“好记,别人一下就能记住我。”直播模式也简单直接:一物一讲,讲得细致,瑕疵可见,甚至价格还能商量。

直播近两年,她的店铺已积累了两万粉丝,其中不少是回头客,还有老顾客会主动将她的直播间推荐给朋友。

让她印象最深的是一位客户,不仅一口气买了5个行李箱,还连续三四天守在她的直播间,像客服一样帮忙回复观众问题。这样的客户,让她心里格外温暖。

对黄俊萍来说,目前最大的问题是货源质量参差不齐。“大家要求都很高,你需要把行李箱介绍好,行李

箱外观质量也得。”她说。为此,她成了行李箱加工厂的常客,线上时常联系,每月至少去一次工厂,紧盯爆款品牌,在成堆的货品中“淘金”。

“找到一批款式好、质量棒、价格又合适的产品,那种满足感无以言表。”她说,曾有一批百余个的微瑕行李箱,因性价比极高,一两天内便被抢购一空。这些“不完美”的行李箱,成了她直播间里最具竞争力的“完美”商品。

另一个问题则是人手不足,目前直播仍以家庭为核心。“每个人都在超负荷工作,很多事没法兼顾。”黄俊萍说,新的一年,计划招募新主播,自己则转向更核心的选品、货源管理和店铺运营。

## 3 不完美的商品,“完美”的生意

像黄俊萍这样以“微瑕”为特色的销售模式,正在多个日用消费品类中悄然兴起。

记者搜索电商平台发现,不仅是行李箱、鞋服、餐具等日用品也常有专门标注“微瑕”的商品在售,有些甚至包装成“盲盒”形式,销量几百至几千不等。

记者查阅《中华人民共和国产品质量法》和《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规了解到,目前相关法律并未禁止销售已明确说明的瑕疵商品。

宁波财经学院国际经济贸易学院电子商务系专业负责人范春风副教授认为,微瑕经济与电商发展密切相关。她指出,这一模式起源于“七天无理由退货”机制:那些因包

装受损或略有瑕疵而被退回的商品,恰好满足了追求实惠、注重性价比的消费群体的需求。随后,这一模式延伸至生产端,工厂里那些不影响使用的“次品”也得以进入销售渠道。

范春风表示,微瑕经济实际上形成了一种多方共赢的格局:消费者获得了高性价比的商品,商家有效解决了库存问题。从社会层面看,这种模式也符合绿色消费理念,通过减少浪费、促进资源循环,为市场注入了可持续发展的活力。

不过,由于商品微瑕,消费者也需要擦亮眼睛,在下单前仔细确认瑕疵情况,以免到手的商品与预期不符,影响使用体验。

见习记者 赵烨



黄俊萍的家人正在打包。受访者供图