



无法复制的李佳琦



为互联网的迅速发展，无论是主播、网红、KOL，还是测评博主，有很多不一样的工种都在为品牌服务。那品牌通过怎样的渠道带来生意的体量，这是品牌的选择。

只能说是品牌跟人的调性比较符合，而不是说某品牌选择李佳琦，是因为商业捆绑很严重，或者李佳琦有这家公司的股份……网上传得很多，但他们并不了解为什么李佳琦会这样选择。

我可以给大家举两个例子。一个就是花西子，其实在我没有火的时候我们就合作了。他们选我是因为当时花西子只在淘宝上有一家网店。我的考量是因为我想要尝试推质感较好且真正好用的国货品牌，哪怕花西子的散粉比一般的品牌要贵一倍的价格，因为它真的很好用，我发自内心地想要去推荐给我的消费者。但我们也有过矛盾。当时我们合作了大概快一年了，我因为“口红一哥”大火。花西子递过来一支口红，我一看就说这是工厂里面随便打板的货，你还要卖89元一支，请珍惜一下散粉给你带来的流量和顾客。我也希望这种产品以后不要出现在花西子的店铺和我的选品表格里。后来，他们老板真的去学习和对比，给消费者带来了更好的新东西。

第二个就是逐本。三年前，它的店铺里只有卸妆油一款产品，但我们发现了它。它的乳化性能和肤感确实更适合亚洲女生，能更好地融妆，也不闷痘。我们真的是从第一场直播卖800瓶，到现在可以卖到一两万瓶。而他们也通过自己的营销方式和产品的迭代更新，做到了卸妆油国货品牌的第一名，甚至是国际品牌的前列。这是一件值得骄傲的事情。

但其实，花西子和逐本也在其他平台上推广，并不只在李佳琦直播间卖。大家也可以看到，以前花西子我一个星期播一次，现在可能两三个月才播一次。

我愿意合作的国货品牌，第一在细分品类赛道有优势，第二个确实在认真真做产品，第三确实好用。这些品牌在做的事情是我很认可的事情，我会把自己的一些小想法和观念，以及我对品牌的一些新品认知，和这些品牌分享，希望他们可以为中国国货贡献自己的一份力量，因为我在台前能更快地收集到消费者最新的需求，这些需求我汇总之后，就会去告诉我很信任的品牌。

《新民周刊》：你刚才也提到了自己给国货带来的一些销售纪录，包括这次预售首日的纪录。这些年，你在直播这个领域创造了一个又一个纪录，你觉得自己成功的秘诀是什么？或者说自己做直播就是天赋？



国货品牌花西子，因为李佳琦直播而走红。

李佳琦：我是一个比较喜欢分享，而且是不带有目的去做事情的人。我们从10月份开始不卖货去做“李佳琦小课堂”。很多人是不理解的，觉得“李佳琦是不是疯了”，“这些事明明可以由别人来做或者通过视频的方式，你一个主播不卖货，相当于没有在认真工作”……那个时候，我们做了20多天反效率的工作。很多人等着在看李佳琦的笑话，也有其他公司觉得李佳琦就是美ONE的收入来源，20多天不直播卖货等于没有任何收入，对于一个公司来说是挺危险的事情。

但我们愿意这样做。李佳琦为什么可以得到所有女生的信任，就是因为这么多年来，我一直站在消费者的角度去做事。我并不觉得自己是名人或网红主播，而是跟消费者一样，也很喜欢买东西，会去看这个产品值不值得出现在我的直播间。

再加上我以前是培训老师，也给别人上过课。我知道，消费者乱买不是一件长久的事情，我希望成为消费者的好朋友，她们可以常来直播间玩。包括我们直播的内容、风格，也是希望大家可以每天来我直播间听听内容，笑一笑，再把自己喜欢的东西加入购物车。

加入购物车这个动作，一开始大家都不理解。但我认真做