

李佳琦为何难以复制

台前，我们只看到李佳琦；幕后，看得见的有三四十个人围绕着李佳琦，看不见的有好几百人和李佳琦共同完成每一场直播。

□ 记者 | 吴 雪

2021年10月31日，上海延安西路上生新所里，灯火通明。这里除了孙科别墅、海军俱乐部，还有一家名叫美ONE的公司，因“李佳琦”的名字，而被人熟知。熟知程度，从一些小事便知。你看，夜幕之下，一对看秀的情侣，顺手比耶，打卡了一张与 NEVER 玩偶的合照。

NEVER 是李佳琦养的爱犬，也是粉丝口中的“女明星”，奈娃家族天猫店上线首日成交3500万元，足以证明其名气不小。下午5点半，开播前半小时，记者乘坐电梯直达三楼——李佳琦直播间，直播间不算宽阔，却搭建了三个直播场景，有家电、

生活、美妆，变换一个机位，就是一个场景。

招商团队的 Vicky 蹲在货架前，熟练地用强力胶固定着当晚上播的面霜；质检团队不停地刷群，检查每个产品的详情页面信息；负责中控的同事，一遍遍调试机位、景别，测试运转；选品和招商，则在李佳琦耳边，疯狂输入今晚产品的折扣、卖点与福利。一长串信息顺着声波，瞬间装进了他的脑海里。

李佳琦的时间通常以分钟来计算，每一分钟，录 ID 还是专访，选品还是上播，都被安排得紧凑而有序。美 ONE 高级总监严正告诉《新民周刊》，快节奏，让李佳琦拥有了瞬间切换