



无法复制的李佳琦



起，共同为上海打造“直播第一城”增添了一抹浓重的色彩。

2020年5月17日，这一天原本是李佳琦直播间月度零食节活动，在当时又恰逢上海首届“五五购物节”。于是，直播间的消费者很快发现，在李佳琦当天一长串的带货清单中，出现了不少上海品牌，既有老字号光明、杏花楼，还有网红新锐拉面。

李佳琦为上海的老字号“带货”，并不难理解。因为从李佳琦出圈至今，“为国货国潮赋能”一直是他和团队最具代表性的标签，而这些老字号作为经典国货，也需要有人为其提供焕发时代新动力的舞台。

李佳琦对于上海传统老字号的情感，可以追溯到童年记忆。他曾表示，自己小时候爱吃大白兔奶糖，也爱喝光明牛奶，上海制造“品质好”的印象，在他来上海前已然形成。而在近两年的上海“五五购物节”当中，人们已经频频看到这位“新上海人”的身影。

作为上海品牌忠实的拥趸、代言人与推动者，李佳琦亲身参与“五五购物节”，不仅让“上海老字号”成为爆款，更为上海品牌贡献着实实在在的成交额——2020年首届“五五购物节”第一周，他的直播间便卖出4.5亿元的上海产品。

在李佳琦看来，“上海品牌力”就是在于不断推陈出新的“焕新”能力。上海是一个时尚之都，大家之所以称它为“魔都”，就是因为它有着自己独特的历史和文化，同时又是海纳百川和创新精神的聚集地。“希望通过自身的努力，帮助到更多的上海品牌，从特殊赛道上出发，在整个行业里面突出重围。”

除了上海本地产品、品牌，李佳琦与他的团队近两年来还把目光投向了上海与其他地区的交流合作活动。2020年6月，李佳琦和同事一起，奔赴上海市对口援滇的云南省宁蒗彝族自治县，为“宁蒗站幸福推介会”公益带货直播贡献力量。6月10日直播当晚，李佳琦站在身穿民族服饰的当地居民身边，联动多位明星，在4小时直播里，将当地苦荞茶、普洱茶、鲜花饼、梯田大米等特产卖向全国各地，销售共计3500万元。

如果说上海“五五购物节”和各类国潮赋能，大多与物美价廉的消费商品相关，那么从2021年开始，在传统“老本行”以外，李佳琦在上海又有了新身份——“红色文创推荐官”。今年5月，在杨浦滨江明华糖仓举行的“品质生活直播周”开幕仪式上，李佳琦正式被授予这一称号。

这意味着，上海作为党的诞生地，其蕴含的丰富红色文化资源也成为他“带货”的内容。

彼时，面对“红色文创推荐官”的称号，李佳琦表示感到了前所未有的荣誉感和使命感。在活动现场，李佳琦说：“今年是中国共产党成立100周年，我不仅要把好物推介给大家，更要做一个正能量的传播者，传播红色文化，弘扬城市精神，讲好上海故事，这是我的初心，也是我的责任。”

现在的李佳琦，在上海的身份与角色，正变得越来越丰富。

过去与未来

2020年6月底，李佳琦作为特殊人才引进，正式落户上海。当时接受央视新闻采访，李佳琦提到当初选择上海的重要原因：“我的工作就是电商主播，上海是时尚之都，有很多国际品牌，化妆品集团都汇集在上海。很多新老国货的品牌，也都在上海。很多品牌也愿意在我的直播间做一些新品首发。上海又是‘直播第一城’，政府愿意大力扶持我们这种互联网中小型企业。”

时尚前沿、国际视野与政府致力打造的良好营商环境，这些都成为李佳琦和他的团队在近两年来提到的“上海优势”。事实上，淘宝数据显示，上海正飞速拥抱直播经济——在国内一线城市中，上海的淘宝直播无论是用户观看数还是各类品牌参与规模，均为全国第一。利用品牌、资源、人才和制度供给的集聚优势，作为全国新零售桥头堡的上海，又在线上直播间里跑出了在线新经济的加速度。

一方面，李佳琦提到的关于上海的特质，其实是上海具备在线新经济发展的全要素；另一方面，政府通过不断创新构建，鼓励探索，打造出由政策支持、空间资源、资本金融构成的不

时尚前沿、国际视野与政府致力打造的良好营商环境，这些都成为李佳琦和他的团队在近两年来提到的“上海优势”。