



要求品牌“二选一”惹惱京東采銷

被知名打假人曝賣假和田玉

遭大楊哥怒批“挾持商家”

# “雙11”大促剛開啟，李佳琦被撕上熱搜

“大楊哥怒批李佳琦挾持商家”“王海打假李佳琦直播間賣和田玉”“京東高管回應采銷喊話李佳琦二選一”……今年“雙11”大促剛開始，平台、品牌與直播間就“打”了起來，而李佳琦更是頻頻被“撕”上熱搜。



李佳琦又被撕上熱搜



大楊哥怒批李佳琦控價控庫存



消費者在李佳琦直播間買到的假和田玉項鏈

## 大楊哥怒批李佳琦搞價格壟斷

近日，在“瘋狂小楊哥”直播間，大楊哥疑似因產品破價被鎖庫存，多款大牌產品鏈接被下架。隨後，大楊哥直接在直播間諷刺李佳琦簽署保密協議壟斷化妝品價格一事，“全被他搞去了，全被他定的價”“一個人能干一個平台”。大楊哥還透露某大牌，因為價格比李佳琦便宜，不能賣，商品鏈接只能下掉。“那麼多商品，因為李佳琦一個人搞亂套了。”大楊哥憤怒地說。

關於李佳琦控價的傳聞已經不絕於耳。有媒體報道稱，李佳琦會要求品牌方給他提供最低價格和最多的庫存，以確保他在直播間中能夠以最優惠的價格銷售商品，並且不會出現斷貨的情況。如果品牌方不同意他的要求，或者給其他主播更低的價格或更多的庫存，他就會投訴或者索賠，並且不再與品牌方合作。這樣一來，就導致了其他主播無法與李佳琦競爭，只能被迫下架商品或者提高價格。而消費者也只能在李佳琦的直播間中購買商品，失去了選擇和比較的機會。這種控價行為自然會引起其他主播和品牌方的不滿和反抗。有人認為，李佳琦利用自己的人氣和影響力，壟斷了市場和資源，損害了市場競爭秩序和公平原則，涉嫌違反壟斷法。

對大楊哥怒批李佳琦搞價格壟斷，網友們各持己見，有網友支持李佳琦，並評論“看了幾年，人家李佳琦從來不會拉踩同行，本本分分直播”“最討厭這種小人，自己也好不到哪去”。也有網友支持大楊哥的，“都變成壟斷了，以後價錢李佳琦說了算咯”。也有網友比較理智，“只要消費者買到便宜東西就行”“雙強才能平衡”。

這件事情也引起了某平台高層的注意，他們已經對此事開始了調查，如果發現李佳琦確實存在控價控貨的行為，那麼他將會面臨嚴重的處罰，甚至可能被封號！

## 王海打假李佳琦直播間賣和田玉

無獨有偶，10月24日，知名打假人王海發布視頻，稱李佳琦直播間賣和田玉為假貨。25日，鴛鴦金樓旗艦店客服回應：該款和田玉項鏈為售罄後下架，產品為真，相關部門正在處理，如果購買產品驗貨為假會正常按照天貓規則處理。

據王海介紹，有消費者在李佳琦直播間購買“鴛鴦金樓”的和田玉項鏈，NGTC實驗室對項鏈的鑑定結果為“碳酸鹽-透閃石質玉項鏈”。視頻內容顯示，消費者於9月23日在李佳琦直播間購買了售價597元實付537元的鴛鴦金樓和田玉項鏈，收到貨的同時也收到了商品的鑑定證書。但消費者在NGTC（國家珠寶玉石檢驗集團有限公司）驗證後，鑑定結果顯示為：碳酸鹽-透閃石質玉項鏈。消費者向商家反映後，運營負責人向其轉賬5萬元，但被消費者拒收。

“根本不是和田玉，鑑定證書也是假的。”王海表示，消費者（向商家）反映後，“鴛鴦金樓直接給消費者微信轉了5萬塊錢，希望能夠息事寧人，但被消費者拒收了”。據了解，目前該款商品已被商家下架。10月25日，王海再次發文稱，“李佳琦假和田玉項鏈小楊哥也賣過！建議檢測一下要求‘退一賠三’，這個價格不可能買到真的。”

對於“王海打假李佳琦直播間賣和田玉”一事，有網友表示，“李佳琦：你不知道和田玉是什麼價格嗎？自己不努力還想貪便宜”。但也有網友表示，和田玉並非特指新疆和田地區產出的玉，而是一類產品的名稱。“玩玉的都知道，和田玉本來就是透閃石。和田玉雖然因新疆和田而命名，但其本身不是地域概念，中國把透閃石成分占98%以上的石頭都命名為和田玉，都在國標範圍內。”

25日上午，深圳鴛鴦金樓珠寶股份有限公司發布聲明：關於我司售出的和田玉項鏈，我司已通過多家國內權威的玉石質檢機構進行複檢，得出報告均可證明我司所售出和田玉項鏈為正規符合標準的和田玉項鏈。關於網友發帖及非正常消費者的投訴索賠，我司已保存並固定相關證據，我們將依法保留追究相關責任的權利，以維護自身合法權益。

## 京東采銷喊話李佳琦“二選一”

此外，李佳琦還被傳及與品牌和平台簽署“低價協議”、要求品牌“二選一”等也在網絡上引起熱議。

據媒體報道，事件起因是京東采銷經理發朋友圈表示：“收到海氏律師函，被品牌投訴由於某款海氏烤箱的京東價格低於李佳琦直播的售價，違反了他們與李佳琦簽署的‘底價協議’要賠償違約金。”該采銷經理同時表示本次補貼是京東自掏腰包。

烤箱品牌海氏後續發表聲明，表示京東采銷未與品牌協商，擅自調低價格，在品牌方不同意後仍拒絕修改價格。海氏同時表示調低價格出售的烤箱，每台損失都由海氏承擔，並非由平台補貼。而事件的另一方李佳琦直播間回應表示沒有與海氏簽訂“底價協議”，也沒有要求品牌進行二選一，李佳琦直播間商品的定價權在於品牌。三方說法不一，記者嘗試聯繫李佳琦所屬的公司美ONE，截至發稿未獲得回復。

一位京東內部人士表示，這次海氏降價補貼成本由京東承擔，自營模式下京東有自主定價權，為消費者爭取最低價。上海大邦律師事務所高級合夥人、知識產權律師游雲庭表示，根據海氏給出的律師函，此事屬於違約糾紛，即海氏品牌與京東簽訂協議，在平台銷售的產品由雙方共同商定，現在京東以較低的價格銷售，海氏認為這一行為會影響到與其他平台的合作，因此發了律師函。

與此同時，美ONE直播推廣服務合同被曝光，按照合同要求，美ONE要求品牌商在指定範圍內給予其最大的促銷力度，其實質上已經等同於“全網最低價”。如若違約，每發生一次，品牌商需要向消費者退還五倍差價，並向美ONE賠償違約金人民幣200萬元，並承擔由於退還差價發生的一切費用和損失。對此，游雲庭表示美ONE的最低價保證條款有被認為違反壟斷法的法律風險，如果需要豁免風險，美ONE必須證明這個條款不具有排除限制競爭秩序的效果。

昨日，京東高管對采銷喊話李佳琦事件進行了回應，稱京東一直致力於為消費者提供優質的產品和服務，堅決抵制全網底價協議霸王條款。他也呼籲其他電商平台和主播能夠遵守行業規範，為消費者提供更好的購物體驗。

## 李佳琦直播間“雙11”銷量依然不俗

10月24日，李佳琦“雙11”直播間正式開播。據媒體報道，當天在李佳琦“雙11”直播間上架的產品鏈接共398個，其中多數為美妆產品，按照商品屬性分為精華、面霜、面膜、彩妝等。晚上8點，李佳琦直播間突破1000萬人觀看。

直播剛開啟，李佳琦直播間里的花西子空氣蜜粉、玉容紗粉餅和出水芙蓉組合就已分別被預訂超過7000件、3000件及300組。截至當晚10:30，上述三組產品預售分別超過7萬件、3000件和3萬件。儘管花西子在李佳琦直播間的成績仍然表現不俗，但與去年相比，則要遜色不少。據界面新聞，2022年10月24日晚上9點，花西子玉容紗有色粉餅在李佳琦直播間首發，上架僅15分鐘，25萬個有色粉餅備貨就被搶購一空。

電商戰略分析師、海豚智庫創始人李成東表示，目前無論是達人賣貨還是平台促銷，都打出“最低價”的口號，側面反映了目前國內電商平台和達人競爭處於白熱化的狀態，不過這類現象並不健康，如果品牌難以盈利，也不利於品牌成長。

今年“雙11”大促即將到來，游雲庭表示，對於平台間正常的低價銷售，只要不違反合約，這種情況應該鼓勵，因為競爭越充分，市場越開放，消費者獲利越多。如果某些平台對外宣傳自己是最低價，實際是其他平台更便宜，也可以找一下自己的原因，給消費者一定程度的補償。