

事件
回眸



¥ 12499-12899

库存6件
请选择 鞋码

颜色分类

CD4487-100

鞋码

36

36.5

37.5

38

38.5

41

42

42.5

44

昨天,一年一度的双12引爆新一轮的购物潮,不难发现一些知名体育品牌的购物活动页面,一些限量版球鞋在凌晨瞬间被“秒杀”,即使消费者购买需要花费高于市场价几倍。

本版评论只代表个人观点,不代表本报观点或立场。

提升球鞋的价格等于贬低球鞋的价值

在“炒鞋”的趋势下,并非人人都是受益者,甚至可以说大多数人都不是受益者。追赶潮流,本就是件充满不确定性的事情,可能可以从中收获心理的满足感,也有可能会有很大的损失。

球鞋本不过是鞋类中的一种,是为了方便进行球类运动而设计的。如今却被奉为潮流单品抬上高价,甚至出现了把“炒鞋”作为一种职业的现象,难以理解的背后原因是多方面的,是日渐扭曲的消费观和攀比心理,更是在明星效应的影响下而产生的副作用。

在网上曾有人这样总结道:70后炒房,80后炒股,90后炒鞋。为什么年轻一代的人对球鞋如此痴迷?最直观的原因就是球鞋的外观设计的确很吸引人,其次就是球鞋的起始价格就比其它鞋类要高,以至于穿着一双球鞋就在无形中产生了一种优越感。由此便产生了无尽的攀比,球鞋就这样失去了原本的价值,成为了一种虚无的象征。同时,由于多数人追捧的球鞋大都是国外的品牌,获得的渠道单一且不易,从而就衍生出了球鞋代购、

排队抢鞋、职业收藏球鞋等现状。

一双原价一千出头的蓝色 OFF-WHITE x Nike Air Force 1 球鞋在发售当天即被炒到小两万元,这是不可思议的事情,更别提那些被炒到大几十万元的鞋款。但在众多鞋圈人士看来,类似事情并不新奇。尤其是这些由两种品牌联名生产的款式,更是有着加倍的价值。而且并非所有球鞋都能被炒出高价,炒房要看地段,炒鞋首先得看品牌,此外,最重要的是鞋子得有特别的故事或意义,比如限量版、合作款、球星签名款、明星同款、甚至错版鞋,这都是天价鞋款可能具备的元素。

其中,明星同款是近年来炒鞋最重要的手段之一,一些明星喜欢晒自己家中的“鞋墙”以表达自己对鞋子的喜爱,这便是一种无

形且最有效的“带货”手段。同时在一些真人秀、综艺节目、影视剧中,更是成为了明星展示私人穿搭的平台,从而引发大众的争相模仿。由此便孕育出了“炒鞋”这一职业,不仅是因为明星效应,这一职业也是受益于“饥饿营销”这种手段,每当出现“限量”、“限定”、“纪念”这些字眼,必定会遭到哄抢。

拥有球鞋的人需要时刻关注它们是否贬值或过气,而购买球鞋的人却需要花费与球鞋不等值的价格,这样一来,只会在不良循环中产生难以想象的后果。总之,凡事都会有贬值的一天,球鞋亦是如此,“炒鞋”在当下看似是一个有利可图的职业,但终有一天它也会遭到“反噬”,毕竟这是一场不公平的交易。

(苏誓哲)

国产球鞋想翻身,还有很长的路要走

期待国产球鞋品牌能继续打磨自身、开拓创新,经过时代的磨砺,想要在未来扭转球鞋市场局面,也不是不可能。

每次出现“炒鞋”热,总有些置身事外的人会认为:“花这么高价钱就是买个虚荣。”

“国产球鞋质量好又实惠,花钱追品牌真是浪费。”的确,近几年,国产运动品牌在创新发展上下了硬功夫,不论是外观、舒适度、结实程度都有了质的提升。

当下,炒鞋市场几乎被国外知名品牌“垄断”。以运动鞋为例,阿迪达斯的 Yeezy 系列和耐克的 AirJordan 系列是潮鞋市场的主流产品。有数据显示,2018 年球鞋二级市场交易中,AirJordan 占到 44% 的市场份额,Nike 旗下其他品牌占 26%;Adidas 旗下产品则占 24%。

很多人买耐克阿迪而不买国产球鞋的原因,主要是品牌效应。耐克阿迪是世界顶级

品牌,其影响力不言而喻。虽然国产的安踏已经达到了仅次于耐克阿迪的第三大运动生产品牌的位置,但就其品牌效应来看,远不及耐克阿迪。牌子大,受众人群众广,买的人肯定就多,毕竟现在追求品牌的人越来越多。你身上穿的鞋子牌子大一方面可以提升自信,另一方面在别人看来你的品味也越高。这是国产安踏李宁的鞋所带不了的附加价值。

但是就目前来看,要想真正做到“翻身农奴把歌唱”,国产球鞋还有很长的路要走。从鞋企角度而言,打造具有广阔品牌认知度和美誉度的品牌需要十几年、几十年乃至更久的时间积淀。如果某家鞋企的产品,能够被市场拿去炒作,在一定程度上表明市场对这

家公司产品的高度认同。显然,国产球鞋最缺少的就是珍贵的“认同”。

抛开品牌给产品的附加价值,单纯考虑产品质量的好坏与否,实际上国产球鞋也比不上耐克阿迪的同类型鞋。耐克有 zoom、React 等缓震科技,阿迪有 Boost、Bounce 等黑科技,国产球鞋在当下时髦的“科技感”上,还有所欠缺。

笔者认为,在“炒鞋”这件事上,没有对错之分,都是个人选择。对于究竟是买国产球鞋,还是追求国外品牌,也没有对错可言。平心而论,鞋子适不适合,自己的脚知道,钱包也知道。

(梅杰)

囤的到底是鞋还是“雷”

“鞋是用来穿的,不是用来炒的。”面对种种乱象,相关部门应及时“亮剑”,加强严格监管和积极引导,让球鞋市场回归理性。

不仅仅是双12当天,如今“炒鞋”已成为年轻人热衷的话题。一双五六百、一千多元的球鞋,在某些平台“抢购”后,几经转手竟可以卖到几万元,一下子翻了几十倍的价钱。从惊人的涨幅上,可以想象“炒鞋”的疯狂。

最近,央行上海分行也发文,“炒鞋”交易呈现证券化趋势,日交易量巨大;部分第三方支付机构为炒鞋平台提供分期付款等加杠杆服务,杠杆资金入场助长了金融风险;操作黑箱化,平台一旦“跑路”,容易引发群体性事件。更值得警惕的是,随着行情的进一步深入,越来越多的机构开始创建提供炒币的“证券交易平台”,币圈的交易量逐步放大,这种背景意味着,“炒鞋”行情若不加以监管,未来或有更多机构将以电商创业、互联网创业名义开办球鞋转售平台,但实际上提供类证券的交易。如此任由发展下去,势必衍生出非

法集资、非法吸收存款、金融诈骗、非法传销等涉众型经济金融违法问题。

可以说,所有击鼓传花的投机炒作,最终都会破灭。所有人都认为自己不会是接最后一棒的“傻子”,但很不幸,必然会有牺牲者。种种迹象表明,距离炒鞋泡沫的破灭似乎越来越近,囤的到底是鞋还是“雷”,这是一个问题!

当然,表面看起来,所谓限量款、联名款球鞋具备稀缺性,故而具备理论上的升值可能。但需要理清的是,这种价值并非“实体价值”,而是基于玩家心理认同和价值预期的“主观价值”。事实上,除了一小部分初始玩家、骨灰玩家,绝大部分跟风炒鞋者的“球鞋信仰”都很可疑。他们逐利而来、追涨囤货,而一旦行情有任何风吹草动,最先杀跌出货的想必也是这波人。行情崩塌之下,踩踏是

大概率事件。

现如今,最过危险的情况在于,几乎所有人都认为“炒鞋”稳赚不赔,“鞋价”只涨不跌,这明显是违背常识、违背投资规律的。收藏品市场,从来都是暴涨暴跌,这早有无数先例在前,“球鞋收藏”同样难逃如此宿命。人性的贪婪过后,必然是极度的恐惧,雪崩到来时,没有一片雪花是无辜的。“炒鞋”棋至中盘,有人早早离场,有人拉高出货,有人高位接盘……也许,在不久之后回望这一切,我们才会发现这整个过程中,理智之崩塌、选择之愚蠢,是何其骇人。

对于消费者而言,也应清醒地看到“炒鞋”的风险,打消通过“炒鞋”一夜暴富的幻想,做到科学消费、理性消费,谨防入场;同时对市场中的消费陷阱敢于拿起法律武器维权,这也有助于消弭当下的“炒鞋”热潮。

(余敏刚)