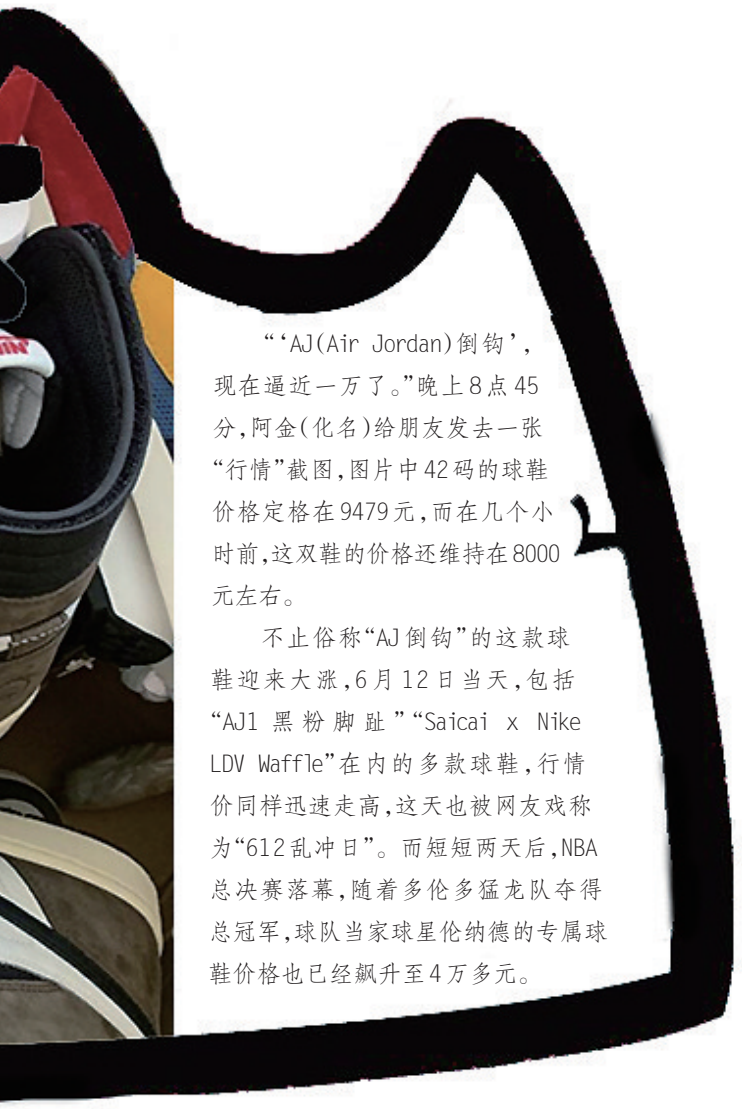
# 背后是需求还是泡沫？



“‘AJ(Air Jordan)倒钩’，现在逼近一万了。”晚上8点45分，阿金(化名)给朋友发去一张“行情”截图，图片中42码的球鞋价格定格在9479元，而在几个小时前，这双鞋的价格还维持在8000元左右。

不止俗称“AJ倒钩”的这款球鞋迎来大涨，6月12日当天，包括“AJ1 黑粉脚趾”“Saicai x Nike LDV Waffle”在内的多款球鞋，行情价同样迅速走高，这天也被网友戏称为“612乱冲日”。而短短两天后，NBA总决赛落幕，随着多伦多猛龙队夺得总冠军，球队当家球星伦纳德的专属球鞋价格也已经飙升至4万多元。

## 江湖传奇

### “炒鞋”赚出首付，各路人马纷纷涌入

“炒鞋”市场火爆，离不开其中蕴藏的丰厚利益。在朋友口中，军哥是“靠‘炒鞋’买了套房”的男人，但他自己对此解释称，他只是出售了家中价值80万的球鞋，套现付了首付，“现在每个月还要还一万八呢。”不过，他并不否认，在“炒鞋”圈流传着一些所谓的“励志故事”，有人真的依靠“炒鞋”走上了“人生巅峰”。

但更多“肉眼可见”的故事，并不是有多少人靠“炒鞋”致富，而是越来越多的年轻学生踏入了这个行当。“以前可能雇学生来排队，现在只能花一两百找大爷大妈排队了。很多学生自己做起了散户，奔波在各个球鞋发售的现场。”

“‘炒鞋’需要钱。”虽然利益可观，但若想大规模囤鞋待涨，势必需要有足够的资金支持。“现在普通款的鞋已经很难赚钱，超限量的鞋你拿不到，得拿很多的资本去进货。”军哥回忆，过去学生群体大多无法承担这样的负担，但在现在这个随手就能在花呗上透支，甚至在网贷APP上借得小额贷款的时代，“贷款‘炒鞋’”已经不再是一句玩笑。“比如说我花10万元囤‘倒钩’，但下周‘黑天使’又发售了。这个时候‘倒钩’鞋顶多一双赚200元，人都是贪婪的，必须再涨点才抛，但你又想囤‘黑天使’，你就只能去贷款了。”

一次赶上某店发售100双“椰子”，军哥特意雇了10名小区阿姨一道前往提“后门货”，没想到刚一出门，上来“围堵”的竟然是两名学生，两人上来就问，这个鞋市场价2200元，2500元卖不卖。“排两天队，转手赚2000元，对学生来说是很大的一笔收入了。”在军哥的朋友圈里，频频有学生鞋贩发布抢购到某双球鞋的照片，在他看来，这么做不仅为了炫耀，更重要的目的是拓展客源。

除了学生，如今不少大爷大妈也加入到抢鞋大军中，甚至有人专程从外地赶到上海抢鞋。“火车票来回1000元，他抢到鞋赚2000元，利润依旧可观。”

## 攻防大战

### 抽签、突击发售，品牌方与鞋贩各施计谋

“炒鞋”点燃了球鞋市场，但也让一些真正爱鞋的人只能“望鞋兴叹”。为了防止球鞋过多流入鞋贩手中，品牌方也与鞋贩们展开过拉锯战。

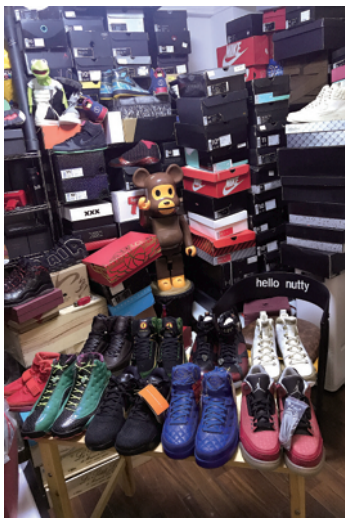
最初，球鞋的发售方式多为先到先得，但随着鞋贩不断涌入，雇人排队等行为逐渐常态化。据军哥回忆，前年阿迪达斯发售某款球鞋时，就曾因排队问题引发过“全武行”，“三教九流的人士都去排队，把南京西路都堵住了，最后品牌方只能取消了发行。”

2017年6月，在上海iapm环贸商场内，几名鞋贩为了抢购阿迪达斯一款“椰子”球鞋大打出手，后经了解，事件起因为技术贩子破解了抢鞋软件的后台，抢走了近80双鞋。

为了杜绝排队乱象，各大品牌方也尝试过不少手段，诸如线上抽取购鞋名额，抽到名额才能至门店排队购买，且在购买时还需要持本人对应的身份证、银行卡。甚至有品牌方要求购鞋者必须脚穿该品牌球鞋才能在门店排队购买。然而在鞋贩眼中，这些手段并非密不透风。“淘宝上弄几双假鞋，买来再雇叔叔阿姨去抽签。”

“品牌方推出了官方抽鞋系统，但是可能会被‘黑客’攻破，现在感觉抽签很难抽到。”阿金透露，一些鞋贩已慢慢从门店排队扫货发展为与“技术人员”合作，在各种抽签系统上做起了文章。

不过，对于特别受到市场关注的爆款，品牌方也会在发售方式上“放大招”，让鞋贩们来不及反应。例如，Nike Air Yeezy 2 “Red October”就曾在毫无征兆的情况下突然在Nikestore上架，“这是Kanye West(知名说唱歌手)与耐克合作的最后一款鞋，当时为了防止出现混乱，全部取消在店铺发售，选择在官网上突击发售。”据阿金回忆，这双鞋刚发售市场价就已经到达2万多元，超过原价10倍多，“现在男码大概五六万，女码接近10万。”



本版均为受访者供图
张骏 制图

## 球鞋的泡沫经济学

### 鞋市虚假繁荣 疯狂过后或将“割韭菜”

2015年，曾任Jordan品牌中国区市场部经理的EricTian在接受媒体采访时曾表示，65%的中国消费者是为了追随时尚而购买该品牌的球鞋，仅有35%是真正看上球鞋的性能。换言之，这些球鞋在中国大多被用来“压马路”而非上球场。在圈内人士看来，近几年这样的趋势有增无减。

有圈内人士认为，商家和鞋贩的“默契配合”，实现了对球鞋市场的炒作，商家的饥饿营销直接拉高了球鞋二手市场的转卖价格。但该圈内人士指出，鞋贩和商家之间，毫无疑问商家占有着绝对的主导地位，一旦商家调整发售量，或者推出复刻版，极有可能让某款爆款鞋迅速折价。

“即便是“AJ倒钩”，在正式发售之前经过预热，价格就炒到过1万多元，结果后来发售量一大，一下子跌到5000多，最近又涨回来点。”对方表示，过去一些限量版球鞋在后期曾出现过大量补发的情况，甚至被纳入了员工折扣的范围，而这些在发售初期不太可能发生。

也有人持不同观点。近日，“nice”创始人周首在一次直播中提出，因为发现球鞋能赚钱，更多人才主动去了解球鞋，最后才让更多人认识到了鞋子的魅力。“很多人觉得因为大家喜欢，所以诞生了贩子，最后挤压了消费者空间，这种话经不起推敲。”

在军哥看来，资本的涌入则让鞋贩们的生意不再是“小打小闹”，形成了一定规模，但也积攒了不少泡沫。“像已经完成了多轮融资的‘毒’APP，最近也在搞活动，给购买者发满减红包，卖家那边扣的佣金也在减少，其实平台已经赚不到什么钱，完全就是在引流。”他指出，一旦资本撤出，球鞋交易平台关闭，市场很有可能在短期内崩塌，“现在淘宝卖鞋的店已经废了，到时候只能路上摆摊卖鞋了。”在他看来，目前的球鞋市场已经堆积了大量“泡沫”，他已开始着手出售所囤的球鞋套现。

拥有近五年“炒鞋”经验的鞋贩阿伟(化名)认为，尽管现在球鞋市场火爆，但消费者总有趋于理性的一天。“现在很多年轻人比较冲动，消费不理性，吴亦凡穿的他也要，但是就跟之前抢苹果手机、抢黄金一样，总归会消停的。”“耐克炒来炒去也就是炒正代鞋的配色，现在开始炒联名款，之后呢？花样总归有玩完的一天。”他担心，当品牌方“技穷”时，球鞋爱好者会出现审美疲劳，当终端的需求消失后，最后一批花高价囤鞋的鞋贩就会成为被“割韭菜”的对象。

阿金坦言，不同年代对潮流有不同的认可，作为“80后”，他也理解如今人们对街头潮流品的追求。在他身边，仍然会有年轻人兴奋地议论“鞋王”们收藏的珍品球鞋。每当听到时，阿金总不忘提醒他们，对方买鞋花的钱可能还不到收入的十分之一。

“有些鞋被哄抬到几万元，但说到底那只是双鞋。潮流这种东西，说到底是有钱人玩的。”在阿金看来，这句话“理不糙”。