

二手鞋盒居然卖几千上万元!

球鞋之后,鞋盒也“炒”起来了?

潮文化驱使下,鞋盒也拥有了和球鞋一样的地位,引得各路潮人蜂拥而至。二手平台上,阿迪达斯Yeezy100多元的原装鞋盒卖到280元。电商平台上原创鞋盒价格从几十元到几百元不等,部分品牌商家已实现月销鞋盒上千个。LV一款鞋盒更是以24万元人民币的价格,刷新了鞋盒价格的“天花板”。

几百元、上千元甚至上万元的鞋盒,你会买吗?昔日“炒球鞋”旧景重现,鞋盒真的被“炒”起来了?

有鞋盒卖24万元 几乎都是“有价无市”的存在

几百元、上千元甚至上万元的鞋盒,在各类展会、网上商城及二手交易平台都有出现。其中,在2020年年底的Louis Vuitton硬箱展上,有奢侈品牌的潮流鞋盒以24万元人民币的价格,刷新了鞋盒价格的“天花板”。

展会受邀人小陆告诉记者,展会展出的很多物品是正常专柜、专卖店买不到的,或是没有办法放在专柜里展示的,比如台球桌、特殊材质的化妆箱,还有一些如沙发、床一类的家具。小陆表示,这些属于奢侈品性质的鞋盒,更多地在于其品牌收藏价值,鞋盒本身的实用性不再被强调。

记者梳理了解,近20年前,耐克Air Jordan 17球鞋搭配的金属手提箱鞋盒,就引起了消费者的广泛关注。

Air Jordan 17球鞋,是美国篮球明星迈克尔·乔丹的第十七代战靴,同时也是他的复出鞋款,于2002

年推出,包装采用金属鞋盒,随鞋赠送一张介绍AJ17研制过程的光盘。

Air Jordan 17发售价格为200美元(约合1290.5元人民币)。随着这双鞋横空出世,短时间内就一售而空,现今已是“有钱难买的绝版”。同时其配套的金属手提箱鞋盒,也几乎成了千金难购的收藏品。

在鞋盒上“做文章”的趋势,在随后几年有增无减。比如2009年CLOT x NIKE AIR FORCE 1“红丝绸”球鞋,将中国风传统六角形糕点盒融入配套鞋盒。据此前“砍柴网”援引市场的数据,其普通款标价已高达10万元,配上限量鞋盒的价格飙升至35万元。

上述鞋盒,几乎都是“有价无市”的存在。鞋圈人士“巴伯尔大侠”认为,与其说它们是一种储物工具,还不如说它们完全成了一种可单独售卖的商品,是一类昂贵的收藏品。

原创鞋盒一两百元,月销上千个 也有限量款鞋盒价格下跌

不同于LV鞋盒、“红丝绸”鞋盒等限量款式,真正有市场的鞋盒,存在于各大二手交易平台和大型电商平台。这类鞋盒价格没有那么高。二手平台闲鱼上,阿迪达斯Yeezy原装鞋盒卖价为280元。

近几年,以原鞋盒为卖点的GOTO、SupBro等品牌相继出现,GOTO、SupBro热销的发光声控鞋盒价格在100-200元,月销上千个不成问题。

在闲鱼上,价格高一点的可能是2019年Nike SB展会上出现的Nike SB x 喜茶联名的粉钻超限量声控鞋盒。目前,闲鱼平台上这个鞋盒售价为2400元。

一位卖家向记者透露,“这款联名鞋盒是展会发售,目前在市面上很难买到,我现在也只有两个。”经

过沟通,记者得知,其中有一个鞋盒是有瑕疵的。但卖家说,这并没有影响到顾客的热情,仍然不断有人来问价,有高价购买存在瑕疵鞋盒的意愿。

物以稀为贵。巴伯尔大侠认为,如果说奢侈品牌和部分限定品牌的特殊鞋盒具有“有钱也买不到”的特点,那么作为鞋子附属品的鞋盒更多的是“有得卖”。“Yeezy配套鞋盒数量多,价格就比较亲民。一些联名鞋盒数量少,就比较贵,但都能接受。”巴伯尔大侠说道。

在闲鱼上,记者还注意到,并不是所有限量款鞋盒都溢价,也有例外。比如原价399元的GOTO塔克联名全球限定款鞋盒已跌至180元。在其他电商平台上,更有跌至100元左右的。



(资料图)

观点

鞋友: “球鞋和鞋盒在一起才完整” 基础鞋款鞋盒没什么价值

几百元甚至上千元的鞋盒,你会买吗?对此,家里拥有一整面鞋盒墙的雷文的回答是:那是肯定的。他觉得,“球鞋和鞋盒在一起,才是完整的。就像收藏家眼中的核和珠,买核还珠或买珠还核都不是真爱。”

混迹鞋圈多年的Bruce则认为,如果是限定款鞋子的鞋盒,就会有人买。而如果是基础鞋款,鞋盒就没什

么价值。

打开电商网站,搜索“鞋盒”关键字,记者看到了琳琅满目的商品。材质上有纸质、亚克力、有机玻璃、实木等,款式上分为翻盖、透明、多层、便携款,价格上便宜的可能只要1元钱,但这么便宜的鞋盒怎能配得起时尚满满的潮鞋呢?

雷文告诉记者,鞋盒除了满足基础的收纳功能,还具备高“颜值”、可叠成鞋墙

等功能,所以才能吸引一众粉丝,如GOTO、SupBro热销的鞋盒就有很多回购买家。在商品评论中,很多买家晒出自己DIY的鞋墙,五花八门的样式配上潮鞋,显得格外有“范儿”。

不管是限量款的部分鞋盒,还是月销上千个的原装鞋盒,记者注意到,买家表示他们购买鞋盒的目的是为了使用,且不会考虑再将其转卖。

鞋圈人士: “炒”的说法不成立 大多为了自己使用或者收藏

知名品牌限量款球鞋,在二手市场上存在一定溢价并不新鲜。所谓炒球鞋,指的是一种资本游戏,转手买卖球鞋,炒作、操控鞋价涨跌。

那么,和炒球鞋类似,鞋盒也被“炒”起来了?混迹鞋圈多年的鞋友Bugles认为:“炒”这个点,目前来看,不成熟也不成立。”

他告诉记者,“炒”的基础是有人希望买到鞋盒并再以高价转手。但现实情况是,很

多鞋盒买家购买的纯粹是为了自己使用或者收藏。“之前有人炒球鞋,几百元的东西炒到1000元,但仍有人愿意花1000元去买。他买的目的是为了自用,而是以1500元的价格卖出去。但说到鞋盒,800元一个的鞋盒,我了解的业内情况是,买家基本上是自用。”

“在我们业内看来,(买鞋盒)不同于炒球鞋。商家发售数量少,需求的人多,价

格稍微贵些,这是正常的商品经济。”Bugles将这些鞋盒分为两种:第一种是作为商品、装饰品进行销售,鞋盒本身具有价值;第二种是作为鞋子的附属品,就是承载鞋子并一起进行销售。鞋盒如果脱离鞋子,本身没有多大价值。他指出,这两种虽然都是鞋盒,但具有完全不同的属性,不能认为其价格高不可攀,就将这个问题归类为“炒”。

专家分析

类似于击鼓传花的游戏 剩下的人将最终买单

虽然这些鞋盒已成为潮鞋的“黄金配角”,但天然的制作门槛低,让鞋盒的溢价“天花板”显而易见。“这些潮玩消费品的价值很大程度上来源于商

家打造的故事和消费者的心理预期,其中泡沫成分很大,投资风险很高。”有业内人士称。

专家表示,“鞋盒等炒作类似于一种击鼓传花的游

戏,置身于游戏中的人必须要清楚这个游戏所蕴含的风险,因为这本身就是一场博弈,等鼓点过去,剩下的人将最终买单。” (成都商报)