

从收藏球鞋到打造“鞋墙” “球鞋经济”火爆 业内建议理性“炒鞋”

本报记者李寒阳

3月5日,椒江“鞋迷”朱海枫捧着新到的快递回到家中,准备给他在官网上原单抢到的新鞋做一个“开箱仪式”。

朱海枫为自己刚装修完工的新家中搭建了一面“鞋墙”,展示自己多年来的收藏。“小时候我就爱看球赛,慢慢地也开始收藏球鞋。”朱海枫说。

近年来,随着人民收入水平的提高,全民健身潮在国内兴起,年轻人不仅在乎身材的管理,也更加在乎日常的穿搭。在此背景下,球鞋经济应运而生,并产生了巨量市场。

搭“鞋墙”成了新风尚

在椒江的we arena篮球馆里,小金正做完拉伸准备上场,为了今天的球赛,他带了三双球鞋。“第一双是热身的时候穿的,合脚但缓震不是很好。第二双是比赛用‘战靴’,性能强。还有一双是运动拖鞋,在赛后换上能让剧烈运动而充血的双脚足够放松。”小金向记者介绍,因为家

里的球鞋太多,经常被妻子比作“蜈蚣”,直到用“鞋墙”把球鞋都整齐地收纳起来后,买鞋这项爱好才得到“允许”。

为了更好地展示自己的“战利品”,小金特地买了透明的鞋盒来搭建鞋墙。其中,有一双来自偶像科比·布莱恩特的亲签球鞋是小金的“镇墙之宝”,据介绍,这双球鞋的市场价已经破万元。

询问了球馆中数十名球员,记者了解到,有半数以上家中有超过10双球鞋,有5位在家中搭了“鞋墙”。

“爱打球、爱运动的人住进爱屋及乌,难以抵挡球鞋的‘诱惑’。买鞋、收藏就是我们运动男生的标配。”小金说。

球鞋抽选似“打新股”

每次球鞋发售,黄岩小伙小邓就会提前设好闹钟。“像我一样等在手机屏幕前,等待发售的球鞋爱好者有很多。”小邓说。

耐克、阿迪达斯等国际运动品牌的凭借自身的巨大影响力和品牌效应,都玩起了“饥饿营销”的市

策略。对于经典鞋型的复刻、联名设计的新款,耐克、阿迪达斯都会在官网上以限量抽选的方式来售卖,多年的品质口碑和不断创新的设计理念让这些球鞋大牌积攒了大量的粉丝,而明星、球星不断“上脚”潮鞋则引爆了球鞋市场,许多发售的鞋款数量远远满足不了“鞋迷”们,热门鞋款翻倍溢价早已不成新闻。

翻看汽车销售人员洪先生的“朋友圈”,满满都是球鞋的信息,原价抢鞋再等涨价后卖出已成了洪先生的“副业”。

“一开始是为了能够原价买到自己想穿的球鞋,但有一次抢到一款球鞋后十分钟就有人看到我的朋友圈来加价问我买鞋。”尝到了甜头之后,转卖成了他抢鞋的新目的,洪先生表示,选到热门的鞋款就像打到一只优质新股,能带来意想不到的收益。

“炒鞋”需谨慎

“球鞋溢价现象只是市场经济作用的产物,球鞋背后的品牌价值是其溢价的原因。”黄岩小伙恒毅

在美国留学期间接触了美国球鞋文化,攻读经济学专业的他通过自己的资源原价购鞋,再在二级市场以更高的价格卖出。

经手过成千上万双球鞋的恒毅算得上是一个名副其实的“鞋头”,他表示,球鞋升值的原理简单来讲就是市场需求和供应相互反应的结果,而且这一切都源自NIKE这些品牌的自身价值。

“我回国一年多,发现台州是年轻人对球鞋的购买欲望并不比美国低。耐克作为体育行业领头羊,集体育娱乐文化产业‘一条龙’的营销,打造了以运动品牌为中心的以青少年为主要消费人群的潮流产业。”恒毅坦言,一双同样球鞋可能换个配色价格就能差好几倍,高价买鞋并不一定是明智之举。

“鞋是用来穿的,不是用来炒的,年轻人应该树立正确的消费观,买自己喜欢的球鞋,而不是跟风高价购买‘明星’鞋款。”恒毅表示,许多国内球鞋品牌已经崛起,性价比且品质不输国外大牌,球鞋爱好者们可以多多参考比较,选择适合自己的球鞋。

2月台州市消费 满意度指数下降

本报讯(记者王依妮)3月3日,我市市场监管局(市知识产权局)发布上月台州市消费满意度指数,综合指数为83,与1月份的指数相比稍有下降,市场消费环境等级为“良”。

期间,被监测的六个商品和服务类别消费满意度指数呈“二升一平三降”。具体表现为:手机、汽车商品和服务的消费满意度有所上升;服装商品和服务的消费满意度与上一调查周期相同;家电、食品商品和服务以及餐饮服务的消费满意度指数有所下降。除服装商品和服务以及餐饮服务的市场消费环境等级为“一般”外,其余四类均为“良”。

同时,2月份,我市市场监督管理局共受理消费者投诉1202件,举报546件。投诉热点围绕食品(餐饮

服务)类、服装鞋类、汽车类、通讯产品类、家用电器类等五大类别。

食品(餐饮服务)类主要投诉商家出售的牛奶过期、年糕变质等质量问题;餐饮店存在卫生差、外卖漏送等问题。

服装鞋类投诉集中在棉服充当羽绒服出售、裤子有洞,或配饰脱落、鞋子脱胶等质量问题。

汽车类产品主要投诉汽车在保修期内出现变速箱故障、刹车失灵、或抛锚后无法启动等质量问题。

通讯产品类以三包期内手机出现黑屏、花屏、无信号等质量问题,或手机多次维修未修好等问题为投诉热点。

家用电器类投诉电视机花屏、内屏破裂,空气能热水器主板故障,电热水壶生锈等质量问题。



税警企携手助力高质量经济发展

3月8日下午,台州市税务局和台州市警校联合举办税警企携手助力高质量经济发展三八主题活动。活动现场,38位女企业家代表和女财务经理参观台州市警校并听取了税务干部对个税和机动车发票等税收政策的宣讲。

据了解,本次活动是台州市税务局持续优化税务执法方式,推进精细服务的创新性重要举措,有利于构建更加和谐的亲清税企关系,优化税收营商环境。 本报记者沈海珠摄

草莓价格渐降,菠萝、芒果等成主打 春季时令水果相继上市

本报讯(记者施 炜)天气逐渐转暖,不少春季时令水果相继上市。3月9日,记者走访了本地各大超市和街边水果店,发现市场上的水果品类日渐丰富,部分春季上市的时令水果在高超、商贩与批发市场上,价格差异较大。

“前阵子是吃橘子和苹果比较多,偶尔会买些草莓尝尝,毕竟价格还是挺高的,春节前后一斤都要在35元左右。”心心鲜果九峰店里,市民池

女士正在挑选草莓,她表示前两天店里节日搞活动,购入了9.9元一斤的草莓,今天过来看了下,红颜草莓的价格确实下降了不少。

记者在店内看到,草莓、菠萝、芒果等水果都被放置在了醒目位置。“西瓜也有一些销量了,但是价格很高,草莓的热度高,当下买的人还是很多。”一位店员介绍,“今年市面上售卖的芒果多为为芒芒或者青芒,现在搞特价只要5.8元一斤,店里在售的

海岸线金钻凤梨,价格大约是16元一斤,约1.5斤重的海南小浪凤梨拼团只要9.9元一个。店里经常会有一些节日活动和拼团活动,价格更实惠。”

在大润发黄岩二环南路店内,部分时令水果的价格相对较高。红颜草莓的价格仍然维持在35元一斤,小台农芒果9.8元一斤,广西高乐蜜芒果和水仙芒价格更高。而徐闻菠萝,则相比水果店略微便宜,1-1.3公斤的售价为13.9元。而在世纪联华黄岩芳

动南路店,金煌芒每斤价格达到16.5元,大果草莓达到60元一斤。“我们在售的水果品质、规格相对来说都是比较高的,比如草莓,基本上只出售大果。”大润发发一位工作人员说。

据农港城3月7日发布的重点水果批发价格参考表,发现芒果等已挤入上周水果成交量前五名。在价格上,以草莓为例,几个月前每斤17-35元的批发价格已经降至每斤10-20元。

近年来,女性为自己选房购房的比例逐渐增大 女性购房,更关注户型和配套



本报记者陈赛娟

紧跟“三八妇女节”的脚步,58同城、安居客发布了《2021年女性置业报告》,贝壳研究院发布《女性居住现状调查报告(2021年)》,报告显示女性购房已成为一种趋势。

随着现代女性经济和社会地位的不断提升,她们的购房需求也在不断攀升,台州女性购房的比例也不在少数,更加热衷在自己实力范围允许的前提下选择房产。

越来越多女性买房

妇女节当天,各种围绕女性群体的活动在各大商业综合体展开,不少房地产项目营销中心也布置了

与女性有关的场景,推出相关的营销活动。

有项目营销负责人表示,如今,女性为自己买房子已经不是什么新鲜事,最近两年女性为自己选房购房的比例逐渐增大。因此在妇女节期间营销中心策划一些温馨的活动还是有利于女性购房者对项目产品的认知和认可。

“想要一套自己的房子,告别不稳定的租房状态。”在市区某楼盘营销中心,90后小陈正在看房,她觉得买房更有安全感。

记者采访中获悉,多数女性认为,买房不仅是自身经济实力的体现,更成为她们获得安全感的重要来源。

除了数量增长,女性购房群体也越来越年轻化。数据显示,2020年24岁以下、25至29岁女性购房者占比,分别较2017年提高了6.58%、6.22%,明显高于其他年龄段。

更注重户型和配套

选什么样的房子?女性置业者也有自己的“买房哲学”。女性们对房子的追求不再仅仅是满足单纯的

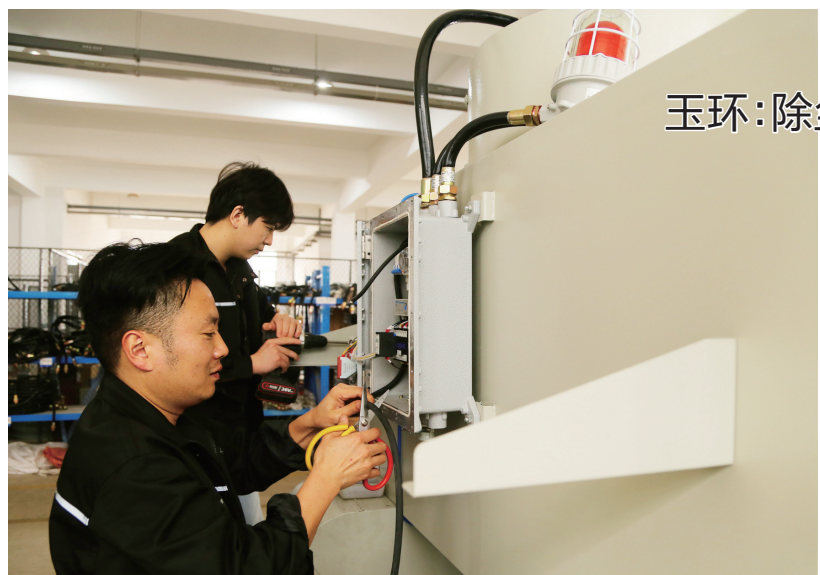
居住功能,而是更加追求品质和居住的改善。

去年开始,在椒江工作的小林就一直在看房,想要购买一套小户型,在新房和二手房难以抉择。最终,她考虑购买一套在市府大道某小区的二手房。“考虑每天上下班,这里交通方便,周边商超等配套也齐全。”

像小林一样,对于购房的区域选择,女性置业者更倾向于在核心区域,户型方面,则偏爱南北通透的小户型。数据显示,成交面积上,60平方米以下物业成交女性占比多于男性;在通勤时长上,女性相对不能忍受长距离的通勤,交通是否便捷成为女性买房时考虑的重要因素。

随着女性置业者增多,不少房企也在房屋的布局上作出调整,例如开辟衣帽间,设计开放式厨房,提供更多暖色调的样板房参考等。

从目前市场来看,多数女性选房对于区域和交通以及商业的要求较高,一般会选择两室的产品。有楼盘营销负责人认为,女性买房更要求产品在设计上有针对性和适用性,房间的设计布局要明快、实用,要注重女性的生活需求,像衣帽间、洗漱间都要精致而实用性强。



玉环:除尘器企业订单纷来沓至

3月8日,在玉环太平洋机械有限公司里,工人正在忙着“自激喷淋湿式除尘器”线路搭接和配件安装。

该公司是家专业生产除尘器、抛砂机、砂带机、砂轮机企业。尤其是除尘器,深受广大中小企业的欢迎,它不但保障了操作工人身体的健康,还减少了尘埃粉对环境造成的污染。随着人们环保意识增强,除尘器的需求量日益增加,订单纷来沓至。 本报通讯员吴达夫摄

“讲文明 树新风”
公益广告

关心与保护未成年人

爸爸妈妈,谢谢你们陪我一起长大

台州市同创办 台州市文明办