

个别球鞋甚至涨幅达 430% “炒鞋”升温谁是推手?

随着居民收入增加与消费升级,各式各样的限量款名牌球鞋受到越来越多人的喜爱和关注。长期以来,由于球鞋品牌限量发售的营销策略,部分鞋款作为闲置物品在市场流通中存在溢价空间,由此产生了“倒卖限量球鞋”的生意。今年以来,“炒鞋”在国内各地有所升温。潮流单品交易平台“毒 APP”数据显示,5月,最热卖的几款鞋市场交易价格与发售价格相比,涨幅均在100%以上,个别球鞋甚至涨幅达430%。

“炒鞋”成了“大生意”

早上7点,北京某运动品牌专卖店门前,已有将近50个人在店门口有秩序地排队。为什么冒着暑热早早来排队?是因为10点将有一款限量款的球鞋在这家店发售。“我早上5点多就过来排着了,希望这次能抽到吧。”在现场排队的人对小刘说。到了10点,一位店员从柜台开始依次给每位顾客发了一个抽签码。该店员表示:“拿到抽签码只是第一步,不是所有拿到号码的人都能买到鞋,只有中签的人才能买到,至于能不能中签就看运气了。”

与此同时,现场有鞋贩子在收购刚买到的鞋,到手后立即加价转手卖出,这双限量球鞋的价格在短短一个小时内就涨了几百块。这些炒鞋都有动力。例如,基于美国篮球明星迈克尔·乔丹打造的知名运动品牌“AIR JORDAN”(简称“aj”)复刻制篮球明星乔丹在NBA1994-1995赛季夺冠时穿的球鞋“aj11 红黑复刻”,就吸引了一波球迷的关注,相关产品在二级市场的价格快速升高。

王冠璞是一名华南理工大学的学生,业余时间也充当一名“鞋贩子”,对于日渐升温的“炒鞋”现象,他有着自己的理解。“现在‘炒鞋’一般是由鞋圈的一些‘大佬’带动。他们会组建去拉拢人,让贩子们集中时间去平台扫货,给其他人一种‘现在这鞋要涨价了’的错觉,诱使其他人也开始跟风扫货。事实上,‘大佬’手里有大笔现货,他们只是顺势把囤积的鞋高价卖掉而已。抢购的‘节奏’过两天就消退下去了,而跟风扫货的人就成了‘接盘侠’。”王冠璞说。

在王冠璞等“圈内人”看来,跟风炒鞋的风险就是,自己并不知道所谓的“炒鞋”到底是圈内人精心设计,还是在真心收购。“市场上球鞋的价格大部分还是由限量、联名、明星上脚热点等真正的价值决定的。”他说。

多位业内人士指出,这些被炒的



“限量款”类似于名包名表,本身既具有一定的使用价值,又因为稀缺性而被赋予“保值增值”功能。“炒鞋”本质上是一种投机者通过操纵数量较小的限量版球鞋市场,有意抬高市场价格以获取超额利润的行为。

是“虚荣心”还是“有情结”?

据了解,目前,国内限量鞋的“市场价”,主要来源于两三家大的球鞋交易平台,但有些平台只具备中介、鉴定等功能。在平台上销售的球鞋,绝大部分来自散户和鞋贩子,价格也是由这些卖家给出的。当短时间内大量资金涌入扫货,某款鞋很容易就出现价格快速持续上涨的情况,这促成了一些具有“稀缺概念”的鞋大幅度涨价。

在天津大学读书的杨至瑞是一名球鞋爱好者。在他看来,更多人愿意了解球鞋及其背后的文化是一件好事,但是有很多人只把它当做发财致富的工具。“最典型的例子就是aj11,明星上脚价格飙升,鞋贩子囤货再赚高额暴利。我觉得现在很多球鞋在二级市场上的价格都不合理,已经脱离了球鞋本身的价值,例如明星同款、潮牌联名,只需稍微炒作一下就能卖出天价。这也让很多真正热爱球鞋文化的人无法买到自己喜欢的球鞋。”杨至瑞说。

由于“炒鞋”并不影响绝大多数人正常消费球鞋,民众对于“炒鞋”现象的理解也各不相同。

在54岁的翟先生看来,“炒鞋”更像

是孩子们的一种游戏。他表示:“可以适当满足孩子需求,但也要适当控制。因为孩子心态还不成熟,如果纵容,会形成孩子虚荣和攀比的心理。孩子有他们喜欢的东西,只要经济允许,市场规范是可以的。”

家在河北的任女士平时并不太关注日常用品炒鞋等相关内容。她表示,对于炒鞋这种现象,自己的消费主要与收入水平相挂钩,根本不会参与这种“炒鞋”活动。

尽管对于一部分人来说,“炒鞋”可能是一种爱好或基于某种情结,但自己觉得更多人是在跟风从众心理,还有虚荣心在作怪。

面对“炒鞋”是否涉嫌过度“饥饿营销”,相关商家也陆续做出了回应。例如,乔丹品牌aj官方不想让自己的鞋被炒作热炒,在发售的鞋帮上直接写了“not for resale”(禁止转售)的标语。美国著名帆布鞋品牌匡威也表示:“匡威从未参加,也绝不鼓励任何炒鞋行为。对于线上炒卖、线下配货等现象,我们和各位一样深表意外并痛心。我们已第一时间与相关授权经销商进行了严肃沟通,取消非联名款产品的排队和抽签,严禁一切配货行为。”

“鞋穿不炒”,理性消费

目前,国内专注鞋制品特别是运动鞋球鞋网上交易的平台除了“毒APP”,还有“nice”、“斗中”、“set”等很多平台,这些定位为“潮牌鉴定电商”的平台近年来

快速发展,获得了越来越多投资者和商家的关注。

数据显示,截至2019年4月,4款主流潮牌鉴定电商APP在25岁及以下用户中的整体渗透率达11.3%,较去年同期增长3倍。5月8日,二手交易平台“转转交易网”也上线潮牌鉴定交易平台“创客APP”,正式杀入国内球鞋潮品交易市场。

不过,面对“炒鞋”升温引发的社会热议,一些交易平台也开始反思,呼吁理性并遏制投机。不久前,潮流生活方式平台“毒APP”发布反对炒鞋的倡议书,强调球鞋是广大消费者体验潮流文化的重要载体之一,广大用户、潮人和交易者应该理性消费,尊重潮流文化,远离炒鞋行为,共创新性的潮流消费市场环境。

“毒APP”对外沟通主管阳阳说:“我们反对炒鞋,致力为用户提供潮流消费场景。体验潮流文化是当代互联网年轻用户对美好生活向往的方式,‘毒APP’正在通过升级优化平台治理措施,完善平台赔付机制等杜绝炒鞋行为,保障买卖双方权益。我们也呼吁国内同行一起努力优化潮流消费者的购物体验。”

武汉科技大学金融证券研究所所长董登新表示,如果是“家发售的限量版鞋子,那它本身就不是作为鞋子来销售的而是作为收藏品来销售的,其价格可以任意确定。但是,只要有足够的产量,就不该有‘炒鞋’状况发生。”高价购买者可能是把它当作一种炫耀的工具或者用作收藏。但从实际应用来说,鞋子除了穿几下,根本没有什么其他价值,因此其收藏价值从长期来看不会太大。”董登新说,球鞋有比较多的替代品,且制作含金量不高。在这个领域搞“饥饿营销”没有实质意义,更多是炒作的手段。

中国人民大学重阳金融研究院客座研究员万喆认为,球鞋价格跟大众的消消费能力是有关的。毕竟,在一个开放的市场,它的价格定位就已经充分考虑到用户的需求和能力。

“我们要看到‘炒鞋’现象及其背后存在的部分合理性。随着财富拥有者更加年轻化,一些高端商品和服务也必然日益瞄准年轻人。年轻人腰包鼓了,往住会热衷于消费或投资一些他们比较感兴趣的东。当然,我们不倡导‘炒鞋’,但当个体消费者确实有经济实力做这件事情的时候,也应该包容看待。从社会层面看,我们更应该关注这种现象背后是否存在投机套利、金融诈骗甚至违法行为。”万喆说。

王峻岭 刘子冰

磴口县 华莱士瓜坐上飞机 销往全国各地



日前,磴口县电商产业园迎来华莱士瓜发货的高峰期,在乡村快运网仓中心门口,工人正在对华莱士瓜分拣、称重、贴标、装箱,这些华莱士瓜将坐上飞机发往北上广等一线城市。

“我今天一共打包了3000斤华莱士瓜,发往北京、上海、广州。过去,农副产品销售是个大问题,现在有了电商平台,不仅销售方便价格也高,带动了农民增收致富。”补隆镇镇委书记李建平高兴地说。

华莱士瓜销售旺季需要大量劳动力,电商产业园的创客优先选择当地的建档立卡贫困户,为他们提供就业机会。“我身体一不好,不干不成重体力活,来给这个开心农场包园瓜,也能挣些补贴家用!”黄土档村贫困户邱玉花对这份工作很满意。

该县商务局副局长张卫锋介绍说,县里5月份启动了乡村快运网仓中心,为签约创客、种瓜大户、旅游团队等提供华莱士瓜、长山药等特色农产品“一件代发”,现在每天将近有200件华莱士瓜发往各地,实现全国大部分地区4元包邮。 韩继旺

将垃圾分类进行到底!



经过一夜夏雨的洗礼,呼和浩特市赛罕区学府花园小区格外干净整洁。一大早,小区内智能垃圾分类箱旁,向垃圾分类宣传员咨询问题的居民络绎不绝。据了解,如何正确垃圾分类,申请办理智能垃圾分类卡……两个小时时间里,陆续有37户居民办理了智能垃圾分类卡。

苏敏是一名全职宝妈,她是小区第一批办理智能垃圾分类卡的居民。从3月份到现在,她的个人积分已经达到21600分。

垃圾分类势在必行,可以实现废物的回收再利用,减少生态破坏,保护环境,利民利民。我希望孩子以后的生活越来越越好。”苏敏说,垃圾分类刚开始肯定会遇到困难,只要大家坚持到底,习惯必成自然。

据了解,呼和浩特市是自治区唯一入选的全国首批实施生活垃圾分类制度的46个重点城市之一。根据要求,2019年底全市公共机构和中小学幼儿园全部推行垃圾分类,到2020年底,垃圾回收利用率达到35%以上。

垃圾分类,宣传先行。呼和浩特市赛罕区生活垃圾分类领导小组办公室负责人马春玲说:“培养居民的垃圾分类意识十分必要,这也是推进垃圾分类的基础性、先导性、关键性的任务之一。”近日,赛罕区青城驿站、公共卫生间的灯箱广告内容进行了更换;在公园、赛罕区市民服务中心等人流集中的地方发放了垃圾分类宣传手册;定期开展入户垃圾分类宣传,实施小餐桌垃圾分类管理专项行动……

呼和浩特市垃圾分类管理指导中心工作人员张辉告诉记者,生活垃圾分类是城市品质提升的重要内容,全市开展垃圾分类工作取得显著成效。截至目前,全市884个公共机构和235个住宅小区、148所学校开展了生活垃圾分类试点工作。 安寅东 王嘉晨 孙枫

内蒙古创维智能家电产业园项目落户呼和浩特经济技术开发区沙尔沁工业区 冯玉臻出席奠基仪式

8月8日,内蒙古创维智能家电产业园项目奠基仪式在呼和浩特经济技术开发区沙尔沁工业区举行。该项目是内蒙古创维智能科技产业园产品线提升升级的成果,也是创维集团和呼和浩特市深化合作的重要成果。

市委副书记、市长冯玉臻,副市长华国臣,呼和浩特经济技术开发区党工委

书记李晓东出席项目奠基仪式。

创维集团和呼和浩特市合作有着很深的渊源。内蒙古创维智能科技产业园前身是创维电子(内蒙古)有限公司。2005年8月就落户如意工业园区。在市委、市政府及开发区的大力支持下,落户至今累计实现产值340.95亿元,累计在当地纳税11.47亿元。为了进

一步优化产业布局,促进产业转型升级,推动电子信息产业集聚发展,呼和浩特经济技术开发区与创维集团于2018年1月18日签署搬迁升级改造协议。此次奠基的内蒙古创维智能家电产业园项目,预计总投资8.8亿元,将投资建设创维集团的北三地区制造中心、销售中心、研发中心,建成达产后年目标产值40亿元,

年目标纳税额1.2亿元,预计创造并带动增加千余个就业岗位。

奠基仪式上,冯玉臻与创维集团、内蒙古创维智能科技产业园相关负责人就项目建设事宜进行了交流。冯玉臻表示,呼和浩特市委、市政府将提供更好更优质的服务,助推项目顺利建设、按期投产。 宋向华

农业 ONGYE

地理标志商标 让固阳农产品扬美名

在固阳县,已有莜面、荞面、黄芪、红皮小麥、菜籽油、胡麻油等8件农产品申报注册为“中国地理标志证明商标”,促进了农产品品质整体提升,推动了当地农民脱贫致富。

地理标志商标,集中体现着地方的产品核心价值 and 产业特色。固阳县地处阴山北麓,干旱、海拔高、温差大的地理条件,造就了农作物独特的优良品质。2015年,固阳县土特产行业协会成立,从商标注册、品牌宣传、产品推广等方面为企业提供全方位指导和帮助。目前,当地共申请注册商标1046件,其中有效注册商标923件。

在包头市,有多家“固阳县特产直销店”,销售的莜面、荞面、黄芪、红皮小麥、土猪肉等每件农产品都带有“身份证”,产品可溯源,“二舅”“蒙隆三高”

“后山味”“山汉子”等特色品牌被越来越多的消费者熟知和认可。直销店成为固阳县农产品外销、企业品牌宣传的有效途径。目前,固阳莜面价格已涨了2倍不止。

为推动区域公用品牌的使用管理,固阳县组织专门研讨会,编制《品牌固阳》专刊宣传资料,修建了商标品牌馆,打造农产品展示、推广、销售、物流集散地。今年,固阳县还举办首届地理标志产品推介会暨强化区域品牌建设助力农民脱贫致富论坛,与重庆第八网络有限公司签约合作,借助第八网络为企业品牌宣传、营销策划、电商服务等方面的支持,让固阳县农产品走出包头。目前,固阳县已有10多家企业和农民专业合作社正在使用地理标志商标,越来越多的企业和农户从中受益。 吕学先



刘丽梅 摄

近年来,乌海市大力发展特色采摘农业,将观光旅游和特色农业有机结合,提升乡村产业发展层次,拓宽农民致富之路。因为日前游客在乌达区绿色生态林产业园采摘水果柿子。

中国铝业高质量发展峰会 在霍林郭勒召开

前不久,由中国有色金属工业协会主办的2019中国铝业高质量发展峰会在霍林郭勒市召开。中国有色金属工业协会党委书记、会长陈全训,中国工程院院土何季麟,中国工程院院土段宁,中国有色金属工业协会、国家工信部节能司等部门相关领导、相关行业协会、企事业单位、科研院所以及通辽市、霍林郭勒市领导等300余人出席。

会议指出,铝业高质量发展要保持战略定力,树立必胜信念;要坚持创新驱动,努力补齐短板;要严格控制风险,保障稳健发展;要坚持合作共赢,继续扩大应用。会议强调,要铝业改变粗放的传统发展模式走向智能、要实现转型升级,就必须把节能与绿色发展作为战略目标和首要任务,加快提升铝工业的绿色生产水平。

会议期间,中国工程院院土段宁、中国有色金属工业协会党委书记范顺科、中南大学教授梁立元、北京科技大学教授刘凤琴等10余位专家学者就《我国近期生态环境保护法律法规要谈》(努力实现新时代中国铝业高质量发展)《铝业环境问题及其应对技术之思考》(铝冶炼固废资源化综合利用)等主题作了报告。

霍林郭勒市还举行了投资项目签约仪式,共计40余亿元的6个铝业上下游产业项目在現場签约。 郭洪申