



获得中国著名篮球运动员李可签名的AJ。

球鞋收藏： 追的是潮流，藏的是情怀

或许是爱屋及乌的效应，很多热爱篮球运动的人都会对球鞋有特别的偏好。而他们中的很多人也会热衷于收藏球鞋。因此，一双限量版球鞋的出现，往往都会引起不小的骚动。当然，在多数鞋迷眼中，收藏这些鞋子的意义并不仅在于鞋子本身，时尚、科技的介入给了它们更多“生命”元素。当然更多时候，它们代表的是一种情怀，是对一个运动的热情和一段岁月的记忆。

排队抢号，就为了买一双鞋

3月3日，国内 Air Jordan（以下简称AJ）以及 Nike 部分门店发售 AJ 系列的新一任限量款：AJ1 “黑红脚趾”。根据品牌方的规定，限量版的鞋子都要通过取号、抽号才能购买，而参与取号的消费者还要穿戴规定的鞋子。尽管条件苛刻，但依旧挡不住粉丝的热情。

当天，宁波几家门店在营业时间开始之前，门口就排起了长长的队伍。据天一广场 Air Jordan 专卖店的工作人员告诉记者，他们店里该款鞋子只有三十双左右，而排队领号的人就有一百多。而在不远的耐克专卖店，情况也是一样，当天门口三四十号人排长队的图片，还在朋友圈被广泛转发。

事实上，AJ 每年有多次限量版发布，每次发布基本都是这种情况。除了宁波，在氛围更好的北上广深，还有各大省会城市，都不乏为买到一双限量版而排起长队等候派号的粉丝。因为一鞋难求，市场又大，为争抢“资源”而引发的冲突也屡见不鲜——1985年，当流年不利的耐克签下刚崭露头角的乔丹时，可能想不到30多年后的今天，这个衍生品牌会在世界上引发如此大的关注吧。



楚惻收藏的部分AJ球鞋。

它们拿什么征服世界？

为什么一双鞋子能有这么大魅力？首先得益于几大运动品牌商的不断研发。在今天，一双好鞋的技术含量超过了许多人的想象。什么人体工程学、材料分子学，全部运用得淋漓尽致。怎样缓震、怎样透气、怎样减少束缚感又体现包裹性，连怎样为脚带来“冰冰凉透心亮”的舒适感受，也被完美解决了。总之，今天的一双好鞋，已经能在任何运动环境下，把脚丫伺候到“宾至如归”的程度。

除了功能性之外，众多明星对于各运动鞋大牌公司的限量款的追捧，也形成了杠杠的“带货”效应。在文体不分家的时尚圈，如今很多体育明星也在潮流界有着绝对的话语权。他们的穿戴也成了大众竞相模仿的对象。乔丹、科比、贝克汉姆、梅西……因为在本领域的成就，体育爱豆们自带的粉丝经济已经带来了不可小视的力量，再加上品牌方时不时推出的限量版的刺激，鞋界至尊们的传说每隔一段时间就会被迷弟迷妹们的疯狂书写一次。

坊间还流传着一个有意思的事情。尽管老爸是阿迪达斯的终身代言人，但贝克汉姆的儿子布鲁克林还是在网上为中国卖家咨询一双红椰子的价格，而且在一番接地气的讨价还价之后，貌似成交了。

而另一些款式则通过“联名版”的形式将附加值大大提升，从而也增加了其火爆程度。例如AJ1和日本潮流教父藤原浩的联名款球鞋，发售时1299元，如今的身价则早已炒过了一万元。香港明星陈冠希更是多次与耐克合作，推出过多款包括运用了经典中国元素在内的热销球鞋。

不只是鞋，还是一种情怀

85后的姚吉，是宁波一位球鞋爱好者。当他开始看NBA的篮球赛时，正是迈克尔·乔丹的篮球生涯最巅峰的时候。“那时候，乔丹穿的是AJ11，再加上他出神入化的球技，简直让年幼的我惊为天人。”所以这个系列也成了姚吉的最爱。2008年，姚吉花了4900元买了人生第一双限量款球鞋：AJ11的红黑配色款。

在最痴迷的时候，姚吉一年要买三四款AJ11的鞋子。“基本到了只要它出，我就去买的地步。”如今姚吉已经收藏了四十多双AJ11，家里专门定制了一个鞋柜来摆放这些宝贝。得空的时候，他就会像“中邪”一样，一双一双拿出来擦一遍看一会。

不仅自己喜欢，有时候看着合适，他连老婆儿子的份都会一起买。继承了姚吉的高挑身材的儿子，今年刚上小学，和老爸一样喜欢打篮球，父子俩对篮球鞋的品味也如出一辙。“这小鬼现在都会自己挑配色了。”他调侃的语气中充满了骄傲和欣慰。

和姚吉一样，拥有18双正代复刻AJ鞋的楚惻对AJ也充满感情。但不同的是，如今他已经不再收鞋了。“对我们这代人来说，AJ代表的是一种情怀。对篮球的热爱，对乔丹的敬仰，也有对自己青春的追忆。”他说。

但是当越来越多的95后甚至00后开始加入抢鞋大军的时候，有些事情的味道就变了。“在我们看来AJ是乔丹的代名词，但现在很多孩子其实并没有看过乔丹打球，他们追求更多的是鞋子在潮流界的位置。”这种做法在他看来，无疑是买椟还珠了。所以当一双鞋子被炒到几千甚至上万的时候，对他们这批鞋迷来说，已经失去了太多购买的意义。

“我觉得再过几十年，乔丹鞋有可能会逐渐消失吧。因为有了在意它独特灵魂的人，只有时尚元素支撑的它，被别的品牌或者系列取代，也就不是什么难事了。”说这话的时候，一种复杂的表情在楚惻脸上漫开，有可惜也有释然。

记者 黎莉 受访者供图