



与印象中的干洗店或者修鞋店相差甚远,潮鞋洗护店有着潮流店自成一派的风格。



爱鞋需要“温柔的呵护”。本版摄影 青年报记者 常鑫

# 是什么让鞋匠越来越年轻?

## 爱鞋需要“温柔的呵护” 潮鞋消费的崛起让专业洗护生意兴隆

“普通清洁套餐78元,深度清洁套餐118元,开业一个月打八折。”这段介绍来自愚园路上一家新开的潮鞋洗护店。以一双价值不菲的潮鞋为切入口,潮流市场版图不断扩大,它的贩售和洗护都蕴含着巨大的潜力。在这个“看人先看脚”的时代,不少鞋圈人觉得爱鞋更值得专业的“温柔地呵护”。

青年报记者 陈嘉音

### 鞋友心态

#### “走路都舍不得折,怎么可能自己洗呢?”

AJ、Yeezy、VANS、Converse……这些在发售日被抢得头破血流的球鞋们正灰头土脸地被安置在待处理区。与印象中的干洗店或者修鞋店相差甚远,潮鞋洗护店有着潮流店自成一派的风格。设计感与潮流感是身处其中最大的感受:宽敞明亮的店里放着鼓点强劲的音乐,店员统一身着干练的黑色制服,嘻哈风格的潮流青年在店里聊天走动。最引人注目的还是中庭半封闭式透明玻璃墙,里面展示了内场的洗护全过程。

“这种白鞋,很难洗的,自己洗会洗坏。”“洗过一次,鞋面上全是刮痕,从此以后球鞋只送干洗店。但是干洗店洗多了鞋底会发硬。”“不想洗,我比较懒。”这是几位客户洗鞋的原因。

喜欢鞋子、担心洗坏是鞋圈人寻找专业球鞋洗护的主要理由。据了

解,在这类潮流店铺之前,有洗鞋业务的干洗店是他们一直以来的选择。“干洗店的价钱也在100元左右,所以也能接受。”顾客小董说。

在店里,标准护理基本在百元左右,周期为三天。具体的护理的价格视球鞋材质而定。帆布、皮质等普通材质清洁要比麂皮、网眼、绒面革等复合面料的球鞋便宜20元。一双特殊材质球鞋的深层清洁套餐需要158元。清洁和杀菌的范围涉及鞋底、鞋垫、衬里、鞋带,甚至连鞋带孔都包含在内。若需隔天取货,则需要加急费。

期待看到球鞋“满血复活”是客户的普遍心态。一位年轻人正将自己的爱鞋递给前台人员,随后选择了一份基础套餐。当他亲眼看到工作人员将鞋子系上一次性标签收纳进透明的鞋盒后,才收回目光。

### 诞生缘由

#### 潮牌消费崛起 洗护市场巨大

根据OFashion迷橙与尼尔森发布的潮牌大数据分析报告显示,潮牌消费增速是非潮牌的3.7倍,增长速度达到62%。90后、95后是潮牌的主要消费群体。

潮牌消费由核心用户向大众用户延伸,越来越多的人开始购买潮牌。这家名叫CIRCLECLEAN潮鞋洗护店的老板一舟就是潮牌核心用户之一。他起初非常喜爱篮球运动,通过赛事和运动员的表现开始关注球鞋文化。因为很爱惜球鞋,又找不到让他满意的洗护店,所以在2013年,他创建了这个品牌。

据他介绍,CIRCLECLEAN的中文名为一周清洁计划,Circle代表圆圈,一周为一个轮回,Clean则取清洁之意,每一双爱鞋都值得拥有最专业

的呵护,周而复始,让球鞋陪伴我们走过更漫长的岁月。

作为最早一批洞悉市场的90后,他推出的初代护理套餐便已经在全国范围卖出过15万套(一套可清洗20双球鞋),陆续有不少来自全国邮寄过来的清洁维护订单。

在清洁区,一位球鞋洗护专员做了一套详细的演示。拿到鞋子后,首先拆下鞋带泡在特质的药水中清洗。他手边放着两把材质不同的刷子,针对不同鞋面材质进行清洁。随后,他还分享了一个窍门:球鞋首先是要从鞋底开始洗,如果先洗鞋面的话,洗鞋底的水就会流回鞋面上。据了解,每一位洗护专员要接受为期三个月的培训才能上岗,培训内容包括了针对不同球鞋力度和手法的选择。

### 洗护之外

#### 以鞋为纽带 潮牌核心用户的聚集地

在店内的休闲区,几位鞋友坐在一起讨论刚发售的“椰子鞋”——Yeezy 700 V2“Hospital Blue”,并将它与之前发售的海盐“salt”系列做比较。Yeezy是阿迪达斯和美国说唱歌手Kanye West合作推出的品牌,由于中文谐音,被大家称为“椰子鞋”。根据调查显示,椰子鞋是更迎合80后的“明星”单品。

这些对潮鞋侃侃而谈的鞋友大多都是毒、Nice和斗牛为代表的球鞋转卖平台的用户,对球鞋的关注度极高。

对于客户定位,这类体验店一开始就很清晰:喜欢球鞋的人和高价收入的人必然会需要专业的清洁护理服务,而价位也起到了一定程度筛选顾客的功能。店长举了一个例子:“就好像你在淘宝上卖几元钱的东西,常常有顾客挑刺,觉得质量不好,但是几千元的东西就很少出现这种现象。”只做洗护,而不涉及材质上的翻新,这种方式也能让店铺有较高的周期性回报。

微博上有一个段子:在球场上什么话最能打击对方——你的鞋是假的。送来洗护有真鞋,自然也会有假鞋。当遇到送假鞋前来洗护的客人时,提不提醒?怎么提醒?这就是开店的学问了。

“有一些人知道是假鞋,所以大家心知肚明也不会说什么。不过有一些顾客会因为代购等原因,没有意识到自己的鞋是假鞋,我们也会适当地提醒一下。”在他们看来,鉴别真假并不是他们的本职工作,“况且人家带了女朋友过来洗鞋,你怎么好跟人家说这个是假鞋呢?”

纵观愚园路上的几家潮流店铺,无论是推崇街头文化的RANDOMEVENT,还是注重多层次生活品位element,都有自己独特的理念和文化。“大家很早以前就相互认识,如今在这条愚园路上相聚,也是一种巧合吧,我们的风格其实不太一样,完全没有竞争的感觉,更像是一种聚集。”隔壁RANDOMEVENT的店长显然也是“圈内人士”。

### 【记者手记】为何“手艺人”越来越年轻

在近距离观察洗护过程时,不知为何想到了英国作家高尔斯华绥的《品质》。在这篇短篇小说中,坚守品质的格拉兄弟从一开始的兴旺到被大公司排挤,最终抵不过工业生产的浪潮而破败,带着“靴子梦”凄凉地死去。

而现在,市场和潮流不再是“手艺人”的对立面。“潮鞋洗护专员”这样一个新职业人群或许能为产业带来新的样本:手艺人的标签下,他们已经不只是白发苍苍年过半百的老人,还能是能迅速接受新事物的年轻人。

昏暗逼仄的小作坊时代已经过去,这些年轻的手艺人坐在装修明亮的体验店中,每天在所有人好奇的注

视下,经手无数双价值不菲的球鞋。这群年轻人更像是从这股潮流中应时而生的。

当然,正如潮鞋本身,潮鞋护理也有很多质疑的声音:鞋脏了自己擦擦就好,花一百多元都能买一双新鞋了。对于这样的争论,永远是见仁见智。可能就像“潮流”这东西一样,它既是市场供求关系下的一件商品,也是一部分文化和观念的承载物,被一小部分人所珍视。

潮鞋护理,甚至潮鞋本身会走向何方?是像当年的底片冲洗工、电话接线员一样随着技术的迭代迅速诞生又迅速消亡,还是会带来一场产业上的繁荣?只有时间会告诉我们答案。