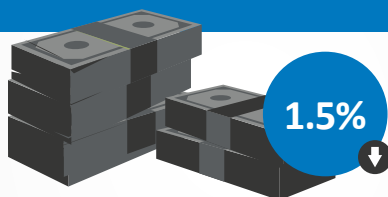


日渐息微的中国牛仔裤市场

随着美国快速时尚品牌Forever 21关闭了其在中国的零售店，ASOS、Topshop以及其他品牌也撤出中国，中国的“快时尚”热潮正在放缓。同时，潮流也逐渐转移至时尚运动（Spashion），这些现象究竟对中国牛仔裤市场有着怎样的影响？

中国的牛仔裤市场

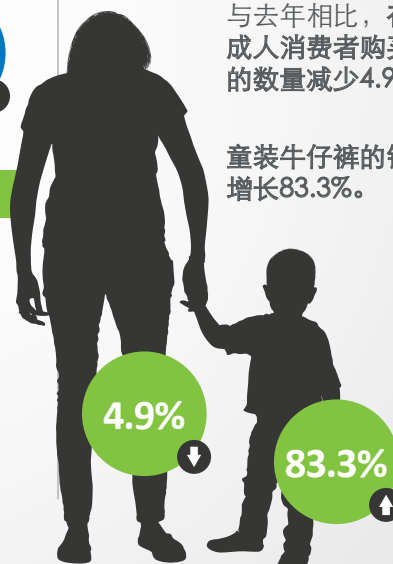
较去年同期，整体牛仔裤市场的市场份额下降了1.5%。



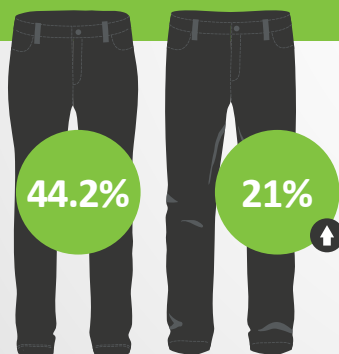
谁在购买牛仔裤？

与去年相比，在中国的成人消费者购买牛仔裤的数量减少4.9%。

童装牛仔裤的销售额则增长83.3%。



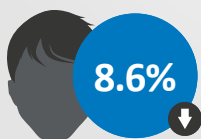
受欢迎的牛仔裤款式



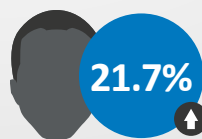
最受欢迎的牛仔裤款式是直筒合身型，占比达到总销售额的44.2%。

最快速增长的牛仔裤款式是布袋牛仔裤，喇叭裤和宽松牛仔裤，增长速度高达21%。所有其他的款式呈下降的趋势。

“时尚运动” 侵占牛仔裤的销售



15至44岁的消费者较去年同期相比，牛仔裤的销售额下降了-8.6%，转向了时尚运动的服饰，其增长率达19.2%。



45岁或以上的消费者较去年相比，牛仔裤的销售额反而增加了21.7%。

NPD 集团中国运动与休闲追踪调研每年提供超过100,000名中国消费者实际购买行为和数据和洞察。我们结合经验证的第三方数据及我们服饰行业的专业见解，为您解答关于中国服饰市场的问题。

数据来源：NPD集团中国运动与休闲追踪调研，12个月截至2019年3月和与去年同期对比



了解更多行业洞察，
请联系 suzy.wang@npd.com。

