

青年发现

有没有发现,衣橱里的牛仔裤好像真的“失宠”很久了!各大社交平台上,不少网友感叹:上次穿牛仔裤好像还是在上个冬天或者更早以前?

没有哪件潮流单品,拥有像牛仔裤这样的魅力。作为时尚界的“常青树”,牛仔裤很长一段时期红遍全球。然而,当“你有多久没穿牛仔裤?”这样的词条出现在热搜上时,很多年轻人才后知后觉地发现,距离自己上一次穿牛仔裤,真的已经过去很久了。

青年报记者 顾金华



牛仔裤销售火爆的场景不复存在。

本版摄影 青年报记者 郭容

你有多久没穿牛仔裤了?

“失宠”背后,其实是生活方式的改变



一天销量不到以前三分之一

寝室4个姑娘出门每次都是清一色的牛仔裤,一条牛仔裤一穿就是几个月……印象中,因为好看、好搭,牛仔裤是无数年轻人的最爱,没有一件单品可以超越。但是如今再出门,满大街的牛仔穿搭似乎正在慢慢消失。

在中国市场,李维斯(Levi's)曾经超过500家门店的辉煌已经成为过去。数据显示,目前的门店数量不到300家。据李维斯2023财年最新财报显示,其总营收为61.79亿美元,几乎原地踏步;净利润同比大降56.14%,出于控制成本的考虑,公司将在今年上半年于全球范围内裁员10%至15%。

同样,在淘宝平台,当年牛仔裤销售火爆的场景也不复存在。时尚女装Moussy、Mo&Co的牛仔裤单品月销量大多只有几百件。优衣库月销量排名前十的裤子中,有九款则是非牛仔裤。

曾经那些以牛仔裤立身的品牌,也慢慢在大家的视野中消失。2018年11月,以牛仔裤红极一时的英国高街鼻祖Topshop宣布退出中国市场;2020年,有“牛仔裤之王”称号的真维斯,其澳大利亚公司宣布破产;2023年,“日牛”代表Evisu宣布日产线停产。

因为材质被限定,对于牛仔裤这件单品而言,创新的局

限性也比较大,无法满足消费者的多元需求,“失宠”似乎是早晚的事。

牛仔裤,这件火了百年的单品是要被年轻人抛弃了吗?

上周四,记者走访申城多家商场时发现,多数服装品牌仍有牛仔衣、牛仔裤等产品在售,但是品种并不多。其中,在李维斯、LEE等以牛仔服饰为主打的店铺里,店内基本在售的产品都和牛仔面料相关,牛仔裤的定价在千元左右。而在优衣库、H&M等快时尚品牌里,也大都设有牛仔裤专区,一条牛仔裤一两百元的定位也更加亲民。而购买牛仔裤的目标客户,以20岁到40岁的青年群体为主。

“不过,从牛仔裤的销量上来看,确实大不如以前了,现在一天的销量大概不到以前的三分之一。以前一些经典款的牛仔裤常常‘一裤难求’,卖到脱销;但是现在想买的款式基本都能买到,经典款也常常打折。”淮海路上iapm内的某牛仔服饰的销售人员告诉记者,“在时尚服饰品牌里,肯定会有牛仔服饰的位置,但多数品牌不再以牛仔为主。相对直筒裤、小脚裤,现在阔腿裤卖得更好一些。”

记者大概统计了一下,在记者采访的20分钟内,经过30位年轻人,身穿牛仔裤的有5人。

被吐槽:穿着体验不佳,价格不友好

当下的时尚圈,牛仔裤已经不再炙手可热。这种由坚韧面料制成的服饰,曾经是街头文化和青春活力的象征,但在如今的社交媒体上,牛仔裤却被消费者吐槽穿着像“上刑”。让无数年轻人趋之若鹜的牛仔裤,慢慢却成为了压箱底的存在了。

在社交网络平台上,有网友表示,一条牛仔裤刚买回家,穿上身的感觉就像砂纸般粗糙,肚脐眼附近常常会被磨破;还有网友称:“特别是穿上紧身的牛仔裤后,感觉整个人被勒住了,连呼吸都非常困难”。

当“你有多久没穿牛仔裤?”这样的词条出现在热搜上时,一位网友称:“牛仔裤让人有束缚感,我已告别牛仔裤五年了,一直穿各种休闲裤。宽松的裤子穿习惯了,就再也回不到牛仔裤了,感觉腿、肚子都不能呼吸了”。

采访中,不少年轻人同样告诉记者,家里牛仔裤的数量并不少,但现在穿的机会却越来越少,买的也越来越少。

在90后王丽记忆中,牛仔裤代表着时尚和前卫。破洞、阔腿、直筒、小脚……家中的牛仔裤各式各样,以前觉得每条好看。“小的时候为了能穿一条真维斯、班尼路牛仔裤和父母要磨上很久,等到上大学了开始买李维斯、lee,后来再奢侈一点就会买Evisu。”王丽说,几年前几乎每天都在穿牛仔裤,家中各种牛仔裤起码有30条以上。但是这两年,发现自己似乎不再那么喜欢牛仔裤了,更喜欢穿运动裤出门。再仔细回忆了下,至少有两年的时间没有穿过牛仔裤了。

“夏天穿着太热,冬天穿着又觉得太冷;穿紧身的骑车、运动都不方便,买宽松的又太随

意,总感觉现在穿牛仔裤的场景不多。”95后黄莉表示,上大学的时候整个寝室都穿牛仔裤,但是现在工作了,开始嫌弃牛仔裤的舒适感一般,对身材要求又太高。“关键是下班后我会去骑车或者健身房,穿上舒适的瑜伽裤,常常可以无缝衔接。”

同样,市民秦琴告诉记者,牛仔裤的穿着体验远没有想象中那么好。牛仔裤对身材的要求较高,尤其是紧身牛仔裤。如果身材不够完美,分分钟就会将自己的缺点暴露无遗。普通人要想买到一条完全合适版型的牛仔裤,并不是一件容易的事。

还有市民则表示,不少品牌牛仔裤还是“价格刺客”。“很多洋品牌牛仔裤动不动价格就上千,脱离了我们年轻人的日常消费能力,牛仔布不都一样吗?作为年轻人,根本不会为上代人的情怀买单。”

当代年轻人,追求时尚更追求舒适

当下爱骑行、瑜伽的年轻人越来越多,运动舒适性和户外功能性风潮成为主流,这让牛仔裤渐渐丧失了“一家独大”的局面。

在小红书上,记者看到,截至目前,关于瑜伽的相关笔记有671万篇,已经超越了牛仔裤的572多万篇。具体到品牌, lululemon等相关笔记有20亿次浏览,而李维斯的相关笔记浏览量总和近2亿次。

与此同时,除了瑜伽裤等运动服饰越来越受年轻人追捧外,更多新鲜的裤装样式也在不断增加。

记者看到,一些带有功能性的裤子也极为畅销。如某品牌的冰丝防晒裤,夏天穿上凉爽透气还防晒,仅天猫官方旗舰店就爆卖超10万条;还有一款品牌褶皱裤,宽松舒适有设计感,小

红书贵妇几乎人手一条。即便是一些商务西装裤,在款式和面料上也进行了调整,如使用弹性面料,让穿着变得更加舒适。

事实上,瑜伽裤等各种休闲裤的流行,背后是生活方式的改变,现在的年轻人更加注重健康和美,更向往自在的生活方式。

“除了裤子的版型、款式等丰富外,年轻人对服装面料的要求也越来越高。因为牛仔面料透气性相对差一点,影响穿着的舒适性,身形不完美的人穿着也较容易暴露缺点。”从事服装设计近20年的陆青告诉记者,服装的流行趋势和当下年轻人的心态密不可分。在生活节奏快的现在,这些年轻人更愿意选择舒服的服饰,而牛仔面料在舒适感上显然相对差了点。

不过,陆青也表示,虽然牛

仔裤不再像以前受年轻人青睐,但并不意味着牛仔裤会退出历史舞台。就像今年,阔腿牛仔裤依旧活跃在时尚圈里。

而在复旦大学社会学教授顾晓鸣看来,现在的年轻人变得“精致抠”了,年轻人买东西更讲究实用性、功能性和性价比。瑜伽裤等运动休闲裤装对性别、年龄以及身材都没有太多要求,类似的穿衣风格也会让交友更加方便。不过,在顾晓鸣教授看来,不要盲目排斥也不要盲目跟风。选择适合自己的,才是最好的。

采访中,不少年轻人表示,牛仔裤虽然“失宠”,但仍是“永不过时”的经典。“很多流行的服饰一阵风就过了,但牛仔裤肯定还会继续生存下去,不会消失,衣柜里也永远会有牛仔裤的位置。”