

国内外牛仔裤的开展与市场分析

国内外牛仔裤的开展与市场分析

一、牛仔的开展历史

十九世纪中叶，一位名叫 Levi Strauss 的犹太裔商人把一种质地粗糙的面料引入美国，并用这种原本制作帐幕的帆布，为旧金山从事淘金业的矿工们制造出一种质地坚韧、耐用的工作服，并因其极佳的实用性能而迅速受到欢迎。而由此引发的一连串演变，更使这种蓝色帆布面料的工装裤成为创造美国历史的一个神话。

Levi Strauss & Co 是世界牛仔服的领导品牌，在 110 个国家进行销售。自从 1873 年创造，Levi's® 牛仔已经变成了服装业史上世界上最成功和最广为人知的服装业。我们的 Dockers® 品牌，倡导商务休闲运动，自从 1986 年推出，已经引领了美国卡其类的潮流。现在受到众多国家的欢迎。在 2024 年，Levi 推出 Levi Strauss Signature™ 品牌，从他们信任的公司为有意识的品牌消费者高质量和时尚的时装。2024 年，Levi 的净销售额为 41 亿。

而今，这种耐磨、耐脏且极为平民化的服饰正在深入上至富豪名流下至日常百姓等几乎全球人类的生活，并成为其中不可缺少的一局部。而其物质外表下蕴含的自然、环保以及随性的特质也越发被这时装化后的光环所一一放大，并显得越发清晰。

比方那一批身家过亿的年轻新贵们，在创造网络时代财富神话的同时也创造了另一种新的富豪形象——硅谷形象（普通衬衫+牛仔裤+休闲鞋），于是，这种过去只是打工仔才穿的服装开始频繁出现在世界级 IT 高层论坛的会议桌旁；于是“我有个穿牛仔裤的灵魂”成为张曼玉那样的女子的个人论调，并为千千万万人认同……

与此同时，当这种“世纪之裤”的拥趸者普及上及皇室贵胄，下至草根阶层，当然草根自然不必说它，我们要谈论的是“高贵化”与“时装化”后的它，同时也因为富豪们的选择和介入，彰显出它气质中朴拙率真的不同凡响。正如希尔顿掌门千金 Palisi Xierdun 手指上的玻璃会被人们坚决地以为是 2 克拉的钻石一样……

于是，原本有着明显的平民化烙印的这种服饰也开始登入时装的殿堂，其“身份”成为丈量牛仔裤含金量的标尺。而品牌商们也看准时机，以某种 LOGO 为符号，在春暖花开之日，再次将这种蓝色斜纹面料的织物高级时装化。

二、牛仔时装化的四大理由

1 高贵身份走向平民化印象

民主精神，是理解美式牛仔的关键词。

在纽约，在曼哈顿，在香榭里舍大道，在哈佛、剑桥等世界名校，在贵族和社会名流之间，都不难发现牛仔洒脱不羁的身影。从美国总统与平民同样穿牛仔裤，表达出牛仔精神与自由同时，牛仔不再是美国神话，它描绘着一种美利坚民族性格——横挎猎枪的马背英雄。在蛮

荒野土，在平原荒郊，在沙漠，在苍凉的山岩与大峡谷，在风尘与倔强包裹的西部小镇……

从美国前总统卡特穿一条牛仔竞选，到出身平民的美国总统里根，正是以其宽厚的big smile和朴实的牛仔装扮打出了“平民政治家”的旗号，从而赢得了平民的选票。

繁华如昨，牛仔的青睐者不乏英国的安娜公主、埃及的法赫皇后、法国的蓬皮杜总统……

威廉王子就像他的母亲戴安娜一样，对服装有自己独到的见解。时至今日，圣安德鲁斯大学旁书店女店员对威廉王子“穿着很蓝的牛仔褲和V领外套”的形象依然记忆深刻，同其“他长得特别英俊”的评论一样充满溢美之词。

毋庸置疑，牛仔褲特有的平实、朴素特质为这位英俊的王子打造了一种皇室中难得一见的亲近气质和平民化作派，零距离的感受也更让那些喜爱他的狂热分子痴迷不已。

2 亲和力与幽默感

法新社曾经刊登过一篇饶有趣味的文章——26个字母阐释布莱尔？。在对英文26个字母和布莱尔特点的饶有趣味的诠释中，字母J被定位为jeans的代名词。在批注中，作者不乏幽默的阐述道：布莱尔好似对便装、开领衫和牛仔褲非常感兴趣。

1999年，46岁的布莱尔在接受一家杂志采访时说：希望自己可以“不为服装所拘束”，因为“对于男人来说，在现代社会中要整天穿着正经八百的服装简直是一种虐待。”

显而易见，在严肃的英国政坛中，布莱尔“牛仔裤+蓝衬衫”的经典形象和“自由的”穿衣理论独树一帜，这种接近年轻人口味的穿衣理念不仅为其带来了其他政客不具备的亲合力和幽默感，也在历次的民意调查中为他拉拢了人心。

而无独有偶，特工出身、酷爱运动的俄总统普京也是斜纹牛仔裤的爱好者。

3 自由与随性气质

在 1999 年财富全球论坛上海年会上，杨致远穿着牛仔裤和 T 恤出没在衣着体面、循规蹈矩的总裁中间。Google 创始人之一，身家 40 亿美元的电脑怪才 Sergey Brin 在选择上班服装时也常常只对牛仔裤和 T 恤感兴趣。

作为新价值的代言人，IT 业中的众多新贵们不仅穿着牛仔裤上班，更穿着它出现在大小时尚财富杂志的封面，甚至出现在高端峰会或是晚宴的会场。如今，这种蓝色斜纹裤几乎成为他们所创造的“硅谷形象”的代名词。因为，牛仔裤中蕴含的特质和他们热爱的事业，崇尚的生活方式不谋而合，同样自由、同样松散、同样不受约束。

4 魅力和时尚感

香港人有个热衷于收藏牛仔裤的时装设计师曾经说，牛仔裤特别适合两类人。一是懒人，二是赶潮流、爱美的人。前者是因为牛仔裤耐磨，且不十怕脏也不怕旧，而后者是由于牛仔裤剪裁的特殊性，对腿型有修饰作用，且多于变化，时尚性十足。

前者显然难登大雅之堂，而关于后者，热爱时尚的名流们绝对深有体会。

2024年，当贝克·汉姆作为一位英国运发动破天荒地出现在《名利场》的封面，他特意选择了一条不拉拉链的低腰牛仔裤，并坦言：我就喜爱这种赚人眼球的服饰。布兰妮、珍妮弗·洛佩兹、卡麦蓉狄亚、梅格·瑞恩同样也是牛仔裤的拥戴者，超短热裤，镶拼效果以及挑战危险边缘的3英寸低腰裤……牛仔裤对她们而言，是一种服饰，更是一种引领时尚的优良载体。就连纽约上流社会最受欢迎的名媛——雅诗兰黛的新女神 Estee 也曾出人意料的穿着一条成心磨破了的牛仔裤出现在大学校园。在纽约这个无时不追求时髦的城市里，那些追求时尚漂亮的纽约女人，那些对什么样的场合穿什么样的休闲牛仔有很好的直觉的她们，一不小心，就成了时下最流行的纽约风格的代表。

而作为时尚偶像和潮流的引导者，维多利亚与著名斜纹牛仔裤品牌 Rock&Republic 的合作也同样令人期待。

三、牛仔裤将继续流行

美国时装专家表示，过去数年，由于牛仔裤厂商把大局部生产工序迁到海外，牛仔裤售价不断走低。在价格降低、款式剪裁推陈出新等因素刺激下，预料今后几年牛仔裤在美国的销售将会上扬。

据此间媒体报道，事实上牛仔裤从未完全在时装界引退。牛仔裤的流行周期，受消费者生活模式和名人效应影响。牛仔裤价位空间大，不同档次的生产商皆有开展时机。此外，牛仔裤款式众多，有石磨水洗的、贴身的、白的、黑的、多色的、镶珠片的、弹性的，适合不同文化背景和打扮风格的人。

虽然牛仔裤市场竞争剧烈，变化迅速，但商家适应力极强，针对消费者需要推出适合不同场合穿着的牛仔装，设计层出不穷。此外，牛仔裤生命力旺盛的另一原因是销售渠道众多。无论在沃尔玛和凯马特等折扣店，还是较高档的百货商店都有它的踪影。

四、牛仔布的新工艺

牛仔布是服装面料的重要局部，而靛蓝染色的牛仔布更是全球流行，无人不晓，由于靛蓝染料在棉牛仔布上的流行外观，它可能是惟一被群众所认识的染料。

在牛仔布市场中，虽然棉无可置疑最为重要，但也有采用一系列的混纺织物，如棉/聚酯〔50/50〕混纺织物，以及棉与其他纤维如Tencel、亚麻、甚至是黄麻、羊毛纱线一起织造。

全球牛仔布的产量超过 20 亿米，有气流纺或环锭纺纱线。过去，美国以生产纬向弹力牛仔布为主，欧洲那么大多为经向弹力或经纬双向弹力牛仔布；现在，人们不断研发具有时尚变化的牛仔布，通过染色和整理获得新颖的外观、手感和性能。

厚重组织的棉牛仔布已用作裤子和夹克衫的面料，但在 20 世纪 90 年代，消费者对面料的柔软、舒适和易护理的性能，提出了更高的要求，因此牛仔布整理者必须要响应这些要求。

在 20 世纪 80 年代，美国牛仔布产量是全球产量的 50%，但在最近的十年之中，中国、印度、巴基斯坦、马来西亚、土耳其和墨西哥建立了大量的牛仔布生产厂，美国乃至世界的牛仔布生产重心已转移至亚洲低劳动力本钱的国家。2000 年，中国牛仔布产量约为 2424t，

进口靛蓝染料 759t，而 2001 年，其产量已升至 2717t，进口靛蓝染料下降至 702t。

通过各种化学处理，以及使用如植绒、刺绣和涂层的效果，以改变牛仔布外观的研究一直继续着。除此之外，开发的产品还有，靛蓝染色的提花织物，亚麻和棉的机织或针织物，以及牛仔布上的激光镂空，暗淡光泽图案，以及更富个性化的产品。

这些牛仔布产品不同于牛仔布市场上的众多的产品，它给予消费者一种高水平的的产品设计和高附加值服装。丝光弹力牛仔布以及环锭纺纱线的使用，也可提升产品的价值，一些公司已在这些领域进行了投资。环锭纺纱线具有更高的强力性能、柔软的手感和一种棉牛仔布外表粗节纱的外观。

特别需要指出的是，利用成衣整理，能在牛仔布上产生独特的外观，还可采用各种化学处理，如手工砂洗，以及用喷枪喷射高锰酸钾产生一种斑点漂白效果；或增加更为个性化的效果，如喷砂处理、激光缕花、扎染、局部染料/漂白剂处理、浅地染色、套染和靛蓝染料褪色处理；或使用漆酶/介体处理。后几项处理能获得一种无光泽的、发白的仿旧外观，不同于氯漂白（如次氯酸钠）所获得的效果。

1 靛蓝染料染色

用于靛蓝染料染色的连续经纱染色机已广泛使用，通过调整染色工艺，可产生不同程度的染料渗透，由此而改变了后续摩擦或水洗褪色处理的效果。靛蓝染料是一种复原染料，它不溶于水，需要采用复原剂（一般用保险粉，即连二亚硫酸钠或硫酸氢钠）和碱处理使其转变

为可溶的隐色体形式，才能进行棉经纱染色，并将浸轧和中间透风相结合。

使用保险粉会给工艺控制带来一些麻烦，这是由于保险粉的不稳定性，其曝置于空气中会被氧化，分解生成酸性的副产物，这需要添加碱来中和，以及需要增加保险粉用量，以维持靛蓝染料的化学复原。

为了克服使用保险粉的这些问题，出现了探索研究一些新的染色工艺。在成衣染色方面，向染色机通入氮气，即一种惰性气体，可置换出空气中的氧。在织物染色中，Brazzoli 公司与 DyStar 公司合作联合开发的 InnoVat/InnoDye 系统，它配置有一个真空泵，以抽去设备中的氧/空气，同时减少了保险粉的用量。

2INNODYE(r) 600

一种对环境更为友好的探索，尤其是针对含有化学复原剂的废水排放会产生环境污染的情况，那么采用靛蓝染料的电化学复原方法。目前已完成了复原染料和硫化染料的电化学复原染色的试验，并继续在奥地利的一家工厂进行纱线中试染色。这种连续经纱染色技术的延伸，即将上浆工艺与染色工艺相结合，能减少工艺废水的化学负载，该方法被认为很有前景。此外，回收利用从水洗后处理中去除的靛蓝染料的过程得到了简化。

pH 值对靛蓝染色的影响非常重要，由于靛蓝染料在 pH 值约为 10.5-11.5 时是以单离子状态存在，而 pH 值为 12.5 以上时是以双离子形式存在。在含有过量保险粉的高碱性浴中，双离子形式的靛蓝染料的亲和力较低，并随着 pH 值提高，棉纤维外表的负电荷也随之增

加,从而加大了在双离子靛蓝染料与带电荷纤维外表之间的阴离子的排斥作用,降低了染料上染率。

单离子形式的靛蓝染料在纤维外表具有良好的亲和力和较高的染色上染率,但这又降低了染料在纱芯内的渗透,在使纱线外表得色量大大增加。当采用高 pH 值时,以双离子形式的靛蓝染料将具有低的亲和力,并因此在纱芯内有较大的染料渗透和较低的纱线外表得色率。因此在靛蓝染色过程中, pH 值随时间发生的变化会影响得色量以及后续靛蓝染色纱线的洗净性能。

用于连续棉经纱染色的 Denim-0x 工艺,采用科莱恩公司的 Diresul RDT 染料,其工艺流程为:苛化处理→水洗→湿罩湿染色→固色→淋洗。在 60-90℃ 轧液,进行硫化染料的吸附,这过程包括使染料迁移和扩散的透风时间,再进行固色。固色阶段参加醋酸,以防止染料溶落,为氧化剂(Diresul Oxdant BRI liq)提供所需的 pH 值。后者使染料分子内形成蒽醌基团,在被氧化阶段,产生最终色泽。一种阳离子型固色基(Indosol E-50 liq)与染料中的巯基以及纤维发生反响,以离子键使染料固色。工艺中还需参加硫酸钠和分散剂(Ekalkine F liq.),硫酸钠可防止染料从纤维上解吸至固色浴中。

科莱恩公司的 Denim-0x 工艺是一种灵巧、简单的染色工艺,其复原剂消耗低,废水中染料少,并大大节省了水耗。Denim-0x 工艺使用的染料范围广,用于生产粗斜纹及时尚织物。

3 酶处理

采用机械磨损以获得褪色的外观,它主要采用浮石处理以去除外表的靛蓝染料。但是,浮石会损伤湿加工设备,产生污泥砂粒,残留

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/587044005101006055>