

美國鞋類消費縮減 運動鞋仍居主導

文 ● 編輯室整理報導 (Source: china leather)



在通貨膨脹和關稅的夾擊下，時尚行業正經歷洗牌，鞋類市場亦產生變動。根據市場調查機構 Circana 的消費者追蹤服務資料顯示，跑鞋在 2025 年維持市場主導地位，運動休閒鞋 (athleisure sneakers) 仍是美國最大的鞋類細分市場，今年第一季整體增長近 1%；跑鞋銷售額同比增長 7%，成為同比增長貢獻最大的品類。

資料顯示，功能鞋類整體表現優於市場，銷售額成長 4%。除了跑鞋外，健步鞋同樣表現強勁，美元銷售額和銷量均實現兩位數增長。

另一方面，時尚鞋類持續下滑，第一季銷售額下降了 9%，不過 Circana 指出，時尚領域增長點來自高筒靴、平底鞋、芭蕾舞鞋等品項。值得注意的是，女鞋透過時尚化設計推動船鞋品項實現近十年來的首次增長，同時拖鞋銷售額也增長 10%。

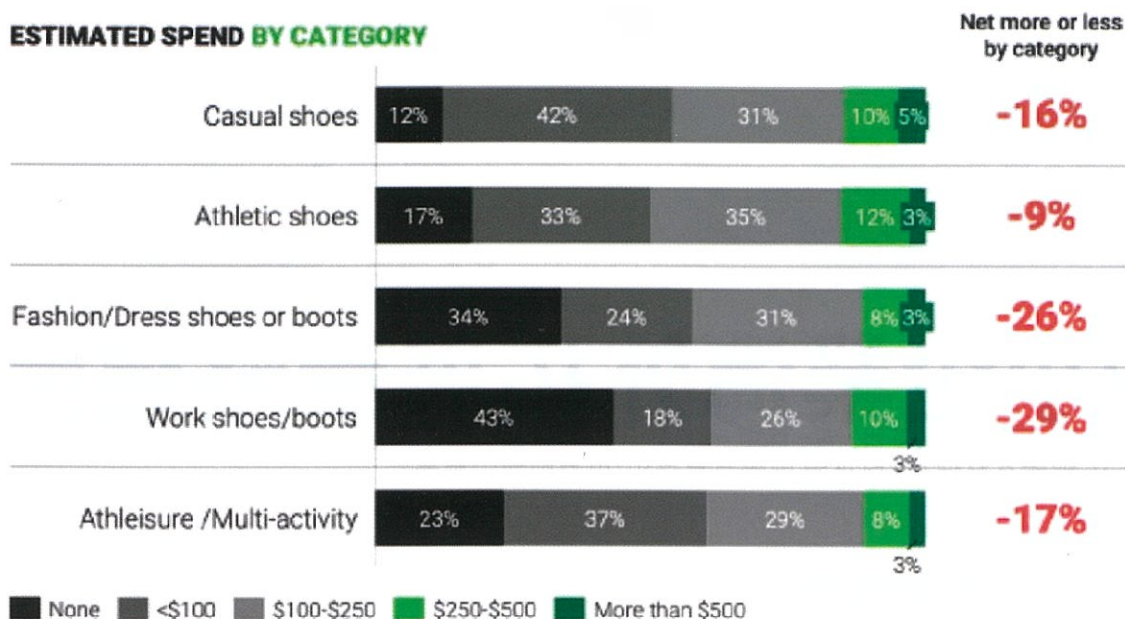
在整體市場方面，美國鞋類行業第一季銷售額總計 193 億美元，較去年同期下降 4%。Circana 鞋服配飾顧問 Beth Goldstein 表示，儘管銷售放緩，消費者對跑鞋、運動休閒鞋及兼具舒適與時尚的特定款式需求依然強勁。

諮詢公司艾睿鉑 (AlixPartners) 與美國鞋業分銷與零售商協會 (FDRA) 合作完成的一份消費者調查研究顯示，受到逐漸提高的生活成本影響，大量消費者正放棄鞋類消費。

報告指出，價格已成為消費者購鞋首要考量因素，78% 受訪者表示曾因價格過高放棄購買，該比例較去年上升 12 個百分點。

調查顯示消費者計畫削減所有鞋類開支，包括靴類減少 29%，時尚和正裝鞋減少 26%，運動休閒和多功能鞋減少 17%，休閒鞋則減少 16%。更有 43% 受訪者表示今年不打算購買通勤鞋。這些數據表明消費者正透過延長現有鞋履使用壽命來縮減核心開支。

ESTIMATED SPEND BY CATEGORY



圖片來源: china leather

報告指出，美國消費者計畫削減運動鞋開支，是對因貿易關稅推高商品價格的整體反抗。值得注意的是，過去四年調查研究中，運動鞋銷售從未下滑，近年來運動鞋始終是最具韌性的品類。

研究人員表示，這種消費意願逆轉反映出美國消費行為的深層變革——美國市場約 99% 鞋類依賴進口。艾睿鉑合夥人兼董事總經理 Bryan Eshelman 分析指出，不確定性是核心問題，近年通貨膨脹與供應鏈衝擊持續影響消費者，如今他們更擔憂貿易政策引發的價格波動。

Eshelman 補充道，短期內消費者正全面縮減開支，49% 縮減開支者主要為了購買必需品；59% 受訪者認為促銷不足是放棄購買主因，該比例同比上升 11 個百分點；僅 5% 受訪者表示會員獎勵計畫能刺激消費，忠誠計畫收效甚微。

艾睿鉑時尚零售業務合夥人兼董事總經理 Sonia Lapinsky 指出，當消費者精打細算時，促銷折扣成為首要考量，品牌忠誠度退居次席。「我們的研究還發現，相比其他品項，消費者認為鞋類忠誠計畫效果最弱，僅 5% 表示會員激勵能刺激消費，這突顯零售商必須深入理解客戶需求，在商品、價格、體驗上全面滿足期待。」

FDRA 首席執行官 Matt Priest 援引該機構調查表示，隨著關稅生效，零售商將面臨更嚴峻形勢，「消費者正提前透支大件商品開支，當消費者信心持續走低，價格敏感度便達到高峰。」

Priest 強調，近 80% 消費者預期關稅將推高成本，近 8 成因價格放棄購鞋，對多數家庭而言，鞋類正從必需品轉變為可選擇性消費，這種轉變勢必影響美國鞋類企業應對消費需求變革的能力。