

# 2026第一季度潮流榜单： 算法时代，时尚圈最热单品出炉

文 / 大米

每一季，时尚行业都会交出一份“流行答案”。这份由全球时尚购物平台 Lyst 发布的季度榜单，基于超过 1.6 亿年度用户行为数据、800 万件商品搜索与销售表现，被视为当下最具影响力的时尚热度指标之一。它不仅记录消费者正在购买什么，更反映了在全球范围中，哪些品牌、人物与文化事件正在真正影响“消费”流向。

而在 2026 年第一季度，Lyst 首次引入“Desire, Demand and Discovery (渴望、需求与发现)”全新评估维度，也让这份榜单变得更加耐人寻味。在算法时代，从 AI 搜索到 TikTok 二创，从明星街拍到文化热潮，推动时尚爆发的，早已不只是传统广告，而是一场场话题事件。

这也是为什么，Lyst Index 2026 年第一季度榜单，比以往更像一份“时尚情绪报告”。在本季度热门单品里，我们可以看到：Saint Laurent 的立领夹克搜索量暴涨 5550%；售价 2.99 美元的 Trader Joe's 超市帆布袋，成了年轻人的“新奢侈品”；adidas 带有中式盘扣元素的运动外套，被全球 Z 世代追捧为“春节夹克”。

比起“流行趋势”，它们更像是这个时代人们对于身份、态度与文化情绪的投射。以下，就是 Lyst 评选出的 2026 Q1 最值得关注的 10 件单品。

## 02 | CHANEL

2026 春夏高跟鞋



在 Lyst Index 2026 第一季度榜单中，这双来自 Chanel 2026 春夏系列的双色高跟鞋，成为本季度最具代表性的热搜单品之一。作为 Matthieu Blazy 担任创意总监后的首个系列，本季新品还未登场就已在社交媒体上吸引了足够的关注。Blazy 曾表示，他试图在保留品牌经典语言的同时，让 Chanel 鲜活起来。而鞋履恰恰是这场“新 Chanel 实验”里最先成功的单品。

这双鞋延续了标志性的双色鞋基础，经过了鞋型与比例的调整，加上鳄鱼皮纹理压花小牛皮与漆皮拼接，让原本偏优雅保守的经典款，多了先锋的质感。

这也是为什么，它一登上 T 台便迅速成为社交媒体与买手店讨论度最高的鞋款之一。上市后，时尚编辑、造型师、明星与内容创作者几乎立刻将它加入了购买 list，甚至有媒体直接将它称为“2026 夏季第一双真正意义上的 It Shoes”。在这个时代，话题度就是时尚。



## 03 | ADIDAS

Chinese Style Track Top

或许没有人想到，2026 年第一个真正意义上的全球级“文化爆款”，会是一件带有盘扣设计的运动外套。在农历新年后的 3 月，adidas 这件外套在网上的搜索量暴涨 960%，TikTok 播放量破百万，在 Instagram 上被昵称为“春节夹克”持续刷屏。

它的走红，引起了众多媒体的关注。据报道称，这款夹克在中国的 adidas 门店要么已完全售罄，要么仅剩少量颜色可选；在 StockX 等海外线上转售平台上，它的标价高达 400 美元；甚至有海外博主发博文表示，专程

飞中国买这件爆款外套，太值了。

事实上，这款夹克最初是由 adidas 上海设计团队专为中国消费者打造的，在春节前上市。设计上，它将立领、盘扣等东方元素，与宽松轮廓和运动夹克结构结合，让它既有传统服饰的气质，又保留 adidas 的运动基因。相比龙纹、红金配色与生肖图腾，这一次的设计更日常也更当代，切中了身份认同、网络文化的奇妙交汇点。这也让这件外套不再只是节日限定，而是进入国际时尚视野，甚至成为 Z 世代新一轮“中国风审美”的重要符号。

现代人已经不再迷恋“用力”了。在全球范围内，“松弛感”依然是这一季最重要的时尚关键词。Celine 这双 Ballet 系带鞋在第一季度的三个月里，搜索量增长 300%，几乎是当下“法式松弛美学”的标准答案。

它并不夸张。圆头、柔软羊皮革、纤薄鞋底与绑带设计，都极度轻盈，有一点舞者气质，也有一点巴黎电影里的慵懒感。但正因为这种“不费力”，让它精准命中了如今消费者最向往的穿搭状态，舒适、轻松、简单。

## 04 | CELINE

Ballet Lace-up Shoes



## 01 | SAINT LAURENT

Stand-Collar Jacket

如果一定要选出 2026 年第一季度最具影响力的单品，那大概非 Saint Laurent 这件立领夹克莫属。

荣登榜首，是因为它的单月需求环比搜索暴涨 5550%。而且，从时尚走势来看，它的爆红甚至有些“反潮流”：没有夸张 Logo，没有复杂设计，也不依赖高饱和度的视觉刺激，而是用一种极度简约的方式，让“高级感”回到时尚中心。

这件夹克几乎浓缩了 Saint Laurent 现任创意总监 Anthony Vaccarello 近年为品牌建立的全部美学关键词：利落、干净，带着法式冷淡感。立领设计、下垂肩线、胸前刺绣标识与标志性 CASSANDRE (金属“YSL”字母徽标) 拉链头，让整件单品既保留了上世纪 70 年代法式风格，又拥有今天流行的“quiet luxury”氛围。

更重要的是，它踩中了当下时尚的一个核心趋势：人们开始重新迷恋“有气场的基础款”。某种程度上，它已经超越单纯外套，更像标志性的时装模板。



## 06 | CHANEL

Maxi Flap Bag

在“超大包”回潮的趋势里，Chanel 也给出了自己的答案：这只超大号的 Maxi Flap 几乎是最具代表性的存在。它延续经典口盖包结构，尺寸被进一步放大，颗粒压花小牛皮与银色金属链条组合，也让它整体看起来更年轻时髦。迷你包曾一度统治时尚圈，但现在，大家开始厌倦“只能装空气”的小包。超大手袋重新回归，不只是因为实用，更因为背着大包的人，看起来总是更从容。



## 05 | VIVIENNE WESTWOOD

Long Fond Gown

本季度，Vivienne Westwood 的回归，几乎可以用“现象级”来形容。而这一轮热度的引爆点，很大程度上来自《呼啸山庄》(Wuthering Heights) 的再次翻红。随着新版《呼啸山庄》电影进入宣传周期，主演 Margot Robbie 在公开活动中，身着 Vivienne Westwood 古董礼服裙刷屏，让整个时尚行业重新陷入对“英伦浪漫主义”的迷恋。Lyst 数据显示，Vivienne Westwood 本季度搜索热度大幅上涨，其中品牌最具代表性的束身裙 Corset Dress 需求增长 86%，而长款礼服裙 Long Fond Gown 更以 890% 的搜索增幅跻身本季度最热门单品之一。

这并不只是一次单纯的“明星带货”。某种程度上，Vivienne Westwood 本来就与《呼啸山庄》式的审美气质天然契合：哥特、情绪浓烈、带着一点夸张的浪漫主义。那种荒原感、维多利亚时代的戏剧化，以及关于女性力量与反叛精神的表达，几乎贯穿了 Vivienne Westwood 整个品牌历史。

Long Fond Gown 之所以会在这一轮文化情绪中重新站到 C 位，也正因为它几乎集合了品牌最经典的设计语言。标志性的束身胸衣结构、雕塑感褶皱、大面积垂坠面料，以及略带失衡感的肩颈线条，让它既像 18 世纪宫廷礼服，又像朋克时代后的解构产物。

尤其在当下，时尚行业正在重新迷恋“Drama Dressing”，一种带有戏剧张力、情绪浓度与角色感的穿衣方式。作为英国时装史上最具有代表性的设计师之一，Vivienne Westwood 留下的是一种关于“反叛”的文化立场。她始终强调，时装不应该只是漂亮，而应该拥有观点、情绪与态度。品牌现任创意总监 Andreas Kronthaler 则形容说：“Vivienne Westwood 女孩，总像一个英雄人物。”在极简审美统治多年之后，那些足够浓烈、足够浪漫、甚至有点“失控”的时装又将迎来属于自己的时代。

## 08 | TRADER JOE'S

Tote Bag

这一季最有意思的爆款，可能不是奢侈品，而是这只 2.99 美元的 Trader Joe's 托特包。如今它甚至比很多 It Bag 更难买。

今年春天，这只美国连锁超市 Trader Joe's 的帆布袋，在社交媒体上突然热卖。补货当天，美国部分门店开门前便出现排队人潮，在热门城市甚至迅速售罄。社交平台上，大量用户开始分享“专门飞去美国买包”“代购抢不到”“超市开门五分钟卖空”等内容，让这只小布袋迅速从“买菜袋”升级成全球范围的现象级单品。

粗帆布、基础配色、小尺寸设计，没有复杂 logo，也没有任何传统奢侈品意义上的“高级工艺”……这种近乎反时尚的普通感，反而让它与这一代年轻人产生了共鸣。正如《纽约时报》曾分析的那样，当代年轻消费者正在重新定义“奢侈”的含义：比起传统大牌 logo，他们更热衷于那些具有圈层属性、文化辨识度与有限获取门槛的东西。于是，一只超市帆布袋，就这样成了新的身份徽章。



## 09 | Village PM

1PM Sneakers



Village PM 是今年最受关注的新锐鞋履品牌之一。来自巴黎，由拥有 Salomon 与 Arc'teryx 背景的团队打造，品牌于 2025 年 3 月末在巴黎时装周亮相，推出 1PM 和 1:30PM 两款鞋型。其中，1PM 最特别的地方，在于它不像传统滑板鞋那样厚重。攀岩鞋灵感、不对称鞋带、橡胶包覆结构与短脸轮廓，让它同时拥有机能感与时装感，一上市就进驻了 THE BROKEN ARM 等知名买手店。曾经只属于小众圈层的滑板文化，逐渐进入大众视野，街头运动的周边服饰也成了时尚圈的标志元素。

## 10 | KANGOL

Tropic 504 Flat Cap

这一季最令人意外的回潮单品之一，是 Kangol 的 Tropic 504 Flat Cap。而它的重新爆红，和今年上线的美剧《Love Story》密不可分。这部围绕小约翰·肯尼迪与卡罗琳·贝塞特展开的电视剧，点燃了对于 90 年代美学体系的追捧。小约翰·肯尼迪那种介于学院风、街头风与老钱风之间的风格，也得到了年轻人的青睐。

在《Love Story》播出后，社交媒体上迅速出现大量“JK Jr. core”“90s Kennedy style”等关键词，很多人开始模仿他骑单车时穿西装配 flat cap 的造型，甚至连“帽子反着戴”的方式也重新成为穿搭风格。

作为这场复古回潮里的核心单品，Kangol Tropic 504 诞生于 1954 年，最早源自英国工装与军装体系，后来逐渐成为一种横跨音乐与时尚的经典符号。现在，这顶帽子拥有了新的意义。有故事的经典单品，肯定还会继续走红，下一个又会是什么呢？整个时尚圈都在拭目以待。

