

YEAR IN FASHION 2019

В этом году 104 миллиона покупателей начали свой поиск на Lyst. Мы проанализировали данные, включая запросы, просмотры страниц и показатели продаж среди 6 миллионов модных товаров от более чем 12 тысяч онлайн-магазинов, а также учли упоминания главных брендов и тенденций этого года в мировых СМИ и социальных сетях. От уличного стиля до брошей в виде пауков, от Тимоти Шаламе до Teva — узнайте, что было в тренде в 2019 году.

ДВИЖЕНИЯ

- **Экологичность**

Поиски со словами, связанными с экологичностью, выросли по сравнению с прошлым годом на 75%, в среднем до 27 000 поисков в месяц. Увеличилось количество поисков экологичных материалов: эконоила на 102%, органического хлопка на 52%, ткани Repreve на 130% и тенцеля на 42%. Экологичные джинсы и кроссовки стали самыми востребованными категориями продуктов. Несколько брендов запустили в этом году существенные инициативы на эту тему, например, начали уделять больше внимания материалам и стали собирать пожертвования и вкладывать инвестиции в проекты по перепродаже и переработке.

- **Инклюзивность**

В 2019-м много говорили о том, насколько индустрии не хватает разнообразия. Покупатели искали моду, отражающую нужды и вкусы современного сообщества. Количество поисков адаптивной и минималистичной моды выросло на 80% и 90% соответственно. Запросы по терминам «бесполой» и «гендерно-нейтральный» выросли на 52%. «Проснувшиеся» потребители искали дизайнеров и ритейл-компании, чьи ценности им близки, и в ответ некоторые из мощнейших мировых брендов запустили кампании и программы продвижения инклюзивности, некоторые даже создали целые команды, которые помогут им стать лучше в этом аспекте.

НАСТРОЕНИЯ

- **Чрезмерная романтика**

2019-й был годом романтики и чрезмерной моды. Поиски бисерных сумок, аксессуаров для волос с жемчугом, юбок из тюля и платьев baby-doll существенно выросли этой весной. Игры с пропорциями стали мировым трендом: мини-сумки этим летом просматривали на 50% чаще, чем в прошлом году, а такие бренды как Ganni, Cecilie Bahnsen, Rotate и Jacquemus превратили большие пышные рукава в один из маст-хэвов этого года.

- **Психоделика**

Психоделические мотивы и цвета рейвов, от паттернов с разводами до неоновое зеленого, были крайне популярны этим летом. Покупатели полюбили психоделику вязаных изделий Proenza Schouler и поло Ralph Lauren «вареной» расцветки. Количество поисков неоновозеленых предметов одежды выросло за это лето на 69%.

- **Лето легких платьев**

Тренд на скромные платья в цветочек, берущий свое начало в центральных штатах Америки, стал одной из самых популярных тенденций лета. Пик его поисков случился в июле. Нью-йоркский бренд LoveShackFancy стал прорывом в этой новой категории, просмотры страницы сайта с января по март выросли на 65%.

- **В стиле милитари**

В год политической турбулентности потребители проявили интерес к моде в стиле

YEAR IN FASHION 2019

милитари. Брюки карго и жилеты активно искали осенью, а спрос на поясные сумки вырос на 33% за последние шесть месяцев. Продажи грубых ботинок в сентябре выросли на 73%.

- **Возрождение 90-х**

От коротких топов до туфель с тупыми носами и платьев-комбинаций, Lyst зафиксировал несколько трендов 90-х, набирающих силу в этом году. Поиски сумок Fendi Baguette выросли на 164% по сравнению с прошлым годом, а знаменитости обратились к архивным экземплярам таких дизайнеров, как Jean-Paul Gaultier, Thierry Mugler и Versace.

- **Уличная мода**

Дресс-код продолжает становиться все менее строгим, расслабленный и спортивный стиль набирает обороты, а феномен «уличная мода» стал одним из мощнейших трендов. В этом году пользователи потратили в среднем 192 \$ на новую пару кроссовок, что на 39% больше, чем в прошлом году. Средняя цена футболки выросла на 16%, до 67 \$. Off-White стал брендом, который искали в 2019-м чаще всего.

- **Революция моделирующего белья**

Поисковые запросы на велосипедки выросли на 137% по сравнению с прошлым годом, а спрос на боди и спортивные купальники вырос на 83%. Ким Кардашьян Уэст запустила свою линию моделирующего белья Skims, а вдохновленная спортивной одеждой коллекция Весна – Лето 2020 Tom Ford добавила в эту категорию гламура.

- **Смелый крой**

Поиски коротких костюмов выросли в марте на 19%, а скандинавские девушки, принимавшие участие в неделе моды в Копенгагене, поспособствовали росту запросов на оверсайз-жакеты на 55%. Наиболее часто вместе со словом «костюм» в поисках присутствовали слова «яркий» и «броский».

МОМЕНТЫ

1. **24 января | Мемы haute-couture**

На модном показе Viktor & Rolf были представлены платья из тюля, украшенные слоганами. Всего за несколько часов упоминания бренда и его платьев с мемами haute-couture в соцсетях выросли на 249%.

2. **19 февраля | Прощание с Карлом**

Легендарный кутюрье Карл Лагерфельд умер в Париже в возрасте 85 лет. Он был болен несколько недель и отсутствовал на двух модных показах Chanel за месяц до этого. Виржини Виар стала его преемницей в Chanel.

3. **12 апреля | К-Поп набирает популярность**

Женская группа Blackpink вошла в историю музыкального жанра К-Поп, выступив на сцене фестиваля Coachella. Видео на песню Kill This Love взорвало YouTube, за рекордные сроки достигнув 100 миллионов просмотров. Это стало самой громкой премьерой на YouTube за все время.

4. **1 мая | Мода в стиле «кэмп»**

Темой Met Gala в этом году стал кэмп, и звезды обыграли это по-своему. Кэти Перри появилась сначала в костюме люстры, а затем бургера. Билли Портера в образе бога солнца внесли 6 мужчин. Леди Гага четыре раза сменила наряд прямо на красной ковровой дорожке, и один из них увеличил поиски дизайнера Brandon Maxwell на 112%.

5. **10 мая | Рианна создает историю**

После нескольких месяцев слухов Рианна официально объявила о запуске марки Fenty и стала первой женщиной в LVMH, создавшей собственный бренд. В первый месяц работы

YEAR IN FASHION 2019

новый модный дом упомянули более 5 тысяч раз в СМИ по всему миру и более 7 миллионов раз — в социальных сетях.

6. **Июль | Селин захватывает неделю моды в Париже**
Селин Дион превратила Парижскую неделю моды в свой собственный подиум, появившись в комбинезоне Chanel, ассиметричных джинсах Ksenia Schnaider, в боди Off-White и платье Herpen. Ее образы за 4 дня вызвали рост упоминаний в соцсетях на 7 831%.
7. **2 августа | Королевская сила перемен**
Меган Маркл, герцогиня Сассекская, стала приглашенным редактором сентябрьского номера Vogue под названием. На обложке, снятой Питером Линдбергом, появились 15 девушек, выбранных Меган за их «вдохновляющее влияние на современную жизнь», среди которых Грета Тунберг, Адвоа Абоа, Джасинда Ардерн и Шинейд Берк.
8. **24 августа | Новый пакт в мире моды**
Французский президент Эммануэль Макрон и генеральный директор Kering Франсуа-Анри Пино создали «модный пакт». Подписанный 32 компаниями и 150 брендами, в том числе Gucci, Chanel, Hermes, Stella McCartney, H&M и Nike, пакт представляет ряд общих целей, к которым индустрия моды будет стремиться для снижения воздействия на климат, биоразнообразии и Мировой океан.
9. **20 сентября | «Дикий» показ**
Модный показ Savage x Fenty был доступен к просмотру эксклюзивно на Amazon Prime, в нем приняли участие такие музыканты, как Halsey, Migos, ASAP Ferg и Fat Joe, а также модели, включая Алек Век, Кару Делевинь, Джоан Смоллс, Лаверну Кокс и Normani. Поиски белья Savage x Fenty в сентябре выросли на 43%.
10. **21 сентября | Джей Ло возвращается в джунгли**
Дженнифер Лопес во время показа Versace на неделе моды в Милане появилась на подиуме в обновленной версии своего культового «тропического» платья, которое вызвало небывалое количество запросов в сервисе Google Images в 2001 году. Данный выход получил упоминания в СМИ и соцсетях, оцененные в 9,4 миллионов долларов.
11. **29 сентября | Cardi B в первых рядах**
На Парижской неделе моды певица Cardi B появилась полностью в цветочном ансамбле от британского дизайнера Richard Quinn. Этот выход повлек за собой увеличение поисков бренда на Lyst в сентябре на 17%. Позднее на этой же неделе она совместно с Анной Винтур выбирала лучший профессиональный образ на показе марки Thom Browne. На показе Chanel Cardi B появилась в наряде Модного дома, стоимостью более 30 000 \$.
12. **1 октября | Спасительница Джиджи**
Креативный директор Chanel Вирджини Виар представила свою первую коллекцию для бренда на Парижской неделе моды. Показ был прерван французской YouTube-знаменитостью Мари Бенолиэль, запрыгнувшей на подиум, но вскоре остановленной моделью Джиджи Хадид. Это событие вызвало рост упоминаний Chanel в соцсетях на 2 618%.
13. **14-18 октября | Королевская дипломатия в моде**
Для королевского визита в Пакистан принц Уильям и Кетрин Миддлтон отдали предпочтение местным брендам и дизайнерам, связанным с культурой и наследием страны. После появления Кейт в традиционном наряде шальвар-камиз поиски этой модели уже на следующей неделе выросли на 170%. Такие бренды, как Jenny Packham, Beulah London и Ghost, замеченные во время визита, в сумме собрали на 139% больше поисков по сравнению с предыдущей неделей.

YEAR IN FASHION 2019

ЗАКОНОДАТЕЛИ МОДЫ

10 знаменитостей, чьи наряды вызвали наибольшее количество поисковых запросов, продаж и упоминаний в СМИ и социальных сетях за последние 12 месяцев.

1. Меган Маркл, герцогиня Сассекская

Меган Маркл стала главным законодателем моды в 2019 году. Ее наряды вызывали увеличение поисков похожих товаров в среднем на 216%. После ее появления в пяти разных платьях-рубашках во время королевского визита в Южную Африку поиски этой категории товаров за месяц выросли на 45%. Платье Club Monaco было распродано менее чем за сутки, а в последующем его искали на 570% чаще. Появление Меган в юбке J Crew поспособствовало увеличению поисковых запросов бренда на 102%.

2. Тимоти Шаламе

Появление Тимоти Шаламе в вышитом нагруднике от Louis Vuitton стало сенсацией фестиваля «Золотой глобус» в этом году. Толстовка с пайетками, выбранная им для британской премьеры «Короля», вызвала увеличение поисков мужских толстовок на 192%, а поиски бренда Haider Ackermann возросли на 806% на неделе, когда Тимоти появился в костюме этой марки.

3. Зендая

Инстаграм Зендаи неизменно вызывает миллионы поисковых запросов. После ее появления на красной дорожке Met Gala в светящемся платье Золушки от Tommy Hilfiger с сумочкой в виде кареты и хрустальных туфлях, бренд стали искать на 54% чаще. Когда в сентябре на Emmy Awards Зендая надела платье Vera Wang, поиски марки увеличились на 33%.

4. Билли Айлиш

У 17-летней певицы и автора песен Билли Айлиш более 40 миллионов подписчиков в Инстаграме. После ее появления в нескольких неоновых-зеленых нарядах в течение лета этот цвет стали искать на 69% чаще. Тем временем бренд BBCICECREAM получил на 211% больше поисковых запросов в течение недели после того, как Билли упомянула его в своем профиле в Инстаграм.

5. Карди Би

После появления Карди Би в винтажном платье Mugler на премии «Грэмми» всего за 4 часа поисковые запросы с именем бренда выросли на 169%. Карди стала одной из самых влиятельных знаменитостей на Парижской неделе моды в сентябре, где не переставая обсуждали ее наряды от Chanel, Thom Browne и Richard Quinn.

6. Лиса, Blackpink

В этом году участница группы Blackpink Лиса стала самым популярным кумиром в жанре K-Pop, на ее Инстаграм подписано почти 27 миллионов человек. После нескольких фото, где она изображена с сумкой Celine Triomphe, этот аксессуар стали искать на 66% чаще.

7. Кайли Дженнер

Главная законодательница моды 2018 года, Кайли продолжила привлекать всемирное внимание к своим нарядам. Платье с цветочным принтом в августе искали на 66% чаще, когда Кайли заметили в такой же модели. Надев смелое золотое платье на свадьбу Джастина Бибера и Хейли Болдуин, Кайли нарушила дресс-код для гостей и вызвала больше поисковых запросов, чем сама невеста.

8. Лиззо

С ростом популярности музыки Лиззо растет и спрос на ее фирменные спортивные купальники: с прошлого года их стали искать на 28% чаще. На церемонии MTV VMA многие

YEAR IN FASHION 2019

из ее нарядов стали хитами, включая сиреневое платье с открытыми плечами в стиле 80-х. Поисковый запрос «мода Лиззо» стал невероятно популярен с сентября.

9. Гарри Стайлз

Моно-серьгу для мужчин стали искать на 28% чаще с мая, когда в такой заметили Гарри Стайлза на Met Gala. В марте певец появился в Нью-Йорке в ярком костюме, после чего поиски синих костюмов выросли на 78%.

10. Билли Портер

Билли Портер не раз привлек к себе внимание, появившись на красной ковровой дорожке в этом году. Когда на церемонию «Оскар» актер надел платье-смокинг от Christian Siriano, товары дизайнера стали искать на 101% чаще в последующие сутки.

БРЕНДЫ «ПРОРЫВ ГОДА»

1. Bottega Veneta

Приход Дэниэла Ли превратил Bottega Veneta в один из самых обсуждаемых модных брендов этого года. В результате даже появился популярный неофициальный инстаграм-аккаунт @newbottega. Спрос на аксессуары марки вырос на 53% за год. Bottega Veneta поднялись на 21 место в рейтинге популярных брендов The Lyst Index за третий квартал и впервые вошли в 20-ку лучших.

2. Pyer Moss

Показы Керби Жан-Реймонда стали одними из самых ожидаемых событий на неделе моды в Нью-Йорке. После презентации коллекции «весна-лето 2020» в сентябре, количество поисков бренда выросло на 226%.

3. Jacquemus

Спрос на Jacquemus, подогреваемый популярностью сумочки Le Chiquito, продолжает расти. Количество поисков после показа коллекции Весна-Лето 2020 на лавандовых полях Прованса в июне выросло на 37%, а упоминания в социальных медиа подскочили на 761% в течение 24 часов после шоу. Jacquemus поднялся на 37 позиций в списке популярных брендов The Lyst Index за третий квартал.

4. Paco Rabanne

Вышедшее в 2019-м обновление культового дизайна кольчуги 1969 года, вместе с признанием таких знаменитостей, как Прианка Чопра и Софи Тернер, обеспечило бренду тысячи упоминаний в социальных сетях. Поиски Paco Rabanne увеличились с прошлого года на 31%.

5. Molly Goddard

Количество поисков Molly Goddard выросло на 46% по сравнению с прошлым годом. Ее предметы одежды из тюля показали себя одинаково популярными среди законодателей моды, знаменитостей и покупателей.

6. Richard Quinn

Изделия Richard Quinn заметили на Карди Би, Кендалл Дженнер, Билли Портере, Селин Дион и Винни Харлоу. Поиски выросли на 56% по сравнению с предыдущим годом.

7. Saks Potts

Просмотры страницы этого датского бренда выросли на 1 328% в июле, когда испанская певица Rosalía надела их знаменитое пальто Foxy.

8. Telfar

Поиски Telfar в этом году выросли на 89%. Показ марки стал одним из самых обсуждаемых на неделе моды в Нью-Йорке, а упоминания в социальных медиа выросли после выхода американского актера Эштона Сандерса на Met Gala в уникальном наряде Telfar.

YEAR IN FASHION 2019

ВИРУСНЫЕ ТОВАРЫ

- **Платье Zara**
Платье Zara в горошек стало самым обсуждаемым предметом одежды в этом году. За несколько недель у него появился собственный аккаунт в инстаграме, а упоминания Zara в социальных сетях выросли на 1 392%. С июля было зафиксировано на 120% больше поисков платьев в горошек.
- **Пуховик Amazon Orolay**
Пуховик Amazon Orolay, впервые замеченный на жителях Нью-Йорка из Верхнего Ист-сайда, стал вирусным хитом в феврале.
- **Кашемировый бюстгальтер и кардиган Khaite**
Поиски Khaite выросли на 217% в начале сентября, когда Кейти Холмс была замечена в кашемировом кардигане и бюстгальтере этого бренда. Бралет Eda остается самым просматриваемым товаром бренда.
- **Брошь с пауком**
Леди Хейл, 74-летняя президент Верховного суда, в один момент сделала броши с пауками популярным товаром в Великобритании. Поиски этого аксессуара выросли за неделю на 166%.
- **Тапки Vetements**
После выхода тапок Vetements Bear Hug в сентябре, их искали на 118% чаще, а вскоре они исчезли из продажи во многих магазинах.

ВОЗВРАЩЕНИЕ IT-ТОВАРОВ

- **Сумка Fendi Baguette**
Поиски одной из легендарных и желаемых сумок в мире моды, Fendi Baguette, выросли на 138% по сравнению с предыдущим годом. Мужские версии тоже быстро оказались распроданы у многих ритейлеров вскоре после выхода.
- **Сандалии Teva**
Поиски бренда Teva выросли на 65% по сравнению со вторым кварталом 2019-го. Спортивные сандалии бренда искали в апреле на 78% чаще вслед за коллаборацией с Анной Суи.
- **Клоги**
Мария Грация Кьюри начала возрождение клогов, представив на подиуме модель Diorquakes. Поиски крупной деревянной обуви особенно выросли в июне.
- **Обувь из мягкого пластика**
Количество поисков обуви из мягкого пластика в апреле выросло на 82% по сравнению с предыдущим месяцем.
- **Dr. Martens**
Поиски ботинок Dr. Martens выросли на 88% по сравнению с предыдущим годом. Похожая обувь разных ценовых категорий тоже была в тренде.

YEAR IN FASHION 2019

ЛОГОТИП ГОДА

Принт Zucca марки Fendi

САМЫЕ ЖЕЛАННЫЕ ТОВАРЫ

1. Сумка The Pouch Bottega Veneta

Сумка The Pouch от Bottega Veneta набрала более 10 тысяч просмотров в месяц запуска. В сентябре ее страницу на Lyst смотрели на 297% больше. С клатчем видели журналистов, знаменитостей и экспертов моды по всему миру, а Роузи Хантингтон-Уайтли выложила его в инстаграме 39 раз за три месяца.

2. Сандалии Bottega Veneta Stretch

Знаменитые сандалии стали огромным трендом этого года, и снова Bottega Veneta пользовались большим спросом на протяжении всего лета. В июле поиски выросли на 471%.

3. Ремень с логотипом Gucci GG

Появлявшийся в Lyst Index девять раз за последние два года ремень с логотипом Gucci GG остается одним из самых востребованных аксессуаров сегмента «люкс». В этом году каждую минуту на Lyst продавалось два ремня Gucci.

4. Сумка Jacquemus Le Chiquito

Количество поисков сумки Jacquemus Le Chiquito выросло на 130% в мае, а в течение лета ее страницу посмотрели 20 тысяч раз.

5. Панама с логотипом Prada

Панама Prada, которую носят многие знаменитости и законодатели моды, многократно распродалась онлайн, а особенно часто ее искали в мае.

6. Сумка Louis Vuitton Multi Pochette

За несколько недель за сумкой Louis Vuitton Multi Pochette уже стояла длинная очередь. После запуска в октябре она была распродана в онлайн-магазинах за считанные дни.

7. Платье миди в клетку Ganni Seersucker

В этом году платье в неоновую клетку Ganni стало популярным среди модниц и фэшн-редакторов. Оно полностью распродалось вскоре после скачка запросов в июле на 101%.

8. Флисовая куртка Sandy Liang

Вдохновленная модой 90-х флисовая куртка Sandy Liang стала самым популярным товаром дизайнера в 2019-м году.

9. Небесно-голубые джинсы Weekday Rowe

Сделанные полностью из органического хлопка экологичные джинсы Weekday Rowe стали самыми продаваемыми джинсами 2019 года на Lyst. Количество поисков выросло на 68% по сравнению с прошлым годом.

10. Сумка Gucci GG Supreme

Мужская сумка Gucci GG Supreme стала одним из самых желанных аксессуаров года. Поиски мужских сумок увеличились на 44% по сравнению с предыдущим годом.

YEAR IN FASHION 2019

КРОССОВКИ ГОДА

1. **Кроссовки на выступающей подошве Alexander McQueen**
Искали каждые 2 минуты на Lyst

КОЛЛАБОРАЦИИ

- **Off White x IKEA**
Анонсированная в июне 2017 года коллаборация Off-White и IKEA наконец-то объявила о запуске в ноябре. IKEA удивили поклонников, выпустив ковер с принтом KEEP OFF. Ковер был распродан за 5 минут и уже перепродается на eBay до 7 раз дороже оригинальной цены.
- **Sacai x Nike**
Выпуск второй партии кроссовок Sacai x Nike LDWaffle в сентябре увеличил поисковые запросы данной коллаборации брендов на 344%.
- **Reformation x New Balance**
Результатом сотрудничества Reformation и New Balance стали кроссовки, возрождающие модели 574 и X-90 марки New Balance. Благодаря новым расцветкам и более экологичным материалам эта модель — одна из самых желанных коллабораций осени.
- **Supreme x Stone Island**
Спустя месяцы после выхода коллаборации Supreme и Stone Island спрос на нее по-прежнему высок: в сентябре поиски увеличились на 72%.
- **Rick Owens x Birkenstock**
После выхода второй коллаборации Rick Owens и Birkenstock коллекции «весна-лето 2019» в апреле ее стали искать на 400% чаще, а многие товары вскоре были распроданы.

КАК МЫ ПОКУПАЛИ

- **Перепродажа**
В 2019 году мы наблюдали увеличение перепродажи товаров сегмента «люкс» на 255% на Lyst. Согласно отчету ThreadUp, 26% покупателей премиум-сегмента выбирают поддержанную одежду. Другой отчет от TheRealReal отмечает, что 32% рассматривают покупку секонд-хенда, как альтернативу «быстрой» моде, а самыми желанными брендами в этой категории являются Gucci, Louis Vuitton, Chanel, Prada и Hermes.
- **Аренда**
Оцениваемый сегодня в 1 миллиард долларов рынок аренды может удвоиться к концу 2023 года. Согласно отчету об экологичности компании Mintel, более половины миллениалов уже брали модные товары в аренду или рассматривают такой вариант. Арендовать одежду становится проще, а такие магазины, как Urban Outfitters, American Eagle, Ann Taylor и Bloomingdale's уже предлагают покупателям такую услугу.
- **Виртуально**
В мае один технический директор потратил 9 500 \$ на виртуальное платье, которое можно использовать для фотосессии с дополненной реальностью. Gucci и Nike начали применять технологии дополненной реальности, чтобы покупатели могли «примерить» одежду и обувь. New Balance и Gucci продолжили ориентироваться на игровой рынок, создавая виртуальные товары для личных аватаров.

YEAR IN FASHION 2019

СЛЕДУЮЩИЙ ГОД В МИРЕ МОДЫ

- **Космический стиль**
2020 год обещает стать межгалактическим: мы ожидаем четыре полета на Марс, тестирование многоразовой ракеты SpaceX и новое поколение пилотируемых космических кораблей. Показы Весна-Лето 2020 обещают нам голографические ткани, верхнюю одежду в стиле скафандров и силуэты межгалактических миров.
- **Япономания**
Ожидается, что более 600 тысяч иностранных зрителей приедут в Токио следующим летом на Олимпийские и Паралимпийские игры 2020 года. Когда все внимание будет приковано к Японии, нашим вдохновением станут смелый уличный стиль Харадзюку и культовые японские бренды, такие как Sacai, Undercover, Visvim и Neighborhood. Поиски японских брендов увеличились на 8% за этот год.
- **Возвращение больших сумок**
В этом году мы заметили, что средний объем и ширина сумок уменьшилась на 40% благодаря моде на мини-сумки. В 2020 году мы ожидаем возвращение изделий размера XL, популярных в 2000-е. Особенно моделей из мягкой кожи, таких как Little Liffner и The Row.
- **Политизированная мода**
2019 год был беспокойным для индустрии моды, глобальная политическая и культурная напряженность влияла на настроение покупателей по всему миру. Связи кандидата в президенты от демократической партии Тома Стейера уже вызвали реакцию со стороны американцев, а накануне выборов 2020 года мы ожидаем увидеть еще больше модных заявлений со стороны политиков, брендов и магазинов.
- **5 подающих надежду брендов**
Основываясь на увеличении поисковых запросов за последние полгода, мы предсказываем большой рост для брендов Rotate Birger Christensen (+27%), GCDS (+23%), ALYX (+36%), Marine Serre (+32%) и Cecilie Bahnsen (+38%).

Повлияйте на 2020 Year in Fashion
Начните свой поиск на Lyst

МЕТОДОЛОГИЯ

Законодатели моды

10 знаменитостей, чьи наряды вызвали наибольшее количество поисковых запросов, продаж и упоминаний в СМИ и социальных сетях за последние 12 месяцев.

Прорывные бренды

Для определения прорывных брендов года мы выявили наибольшие скачки интереса покупателей в течение 2019 года.

Логотип года

Для определения самого популярного логотипа 2019 года мы отследили скачки спроса и последующие продажи товаров, а также учли упоминания брендов в социальных медиа.

YEAR IN FASHION 2019

Самые желанные товары

Чтобы определить самые желанные товары в мире, мы отследили всплески упоминаний в социальных сетях, отметки товаров, а также поисковые запросы и продажи в течение 2019 года.

Кроссовки года

Самые популярные кроссовки выбраны на основе количества поисковых запросов и спроса покупателей по всему миру.