

当时尚潮人穿上实用“老伙计”

“巴恩风”为何戳中年轻人的“心巴”？

青年发现

在当下年轻人的时尚版图里，“巴恩风”从小众成为流行趋势，在社交平台迅速掀起时尚消费的新热潮。在小红书上，“巴恩风穿搭”话题累计超过6.8亿次浏览，“巴恩风”相关笔记已超过37.8万条。这股源自农场穿搭风格的衍生潮流，究竟有着怎样的魅力，戳中年轻人的“心巴”？又反映出年轻人怎样的消费趋势和生活态度？

青年报记者 陈泳均



服装店上架“巴恩风”服装。

青年报记者 陈泳均 摄

名词解释

巴恩风

“巴恩风”穿搭以干练的轻工装穿搭为代表，衣服版型常以厚实、硬挺的面料为主，典型的巴恩风单品有皮领工装夹克、牛仔裤和针织毛衣等。



不错过每一个晴朗的天气...#巴恩风穿搭#...



王冰冰
2024-11-18

1.9万

网络截图

[专家声音]

一件单品 百搭风格

“巴恩风”为年轻人找到“时尚密码”

对于年轻人而言，“巴恩风”穿搭堪称“全能伙伴”，高度适配各类生活场景。在风控行业工作的小悦便是“巴恩风”的爱好者。工作日，她穿上一件帅气的皮领工装夹克，搭配简约衬衫和直筒牛仔裤，瞬间化身职场精英，气场十足；周末出游，换上宽松的针织毛衣和休闲工装裤，舒适又随性，拍照时氛围感满满。“巴恩风”百搭又耐穿，有了一套“巴恩风”服装，不用买太多衣服，就能轻松搞定各种场景。我会根据不同场景调整搭配，一件衣服既能走职场风，又能走休闲风。不是其他衣服买不起，是“巴恩风”更有性价比！”

除了百搭，“巴恩风”服装还满足年轻人追求个性，展现独特自我的需求。记者前往徐家汇商圈的服装店时发现，“巴恩风”服装吸引了不少年轻人驻足挑选。大二外语专业的小茜在这个冬天初次接触“巴恩风”便被吸引。“我没有固定的穿衣风格，喜欢个性、百变、有趣的穿搭。去年11月，我在社交媒体上刷到‘巴恩风’的穿搭笔记，立刻就被‘种草’，下单了一件夹克外套。这件衣服成为我秋冬的高频穿搭，搭配工装裤，我就是酷姐；搭配一件纱裙，秒变甜妹；内搭一件oversize毛衣，穿上长筒袜，又

是另外一种风格，很能展现我的态度。”

服装风格的偏好，也折射出年轻人生活方式和生活态度的转变。在快节奏的现代生活中，年轻人对自然和舒适的向往愈发强烈。从事IT行业的昊天热爱徒步，在他眼中，“巴恩风”的颜色就像取自大自然的调色盘，穿上它仿佛置身森林和田野。昊天笑着说，“程序员可不都是穿格子衬衫，对我来说，舒适感才是最重要的。即便坐在工位，也向往着旷野。‘巴恩风’面料厚实又透气，不管在城市还是户外，‘巴恩风’都是我喜欢的风格。”

博主推波 买手助澜

带动多个国货品牌销售单场破百万

“巴恩风”从小众走向大众，离不开年轻消费者与穿搭博主、时尚买手的共同推动。“小个子秋冬‘巴恩风’”“‘巴恩风’一周穿搭”“长期主义‘巴恩风’，可以穿几年的‘老伙计’”……在小红书上搜索“巴恩风”，可以看到各类穿搭指南和个性穿搭的笔记分享。用户们脑洞大开，用各种创意方式诠释“巴恩风”。

时尚视频博主彭布布在她的“巴恩风小课堂”视频中，从定义到穿搭干货，再到秀场案例进行分享。她认为，“‘巴恩风’穿搭干活不累，外观质朴，是职场必备，还能帮年轻人在秋冬穿搭直接省钱，可以说是

小红书上今年最火的穿搭趋势。”不仅时尚博主，就连王冰冰也在社交媒体上分享了自己的“巴恩风”穿搭。她身着“巴恩风”外套，内搭蓝色衬衫，搭配牛仔裤和运动鞋，在阳光的映衬下更显充满活力。

在“巴恩风”的流行风潮中，小红书买手扮演了关键角色。这些买手风格各异，有知性优雅的大姐姐，有甜美的少女风博主，还有职场精英范的穿搭达人。他们凭借专业的眼光和出色的搭配能力，为普通用户提供个性化穿搭方案。直播时，买手们把“巴恩风”单品搭配得时尚又好看，让观众直观感受到穿搭效果纷纷下

单。在小红书联合时尚买手董洁的一次直播中，当天销售额第一的产品就是“巴恩风”夹克，单品卖出270万件，一批用户开始发“巴恩风”相关笔记，带动多个国货原创品牌达成单场破百万的成绩。78.6万粉丝关注的时尚买手“chichi是吃吃”，以“每每过冬，好看又保暖，厚衣服也能穿出氛围感”为主题，通过图文和视频拆解全身穿搭，推荐相关单品，做不同风格的诠释与搭配。网友纷纷评论说，“求链接”“种草了！快上链接”，在她的直播中，有三个品牌通过“巴恩风”穿搭场，达成单场百万GMV(商业交易总额)。

跟风不如造风

提升消费体验 应该这样顺势而为

从流行趋势来看，“巴恩风”是复古风潮的一种回归。上海视觉艺术学院时尚设计学院服装设计专业主任、副教授张洁分析道，“‘巴恩风’的流行，反映出年轻人在审美、生活方式和价值观念上的转变。他们注重舒适度，更关注自身内在需求，同时希望能展现出不同的风格，满足年轻人对自我表达和创新的追求。”

张洁认为，在时尚产业中，既要进行市场调研，了解当下消费者的喜好和流行趋势，又要结合品牌自身的风格和理念，做出具有前瞻性的设计。不能盲目跟风，也不能故步自封，要不断创新吸引新客户。互联网社交媒体在时尚传播和消费过程中起到重要作用，小红书等平台已成为年轻人获取时尚信息的重要渠道。

从供应链的消费端往上追溯，对于商家，尤其是国内原创品牌而言，精准洞察并顺应年轻人的潮流尤为关键。“我们最初在小红书上发现，年轻人讨论的热门话题包括微胖冬天怎么穿不显臃肿？除了黑白灰，冬天还能怎么搭？职场人冬天通勤怎么穿更利落出挑？洞察用户需求后，经过与买手和商家调研，我们提取出来‘巴恩风’这个风格，并通过笔记、直播、产品等多

种方式，让这趋势被进一步扩大。”小红书电商相关负责人回忆道。数据显示，国潮服装品牌1747捕捉到“巴恩风”趋势后，通过买手直播间，“巴恩风”单品单场GMV300万+，开播一小时破1000件。顺应“巴恩风”趋势推出相关产品，在活动期上新，7天店铺总销售额突破400万元。该品牌主理人表示，“我们看重小红书目前良性的电商模式，诸如笔记种草带货、品牌店播和买手直播等不同电商模式。我们期待与小红书电商一起成长，相信平台能给予商家品牌力量，一起携手收获电商增长。”

从被种草 到下订单

社交媒体正重塑当代年轻人消费模式

“当下年轻人对时尚的态度，不是跟风、从众和模仿，而是偏爱在紧随时尚潮流中，勇于展示自己的个性。‘巴恩风’这一风格的服饰，正好契合这一需求。”上海建桥学院新闻传播学院时尚传播系主任覃卫萍分析道，“因为‘巴恩风’从色彩、款式都很容易搭配，只要抓住风格要素，再加入自己喜欢的个性单品，就能踏准‘巴恩风’潮流的先锋时尚感，又能展现

个性和自信。”

小红书数据显示，购买“巴恩风”服装的消费者中，1990年以后出生的消费者占比达70%。覃卫萍认为，服装与年轻人的内心想法有关。“巴恩风”的流行反映出他们渴望自在、舒适和真实的生活态度，也契合年轻人追求自由、随性和松弛的穿着需求和生活场景。与此同时，“巴恩风”百搭的特色也折射出年轻人的消费观念

变得日趋理性，这种风格的服饰堪称“买精、永久、易搭”的理性消费代表。

谈及种草对于年轻消费者的影响，“当下的年轻人，可谓是互联网的原住民，对互联网有天然的亲近，对社交媒体也不例外。社交媒体正在重塑当代年轻人的服装消费模式，其影响力已渗透到审美培养、穿搭借鉴、购物决策到消费行为的全链路。”覃卫萍说道。

结婚启事

2025年2月12日 星期三 农历乙巳年戊寅月壬子日



新郎 王胜 新娘 黄晓慧
于公元2025年2月12日正式结为夫妇，于2025年3月18日举行婚礼。
特此公告，敬告亲友，亦作留念。

同德同心 如鼓琴瑟 万事顺意