



# 夏日经济再掀“滚滚热浪” “硬防晒”撬动近千亿市场

随着天气转热,在很多城市的街头,“全副武装”的行人不在少数。近年来,在互联网的推动下,人们的防晒意识正加速提升。与此同时,一些企业纷纷布局“硬防晒”赛道,“防晒经济”不断升温。

近段时间,各地气温不断升高,日照强度日益增强,消费者对防晒霜、防晒服、遮阳伞等防晒用品的需求也持续升温,“防晒经济”迎来自己的“主场时刻”。  
来源:《工人日报》

## 防晒意识提升催热“防晒经济”

“防晒做得好,防黑又防老。”在被问到为什么热衷防晒时,在北京上班的95后郭女士如此回答。记者看到郭女士手持遮阳伞、身着防晒服、面遮“脸基尼”,鼻子上还架着墨镜……她告诉记者,自己住的地方离单位很远,每日通勤时间长,夏天不做好防晒担心会对皮肤造成伤害。

走在北京街头,记者发现,像郭女士这样“全副武装”的行人不在少数。“日光照射会让皮肤出现黑斑。”北京协和医院皮肤科主任医师孙秋宁解释说,因为强烈的紫外线会让胶原蛋白断裂,尤其是人到了中年以后,紫外线会加速破坏皮肤纤维,从而加速皮肤的老化。

近年来,在互联网的推动下,越来越多的人对“光老化”有了认识,防晒意识也加速提升,防晒成了日常生活中不可或缺的护肤环节。在小红书、微博等社交平台上搜索“防晒”“抗光老化”等关键词,相关笔记、帖子数量多达百万,话题阅读量达25亿,其中涵盖“光老化”知识科普、护肤经验分享、防晒用品测评、防晒服穿搭等内容。

大众防晒意识的提升为本就火热的“防晒经济”又添一把柴。根据艾瑞咨询发布的《中国防晒衣行业标准白皮书》,2022年我国防晒服配市场规模已达675亿元,预测到2026年,这一数字将接近958亿元。

## 企业纷纷布局“硬防晒”赛道

临近夏季,一些专门卖防晒饰品的企业生意便好起来。记者从蕉下方面了解到,日前公司线上旗舰店和线下实体店的销量和搜索量都出现了大幅增长。进入5月,蕉下在多个电商平台销售额同比增长了20%~60%。除了线上销售的增长,线下门店的销售也表现不错。

近些年,户外运动越来越流行,每隔几小时就要补涂的防晒霜,已无法满足户外场景防晒力度和便利度的要求,于是以防晒服饰为代表的“硬防晒”市场迎来爆发。小红书平台“防晒衣”的搜索指数为344.34万,高于防晒霜的

252.09万。此外,防晒帽、防晒口罩、面罩、防晒裤等“硬防晒”产品均出现在防晒品类搜索榜上。

记者走访多家商场发现,在美妆类店铺中,防晒霜、喷雾等用品可占据3到4个货架,品牌多达十几种。导购告诉记者,从4月开始,前来咨询、购买防晒用品的人数明显增多。在电商平台,防晒用品更是成为“爆款”,在某电商平台检索“防晒”关键词,综合排序第一的商品已有超100万人付款。

相较于2023年,今年防晒市场的热度只增不减。据义乌国际商贸城官方数字贸易平台今年5月初发布的数据,2024年义乌国际商贸城防晒用品商铺数比2023年同期增加近40%,防晒面罩、冰袖等产品最为畅销。

一些企业也纷纷布局“硬防晒”赛道。除了以防晒起家的轻量化户外品牌蕉下,常服品牌波司登、太平鸟,户外品牌北面、探路者,运动品牌李宁、安踏等众多商家都推出了“防晒+”理念的产品。

“什么值得买”美妆行业负责人杨雪婕认为,今年“618”个护美妆类消费不仅与节日相挂钩,更呈现出明显的季节特色。5月20日,“618”大促启幕活动开始4小时内,平台彩妆、护肤相关产品交易额分别实现同比增长391.39%、532.79%。其中,脱毛仪、防晒、隔离都成为大热单品,展现出“夏日经济”强劲的消费力。此外,“防晒服”这一近年爆发的细分品类极大撬动了女装市场,“618”开启后的前4小时,女装交易额前5的产品均为防晒服饰,蕉下、优衣库、哈吉斯成为用户首选防晒服品牌。

## “精细化”需求带动市场升级

记者在走访中还发现,目前,消费者对防晒产品的功能需求已不仅限于基本防护。60后市民李女士告诉记者,她退休后闲暇时间多,经常外出游玩,防晒需求高,但在夏天“全副武装”很是闷热,拍照也不好看,所以她会更倾向于选择“冰丝”类防晒衣,市面上新兴的防晒长裙、套装也因时尚的外观更受李女士青睐。

在运动品牌区挑选商品的70后李先生说:“平时户外运动比较多,跑个步骑个车,偶尔爬爬山,太阳直晒可受不了。”他表示,自己选购防晒产品时更关注其适应户外场景的专业性,如高防晒系数、轻薄面料、防水材质等。

消费需求的精细化催生了多元化的商品,越来越多的品牌进军“防晒圈”,防晒市场进一步升级。

有品牌内部人士向记者表示,目前的“硬防晒”市场还处于“草莽”竞争时代。大品牌激战,但存在同质化,要投入大量成本在营销上;小品牌和工厂低价竞争,鱼龙混杂,所谓的“代工厂”真假难辨,用户体验不足。

此外,防晒衣行业的快速发展带来了巨大的市场机遇,同时也伴随着一些不容忽视的行业乱象。行业火爆的背后存在标准缺失、数值不透明等问题。

艾瑞咨询日前发布的《中国防晒衣行业标准白皮书》(下称《白皮书》)中就提及一件现代防晒服应该至少符合几个标准。其中最主要的是UPF数值和紫外线阻隔率。UPF(Ultraviolet Protection Factor)即紫外线防护系数,也是衡量防晒衣防晒效果的重要指标。目前市面上较为普遍的是UPF值50+,这意味着防晒衣能够阻挡至少98%的紫外线辐射。这一数值是依据国家相关标准和国际权威机构的推荐,确保穿着者在户外活动时能够得到有效的紫外线防护。其次,紫外线阻隔率则是另一个关键指标,它衡量的是防晒衣对UVA和UVB两种主要有害紫外线的阻挡能力。紫外线阻隔率大于99%,可以确保防晒衣在提供UPF值的同时,也能对紫外线进行高效的阻隔,保护皮肤免受紫外线的伤害。行业人士认为,未来随着头部企业的做大做强,这一赛道有望从内卷混乱、粗放发展逐渐步入更加规范的新时代。

## 延伸阅读

### “硬防晒”是什么?



防晒措施分为“软防晒”和“硬防晒”两种。

“硬防晒”和“软防晒”是两种不同的防晒方式。“硬防晒”的原理是通过物理隔离的方式来防止紫外线的侵袭,它不含化学成分,适合敏感肌肤和孕妇使用。“硬防晒”最常见的形式是遮阳伞、防晒衣、帽、袖、防晒镜,通过遮挡紫外线,达到防晒目的。

