

“今夏最炫酷造型不是背心、短裤、比基尼，而是从头武装到脚的硬核防晒，化身‘木乃伊’‘蜘蛛侠’……反正主打一个‘六亲不认’。”7月15日，广州气温达37℃以上，大学放暑假的小美在朋友圈发出了自己的防晒装备——自带手套、大帽檐、加长的防晒衣，还有只露两个眼珠的“脸基尼”，再加上一个大墨镜，全身上下遮得严严实实。

记者调查发现，进入7月盛夏，防晒衣、防晒帽、冰袖、脸基尼等防晒服饰产品销量猛增。曾经被嘲笑“土气”的硬防晒（即用工具遮挡阳光防晒）受欢迎度超过软防晒（即涂抹防晒产品防晒），成为年轻人的新宠。随着市场体量的暴涨，不少运动服装、快时尚甚至奢侈品牌服装品牌也加码防晒赛道，更添加“护肤”“驱蚊”等各种“黑科技”提高含金量。防晒衣价格差异巨大，从不足30元至上千元不等，消费者到底该如何选择？

■新快报记者 陆妍思 张晓茜

记者
走访

狂有商家打出防晒系数80+

“我研究过网上的专业评测，防晒衣、防晒面罩的物理防晒效果比防晒霜、防晒喷雾的化学防晒有效多了。”“我是日光性皮炎，对防晒霜过敏，传统的遮阳伞和遮阳帽并不能完全遮住皮肤，所以选择了防晒衣。”“我经常丢三落四，每年夏天几乎都会弄丢遮阳伞，最后索性换防晒衣了，毕竟穿身上不容易丢。”“防晒霜便宜的好几十，贵的数百元，每隔两三个小时就要涂一次，耗钱耗精力。一件防晒衣百来块，起码可以用几年，不要划算太多。”……

根据新快报记者对多位消费者的调查，有效、安全、便利、性价比高成为选择防晒衣的原因。

在采访中，大多数消费者表示，他们购买防晒衣时最看重的是防晒衣的防晒能力。记者走访了蕉下、优衣库、迪卡侬等有防晒衣销售的品牌门店，发现其防晒衣吊牌上均标注了国家执行标注，UPF数值均为50+。

据悉，防晒衣国家执行标准为GB/T 18830-2009《纺织品防紫外线性能的测定》，这个标准规定，产品的UPF大于40，且UVA透过率小于5%时，才可称为“防紫外线产品”，这两个条件缺一不可。目前，防晒衣通过增加防晒涂层或织入防晒纤维来达到防晒目的。不同品牌的防晒工艺不同，从而成为各品牌的卖点。

在广州太古汇优衣库门店，有一块大型海报展板介绍其防晒原理，称其采用将二氧化钛织入纤维的独特“织入科技”，无涂层物理防晒更安全环保，具体分为“反射”“吸收”两种方式，“反射”通过在纤维中添加药剂混合加工使面料反射紫外线，“吸收”则是通过防紫外线加工使面料可吸收紫外线。今年优衣库还在部分防晒衣面料中添加了54%源自回收塑料瓶的再生聚酯纤维，在强调防晒的同时主打环保。而近年大热的防晒品牌蕉下，其防晒衣主要核心技术包括FlowFree微孔纤维、原纱防晒科技、湿态防晒力等，最新款用细密技术编织而成，实现了近似皮肤的接触感，轻薄防晒不压身。

采访过程中，有店员告诉记者，“防晒衣的防晒数值达到50+就足够有效阻挡紫外线了，超过这个数值意义不大。”

然而记者也遇到了号称“80+”紫外线防护系数的防晒衣，在百信广场东区2楼新开业的一家服装店内，店主对记者表示，其所销售的防晒衣均为80+防护系数，但记者翻阅吊牌发现，该防晒衣吊牌既没标注防护系数，也没标注国家执行标准，问及这些问题，店主并不愿意回应。这样的事情不是个例，在记者当天下午走访的全部非品牌门店内销售的防护服均存在吊牌上没标注国家执行标准，也没标注UPF数值的情况。

防晒系数、覆盖面积、面料科技、价格高低……

烈日催旺防晒衣市场



卷防晒款式武装到指尖

对比起防晒系数，各品牌更“卷”的是防晒服的款式、功能。目前市面上的防晒衣，风格上有斗篷款、落肩款、正肩款、帽檐款；长度上分为及胸、及腰、及臀、及膝、及足；消费场景上有通勤装、露营装、音乐节装、徒步装；防晒衣的名称也是五花八门，云朵款、冰丝款、凉皮款、轻柔款、肌理透气款，产品被针对性地细分给不同的消费对象和消费场景，以提高市场占有率。

在凯德广场云尚B2楼的蕉下门店，新快报记者看到，该门店虽然面积不大、装修简单，但防晒产品品类非常齐全，仅防晒衣就有数十个品种，除了传统的长袖外套款式外，还

有短袖、马甲、长裤、短裤，甚至防晒内衣、泳衣，同时在防晒服的基础上衍生了长款、帽檐、手套、面罩等设计细节，现场一位消费者询问骑行适合哪款防晒服时，该店员向其推荐一款外套的种种卖点，“全包手套设计防晒到指尖，12.5可拆卸超宽帽檐，加长加宽防晒面积增加40%，还有拉链发洞适配马尾……”

优衣库店员表示，今年防晒衣系列多方面升级革新，不仅能高效防晒，更兼具防水、便携、凉感、透气等功能，还有超10种彩虹色可选。

“面料含有玻尿酸，保湿防晒二合一”“布料含有木糖醇，上身立减5摄氏度”“热可防晒，冷可保暖，还能

驱蚊子、蜚虫、蟑螂”……在社交种草平台，玻尿酸、木糖醇、醋酸、驱蚊助剂等概念均被嫁接到防晒衣上，更有TiO₂防晒因子、湿态防晒科技、皮肤表面微气候等不明觉厉的“黑科技”，正在成为防晒衣们的“添加剂”，吸引大批成分党、科技党跃跃欲试。

其实，在与防晒衣相关的专利上，“黑科技”并不是主角。企查查APP显示，“防晒衣”关键词下共有386条有效专利，其中有203条为“外观设计”类专利，占总数的一半以上，而“实用新型”为123条，“发明公布”“发明授权”的专利分别为46条、14条。

乱价格从几十到几千元

价格，是购买产品时需要考虑的重要因素。从记者发出的近200份调查问卷情况看来，70%的消费者购买防晒衣的预算在50-200元之间。

记者走访发现，蕉下、优衣库、迪卡侬、安踏等大众品牌防晒衣价格区间大多为100元-300元，迪卡侬售价最低的一款防晒服定价仅需69元，而蕉内最贵一款防晒衣定价434元。天猫防晒衣热卖榜显示，排名前20的防晒衣价格最低的为61.2元，价格最高的为359元。

针对不同的市场定位，市面上也不乏定价上千元的贵价防晒衣，如波司登的防晒衣最高售价达1019元，FILA一款针织连帽冰丝防晒外套售价也来到1059元，一套始祖鸟

防晒皮肤衣标价2600元。京东平台上的一款范思哲女士防晒衣售价更是达到惊人的10317元。

与高价对应的是惨淡的销量数据。在各品牌天猫旗舰店内，波司登、始祖鸟逾千元的防晒衣在30天内仅有十多件的销量，至于范思哲的万元防晒衣，在京东APP则显示“近期无销量”。

价高闻者寡，平价惹人爱。今夏，“代工厂”平替防晒衣在社交平台上吸引了众多消费者关注。记者在1688平台查看到，不少防晒衣商品都主打大牌“同款”“同源”，如一款“蕉下同款宽松款防晒衣”的零售价格为29元，90天内成交2000件以上。商品页面中注明，此商品日常

控价为一件代发价格基础上加10元，即39元。泉州市卡多希科技有限公司在介绍中直接备注“蕉下代工”标签，客服称除了蕉下外，还可制作优衣库、寻莱、觅橘等品牌的同款防晒衣，也接受成衣印标、换包装、换吊牌等，如需加卖家自己的logo，则每件需加3-8元不等。

虽然自称与品牌“同款”“同源”，但多位买家评价反馈“品控、批次不太稳定”“拉链卡、线头多”等。此外，记者注意到，蕉下2022年4月披露的招股书中指出，截至2021年12月31日，蕉下与166家合约制造商有合作，但从目前1688上产品包含“蕉下”关键词的工厂数量远超这个166这个数字。