

高温

催热了

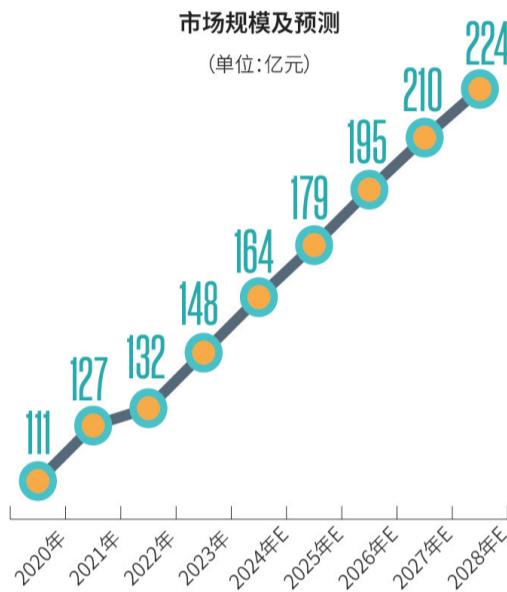
“防晒经济”

“一生爱防晒”的国人

正撬动百亿防晒化妆品市场

■策划:新快报记者 罗 韵
■采写:新快报记者 谢佳熳
■制图:廖木兴

防晒化妆品达百亿市场规模



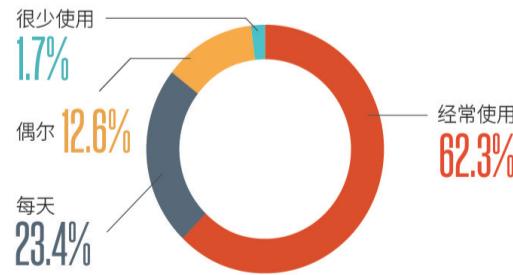
2023年防晒产品注册数量同比增长显著



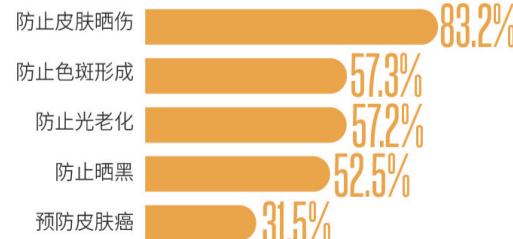
超九成消费者认为防晒有必要



消费者使用防晒化妆品的频率



消费者认为防晒的重要因素



炎炎夏日，美妆防晒产品进入销售旺季。经过多年的市场培育和互联网的推动，大众防晒意识提升，涂防晒成了“一生爱防晒”的国人日常生活中不可或缺的护肤环节。

随着消费者需求多元化和使用场景的不断拓展，近年来，防晒化妆品市场正趋向精细化发展，倒逼企业推出细分化产品。同时，防晒市场的消费人群正不断拓展，其中，儿童防晒市场在“童颜经济”的助推下正在持续扩容，成为一片新的消费蓝海。然而，凭借使用便捷特点出圈的防晒喷雾，因使用方法不当频频曝出安全事故，相关产品的安全使用方法亟待科普宣传。



01 高温天气催热“防晒经济” 超六成消费者用防晒化妆品

经过多年的市场培育和互联网的推动，越来越多消费者对“光老化”有了认识，防晒意识加速提升。在社交平台上，与“防晒”“抗光老化”等关键词相关的笔记、帖子数量多达百万，话题浏览量达39亿，其中包括“光老化”知识科普、护肤经验分享、防晒化妆品测评等内容。

艾媒咨询《2024年中国防晒化妆品行业消费趋势洞察研究报告》的调研数据显示，92.5%的受访者均认为防晒有必要。防晒的重要性体现在多个方面，83.2%的消费者认为防晒可以防止皮肤晒伤，一半以上的消费者认为防晒能防止色斑形成、防止晒黑等。

炎炎夏日，防晒化妆品进入了销售旺季。市面上售卖的防晒化妆品品类繁多，防晒霜、防晒乳液、防晒喷雾、防晒油、防晒凝胶等各种剂型应有尽有。

防晒化妆品是一类特殊化妆品，需经国务院药品监督管理部门注册后方可生产、进口。其主要功能是通过含有防晒剂的配方设计，减少或阻止包括中波紫外线(UVB)和长波紫外线(UVA)对皮肤的有害影响。在化妆品标签上，通常使用SPF值(防晒指数)和PA值(防晒指标)来表示防晒化妆品的防护能力。一般而言，SPF值越高，防晒霜抵御UVB的能力就越强，防晒时间也越长，越能够防止皮肤

发生日晒红斑。PA值后面的加号越多，表示抵消UVA的能力越强，这意味着它防晒黑的能力就越强，防晒黑的时间也越长。

当前，防晒化妆品在人们的日常出行、户外活动、旅游中扮演着至关重要的角色，使用带有防晒功效的化妆品正逐渐成为现代人的护肤共识。艾媒咨询数据显示，在防晒化妆品的使用频率方面，高达62.3%的受访者表示经常使用防晒化妆品。随着消费结构的升级以及消费者对皮肤健康和形象管理的日益重视，消费者购买防晒化妆品的意愿进一步增强，将带动防晒化妆品市场持续扩容。