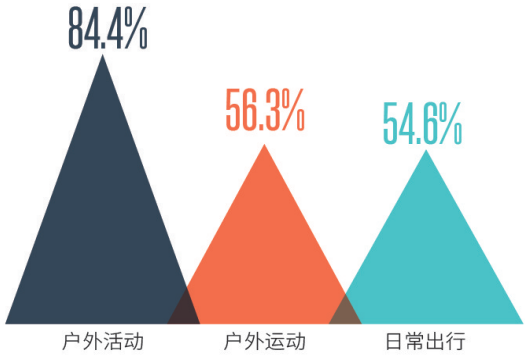


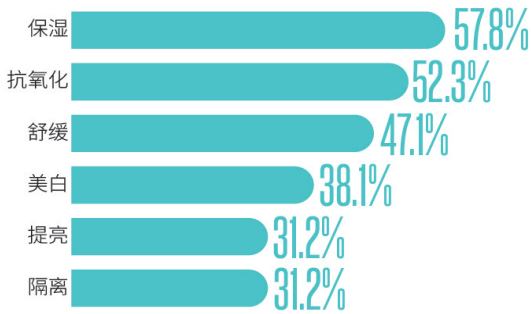
女性成防晒化妆品消费主力



消费者使用防晒化妆品场合

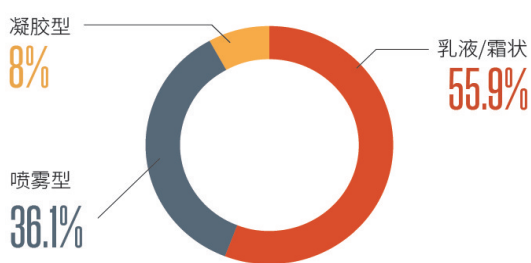


消费者购买防晒化妆品倾向功效



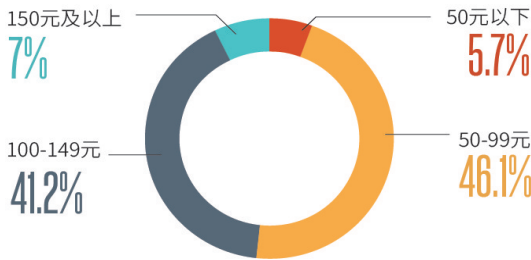
防晒乳液 / 霜状仍是热销单品

消费者常用防晒化妆品品类



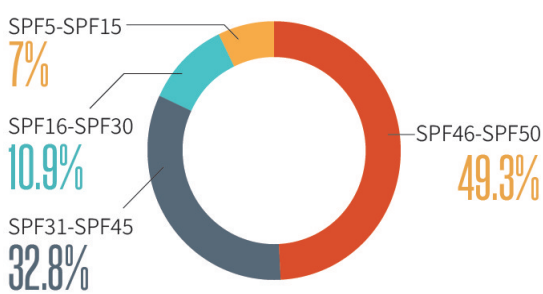
消费者对防晒化妆品价格接受度

(以60g/瓶防晒霜/乳为例)

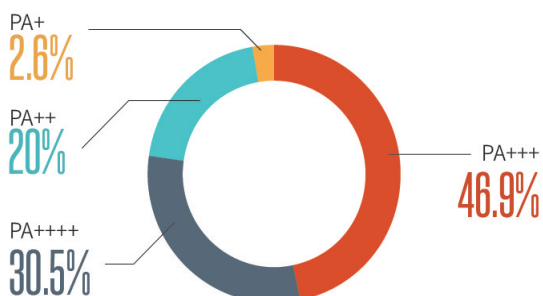


高 SPF 值、高 PA 值产品日益受青睐

中国消费者倾向的防晒化妆品 SPF 值 (防晒指数)



中国消费者通常使用的防晒化妆品 PA 值 (防晒指标)



02 防晒化妆品达百亿市场规模 产品细分、功效多元趋势明显

当前,中国防晒化妆品市场规模整体保持增长的态势,其市场渗透率也处于提升阶段。艾媒咨询数据显示,2023年中国防晒化妆品行业市场规模为148亿元,同比增长12.3%,预计2028年中国防晒化妆品市场规模有望达到224亿元。

从产品注册数量看,2023年国产和进口防晒产品新增注册数量较2022年均增幅显著。国家药监局数据显示,2023年国产防晒产品新增取得注册证数量1068件,同比增长76.82%;进口产品取证数量469件,同比增长57.38%。当前,市

面上售卖的防晒化妆品品牌主要分为三大类型,国际品牌如安热沙、Mistine等,国产老牌如自然堂、珀莱雅等,国产新锐品牌如薇诺娜、柳丝木等。

面对琳琅满目的防晒化妆品,不少消费者在选购时会开始注重产品的质地、包装设计和其他功效,例如美白、保湿、抗氧化等多个方面。艾媒咨询调研数据显示,在对于防晒化妆品发展期待方面,长效防护与功效精细化成为了消费者的关注重点。此外,消费者对防晒化妆品的期待已经从单一的基础防护功能

扩展到了满足多重护肤需求,消费者更偏好具有保湿、抗氧化、舒缓及美白等功能的防晒化妆品。

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。防晒化妆品市场针对不同肤质、不同场合、不同需求的消费者,推出了多款精准匹配的产品,例如专业级防晒化妆品、养肤型防晒化妆品以及彩妆结合防晒化妆品等,全方位地满足消费者在不同情境下的防晒需求。

03 儿童防晒成消费“刚需” 市场扩容背后监管持续趋严

当前,防晒市场的人群正不断拓展。在“童颜经济”助推下,儿童防晒市场正在持续扩容,成为一片新的消费蓝海。

蝉魔方数据显示,2023年,宝宝护肤品类目全年销售额同比2022年增长120.36%。分类目来看,防晒霜/防晒棒/防晒喷雾,销售额超4.5亿元,仅次于儿童乳液/面霜。另外,国家药监局官网显示,截至2024年4月,带有“儿童防晒”“婴儿防晒”“宝宝防晒”的备案产品共71个,2023年占13个,数量最多。有专家分析认为,成人防晒市场的高速增长助推了品类教育,“一瓶宝宝霜抹全身”的时代已经过去,这届父母更愿意为专项产品埋单。

相对于成年人防晒化妆品的香

味、肤感、上妆效果等多重需求,不少消费者挑选儿童防晒化妆品时,首要关注的则是产品的安全性。“小朋友的皮肤比较娇嫩,我给宝宝买的防晒乳首先会看成分是不是安全的,是否含有化学防晒剂,还要不刺激、不油腻、无香味,有养肤功效。”一位95后新手宝妈如是告诉新快报记者。

按照国家药监局的相关规定,目前我国准许使用的防晒剂合计有27种。其中,二氧化钛、氧化锌为无机防晒剂,又称物理防晒剂,剩余的25种如甲氧基肉桂酸酯类、樟脑类衍生物、苯并三唑类等为有机防晒剂,又称化学防晒剂。其中,二苯酮类、丁基甲氧基二苯甲酰基甲烷等化学防晒剂具有一定刺激性,有的还容易破坏皮肤。因此,很多化学

防晒剂都不建议儿童使用。

2023年8月,中国食品药品检定研究院发布的《儿童化妆品技术指导原则》中则写明,原则上配方中化学防晒剂种类不得多于5种(含5种)。2023年9月,《儿童化妆品技术指导原则》进一步明确,对于SPF值(防晒指数)较高的防晒类儿童化妆品,应当增加安全评估要求,必要时提交人体安全性试验数据作为证据支持。

监管趋严背后,也反映了目前市面上的儿童防晒产品在销售和宣传上存在不规范的问题。今年4月,有媒体报道称,曼秀雷敦一款儿童防晒乳液的化学防晒剂合计达7种,数量超标。随着相关监管政策的持续出台,市场正逐渐向规范化发展。

04 防晒喷雾导致“白肺”? 安全使用方式亟待科普

凭借使用简便、易于携带、用法时尚等特点,加之很多明星、网红的宣传,防晒喷雾成为近年流行的防晒护肤产品,受到众多消费者的喜爱和追捧。目前,防晒喷雾市场正在快速发展,各种老牌屹立不倒,新品层出不穷。在很多防晒喷雾商家的宣传图片和视频中,模特都会举着喷雾对着脸部直喷,以彰显该产品便捷的特点。然而,这样的使用方式一旦操作不当,将会造成严重的后果。

2023年8月,有媒体曾报道,一位年仅20多岁的长沙小伙使用防晒喷雾时直接对面部喷洒,导致误吸,随即便出现了胸闷、咳嗽等症状。经胸部X片诊断显示,其双肺呈现大范围白色样病变,报告提示“白肺”。医生分析,除感染、弥漫

性肺泡出血综合征等病因外,吸入粉尘、喷雾等有害物质也可导致“白肺”。这位年轻小伙就是因为将防晒喷雾的成分吸入肺部,引发重症肺炎。

4月15日,国家药品监督管理局发布了《安全使用防晒“喷雾”化妆品》的科普文章。文章指出:防晒“喷雾”化妆品不当使用主要有两方面的安全风险:一是吸入风险。防晒喷雾可能包含防晒剂、挥发性有机化合物、香料、防腐剂等各类化妆品原料,短时间内大量吸入,可能引发健康风险。二是易燃易爆风险。

对于如何正确使用防晒“喷雾”化妆品,药监局建议:第一,要尽量避免吸入“喷雾”。要在空气流通的场所使用防晒“喷雾”化妆

品,不要在车内、卫生间等狭小密闭的空间内使用。喷洒时要注意避开鼻子、嘴部、眼睛,尽量避免吸入。第二,注意将防晒“喷雾”化妆品存放在阴凉干燥通风环境中,避免阳光直射;使用时应远离火源、热源、静电、撞击等,避免将产品或使用完的空罐刺穿或投入火中。第三,避免在伤口、红肿或湿疹等皮肤有异常的部位使用防晒“喷雾”化妆品。

此外,根据2023年8月中国食品药品检定研究院发布的《儿童化妆品技术指导原则》规定,“不建议儿童使用喷雾型防晒化妆品,如必须使用时,应当充分考虑吸入风险,在使用方法中标注‘请勿直接喷于面部’‘避免吸入’等类似警示用语”。

数据来源

国家药监局、中国食品药品检定研究院、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》、天猫美妆×TMIC×Flywheel《2024防晒行业趋势白皮书》、共研网《2024年中国防晒化妆品行业发展概况及行业发展趋势分析》、智研瞻产业研究院、蝉魔方、华泰研究、小红书、抖音

(请点击“数据”频道)

