

SUNSCREEN

防晒喷雾 市场洞察

SUNSCREEN SPRAY MARKET INSIGHT >>>>

CONTENTS

目录

01 防晒喷雾市场现状洞察

02 防晒喷雾人群洞察

03 防晒喷雾产品洞察

04 防晒喷雾市场代表产品

05 防晒喷雾的价值及未来趋势

DESCRIPTION 研究说明

■ 问卷调研：

为了研究消费者对于防晒喷雾的认知、使用习惯和产品偏好等，美丽修行开展了问卷调研，调研消费者全部为夏季防晒喷雾的使用者。

■ 桌面研究：

疫情后消费者更加关注身体健康，对户外运动的热情也持续高涨。本报告结合桌面研究，搜集整理了户外热的发展情况，分析户外需求的增加会进一步带动防晒需求上涨，防晒喷雾凭借方便快捷的特性最切合户外场景，具有广阔的发展前景。

■ 美修大数据：

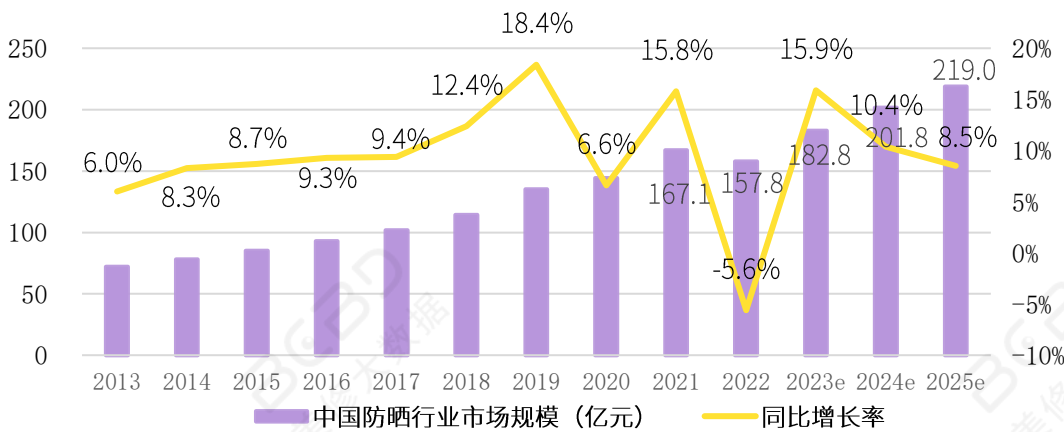
通过美修大数据平台BEED，分析防晒喷雾现状和发展趋势，包括防晒喷雾市场备案情况，消费者关注度等，为行业提供定量参考。

01 防晒喷雾市场现状洞察

中国防晒行业市场规模持续扩大

近10年来，中国防晒市场持续扩大，据欧睿数据，2022年受疫情冲击，市场规模短暂收缩，随着经济复苏，2023年中国防晒市场规模达到183亿，2022-2027年复合增速有望高达9.7%，增长动力显著。

2013-2025E中国防晒行业市场规模及增速



线上防晒销售颇具潜力

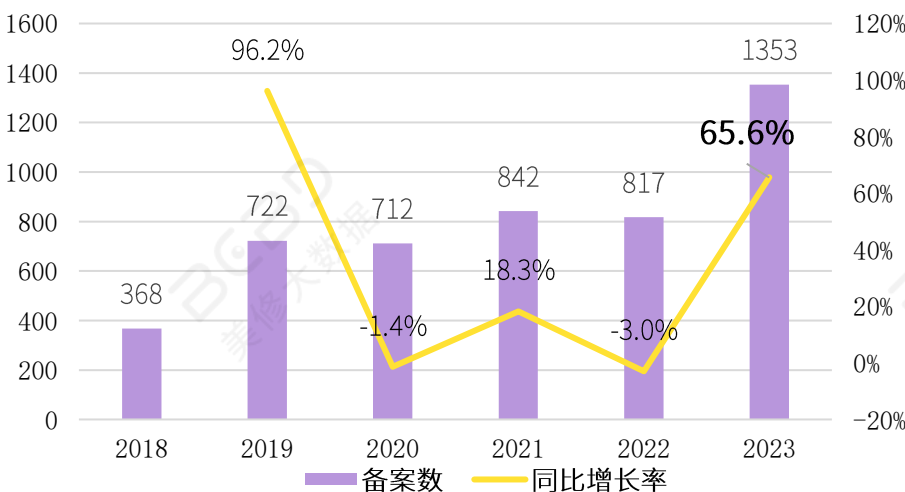
根据用户说数据，2023年全年防晒产品在阿里、京东、抖音三大电商平台中，共计实现144亿元的销售额，防晒品类在线上销售的潜力巨大。

2023年三大电商平台
防晒产品总GMV达 **144亿**

23年防晒品类备案迎来复苏

2020-2022年疫情期间，防晒备案产品数增速缓慢，23年备案增速迎来5年来首次大复苏，同比增长65.61%，远超前3年疫情时期情况。

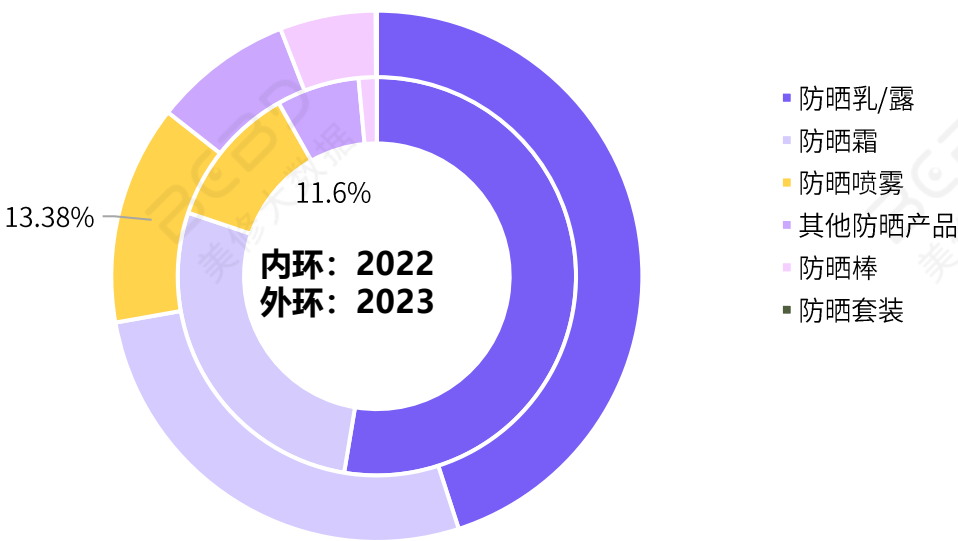
2018-2023防晒产品备案情况



防晒喷雾备案占比显著增长

从近2年备案的防晒产品细分品类来看，防晒乳和防晒霜仍是主要形态，防晒乳/露占比降低，防晒喷雾备案占比上升，23年备案占比从11.6%增长至13.4%。

2022VS2023细分防晒品类备案情况



防晒喷雾市场交易增长快



在众多防晒产品剂型中，防晒霜和防晒乳依然是防晒市场的增长主力，年销量最大，市占率也最大；防晒喷雾是新品类，增速很快，潜力良好。

近年来，防晒喷雾市场交易增长快，根据天猫生意参谋数据，2023年5月，防晒喷雾Top10交易量品牌中，最高的交易增长幅度达到623.08%。

后疫情时代“户外热” 带动防晒喷雾市场增长

近年来，人们越发关注身体健康问题，越来越多的人选择走向户外，亲近自然。据《户外运动产业发展规划》，2021年底，中国户外运动参与人数已超过4亿人，预计到2025年，户外活动产业总规模超过3万亿元。据主流社交平台数据*，23年和户外运动相关话题笔记发布量增速明显。

社交平台户外运动相关笔记活跃度



随着全民防晒时代的到来，防晒品类已经成为刚需，户外运动兴起，高强度紫外线暴晒场景的增多进一步刺激了防晒需求的增加。同时，由于户外场景的特殊性，消费者更青睐方便快捷、可以随时补涂的防晒产品，防晒喷雾有效切合户外防晒所需的便捷性、专业性的特点，迎来新的发展机会。当前，防晒喷雾在互联网各个平台已经有较高的热度。

防晒喷雾互联网声量趋势



#2023年防晒喷雾关注度同比**增长45%**

防晒喷雾月度关注度：受季节影响度高，4-8月防晒喷雾热度高，6月是全年峰值

防晒喷雾搜索量：2023年同比增长13%



#防晒喷雾#相关笔记增至**45万+篇**

总浏览量1.88亿



#防晒喷雾#关键词近半年搜索指数同比

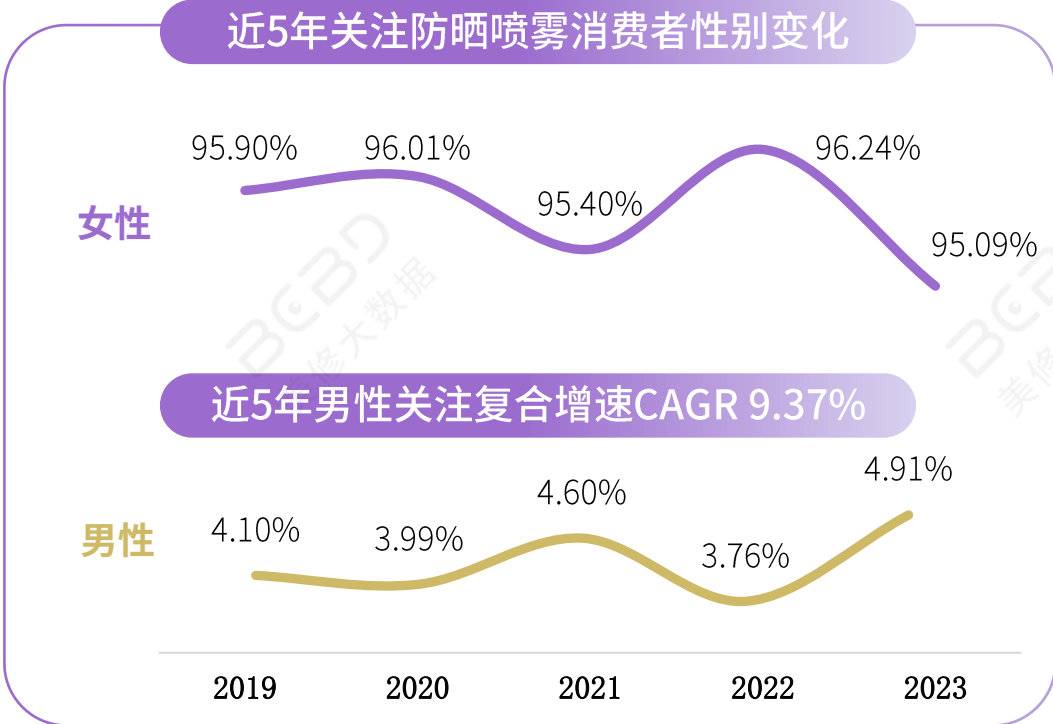
增长192%

02 防晒喷雾人群洞察

年轻女性是防晒喷雾核心使用人群

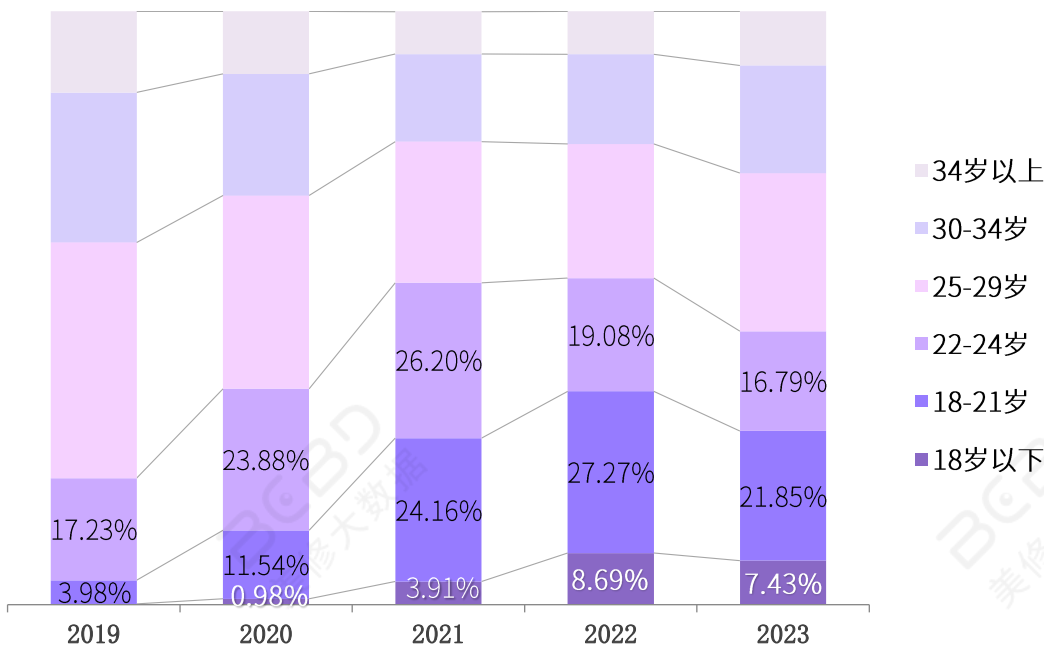
根据美丽修行大数据，女性仍为防晒喷雾的核心用户，关注人群占比维持在95%以上；同时，随着男颜经济崛起，男性消费者对防晒的需求不断攀升，近5年关注防晒喷雾男性占比总体上呈现上升趋势，复合增长率达**9.37%**，防晒喷雾受众人群更广。

近5年关注防晒喷雾消费者性别变化



近5年，25岁以下群体对防晒喷雾关注度总体上呈上升趋势，占比由21%上升至46%，其中，21年和22年25岁以下人群占比均高达55%，年轻群体对防晒重视度逐渐提高。

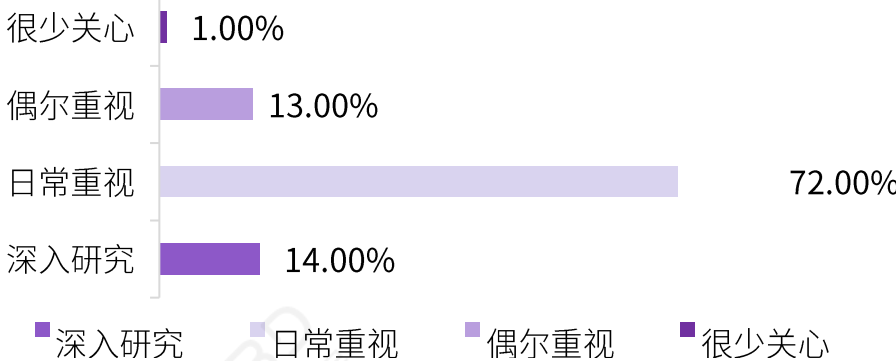
近5年关注防晒喷雾消费者年龄变化



防晒喷雾受众防晒意识强

随着消费者对皮肤健康的重视以及护肤意识的提高，防晒的重要性日益凸显，近9成消费者表示防晒意识强，重视日常防晒，其中13%消费者对防晒研究深入。

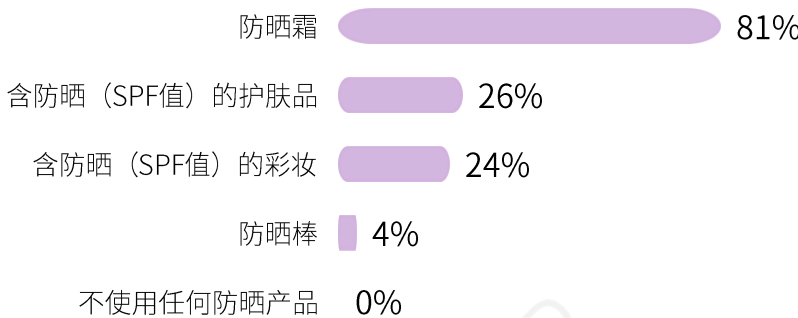
防晒喷雾受众防晒意识程度



超8成防晒喷雾消费者会同时使用防晒霜

本次调研针对使用防晒喷雾的消费者，其中，81%的人群还会使用防晒霜，此外，部分消费者也会搭配其它具有防晒功效产品，防晒心智已经有了一定程度上的普及。

防晒喷雾消费者使用其他防晒产品情况



便捷高效是消费者使用防晒喷雾主要原因

防晒喷雾的高效快捷属性是吸引消费者的关键因素，使用便捷、方便携带、快速形成防晒膜是消费者选择防晒喷雾的Top3 原因，占比均在七成以上。

消费者使用防晒喷雾的TOP3原因



防晒喷雾误区大揭秘



防晒喷雾质地稀薄，防晒效果不如防晒霜？

防晒力查看产品的防晒值，无关质地。防晒产品中的SPF是指防御中波紫外线UVB的能力，后面的数值代表能延长几倍被晒伤的时间；PA等级是指防御长波紫外线UVA的能力。数值和等级越大，防御效果越好。



相比防晒霜，防晒喷雾含更多刺激成分？

不是的，视具体产品配方和含量而定，具体成分可查阅美修。
防晒产品属于【特殊用途化妆品】，需要通过《国家药品监督管理局》拿到《特殊化妆品注册证》后才能上市。消费者可以进行查询，验证防晒产品的安全性。



防晒喷雾不安全，易燃易爆？

【贮存条件】
请勿保管在高温或低温场所，存放在阴凉干燥通风环境中，请勿在40℃以上的场所长时间放置。
【使用方法】
在通风处使用，使用前充分摇匀，距离人体约20cm均匀喷射，覆盖完整暴露在阳光下的皮肤。同一处地方请勿喷射超过3秒。



正确使用防晒喷雾小Tips

01

（所有防晒产品）室外使用时，均建议每隔2小时补涂1次。

02

使用时请务必闭上眼睛、屏住呼吸，避免直接接触黏膜。注意不要直接吸入喷射物。

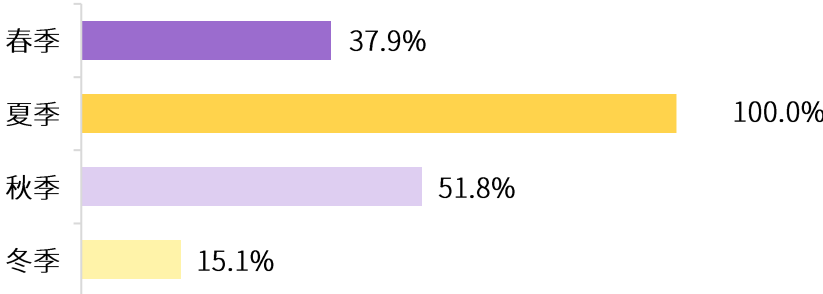
03

喷雾刚喷上时会有一点晶亮的水光，是形成防晒膜的过程，静待成膜即可。

防晒喷雾使用季节性显著

防晒喷雾的使用受季节影响明显，所有用户夏季均会使用，其他季节较低，依次为秋、春、冬。

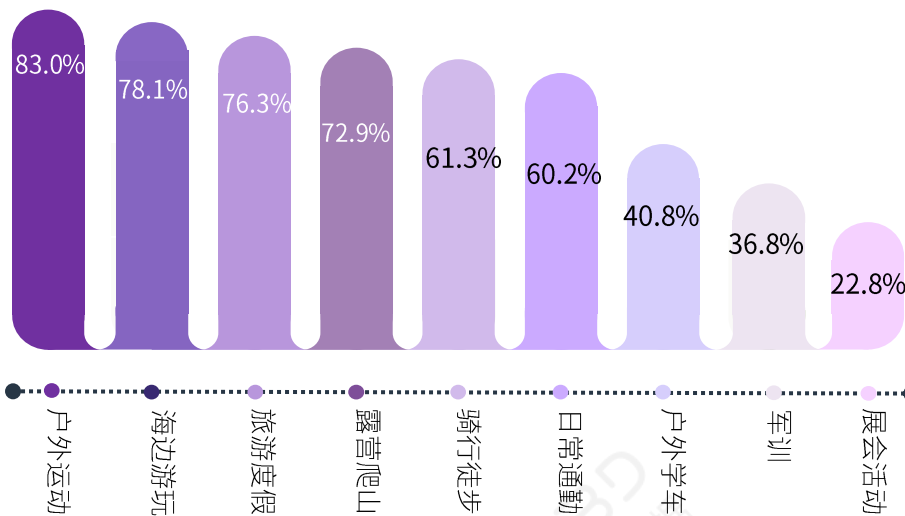
消费者防晒喷雾使用季节差异



户外活动驱动使用场景多元化

凭借方便快捷的优点，防晒喷雾被广泛地运用到各种户外活动中，户外运动，海边游玩，旅游度假，露营爬山等强暴晒场景的增加，给防晒喷雾带来了新的增长点。

消费者防晒喷雾使用场景差异

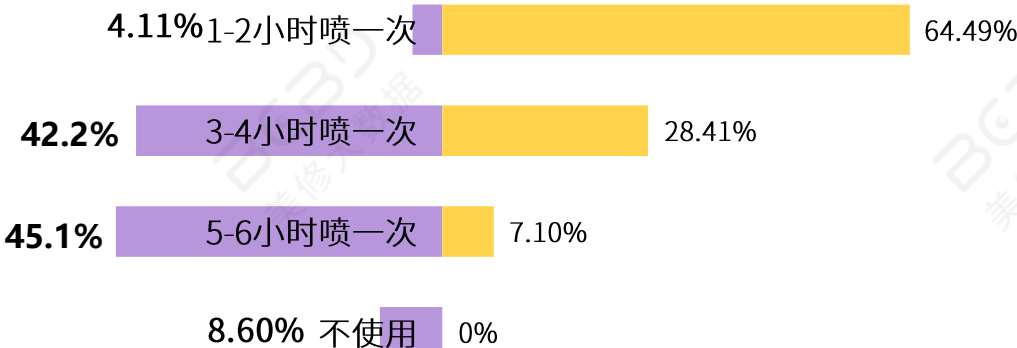


户外补涂防晒喷雾意识逐渐上升

不论是在日常通勤场景中，还是户外暴晒环境下，消费者都已经形成补涂防晒的习惯。在户外活动时，防晒喷雾更加方便、快捷，消费者的补喷意识提高。

不同场景下消费者防晒喷雾补涂情况

日常通勤场景 户外暴晒场景

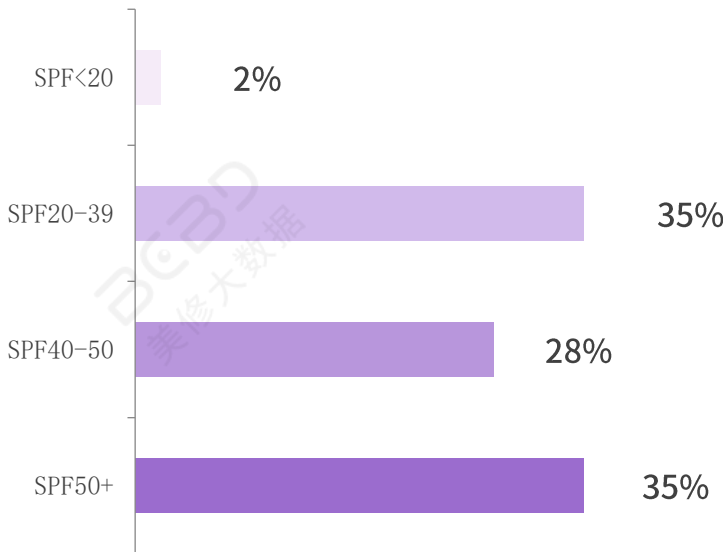


03 防晒喷雾产品力洞察

消费者偏好高倍防晒喷雾

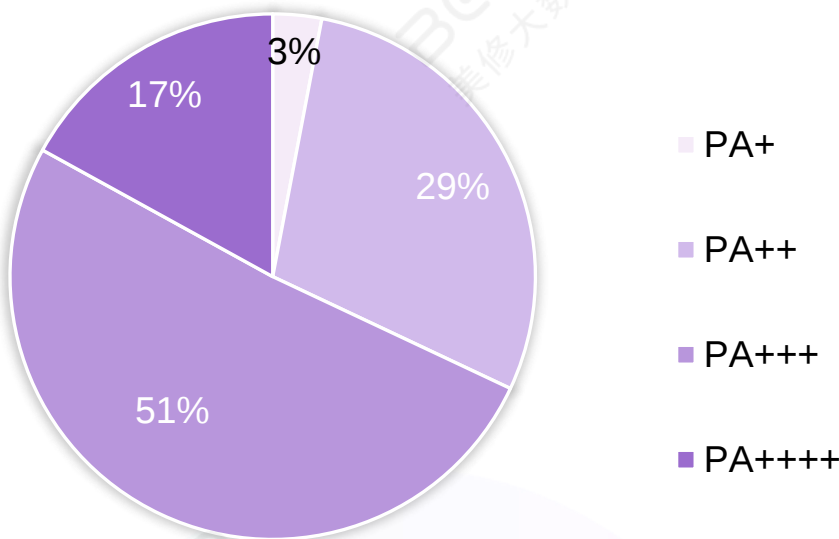
SPF值是对UVB的防护，SPF50+的高倍防晒喷雾，和适合日常通勤的SPF值在20-39之间的防晒喷雾，更受到消费者欢迎。

消费者对防晒喷雾的SPF值选择



PA值是对UVA的防护，关于防晒喷雾PA值的选择，消费者更加偏好PA+++及以上中高防护力的产品。PA值和防晒剂的计量有关，

消费者对防晒喷雾的PA值选择

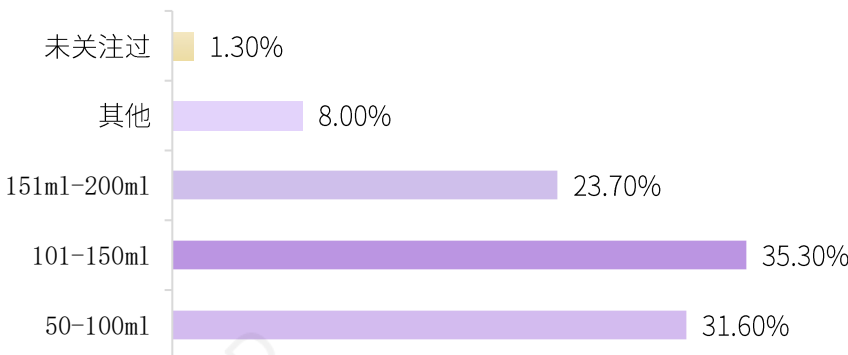


防晒剂越高，停留在皮肤上负担会越重。
可以根据不同的场景和肤质，去选择不同防晒指数的产品。

中等容量便于携带最受欢迎

中等容量的防晒喷雾更受偏好，特别是101-150ml之间的产品，容量适中，便于携带，35%以上的消费者都倾向于选择该容量。

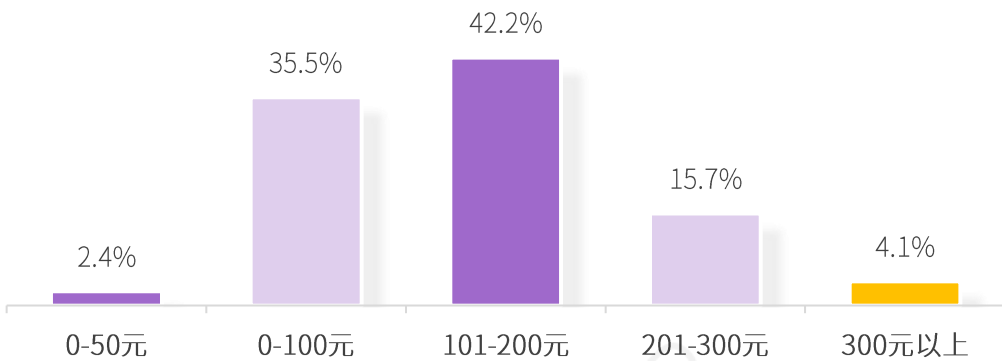
消费者对防晒喷雾容量的选择



高性价比防晒喷雾受青睐

价格选择上，消费者对防晒喷雾选择以百元左右的大众价位为主，高性价比的防晒喷雾受到青睐。

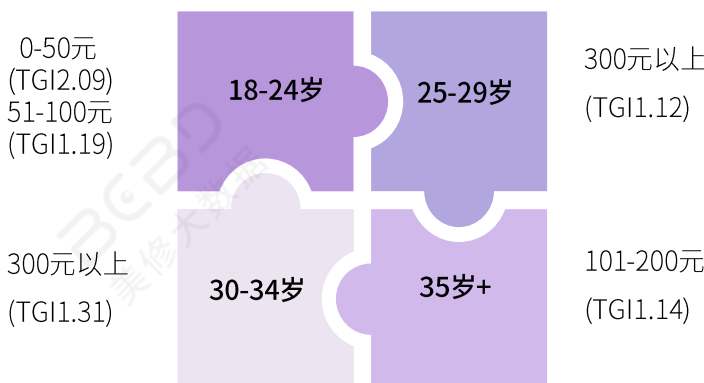
消费者对防晒喷雾价位的选择



25岁以下偏爱百元内防晒喷雾

不同年龄来看，25岁以下年轻消费者对价格敏感，喜欢追求性价比，偏爱购买百元以内的产品；25+消费力提升，更愿意在百元以上价位中做选择。

不同年龄段价格偏好差异



不同年龄关注防晒喷雾痛点有差异

分不同年龄群体来看，29岁以下的年轻群体对防晒喷雾当前的痛点更集中于更肤感上的体验，比如厚重油腻、假白搓泥等，30岁以上熟龄群体更关注养肤和使用体验。

不同年龄段关注的防晒喷雾痛点差异



18-24岁

肤感厚重油腻 (TGI:1.67)
在皮肤上假白、搓泥 (TGI:1.65)



25-29岁

不方便携带 (TGI:1.30)
肤感厚重油腻 (TGI:1.16)
不防水/防汗 (TGI:1.10)
在皮肤上假白、搓泥(TGI:1.10)



30-34岁

使用后感觉刺激 (TGI:1.10)
喷头难用 (TGI:1.10)
容量太少 (TGI:1.08)



35+岁

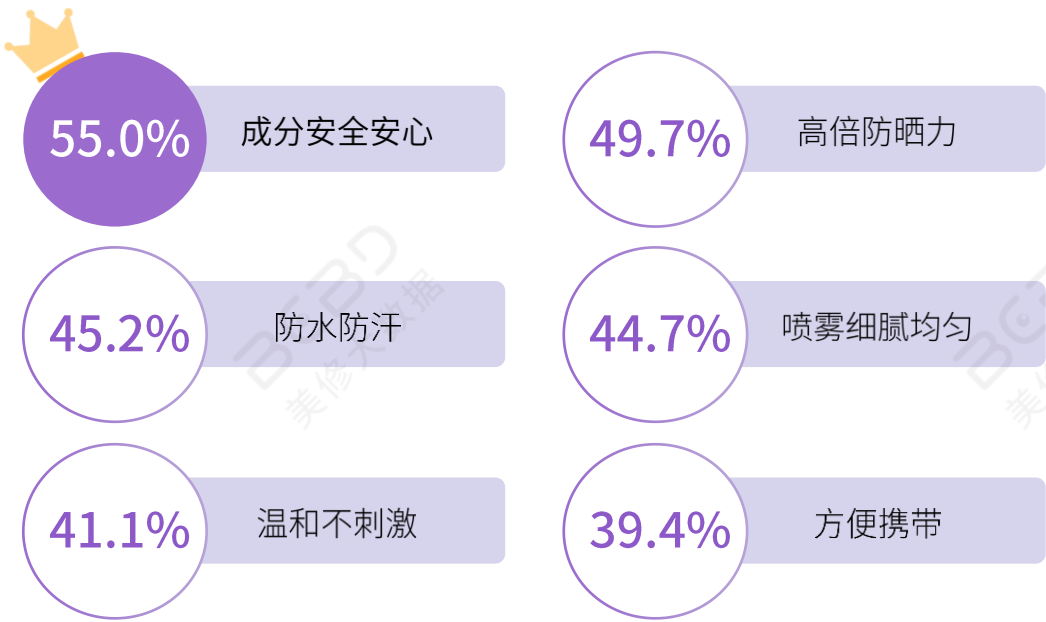
没有附加养肤功效 (TGI:1.32)
价格贵 (TGI:1.31)
喷头不细腻 (TGI:1.17)

备注：不同年龄群体关注痛点按TGI降序排列

成分安全是购买决策第一标准

随着防晒心智的成熟和市场的进一步教育，消费者对防晒喷雾选择的标准也更加严格，考量涉及多方面。成分安全是消费者最看重的因素，其次具备高倍防晒力、能防水防汗、喷雾细腻均匀的防晒喷雾也受到偏好。

消费者最看重防晒喷雾的因素



功效检测认证是产品最强背书

功效检测认证是最强背书，近7成消费者首要考量的品牌实力维度是有功效检测认证，此外，消费者还关注品牌印象与口碑、有专利成分技术以及品牌研发实力。

消费者选择防晒喷雾信任的背书



偏好滋润、养肤等多重附加功效

除了基础的防晒功能，消费者对于防晒喷雾功效要求更多维度，滋润、养肤、控油是Top 3 青睐功效。

消费者对防晒喷雾附加功效的偏好



不同年龄群体对附加功效的需求有区别，29岁以下年轻消费者对控油、养肤有要求，抗光老和舒缓功效是30岁以上熟龄消费者核心需求。

不同年龄段关注防晒喷雾的功效差异

18-24岁

控油
(TGI 1.35)

美白
(TGI 1.34)

养肤
(TGI 1.05)

滋润
(TGI 1.04)

25-29岁

控油
(TGI 1.12)

修护
(TGI 1.08)

养肤
(TGI 1.04)

30-34岁

抗光老
(TGI 1.12)

抗氧化
(TGI 1.08)

舒缓
(TGI 1.04)

35岁+

抗光老
(TGI 1.15)

修护
(TGI 1.15)

舒缓
(TGI 1.07)

滋润
(TGI 1.03)

防晒喷雾正确使用方法仍需普及

防晒喷雾适合户外使用，需要定时补喷已经被7成以上消费者认同，对于使用防晒喷雾时，需要在通风环境以及屏住呼吸，消费者认知度还不高；感觉防晒喷雾防晒效果不如防晒霜，比防晒霜刺激性强观点等还在少部分消费者中存在争议。

消费者对防晒喷雾相关观点认同率



76.07%

防晒喷雾适合户外使用，随时喷涂



74.21%

长时间在户外，最好固定间隔时间补喷



50.47%

使用防晒喷雾时，需屏住呼吸



35.89%

防晒喷雾需要在通风环境下使用



13.64%

感觉防晒效果不如防晒霜



8.04%

性价比低



5.42%

感觉不安全



04 防晒喷雾市场代表产品

防晒喷雾市场出现多款热门产品

2023年热门防晒喷雾榜单Top 10

	产品	美修指数
1	玥之秘水晶防晒喷雾	95.13
2	肌司研臻恋沁透防晒喷雾	95.01
3	娜丽丝小阳伞防晒喷雾	94.66
4	安热沙金灿倍护防晒喷雾	92.37
5	贝德玛皙妍倍护防晒喷雾	89.69
6	雅漾倍护清爽防晒喷雾	88.39
7	薇缔老虎防晒喷雾	88.26
8	苾莱宝裸感防晒喷雾	83.55
9	美迪惠尔乐肤凯尔修复防晒喷雾	76.05
10	爱伽丝 防晒喷雾 田园	75.56

数据来源于美丽修行大数据2023年上半年进口防晒产品热门榜单

热门防晒喷雾案例



玥之秘水晶防晒喷雾

防晒力：SPF50+ PA+++
卖点：快速防晒，叠喷不泛白
多种规格可选择，50ml-220ml
价格：79元/220ml



肌司研臻恋沁透防晒喷雾

防晒力：SPF50+ PA++++
卖点：持久防晒，清透匀亮
价格：55元/180g



娜丽丝小阳伞防晒喷雾

防晒力：SPF50 PA++++
卖点：透明感香，不惧汗水
价格：118元/140ml



安热沙金灿倍护防晒喷雾

防晒力：SPF50+ PA++++
卖点：高倍耐晒，细腻水雾
价格：178元/60g

玥之秘水晶防晒喷雾竞争力

控油防晒霜热销榜 **NO.1**

玥之秘水晶防晒喷雾

*数据来源于2023年天猫榜单6.27-7.5控油防晒热销榜

防晒喷雾类目 **NO.1**

玥之秘水晶防晒喷雾

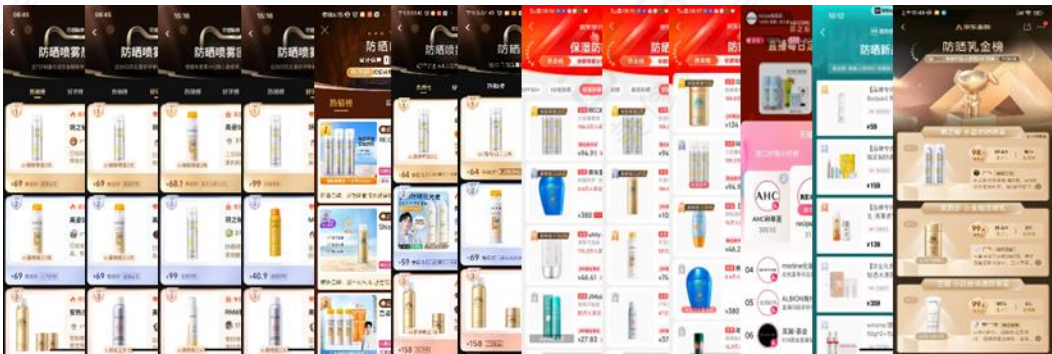
*数据来源于生意参谋
NO.1指截止至2020.5.21连续5个月防晒喷雾类目销量NO.1



至今累计销售 **4,200万+** 瓶*

玥之秘品牌实力数据

凭借出色实力荣登多个电商平台榜单NO.1位置



明星达人背书



05 防晒喷雾的价值及未来趋势

防晒喷雾的价值

1

人群潜力

防晒喷雾具有天然的社交属性的优势，Z世代偏好社交，更愿意为兴趣买单，防晒喷雾“快速”、“便携”、“方便补喷”的卖点更吸引年轻消费者。

2

渠道潜力

对于渠道来说，防晒喷雾具备优秀的经营价值和布局意义，当前，防晒喷雾品牌已经在营销侧开展多渠道推广。防晒喷雾使用频次高、消耗量大，容易带动复购，增加销量，线上线下都更愿意售卖，渠道潜力巨大。

3

市场潜力

防晒喷雾国内市场份额蓬勃发展，同时海外市场也逐步渗透，比如玥之秘的水晶防晒喷雾、安热沙的防晒喷雾，都已在东南亚国家陆续售卖。

4

赛道潜力

更多品牌开始加入防晒喷雾赛道的竞争，布局专业防晒产品线才能获得更强竞争力。

防晒喷雾四大趋势

01 成分升级

- √成分安全安心仍是消费者选择防晒喷雾看重的第一指标，安全的产品更打动消费者；
- √添加例如植物复合成分提高产品安全性，减少刺激，更温和、更稳定呵护肌肤。



02 技术迭代



- √防晒喷雾凭借轻便、轻省的特性在户外场景中被广泛运用，这也对其强防水/防汗、强防晒力技术提出了更高要求；
- √同时，改进配方技术，使产品质地更加轻薄透明，对抗流汗假白也成为消费者主要诉求。

03 多效合一



- √消费者越发追求防晒的高效率，年轻群体期待养肤、美白、控油等功效，以舒爽对抗暴晒；
- √抗光老是熟龄群体的主要诉求，能够帮助肌肤预防衰老，抗氧化是防晒喷雾的重要加分项。

04 场景细分



- √户外热带动户外场景多元化，打造不同防晒力的防晒喷雾，更好地适配日常和高强度暴晒场景的需求；
- √面对不同的场景，推出小规格便携装与大容量高性价比家庭装，满足多样差异需求。



扫码商务合作，获取更多数据

THANKS