

经济日报携手京东发布数据——

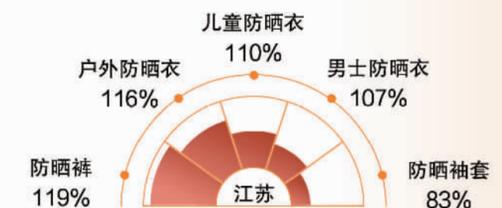
在这里读懂中国消费

# 防晒用品消费火



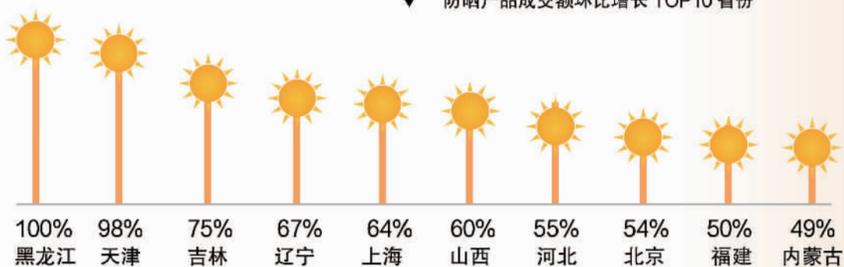
## 3 地域消费特征

部分省份购买防晒产品成交额环比增长 TOP5

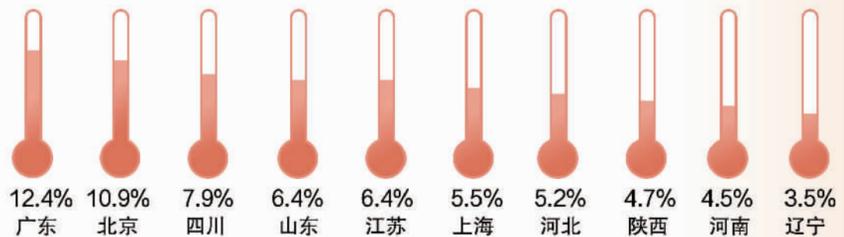


从地域消费上看，广东、北京、四川、山东、江苏等省份防晒产品成交额占比靠前，黑龙江、天津、吉林、辽宁、上海等省份的防晒产品成交额环比增长较快。其中，北京防晒用品消费增长较显著，儿童防晒衣、户外防晒衣成交额环比增长超2倍，男士防晒衣、防晒裤、时尚防晒衣等产品成交额环比成倍增长。

防晒产品成交额环比增长 TOP10 省份



防晒产品成交额占比 TOP10 省份



## 说数

夏日来临，随着气温逐步攀升，防晒用品的销量开始上扬，成为不少消费者出行的“标配”。随着消费者需求的不断升级，除了涂抹防晒霜、喷防晒喷雾等“软防晒”外，能够直接避免紫外线接触皮肤的“硬防晒”也受到欢迎。数据显示，儿童防晒衣、户外防晒衣、防晒裤的成交额环比均成倍增长，男士防晒衣、时尚防晒衣的成交额环比增长超80%。

消费者的防晒意识越来越强，软硬结合、人群细分、产品进阶等成为今年防晒产品关注的重点。在防护方式上，软硬结合的防护效果受到广泛认可，且物理遮挡类的“硬防晒”消费增速超过“软防晒”。在人群细分上，防晒不再只是女性消费者的需求，男性防晒产品和儿童防晒产品快速增长，满足不同人群需求的新型防晒产品不断

涌现。

在产品升级上，除了强调高效防晒功效之外，“软防晒”更加注重科学搭配，叠加养肤、轻薄防汗、美白抗氧化等多重功效的产品较受欢迎。“硬防晒”更多追逐科技含量和时尚表达，主打凉感、微孔透气等科技特色的防晒服饰受到追捧，融合独特剪裁、多巴胺色彩等时尚元素也成为防晒服饰的加分项。

防晒赛道竞争激烈，创新性和差异化是品牌保持竞争力的关键。品牌需要聚焦科技创新、时尚设计等方向，针对不同场景、不同肤质、不同季节推出精准细分的防晒产品，来满足消费者不断提升的护肤期望和审美标准。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)

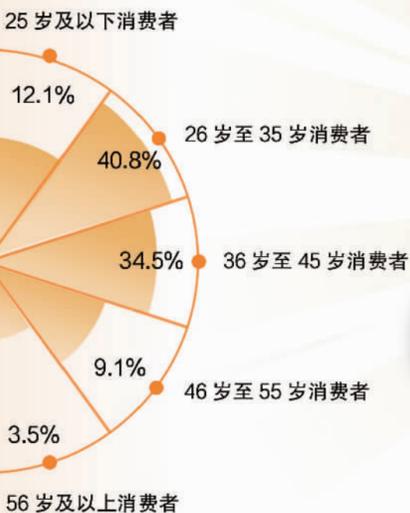
本期点评 曹凤娟

消费者对防晒衣的关注度指数



## 2 消费者特征

不同年龄段用户成交额占比



不同性别用户对防晒产品的偏好指数



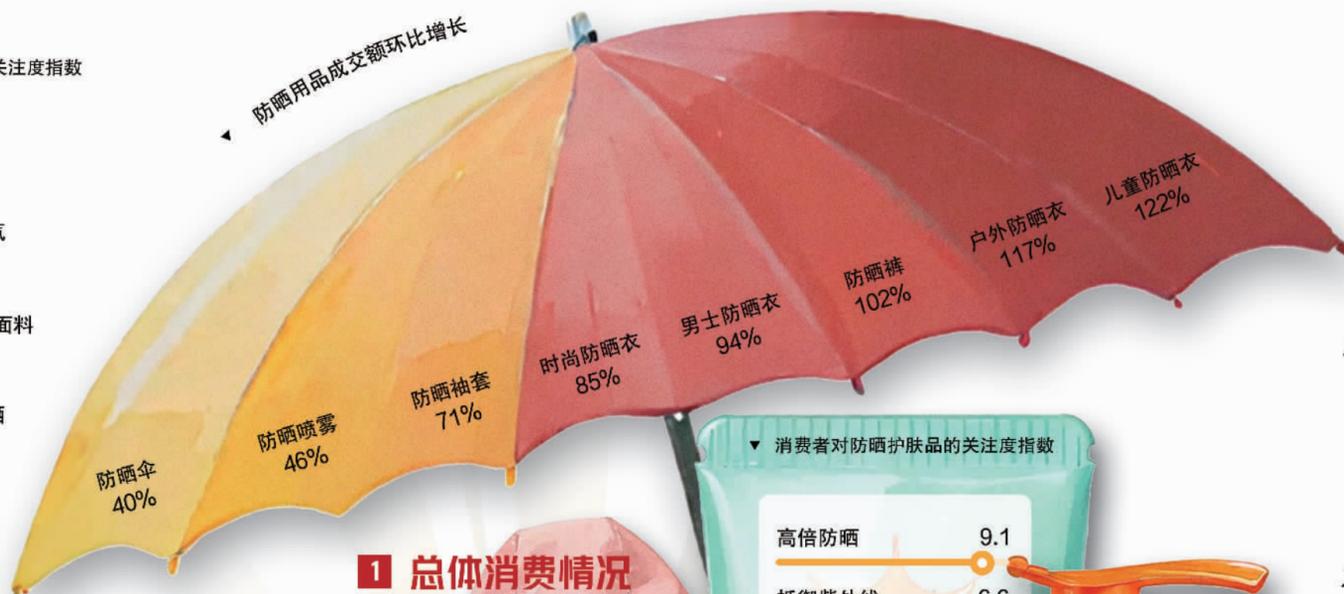
年轻消费者是防晒产品的主要消费群体，“90后”和“00后”成交额合计占比超五成。从不同性别消费者的消费偏好来看，男性消费者倾向选择硬防晒类产品，来阻隔紫外线对皮肤的伤害，比如防晒衣、太阳镜、防晒袖套等；女性消费者注重防晒软硬兼备，青睐购买防晒隔离、时尚防晒衣、防晒口罩等。



数据周期：2024年4月11日至5月31日

## 1 总体消费情况

防晒用品成交额环比增长



消费者对防晒护肤品的关注度指数



不同年龄段用户对防晒产品的偏好指数

