

# 天猫服饰多元场景 科学防晒指南



# 寄语



## 米澜

阿里巴巴天猫服饰事业部 总经理

服饰的消费者需求在发生分级的变化，同时消费者的审美/功能需求觉醒，带来行业的品牌群雄逐鹿格局。未来新一代的性价比品牌诞生，有品质的好价格好商品，在品牌范畴下，帮助消费者做选择。品牌对于消费者需求的满足，带来情绪价值、安全感，悦己内需对于功能和情绪的满足。天猫服饰结合消费者需求痛点、产业科技创新及审美等趋势解读，助力品牌在蓝海赛道拓展生意的增量机会，引领行业标准，创造新消费活力。



## 高翔

阿里巴巴犀牛智造 总经理

在近年来的消费市场中，消费者越来越重视健康生活与时尚潮流的双重追求，防晒服饰行业因此迎来了迅猛发展。防晒服装现在不仅能有效阻挡紫外线，而且在穿着体验上也兼具透气、吸汗、快干和轻便等特性，满足舒适穿着的需求。同时设计上紧跟现代审美标准，展现了出色的时尚感。犀牛智造期待与业内同行携手合作，致力于科技创新与智能制造的深层次发展，将新型材料和前沿设计理念注入到每一件防晒产品中，努力为消费者带来卓越的穿着体验，让时尚应需而造。



## 叶挺

杭州智篆文化传播有限公司 总经理

随着服饰行业的日趋细分发展，功能性服饰市场依托于消费者的需求扩容和创新产品驱动迈入高速发展；与此同时，消费者对于功能服饰的新需求和期待也给商家带来了新的挑战 and 机遇。通过对消费者的深入洞察，挖掘消费者在多元生活场景下的痛点及对服饰功能面料的需求点，帮助品牌捕捉功能性服饰市场的新机会。



## 田恩岗

Performance Days 中国区负责人

近年来功能性面料在各服装服饰细分领域均有明显的应用增长，代表了行业发展的主要方向，品牌及消费者都越来越重视服装的功能性及可持续元素。随着消费者多场景穿着的诉求增加，防晒产品多种功能性的叠加需求和设计感的改进等因素的推动，防晒服饰行业正在高速发展。希望天猫服饰和PD联合推出的这份报告能帮助品牌更好的了解行业及应用趋势，从专业的角度帮助消费者更好的做出服装消费选择。



## 苏誉

阿里巴巴天猫品牌营销部 总经理

天猫作为全球时尚品牌聚集的平台之一，海量的产业和消费者数据，让我们能更好的洞察市场方向，热点话题，消费者趋势分析，到色彩，面料解读。这次白皮书发布的防晒品类的核心赛道，期待可以给到品牌和行业从业者更明确的经营方向。

# 目录

## PART 01

### 消费者防晒现状

- 1.1 将防晒进行到底：从聚焦美妆到多场景全面防晒
- 1.2 防晒消费新风向：多样装备，最大化遮挡全身
- 1.3 防晒硬知识：「防晒」究竟在防什么？
- 1.4 在不晒黑不晒伤基础之上，更「舒服」的防晒

## PART 02

### 防晒人群金字塔

- 2.1 天猫防晒人群画像
- 2.2 天猫防晒人群消费特征

## PART 03

### 防晒方程式

#### 1+X(场景)N(功能/时尚)

- 3.1 防晒方程式
- 3.2 多元防晒场景
  - 自在通勤
  - 城市街潮
  - 趣玩轻户外
  - 纵情跨山海
  - 舒适疗愈

# PART 01

## 消费者防晒现状



随着外出场景的丰富，消费者对于硬防晒的需求日渐旺盛。消费者对于红外线、紫外线防晒原理认知较不全面，因此提供更科学客观的视角解读防晒硬知识、了解选择硬防晒装备的标准和前沿材质面料，以实现更加有效、更加舒服的防晒。

# 将防晒进行到底

## 从聚焦美妆到多场景全面防晒

### 外出模式开启，防晒观念持续刷新，防晒装备卷起来

为了安心暴露在阳光照射之下，把防晒进行到底，仿佛已经成为一场全民参与的挑战。过去，防晒讨论聚焦在寄托于美妆变白，而随着外出场景更加丰富，从旅游到通勤，从户外到车内，大家乐于在社交媒体晒出自己的防晒秘密装备。

#### 近3年社媒平台「防晒」相关话题讨论

**防晒** 社媒声量  
2021年 vs 2023年 **+3XX%**

##### 2021年社媒热词

防晒和抗衰、美白等肌肤护理理念挂钩，因此得以深入人心，开始升级为生活刚需。



##### 2023年社媒热词

生活方式悄然更迭，大家乐于为多样生活场景配备适用性更强的装备，追求更有效的防晒。



#### 近1年买过或未来半年计划购买防晒产品的消费者对防晒的关注程度

- 深入研究 26%**  
对各类防晒品非常了解且不断尝试新品
- 日常坚持 57%**  
涂抹或穿戴防晒品已成为日常
- 偶尔关心 15%**  
天热或日晒强烈时会防晒

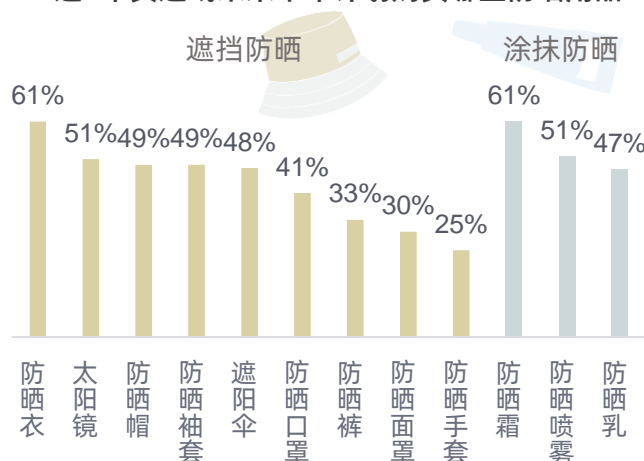
### 立体防晒，软硬兼施双在线

根据世界卫生组织的建议，除了避开日光暴晒的时间，遮挡防晒（也就是硬防晒）与涂抹防晒乳霜产品是生活中有效的防晒方式。随着防晒市场升温，越来越多服饰、配件不断被加入防晒的功能特性，或使用功能面料、或开发创新设计，让大家的防晒有了更多的选择。

#### 世界卫生组织防晒ABC原则\*

- A - Avoid 避开**
  - ✓ 限制正午暴晒时间（10:00-16:00）
  - ✓ 寻找阴凉处
- B - Block 遮挡**
  - ✓ 穿防晒服装，戴宽边帽保护眼睛、脸部、耳朵和脖子
  - ✓ 戴UVA和UV防护率达99%-100%的环绕式太阳眼镜
- C - Cream 乳霜**
  - ✓ 使用广谱防晒霜。即使涂抹防晒霜，也不应长时间晒太阳。

#### 近1年买过或未来半年计划购买哪些防晒用品



数据来源：公开资料整理，智篆GI社媒数据，消费者问卷调研(N=1,200)

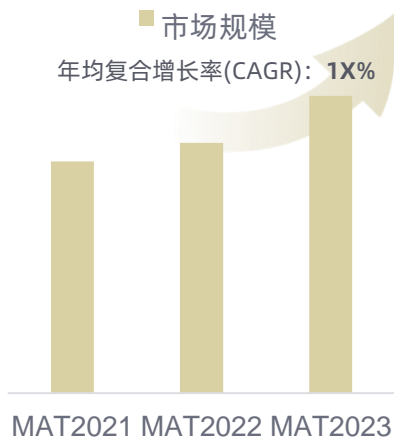
# 防晒消费新风向

## 多样装备，最大化遮挡全身

### 防晒服热卖，防晒面罩、口罩成为新蓝海

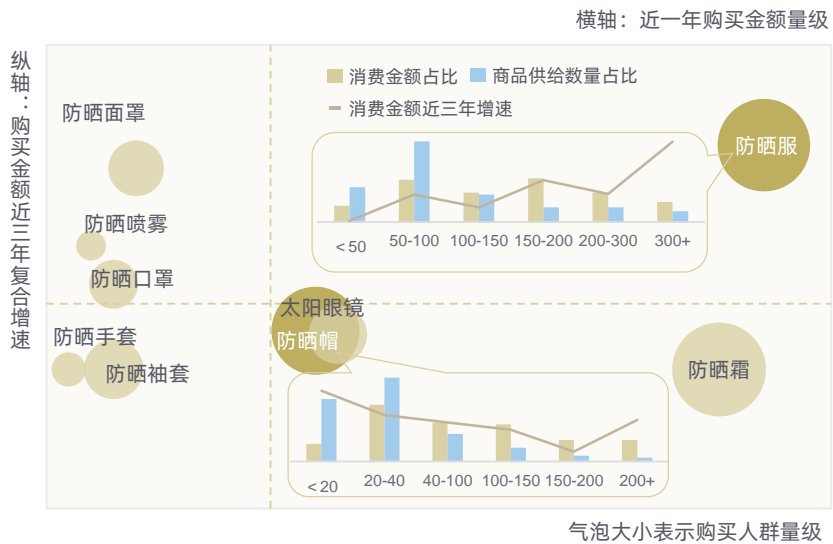
天猫防晒市场规模近三年同比增长超两成，防晒服在较大体量的基础上依旧保持高增速，带动整个市场的规模提升；防晒帽、太阳眼镜体量较大，已经进入发展相对较成熟的阶段；防晒面罩、防晒口罩当前体量相对较小，但消费金额增长显著，成为新兴的防晒配件风口赛道。

近三年天猫防晒市场规模



\*MAT表示滚动年，  
MAT2023=2022/12/01-2023/11/30

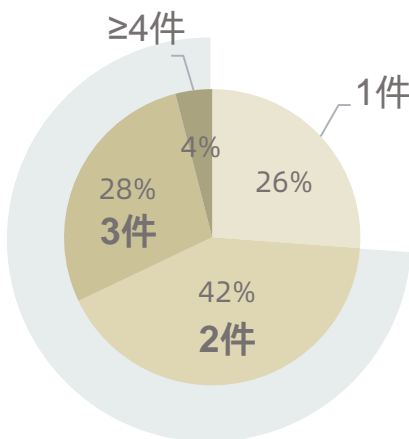
近一年天猫防晒市场品类分布及防晒服&防晒帽商品价格段分布



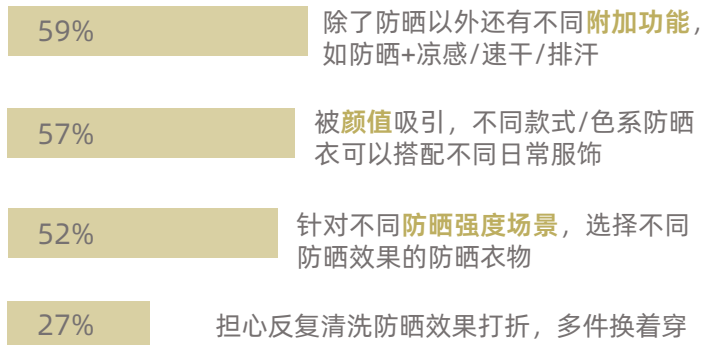
### 当功能遇见时尚，只买一件远远不够

从消费者调研数据来看，超七成消费者拥有两件及以上防晒服。叠加功能带来的舒适体感，花样颜值提升可穿搭性，根据不同场景选择相应的搭配方案，是消费者购买多件防晒服的主要动因。

消费者拥有防晒衣数量分布



消费者当前拥有多件防晒服的动因



数据来源：阿里消费洞察，消费者问卷调研(N=1,200)

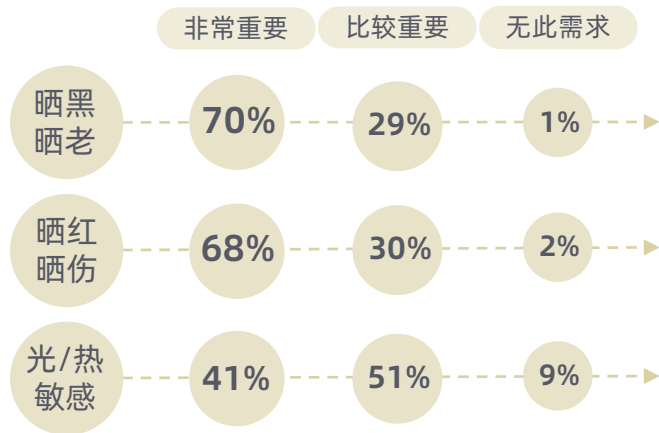
# 大家为了什么而防晒？

## 知道防晒的「目标」，但并不清楚防晒的原理

### 皮肤表面的直观损伤使消费者形成防晒与防紫外线强关联的心智

经过深度的科普与教育，且结合消费者的亲身感受，高效的紫外线防护已被广泛认知：避免皮肤过度暴露于阳光之下，从而减少老化、晒黑、晒红的风险，并为光/热敏感人群提供额外的防护。

#### 消费者调研：请问你防晒最核心的诉求是防什么？



“曾经看过那张外国卡车女司机半边脸晒老的新闻图片，让我直观地认识到了紫外线对皮肤的伤害。”

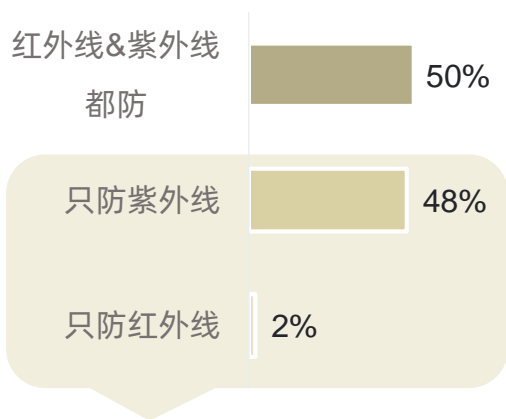
用户说

“现在夏天好像越来越热了，我又想出去玩又怕晒伤。看到防晒衣效果测评，看起来保护效果确实不错。”

### 大部分消费者对防晒原理的了解片面且模糊

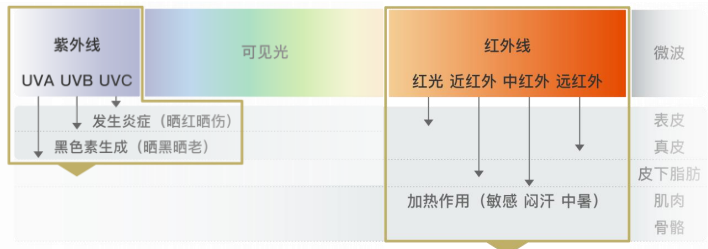
根据调研数据来看，五成以上消费者的防晒意识不全面，并且红外线的防护认知尚不及紫外线普及。而实际上，红外线、紫外线都会对皮肤造成伤害。不仅紫外线会造成晒红/晒伤、晒黑/晒老，红外线的加热作用会是体表升温、升温，带来不适感。

#### 防晒消费者认为“防晒”防的是什么？



一半的消费者对防晒认知不全面

#### 阳光中的红外/紫外线会对皮肤带来哪些伤害？



红外线、紫外线均会对皮肤造成不同类型的伤害

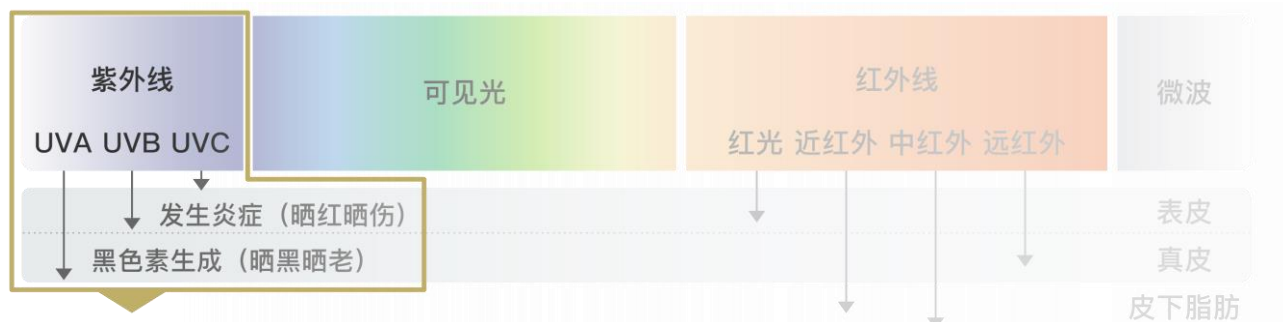
# 防晒硬知识：「防晒」究竟在防什么？

## 防紫外线是预防晒黑晒伤晒老的第一道防线

UPF与 $T(UVA)_{AV}$ 是判断防晒衣的紫外线防护性能重要指标

消费者的“防晒教育”程度加深，带动了防晒服饰的紫外线相关指标的社媒热度提升，尤其是社媒平台关于UPF指标的相关话题，包括科普、测评、真实使用体验反馈，其内容声量增长七倍以上。由此可见，消费者其实乐于学习和认知相关的理论知识，进而更加科学理性地做出消费决策。

日光分解图

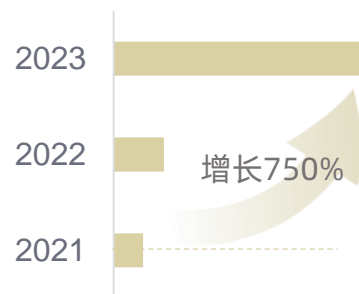


买防晒服饰时，需要关注的防紫外线的指标

根据国家纺织品防紫外线性能的评定相关标准，**同时满足以下条件才能称为防紫外线产品**

- **UPF > 40**：以UPF40为例，表示可以透过1/40的紫外线辐射，即可抵御97.5% (1-1/40) 的紫外线。
- **$T(UVA)_{AV} < 5%$** ：值越小说明透过面料的UVA越少，防护效果越好

社媒平台UPF相关话题声量



UPF值与抵御紫外线程度的对应关系

UPF值	50	60	80
可以抵御的紫外线	98%	98.33%	98.75%

UPF数值相差30  
防护效率仅相差0.75个百分点

实际上，织物的防晒效率（阻挡紫外线辐射透过织物概率）并不如UPF数值之间看起来差异那么大。只有在极端紫外线强度或者敏感人群情况下，高UPF的紫外线防晒差异才有价值。

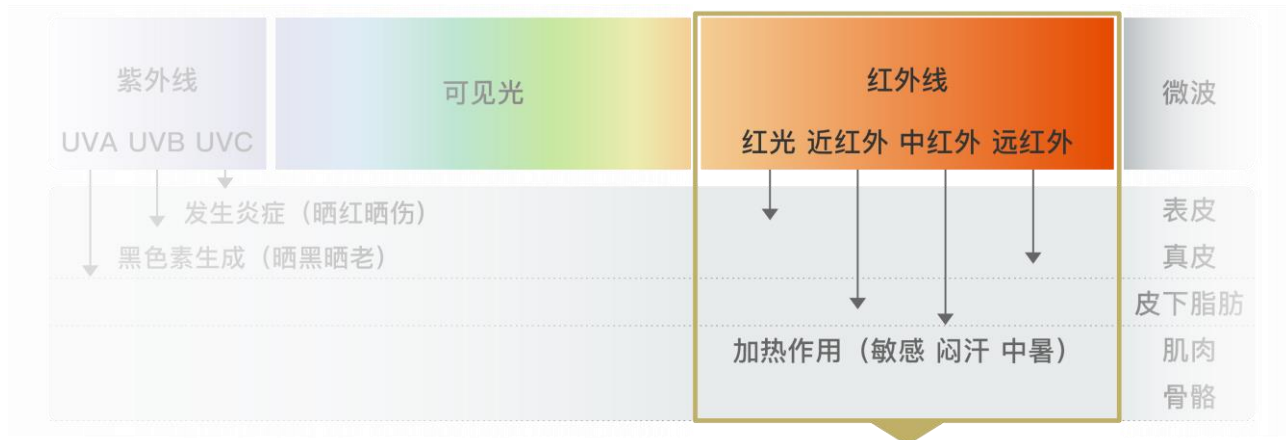
# 防晒硬知识：「防晒」究竟在防什么？

## 红外线加热作用是防晒不舒服的“元凶”

防晒性能之上，多样功能叠加实现舒适体感

红外线对体表更深层的加热作用，一方面使体表升温、热得不舒服，另一方面出汗黏腻、导致湿得不舒服。因此，防晒不仅仅是针对紫外线进行防护，防晒服饰借助凉感、吸湿/导湿&排汗速干、透气、抗菌等功能面料，调节湿热均衡。

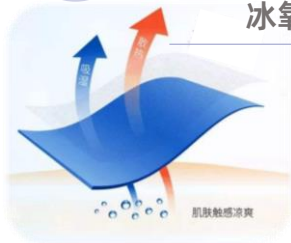
日光分解图



防晒不只是看UPF、T(UVA)AV紫外指标。红外线的加热作用下，即使有防晒措施，「湿热失衡」也会带来不适。

除了皮肤晒黑/晒红，日晒还会给你带来哪些“不舒服”的感觉？

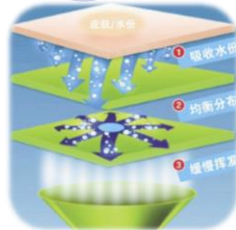
**77%** 热，体表皮肤温度升高



冰氧凉感 [接触瞬间凉感]

Qmax接触凉感系数，根据国家标准，在温差15°C情况下Q-max在0.15以上为达到凉感效果。

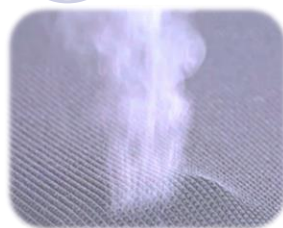
**72%** 出汗，身上黏糊糊



吸湿/导湿 & 排汗/速干

将汗水转移到衣服表面，帮助皮肤蒸发掉汗水

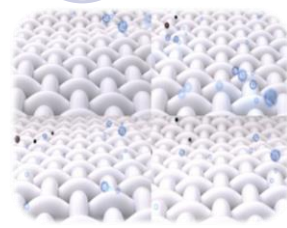
**61%** 闷，更容易出汗



亲肤透气 / 透湿

空气或水汽顺畅透过织物，实现透气/汽效果

**46%** 晒完之后感觉皮肤痒



抗菌抑菌

采取特殊材料或处理技术，有效抑制细菌的繁殖和生长

数据来源：天猫服饰×犀牛智造提供，公开资料整理，消费者问卷调研(N=1,200)，部分图片来源于网络

# 在不晒黑不晒伤基础之上，更“舒服”的防晒

## 前沿科技满足舒适防晒需求

### 遮热防晒

遮热，指纺织品通过遮蔽光辐射抑制温度上升的性能。遮热通过面料折射、反射或吸收部分太阳光的形式，遮挡红外光、可见光，从而抵挡热量传递到人体表面，进而给穿着者以更舒适、更凉快的感觉。

#### 实验室怎么测试面料遮热性能？



A/B面料	起始温度	30mins最高温度	升温降幅
遮热面料	20.1°C	31.1°C	4.4°C
非遮热面料	20.1°C	31.6°C	3.9°C

0.5°C遮蔽降温 防中暑  
0.5°C的人体温差可能就是正常体温与低烧的差距

#### 遮热好坏判断：

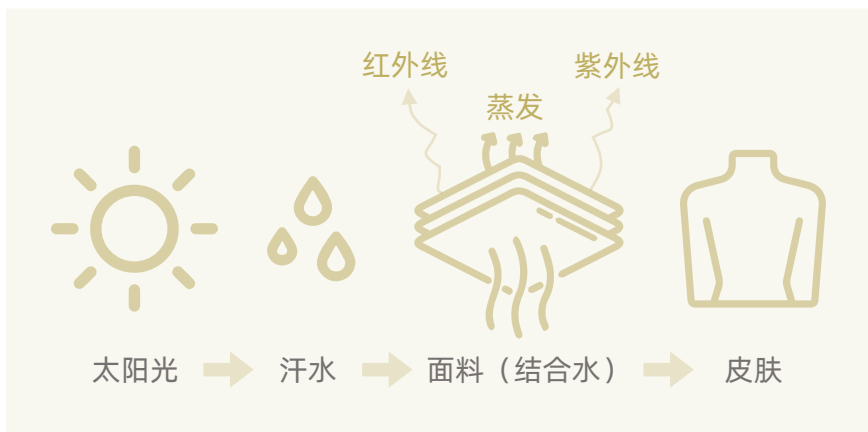
- ✓ **遮热率** 遮热率越大，材质遮蔽光辐射越多
- ✓ **最高温度** 最高温越低，材质体感温度越低
- ◆ T/CTES 1054-2023 遮热率/%≥30

### 湿态防晒

当汗水打湿衣物，面料纤维吸收水分，纺织品对红外线与紫外线的吸收增强，导致防晒性能受损。而湿态防晒可将汗水吸收至面料纤维内部，形成「结合水」，并快速「导湿蒸发」，使得汗水不会对紫外、红外线的反射造成负面影响。

#### 什么是湿态防晒？

- ✓ 面料纤维内部吸收汗水，而非面料表面
- ✓ 汗水面料形成结合水，并快速导湿蒸发
- ✓ 屏蔽紫外线和红外线
- ◆ 天猫服饰×犀牛智造×引领性防晒服饰品牌 标准制定中



# 在不晒黑不晒伤基础之上，更“舒服”的防晒 颜值升级带来情绪舒适

## 防晒多品类型色质趋势

防晒衣在款式设计的道路与当下时尚保持齐头并进。运用自然色彩和柔和色彩，选用轻盈透气的材质，并注重多功能设计。以现代、运动和时尚为主导，注重细节和功能性。防晒服配在户外防晒帽、防晒面罩、袖套、复古回潮太阳眼镜趋势明显，旨在唤起人们积极参与户外活动、享受夏日阳光的热情。



### 男女装趋势品类

女装

男装

凉感防晒服

短款防晒服

防晒阔腿裤

凉感衬衫

三防防晒服

凉感防晒服

轻薄防晒服



### 服配趋势品类

服配

鸭舌防晒渔夫帽

一体无痕空顶帽

西部牛仔登山帽

飘带防风防晒帽

遮脖子防晒面罩

帽檐脸基尼套件

防晒可拆卸袖套

时尚防晒披肩

时尚防晒腿套

窄框 / 猫眼太阳镜

骑行太阳镜

折叠太阳镜

#### 趋势卖点

遮热防晒

湿态防晒

抗菌亲肤

速干透气

可折叠可拆卸

防晒套件三合一

一次性防晒

显脸小大帽檐

大码定制防晒

#### 趋势颜色

黑色 > 白色 > 渐变 > 蓝色 > 彩色 (多巴胺)



## 关于专业GO

2023年是后疫情时代的落幕，也是「新生纪元」的开始。中国服饰品牌和产业正面临巨大迭代，消费领域形势亦纷繁复杂。消费者开始步入理性消费时代，健康意识觉醒，重视生活质量。商品选购愈加关注面料材质、舒适度、功能性与产品工艺等，同时随着知识与文化在社会中地位提升，专业性逐渐成为影响用户决策的重点指标。

基于此，天猫服饰联合犀牛智造共同推出「专业GO」，旨在联动消费市场前沿洞察、专业机构、专家人士等，通过「科学评测」等方式帮助消费者选购价值好货，创造面向未来理想的「舒适生活方式」；同时我们倡导「多元美学」的价值观，希望拓展美的边界，美的标准应该由每一个人来定义。

### 手淘问大家频道 - 高频提问

- 透气吗防水吗？
- 质量如何，真的有带上去冰冰凉凉的吗？
- 这个面料遇到水或汗会有痕迹吗？
- 方便看见路吗？
- 请问这件衣服的UPF值是多少？
- 集美们，是什么面料？
- 勒眼睛吗？闷气不？
- 遮脸的那部分透不透肤？呼吸顺畅吗？
- 亲们，面料有防晒效果没，推荐购买嘛？
- 脖子能遮住吗？
- 风大的时候骑车帽沿会翻吗？
- .....

### 消费者痛点



- ✓ 实用性
- ✓ 有效性
- ✓ 搭配性
- ✓ 真实体感

## 天猫服饰联合犀牛智造推出「专业GO」 为消费决策提供科学参考

### 商品发布免费资质认证



### 商品发布卖点提报



### 商品资质免费PDF上传



### 商详认证背书



# PART 02

## 防晒人群金字塔

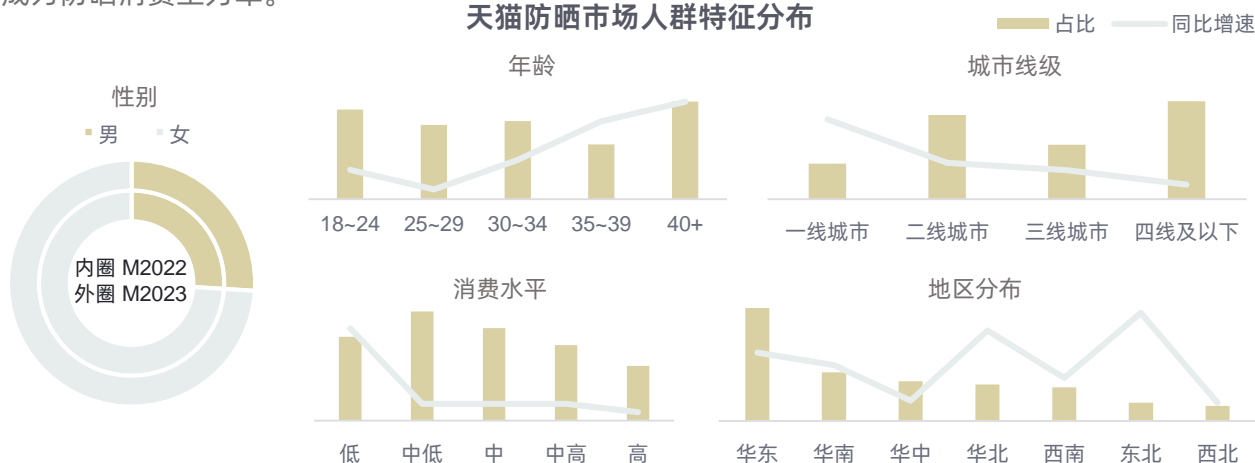


以品类购买宽度与年人均消费金额划分，防晒卷王、防晒功课党、防晒入门三类人群共同构建起天猫防晒人群金字塔。

# 天猫防晒人群画像

天猫防晒人群按照品类购买宽度与年人均消费金额划分，人群量级分布呈现出显著的金字塔结构。不足10%的防晒卷王贡献超四分之一的消费金额。随着防晒概念普及，越来越多的人开始为防晒做功课，成为防晒消费主力军。

天猫防晒市场人群特征分布



## 防晒卷王 – 全副武装，安心外出

人群数量占比 <10%  
消费金额贡献 2X%

- 年人均消费防晒产品种类：3.4类
- 年人均消费防晒产品600元以上
- 女性(86%)
- 25-29岁(23%), 30-34岁(22%),
- 高消费水平(28%), 中高消费水平(26%)



## 防晒功课党 – 功能兼顾，时尚出街

人群数量占比 3X%  
消费金额贡献 6X%

- 年人均消费防晒产品种类：2.2类
- 年人均消费防晒产品300元以上
- 女性(81%)
- 18-24岁(23%), 25-29岁(21%)
- 中等消费水平(24%), 中低消费水平(23%)



## 防晒入门 – 实用主义，一衣多穿

人群数量占比 5X%  
消费金额贡献 1X%

- 年人均消费防晒产品种类：1.0类
- 年人均消费防晒产品100元以内
- 女性(69%)
- 18-24岁(23%), 30-34岁(19%)
- 中低消费水平(30%), 低消费水平(26%)

数据来源：阿里消费洞察

# 天猫防晒人群消费特征

防晒消费进阶人群同样有较强的滋补保养心智，防晒也是他们「抗衰流程」的重要一环。防晒功课党看重身体精细养护，偏爱个护产品与营养补剂。对于入门人群而言，防晒装备的消费理念与他们所购买的美护产品相似，能用就好。



## 防晒卷王

“我有不同款式、不同颜色、各种功能的防晒衣。防晒是极具性价比的抗老抗衰，只要出门就一定要配备齐全。”

### 平均每个人拥有：

- 2.7件 防晒服
- 2.2件 防晒口罩
- 2.2件 防晒帽
- 1.9件 防晒袖套

### TA们还喜爱购买：

- 传统滋补营养品 花胶、即食燕窝
- 咖啡茶饮 冻干粉、玫瑰花茶、咖啡液
- 露营/野炊装备 户外营地车、天幕
- 儿童户外 儿童防晒/皮肤衣、驱蚊手环



## 防晒功课党

“虽然家里已经有不少防晒装备，被种草了凉感防晒服，抱着试一试的心态买回来，没想到穿上真的凉飕飕。”

### 平均每个人拥有：

- 2.0件 防晒口罩
- 1.8件 防晒帽
- 1.6件 太阳眼镜
- 1.5件 防晒服

### TA们还喜爱购买：

- 精细护理 唇部精华、沐浴油、护发精油
- 营养补剂 口服美容、益生菌、叶黄素
- 轻运动时尚 瑜伽T恤、瑜伽长裤、运动文胸
- 儿童户外 婴童防晒、儿童太阳镜、儿童冰袖



## 防晒入门

“我一天当中在外面晒的时间也不是很多，其实也不太了解是否真的有用，反正只要遮住了就有效果，多少是个心理安慰。”

### 平均每个人拥有：

- 1.3件 防晒口罩
- 1.2件 防晒帽
- 1.2件 防晒手淘
- 1.1件 防晒服

### TA们还喜爱购买：

- 基础美护 化妆水/爽肤水、隔离/妆前、BB霜
- 膳食补充 胶原蛋白、酵素
- 轻运动时尚 瑜伽T恤、瑜伽长裤、运动文胸
- 儿童防护 防蚊水、止痒膏、驱蚊贴

# PART 03

## 防晒方程式

1+X(场景)N(功能/时尚)



消费者在不同防晒场景下的防晒诉求各异，天猫服饰提出1+X(场景)N(功能/时尚)防晒方程式。「1」对应1个科学防晒标准，「X」对应多个防晒场景，「N」对应不同场景下的功能标准与时尚特色，建立面向消费者细分化需求的多元场景科学防晒指南。

# 过去一年，哪些场景让你穿上了防晒装备？

## 81% 自在通勤 (步行/骑车/开车)

“我平时上班走路去地铁站，我选的防晒衣领口可以拉上去遮脖子，袖子还有手背遮挡设计。虽然早晚高峰阳光没那么毒辣，有防晒衣至少挡挡更安心。”

## 68% 城市街潮 (CITY WALK/周末遛娃/草地音乐节/萌宠出街)

“今年赶上了citywalk的潮流，我特别喜欢戴那顶宽边防晒帽，还有宽松的长防晒衣。特别是带孩子去公园，既能保护皮肤又自在。有时候搭披肩，能随时加减衣物。”

## 61% 趣玩轻户外 (骑行/露营/登山/垂钓)

“我做轻户外运动，比如骑单车或者出去钓鱼，都会专门看防晒衣的功能标识。那种材质轻、不束缚、吸汗速干的防晒衣我特别喜欢，就算出汗多也不担心晒伤。”

## 53% 纵情跨山海 (城野穿行/海岛度假/穿梭雨林)

“长途旅行必须全副武装，透气性好的防晒服必须戴上，还有防晒护颈帽、长袖手套、甚至脸基尼，简直是防晒届的战斗机。尤其是强紫外线下，这些都是救命的宝贝。”

## 舒适疗愈 (医美术后/孕期体热/敏感养护)

“做完**医美项目**之后，护士再三强调一定要好防晒。担心普通口罩对皮肤不好，专门买了有抗菌资质的防晒口罩。”

“**怀孕阶段**激素分泌失调，更容易长斑，出门会遮得十分严实。孕期体温也会升高、容易出汗，舒适透气很重要。”

“遗传了「见不得光」的**光敏感体质**，在太阳下多晒一会儿就会有小红点。原则上要遮光，所以出门就是全套装备。”

## 天猫服饰防晒方程式

### 1+X (场景) N (功能)

(高锐度) 遮热/湿态  
冰氧凉感  
亲肤秀气  
抗菌/3A/5A  
吸湿速干  
防风/防水

多功能  
防晒

时尚  
防晒

### 1+X (场景) N (时尚/特色)

明星同款 (高锐度)  
IP联名  
潮牌  
设计师品牌  
医美/敏感肌人群  
流行色系 款式

基础防晒

1个防晒标准

符合国标GB/T18830-2009，检测项【防紫外线性能】

# 防晒方程式 1+X(场景)N(功能/时尚)

## X(自在通勤 - 步行上班)

N=凉感+吸湿排汗



### 场景解读

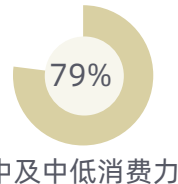
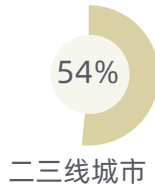
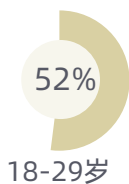
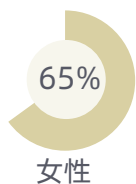
通勤最后一公里，也要需要做足防晒。但是上班前下班后日晒没有那么强烈，也不希望为了十多分钟的路途花费太多时间，在匆忙出门前快速完成防晒。

场景相关社媒讨论声量



### 场景人群

生活在二三线城市的轻熟女性群体。**积极小懒人**，搬到离公司或公共交通近的地方是为了缩短通勤时间，而从晨起的时间到步行路线的选择，在细节处体现出有一定的生活节奏规划。看到「懒人快速防晒法」，乐意学一学简单高效的新方式。




### 场景诉求

消费者调研：请问你在步行通勤场景对于防晒服饰/配件的核心诉求是什么？

- 58% 触感凉爽，出汗不贴皮肤
- 46% 全身覆盖，尽量避免皮肤暴露在外面
- 33% one piece包含衣帽面罩，节省穿衣步骤

### 防晒方案



防晒衣

功能标签&检测标准

- **冰氧凉感** GB/T 35263-2017  $Q_{max} \geq 0.15J / (cm^2 \cdot s)$
- **吸湿排汗** GB/T 21655.2-2019 洗前/后，渗透面浸湿时间/吸水速率/单向传递指数  $\geq 3$ 级
- **一件抵多件**，颈部&腿部&手部全覆盖

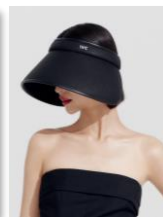


### 代表商家



通勤路上和紫外线正面对抗，防晒一定要全方位无死角。

360度环绕式u型大帽檐防晒帽+修身立领防晒衣，把整个上半身都埋在阴影中高倍防护，冰凉透气、吸湿排汗的材质在行走时都能给体感降温。低饱和度色泽和轻盈无感的穿戴体验，给搭配省去精力



# 防晒方程式 1+X(场景)N(功能/时尚)

## X(自在通勤 - 骑车上班)

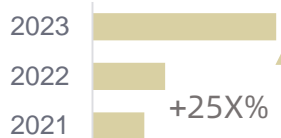
N=凉感+吸湿速干



### 场景解读

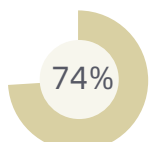
骑着自行车、小电驴在繁忙交通中灵活穿梭，要想踏进公司时不带着冲刺的狼狈，除了遵守交规戴头盔，需要防晒面罩避免晒红脸，也需要利索的防晒衣裤保持凉爽干燥。

场景相关社媒讨论声量

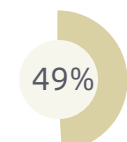


### 场景人群

18-29岁的**小城生活家**，作为新兴的消费主力群体，追求产品的质优价廉，而不计较它是否有炫耀属性。认同**经济生活主义**，如果产品确实能带来更好的效果或体验，**有了明确的溢价理由，贵一点也可以。**



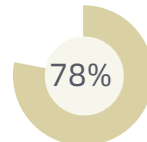
女性



18-29岁



三线及以下城市



中至中高消费水平

### 场景诉求

消费者调研：请问你在骑车通勤场景对于防晒服饰/配件的核心诉求是什么？

- 68% 帽子或衣服不遮挡视线、不影响回头看车
- 60% 面罩不移位、帽子不会翻，能扛风
- 60% 运动状况下吸汗速干透气舒爽

### 防晒方案

防晒衣 防晒裤 防晒面罩 防晒手套

功能标签&检测标准

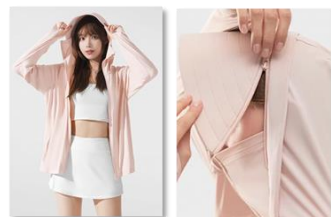
- 冰凉凉感** GB/T 35263-2017  $Q_{max} \geq 0.15J/(cm^2 \cdot s)$
- \*吸湿速干** GB/T 21655.1-2023 洗前/后同时满足，干燥速率  $\geq 0.20g/h$ ，吸水率/%  $\geq 80\%$ ，滴水扩散时间/ $s \leq 6s$ ，芯吸高度/mm  $\geq 80mm$

### 代表商家



云朵防晒衣，专注功能美学。

UPF200+的高倍防晒，能有效阻隔99%的紫外线，帽檐可拆卸设计，兼备凉感与舒适。升级款的防晒外套修身显瘦，兼容更多身材的同时更是打破防晒服穿搭局限，让每个女生都能美出不同风采，让防晒也能很时尚。



# 防晒方程式 1+X(场景)N(功能/时尚)

## X(自在通勤 - 开车上班)

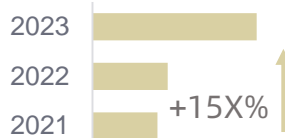
N=凉感+遮热防晒+抗菌



### 场景解读

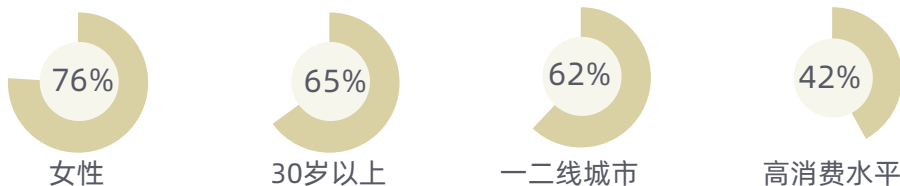
尽管大部分时间都在车内，驾驶者们深知阳光透过车窗玻璃也会带来潜在威胁。为了不被行车途中的烈日灼伤，常备各类防晒配件，保持肌肤的柔润与健康。

场景相关社媒讨论声量



### 场景人群

都市高光女性，在事业和生活中已取得一定的成就，引领高品质格调生活。具有相当经济实力，走在精致与科技的前沿，智能产品尝鲜者，愿意探索有科技感吸引力的新产品，为科学原理与试验参数买单。



### 场景诉求

消费者调研：请问你在开车通勤场景对于防晒服饰/配件的核心诉求是什么？

- 86% 保护面部手部不被炙烤，高效隔热
- 65% 车内不通风的状况下，穿衣不闷

### 防晒方案

冰袖 防晒面罩

功能标签&检测标准

- 冰氧凉感** GB/T 35263-2017  $Q_{max} \geq 0.15J/(cm^2 \cdot s)$
- 遮热防晒** T/CTES 1054-2023 遮热率/% $\geq 30$
- \*舒心抗菌** GB/T 20944.3-2008 对金黄色葡萄球菌及大肠杆菌的抑菌率 $\geq 70\%$ ，或对白色念珠菌的抑菌率 $\geq 60\%$

防晒帽

太阳镜

### 代表商家



防晒，眼部的多面防护才是夏日硬核。

多面太阳镜，曲面或者镜腿加宽设计，实现多角度呵护眼周肌肤的功能，延续多面防晒功效，不仅可以有效阻挡紫外线，减少对眼睛的伤害，也能保护眼周肌肤，减缓细纹和皱纹的上脸速度，既是百搭潮流单品，在加强眼部防护的场景也非常适用。



# 防晒方程式 1+X(场景)N(功能/时尚)

## X(城市街潮)

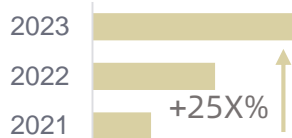
N=时尚+持久+吸湿排汗



### 场景解读

在阳光明媚的午后，穿梭于街头巷尾，或在公园里享受野餐，或带着宠物在街头散步。穿搭既是他们防御烈日的盾牌，也是个性和潮流的宣言。

场景相关社媒讨论声量



### 场景人群

生活在一二线城市的**互联网冲浪先锋**，追逐当下的潮流元素，也有强烈的分享欲，是「**社交内容平台满级玩家**」。线下E人指数拉满，绝不错过热门活动、网红打卡地，和搭子小姐妹们一起出片造型。




### 场景诉求

消费者调研：请问你在城市娱乐场景对于防晒服饰/配件的核心诉求是什么？

- 58% 高性能稳定持久，防紫外线
- 55% 较长时间日晒下，吸汗干爽，不热不闷
- 41% 款式设计融入全身穿搭，轻松出片

### 防晒方案



功能标签&检测标准

- 持久防晒** GB/T 18830-2009 4N洗后5次，UPF>40且T(UVA)av<5%
- 吸湿排汗** GB/T 21655.2-2019 洗前/后，渗透面浸湿时间/吸水速率/单向传递指数 ≥3级

防晒衣



防晒帽



太阳镜



遮阳伞

### 代表商家

Calvin Klein

Calvin Klein推出不晒系列，以防晒为核心，附加凉感、防风、防水、耐磨、透气、轻盈等科技点。锁定时尚防晒服高增长赛道及软壳夹克的赛道，叠加接触凉感、防刮耐磨趋势功能点，打造可以兼顾潮流穿搭以及户外功能性的新场景，为都市潮流年轻人提供炎热酷暑夏日解决方案



# 防晒方程式 1+X(场景)N(功能/时尚)

## X(城市街潮)

N=时尚+持久+吸湿排汗



### 关键元素

以简约款式为主，通过截短、收口、抽绳、撞色等设计，增加防晒服的时尚感与现代感。淡雅柔美色系、清新亮色系给人带来新鲜感与活力感。



截短遮臂



中长雨衣式



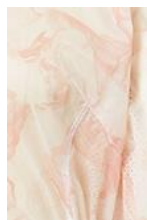
下摆收口



抽绳



撞色拼接



淡雅柔美色



素雅纯色

### 趋势场景

#### CITY WALK

时尚 / 持久防晒



#### 草地音乐节

时尚 / 持久防晒



#### 周末遛娃

持久防晒 / 吸湿排汗



#### 萌宠出街

持久防晒 / 吸湿排汗



# 防晒方程式 1+X(场景)N(功能/时尚)

## X(趣玩轻户外)

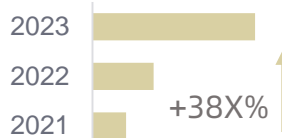
N=持久+遮热防晒+防水+吸湿速干 >>>>



### 场景解读

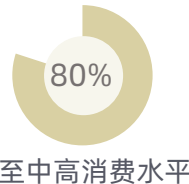
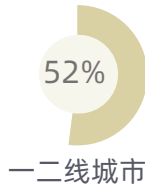
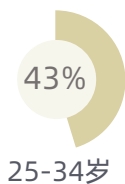
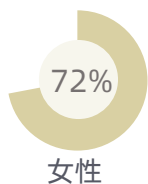
在快节奏的城市生活之外寻找属于自己的平衡与放松。在周末休闲时间不吝于为各类轻户外活动投入时间和金钱，期望防晒服饰配件同时满足功能性与舒适性的多重需求。

场景相关社媒讨论声量



### 场景人群

生活在一二线城市的年轻群体，**会玩、爱玩、愿意花钱玩**，具有有一定经济实力支持他们进行时下流行的户外新玩法。「人菜瘾大」心态好，通过户外活动来释放工作压力，**买装备也是解压的重要一环**。



### 场景诉求

消费者调研：请问你在轻户外场景对于防晒服饰/配件的核心诉求是什么？

- 72% 衣服被汗湿或沾水的状态下，依旧保持良好防晒性能
- 69% 高性能稳定持久防紫外线
- 64% 排汗速干，不会黏在身上

### 防晒方案



功能标签&检测标准

- **持久防晒** GB/T 18830-2009 4N洗后5次, UPF>40且T(UVA)av<5%
- **遮热防晒** T/CTES 1054-2023 遮热率/%≥30
- **防水** GB/T 4744-2013 拒水等级(洗前)≥4级, 拒水等级(洗后)≥3级
- **\*吸湿速干** GB/T 21655.1-2023 洗前/后同时满足, 干燥速率≥0.20g/h, 吸水率/%≥80%, 滴水扩散时间/s≤6s, 芯吸高度/mm ≥80mm



### 代表商家



创立于2013年的蕉下，经由一把小黑伞开启防晒之路，是中国防晒领域的开创者与引领者。

蕉下了解日晒防护是户外防护中的重中之重，以城市户外、溯溪漂流、登山徒步、沙滩度假等细分场景洞察消费者的防晒需求，研发123项专利沉淀防护技术，守护日晒的第一防线。



# 防晒方程式 1+X(场景)N(功能/时尚)

## X(趣玩轻户外)

N=持久+遮热防晒+防水+吸湿速干 >>>>



### 趋势场景

#### 骑行

持久防晒 / 吸湿速干



#### 露营

持久防晒 / 遮热防晒 / 防水



#### 登山

持久防晒 / 遮热防晒 / 吸湿速干



#### 垂钓

持久防晒 / 遮热防晒 / 防水



# 防晒方程式 1+X(场景)N(功能/时尚)

## X(纵情跨山海)

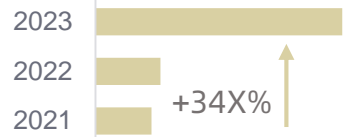
N=时尚+持久+湿态防晒+防水+凉感+轻量 >>>>



### 场景解读

城市「特种兵」、海滨度假、征服高原雪山，各类旅游地的自然地理特征各异，日光暴露程度相差极大，因此在不同的风光之下，需要选择功能各异的防晒装备搭配组合。

场景相关社媒讨论声量



### 场景人群

生活在一二线城市的年轻女性群体，消费能力可观。**旅行攻略派**，在旅行前会「人属性大爆发」，「做功课」、「抄作业」，积极搜索目的地玩乐攻略，也会按照推荐配备或购买相应的装备，为快乐旅行做足准备。



### 场景诉求

消费者调研：请问你在旅行场景对于防晒服饰/配件的核心诉求是什么？

- 65% 高性能稳定持久防紫外线
- 57% 排汗速干，不会黏在身上
- 47% 款式设计融入全身穿搭，轻松出片

### 防晒方案

**防晒衣**

功能标签&检测标准

- 持久防晒** GB/T 18830-2009 4N洗后5次, UPF>40且T(UVA)av<5%
- 湿态防晒** 天猫服饰X犀牛智造X引领性防晒服饰品牌 标准制定中
- 防水** GB/T 4744-2013 拒水等级 (洗前) ≥4级, 拒水等级洗后) ≥3级
- 冰氧凉感** GB/T 35263-2017 Qmax≥0.15J/(cm2·s)
- 轻量** 建议通常选择服装时 梭织≤80g 针织≤150g



### 代表商家

**波司登**  
畅销全球72国

波司登多年来潜心研究夏季防晒功能性服饰，经过多年沉淀，2021年面向市场推出防晒服。骄阳系列是波司登的防晒标杆系列，“不怕水洗，持久防晒、瞬间凉感、高透气、亲肤舒适”是此系列带给消费者的深刻印记。2024夏，全新骄阳3.0系列更加强调亲子防晒、家庭防晒的新防晒理念。波司登顺势推出了更多的亲子套装搭配，提供了更多花型选择，更加适合夏季出游选择，旅游度假，自拍打卡、平台种草出片。



# 防晒方程式 1+X(场景)N(功能/时尚)

## X(纵情跨山海)

N=时尚+持久+湿态防晒+防水+凉感+轻量 >>>>



### 关键元素

户外活动的实用性与简约设计，融入山系/工装/机能风格元素，在户外便捷运动的同时，也能保持时尚穿搭风格



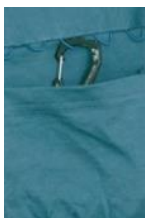
夹克廓形



中长雨衣式



弹力抽绳



挂扣装饰



收纳口袋



明亮活力色



中性大地色

### 趋势场景

#### 城野穿行

持久防晒 / 凉感



#### 海岛度假

时尚 / 持久防晒 / 防水 /



#### 穿梭雨林

持久防晒 / 湿态防晒



# 防晒方程式 1+X(场景)N(功能/时尚)

## X(舒适疗愈 - 医美术后)

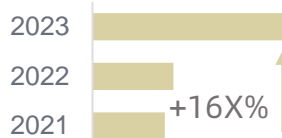
N=3A抗菌+凉感



### 场景解读

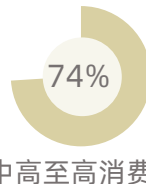
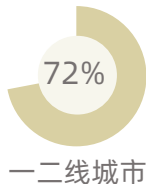
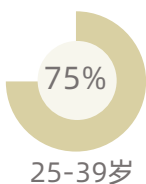
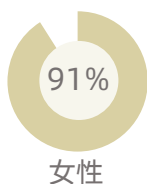
医美后的防晒不只是保养的一部分，更是对美丽的责任。术后皮肤通常处于极脆弱的时期，为了避免涂抹加重皮肤刺激，硬防晒成为必不可少的一环。

场景相关社媒讨论声量



### 场景人群

一二线城市、具备高消费水平的轻熟龄、熟龄女性群体。对外貌管理有高要求，防晒早已成为护肤程序中不可或缺的一环，走出美容室会更加严格遵循防晒要求，追求精致而科学的美丽法则。



### 场景诉求

消费者调研：请问你在医美术后场景对于防晒服饰/配件的核心诉求是什么？



72% 高性能防紫外线



50% 透气性好，避免面部潮湿闷热



57% 术后有微小损伤，需面料抗菌性能佳



50% 术后肌肤会有红/肿/热反应，带走热量、镇静肌肤

### 防晒方案



防晒面罩

功能标签&检测标准

- **3A抗菌** FZ/T 73023-2006 AAA 级 水洗50次，金黄色葡萄球菌抑菌率/(%) ≥80 大肠杆菌 ≥70 肺炎杆菌 ≥70 白色念珠菌 ≥60
- **冰氧凉感** GB/T 35263-2017 Qmax ≥ 0.25J/(cm<sup>2</sup>·s)

### 代表商家



获皮肤科医学会的肯定、结合专业医师共同推广健康又有效的「穿戴防晒」。

上脸及时降温，凉感系数0.246，高于标准值的1.64倍。光电项目后脸部发热，需要及时镇静都可以佩戴。3A级抗菌，抑制金黄色葡萄球菌、大肠杆菌以及白色念珠菌，肌肤在脆弱时期也能阻隔外部细菌侵入。



# 防晒方程式 1+X(场景)N(功能/时尚)

**X(舒适疗愈 - 孕期体热)**

**N=湿态防晒+3A抗菌+凉感**



## 场景解读

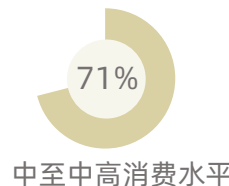
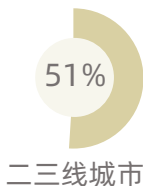
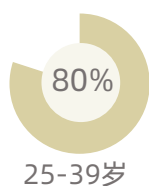
孕期新手妈妈亦有外出穿搭需求，尤其是孕期通勤、出游场景下，对于涂抹式有所担忧，更倾向于硬防晒进行防护。

天猫防晒行业孕期人群渗透



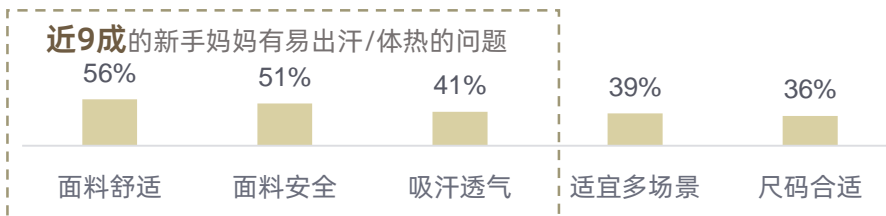
## 场景人群

以二三线城市25-39岁的育龄女性为主，中至中高消费水平。尤其是**理念更加进步的新生代孕妈**，更注重自我关怀与呵护。随着孕期生活方式进阶，在服饰穿搭与护肤保养方面投入更多关注与支出。



## 场景诉求

消费者调研：请问你对于孕期服饰最关心的考虑因素是什么？（限选3项）



## 防晒方案



防晒衣

功能标签&检测标准

- **湿态防晒** 天猫服饰X犀牛智造X引领性防晒服饰品牌 标准制定中
- **3A抗菌** FZ/T 73023-2006 AAA级 水洗50次，金黄色葡萄球菌抑菌率/(%) ≥80，大肠杆菌≥70，肺炎杆菌≥70，白色念珠菌≥60
- **冰氧凉感** GB/T 35263-2017 Qmax≥0.25J/(cm<sup>2</sup>·s)

## 代表商家



HOII首创以纺织品有效地将自然阳光截取为肌肤所需的光谱，结合现代人在防晒护肤保健的需求，完美将多种光学功能融入到衣料中，已获中国发明专利\*及SGS权威机构检测认证，同时也能吸汗、速干、凉爽以及透气，以「不吃」「不涂抹」「不侵入」的全新理念，让防晒美白更轻松无负担。独特的创新理念与设计让衣料配件化身成「光的保养品」，防晒同时保有太阳的有益光，让人可以越晒越美丽。



# 防晒方程式 1+X(场景)N(功能/时尚)

## X(舒适疗愈 - 敏感养护)

N=遮热防晒+凉感



### 场景解读

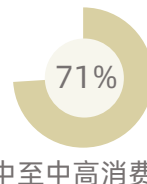
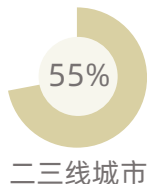
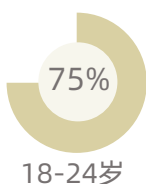
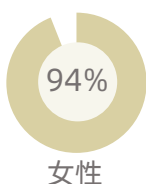
遗传性、外界刺激、局部神经敏感、紫外线损伤等都是造成易敏感的重要原因。易敏感人群中相当一部分是皮肤敏感人群，光/热敏感人群的长期敏感防护需要被关注。

天猫防晒行业敏感人群渗透



### 场景人群


女性消费群体，对自己的皮肤状况和身体状态认知清晰，有精细化的皮肤管理和身体管理意识。对敏感肌护肤品颇有研究，对于服饰材质通常也会格外关注。



天猫市场跨类目偏好



### 防晒方案



功能标签&检测标准

- 遮热防晒 T/CTES 1054-2023 遮热率/%≥30
- 冰氧凉感 GB/T 35263-2017  $Q_{max} \geq 0.25 J / (cm^2 \cdot s)$

全覆盖防晒组合

### 代表商家



卡蒙，专业做帽饰的品牌，秉持新颖设计理念和设计风格。

卡蒙养蜂人系列防晒帽，多场景防晒全防护，有16种不同组合佩戴方法，多功能拆卸变换，戴着它通勤、骑行、露营、旅行、运动解放双手。卡蒙养蜂人系列墨镜防晒帽，遮脸护颈全防护，大空间不花妆，不闷热不影响视线速干透气，卷折便携收纳，夏季防晒一顶就够了。



## 报告作者&致谢

### 报告指导委员会

米澜	阿里巴巴天猫服饰事业部 总经理	芯玥	阿里巴巴天猫服饰 内容负责人
高翔	阿里巴巴犀牛智造 总经理	道见	阿里巴巴天猫服饰 用户&产品负责人
叶挺	杭州智篆文化传播有限公司 总经理	冬苓	阿里巴巴天猫服饰 配饰&奥莱负责人
枢问	阿里巴巴天猫服饰 商品&搜索&趋势中心负责人	弈希	阿里巴巴天猫服饰 女装负责人
张帅	阿里巴巴犀牛智造 首席创新官	羽挥	阿里巴巴天猫服饰 男装&内衣负责人
陵曦	阿里巴巴天猫服饰 营销&直播中心负责人	七微	阿里巴巴天猫服饰 综合店群组负责人
柒溪	阿里巴巴天猫服饰 策略中心负责人	子夫	阿里巴巴天猫服饰 新品牌成长组负责人
王丽	智篆GI 副总经理		

### 报告作者

李烨羽	智篆GI	数据咨询总监
代安娜	智篆GI	资深数据分析师

### 视觉设计

短短	智篆GI	高级创意设计
----	------	--------

### 报告共创

本报告由天猫服饰、犀牛智造事业部和Performance Days共同完成。

天猫服饰事业部：斯晨、仙境、知何、晓相、乐孜、云崎、凌萱、旒奥、禾流、赋鸣、柏澄、愉深、幕汐、遥可、秉白、笑叶、空维、牧瑶

犀牛智造事业部：张帅博士、霏白

Performance Days：田恩岗

### 特别鸣谢

特别感谢海澜之家、VCC、小野和子、暴龙、Calvin Klein、蕉下、波司登、UV100、HOII、KENMONT、Cacuss、蕉内、ohsunny等品牌的大力支持（以上品牌排名不分先后）。

### 联系我们

微信公众号



联系邮箱

zzgi@zhizhuan100.com

## 关于我们&免责声明

### 智篆GI

#### 新消费领域数字化增长研究咨询服务机构

智篆GI隶属于杭州智篆文化传播有限公司，专注新消费领域数字化增长研究，以全域数据为驱动，为客户提供行业研究、战略咨询、消费者洞察、全域数字化增长解决方案等专业服务，助力客户商业决策及增长创新。

### 数据来源

《天猫服饰多元场景科学防晒指南》产出报告基于阿里消费数据、消费者调研（样本量N=1,200）、公开资料整理及天猫服饰×犀牛智造等数据与信息来源。

### 数据周期及指标说明

报告整体时间段：MAT2021-MAT2023滚动年，MAT2023=2022/12/01-2023/11/30。具体数据指标请参考各页标注。

### 知识产权声明

本数据报告页面所含的全部内容(包括但不限于文字、数据、图片、图表、标志、标识、商标、商号等)知识产权等权益均归杭州智篆文化传播有限公司(以下简称“我司”)所有。凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得对数据报告部分或全部内容进行复制、转载、公开展示，亦不得截取、重制、修改、改编、或以任何形式提供给第三方使用。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司知识产权等合法权益，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

### 免责条款

本报告所涉及的数据、分析观点及研究结论仅供市场参考，不代表版权或发布方存在任何商业上的承诺或保证。