

专业 / 高效 / 精准

2025/03

# 2025年防晒

## 市场洞察及趋势前瞻

T R E N D I N S I G H T

## 版权声明

---

本报告为「炼丹炉」原创，版权归杭州知衣科技有限公司（以下简称“知衣”）所有。

报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字、图片和数据采集于网络公开信息，所有权为原著者所有，如该部分素材因客观原因未与权利人及时联系上导致不当使用，请相关权利人随时与我们联系。

任何未经知衣授权使用本报告的相关行为，均为不合法的行为，知衣将保留对相关人员追究法律责任的权利。

## 免责声明

---

本报告中行业数据及相关市场预测主要为杭州知衣科技有限公司研究员结合炼丹炉数据系统进行分析所得，仅供参考。

受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点及任何第三方对于本报告各项内容和数据的使用或者引用所导致的任何结果不承担法律责任。

# 目录

## CONTENTS

---

防晒行业发展概况

MARKET OVERVIEW

01

防晒行业细分赛道解读

MARKET INTERPRETATION

02

防晒行业发展趋势

GROWING TREND

03

01

# 防晒市场发展概况

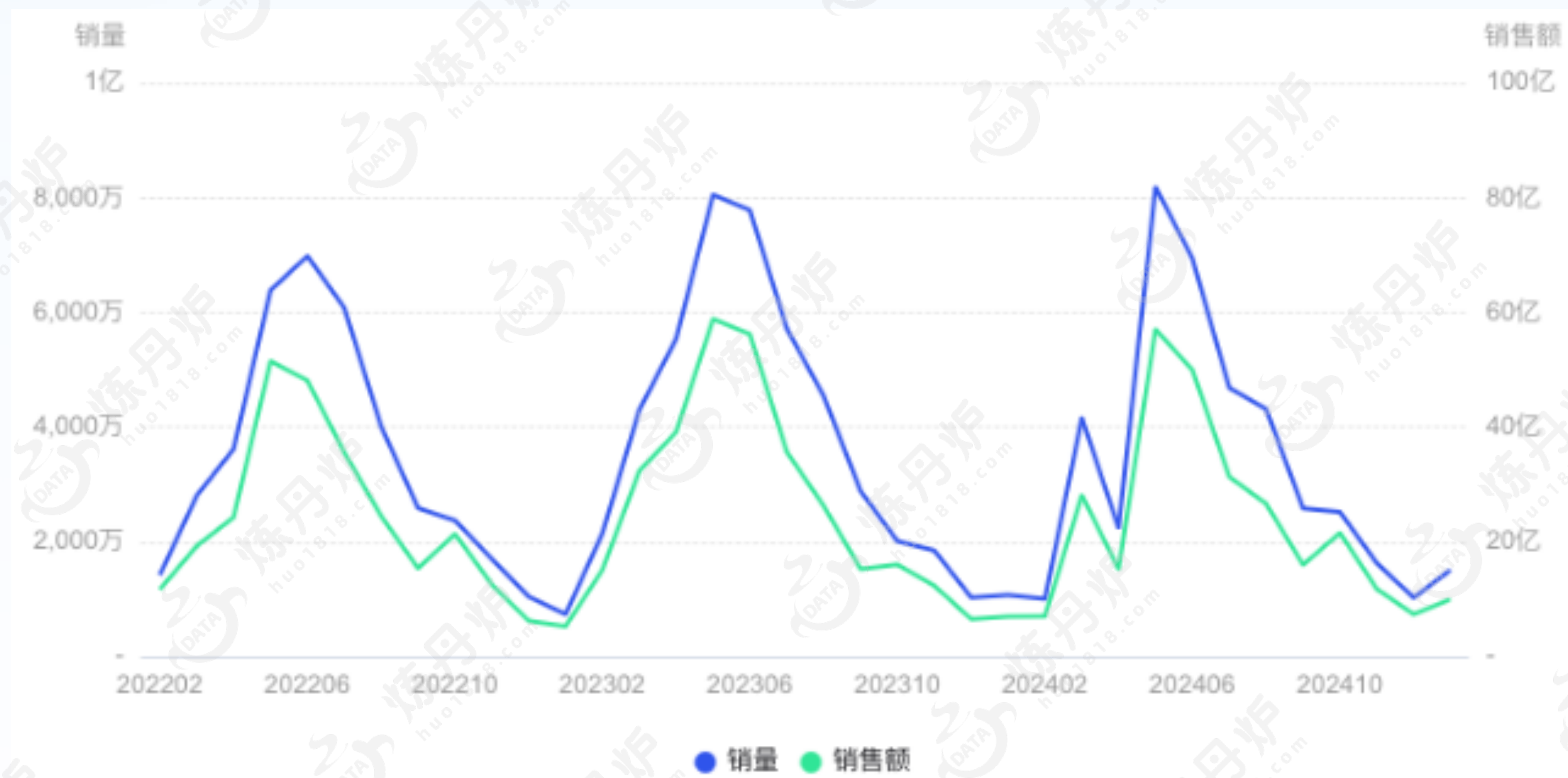
---

INDUSTRY OVERVIEW

# 防晒市场季节性需求稳定，防晒品类社媒热度高

防晒产品在淘系平台的销量和销售额均呈现出周期性的波动，且在每年的特定时段达到高峰，这与夏季户外活动增多和紫外线辐射增强的季节特点密切相关。同时，防晒品类在社媒平台的讨论及搜索量保持了高速增长，显示出市场对防晒产品的强烈需求和消费者对防晒效果的高度重视。

### 防晒市场淘系平台销售趋势



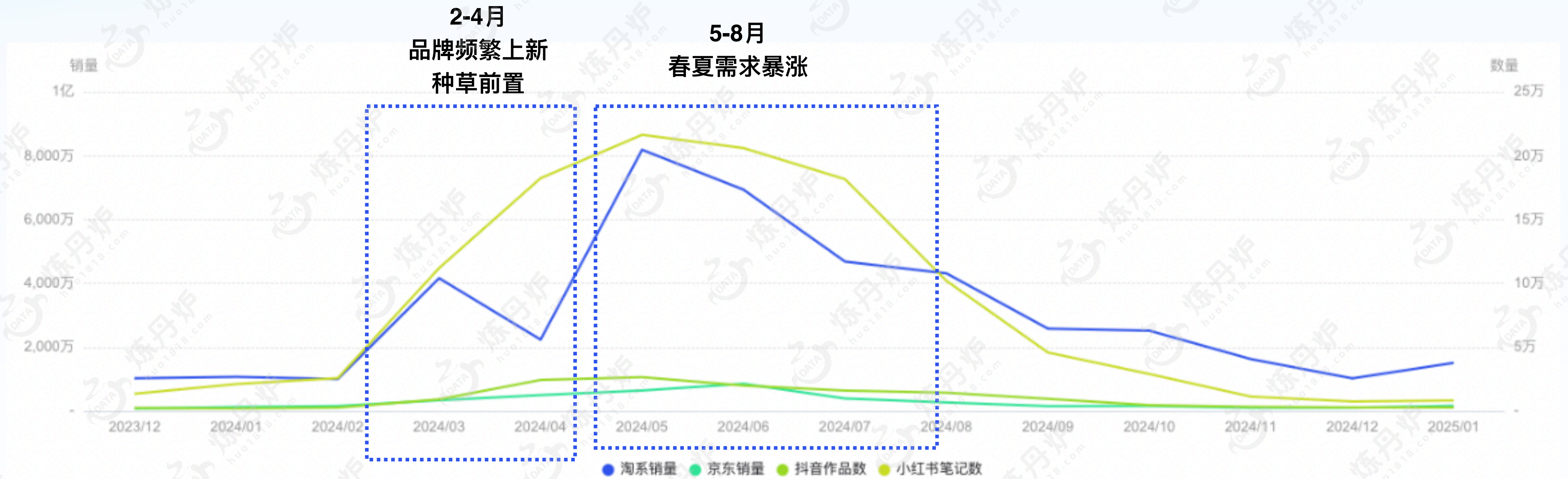
### 小红书平台防晒搜索词条及笔记数



# 防晒品牌上新及种草前置，在季节性需求高峰之前抢占市场份额

根据防晒市场社媒讨论热度及销售趋势图，防晒品牌通常在2月至4月期间频繁上新，这一时期被视作种草前置的关键时期，品牌通过提前布局以抓住市场先机。随着春夏季节的来临，5月至8月期间防晒产品的需求出现暴涨，这一趋势在图中以销量的显著上升和社媒讨论热度的增加为标志。这种策略有助于品牌在竞争激烈的市场中占据有利位置，实现销售增长。

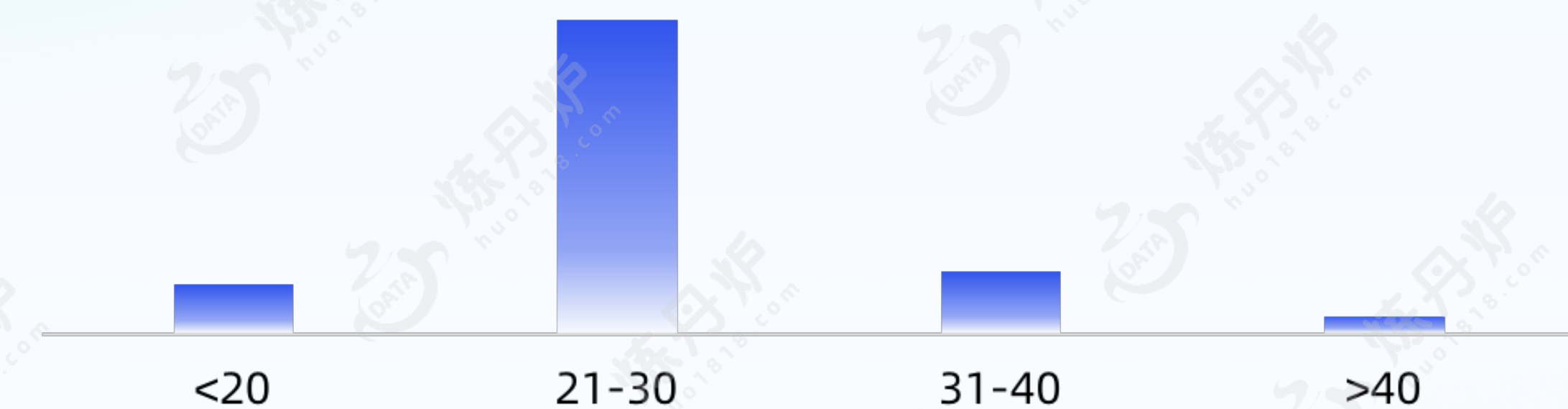
防晒市场社媒讨论热度及销售趋势



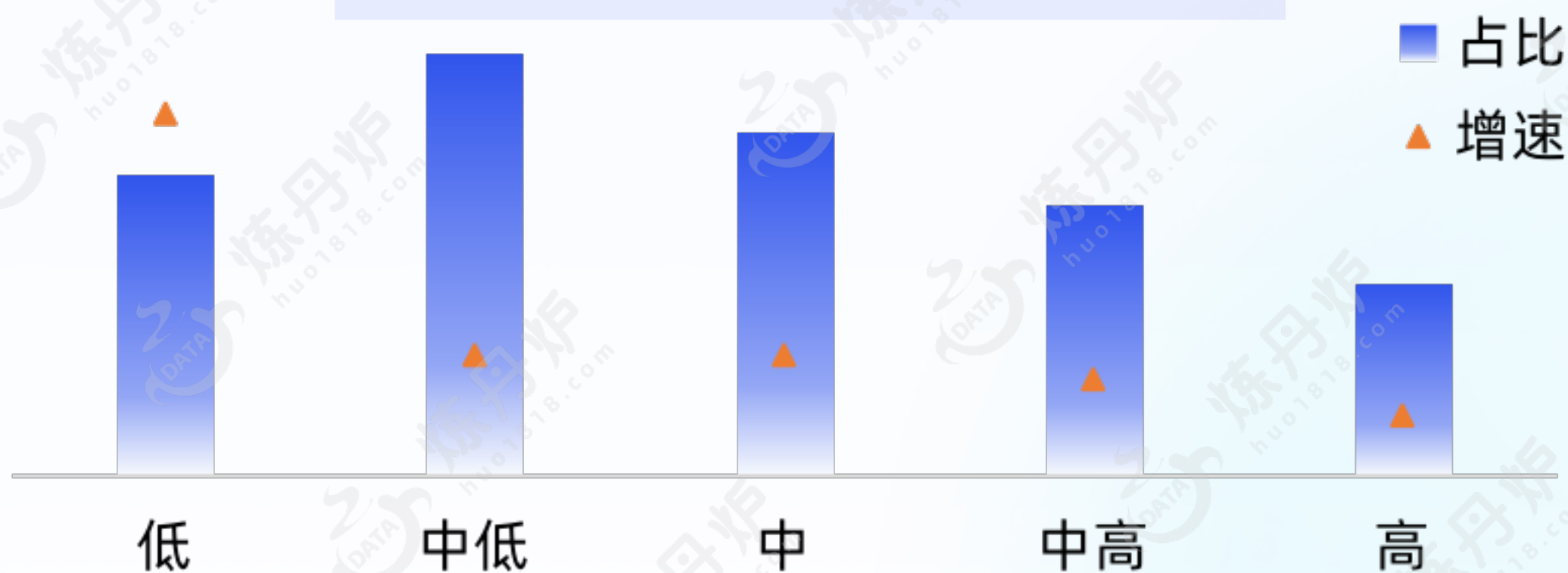
# 低收入人群防晒市场增速高，学生党、精致男性或是未来潜力人群

年龄分布中，21-30岁消费者占比最高，表明年轻人更注重防晒。消费水平分布显示中等消费水平的消费者最多，而低收入人群市场增速高，为高性价比防晒产品提供了市场机会增量。在典型人群中，核心消费者群体包括学生党和都市白领，他们位于消费能力和增速的中心区域，显示出较强的购买力。潜力人群如精致男士和小镇青年，尽管消费能力较低，但增速较高，显示出市场增长的潜力。

### 防晒市场人群年龄分布



### 防晒市场人群消费水平分布



### 防晒市场典型人群矩阵



(注：气泡大小代表人群规模)

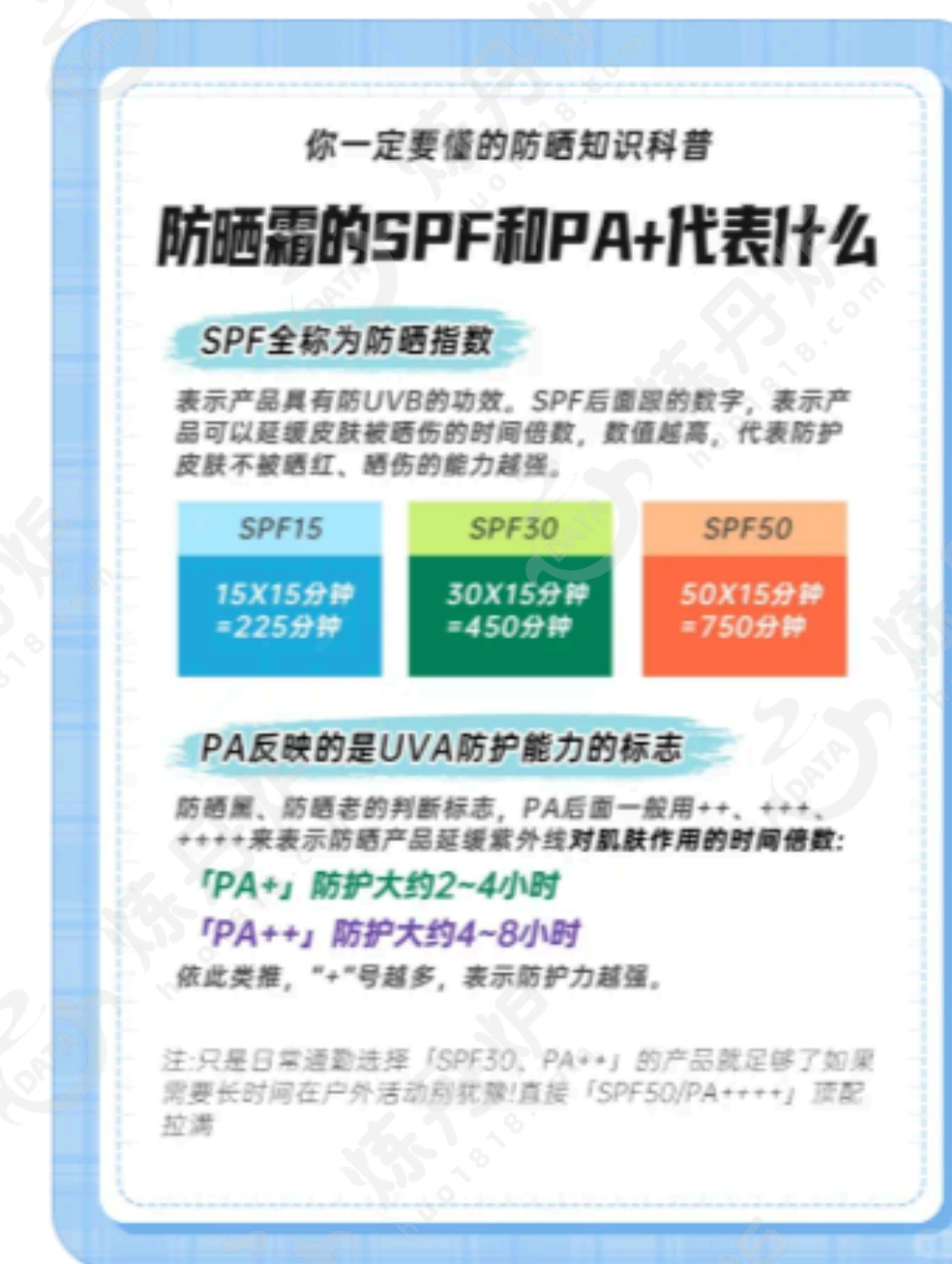
# 市场教育普及，消费者越来越关注各类防晒指标

随着市场教育的普及和消费者意识的提高，人们越来越关注防晒产品上的各类防晒指标，如SPF值和PA等级。SPF值反映的是产品对UVB的防护能力，数值越高，防晒效果越好；而PA等级则表示对UVA的防护力，“+”号越多，表示防护力越强。这种趋势不仅推动了防晒产品的技术进步和市场细分，也促进了相关科普知识的传播。

## 紫外线波长分类

项目	UVB	短波/长波 UVA	超长波 UVA
防护	SPF值（防晒系数），数值越高，UVB防护力越强	PA值，看“+”号，“+”越多，UVA防护力越强	PA值，看“+”号，“+”越多，UVA防护力越强
波长	波长较短 (290~320nm)	波长较长 (320~370nm)	波长超长 (370~400nm)
穿透力	穿透力弱，可到达皮肤表皮层；夏季和午后强烈	穿透力强，甚至可以穿过玻璃，可到达皮肤真皮层；一年四季存在	穿透力强，甚至可以穿过玻璃，可到达皮肤真皮层；一年四季存在
伤害度	在短时间内就能让皮肤变红不适，严重时会导致晒伤、脱皮	直达真皮层，刺激黑色素细胞“放黑料”；会导致皮肤变黑、产生皱纹和幼纹、加速松弛衰老	强力穿透皮肤表皮，造成深层皮肤损伤，皮肤老化，诱发皮肤癌

## 社媒平台防晒指标科普



# 当代国人软硬兼施，360°无死角防晒，市场多样化发展

在软防晒方面，化学防晒、物理防晒、混合型防晒等不同类型防晒产品满足了消费者对肌肤保护的个性化需求，如防晒气垫、防晒隔离乳和防晒粉底等，为消费者提供了便捷的防晒解决方案。而在硬防晒领域，帽子、遮阳伞、太阳镜等物理防护产品因其高效的防护效果，成为防晒市场的热门选择。这种全方位的防晒理念不仅体现了消费者对肌肤健康的重视，也促进了防晒产品创新和市场的细分。



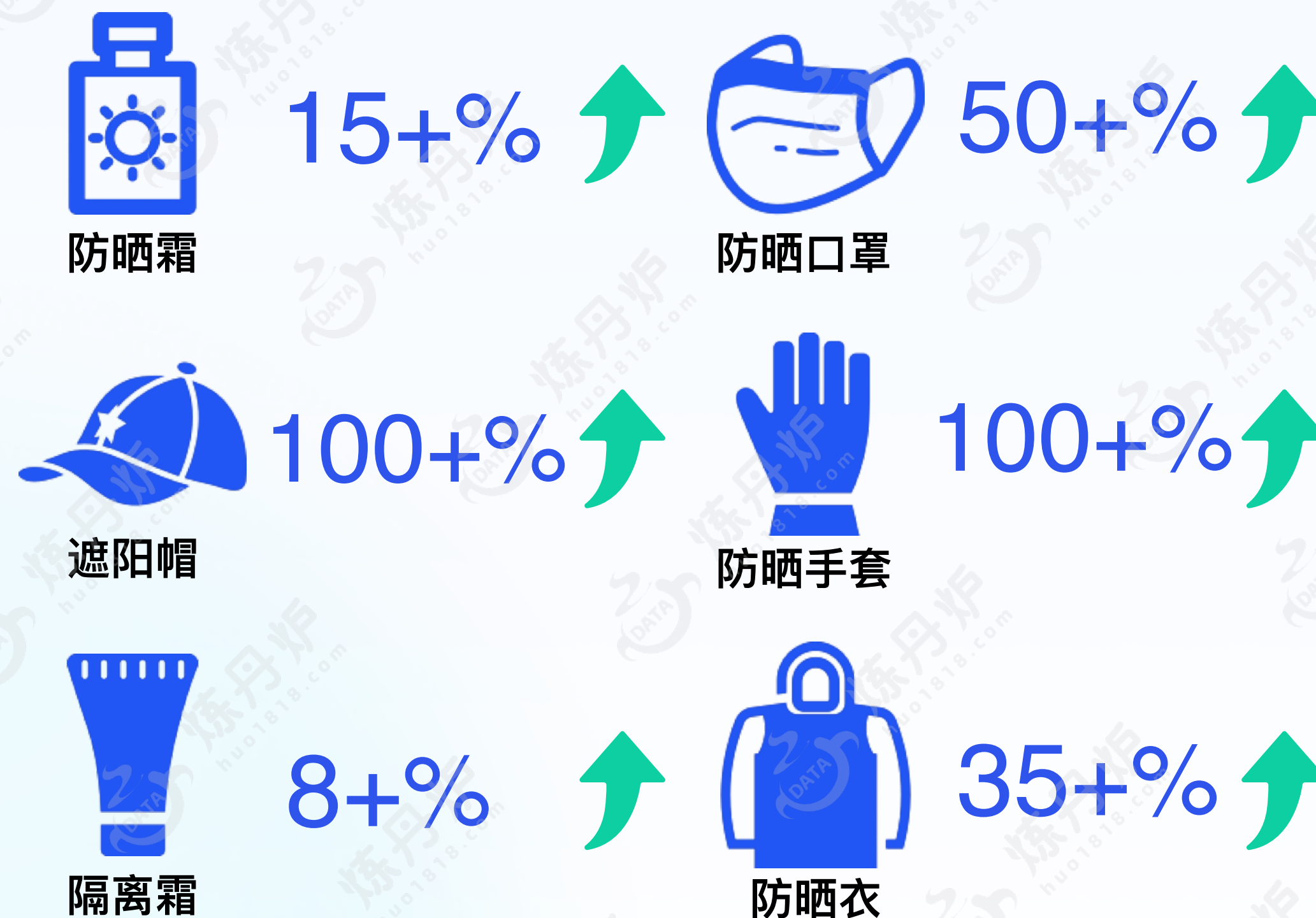
# 防晒需求日益多样化与细分化，各类细分产品不断涌现

防晒产品已经渗透到多个行业中，同时2024年防晒类目销量同比增速显著上升。这表明防晒产品的需求正变得日益多样化和细分化。随着消费者对防晒产品的需求越来越精细化，针对不同肤质、不同场景、不同需求的细分产品不断涌现，预示着防晒产业将迎来更广阔的发展空间。

2025年1月防晒概念行业分布



2024年防晒类目销量同比增速



02

# 防晒市场细分赛道解读

---

TRENDING SECTORS

# 02.1

## 细分赛道-防晒霜

---

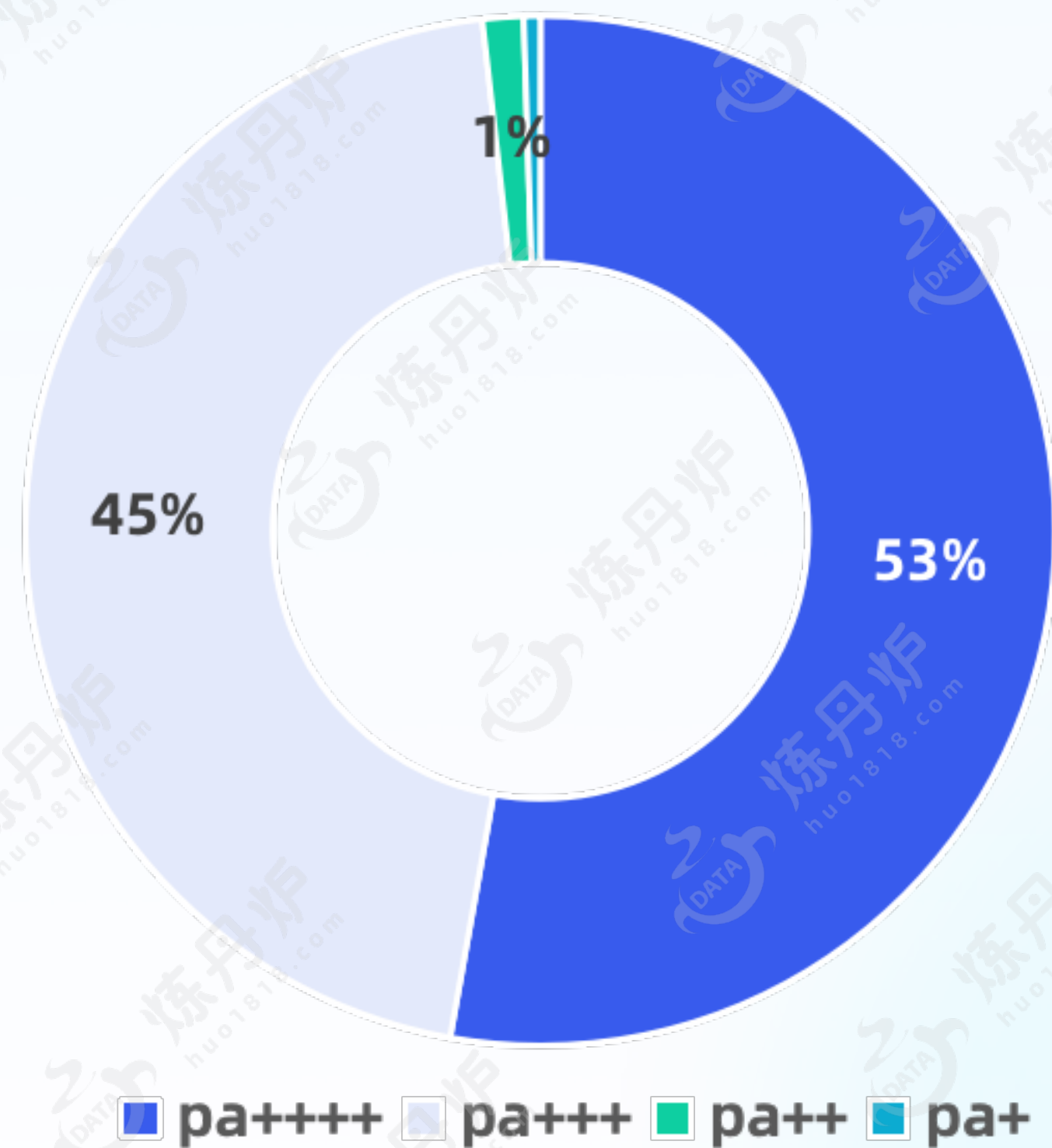
TRENDING SECTORS



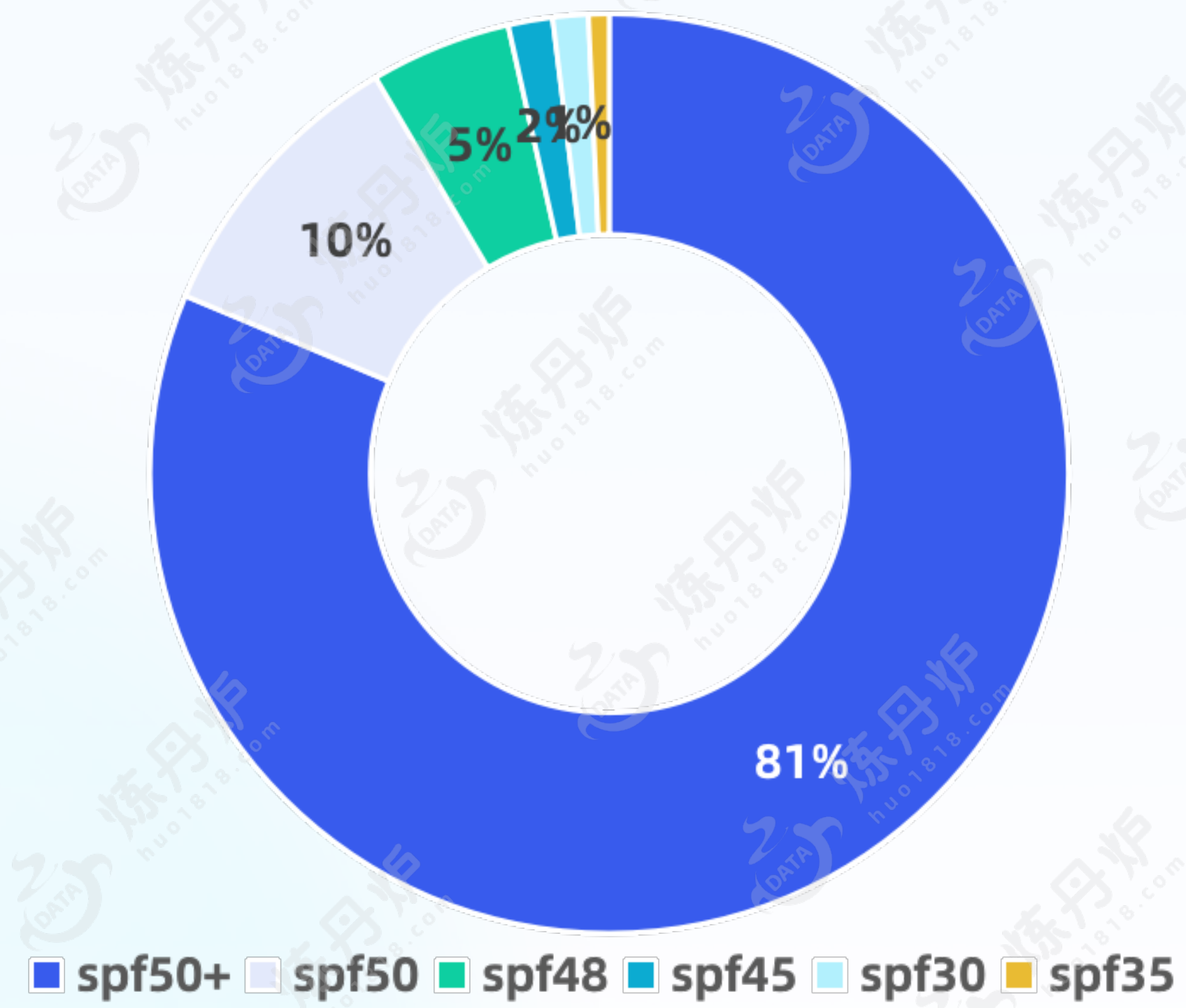
# 高倍防晒已是主流，防晒认知持续升级

根据2024年防晒产品的PA值和SPF值属性分布图，我们可以看到高倍防晒产品已经成为市场的主流。在PA值分布中，PA++++占据了53%；同样，在SPF值分布中，SPF50+的产品占据了79%的市场份额，远超过其他SPF值的产品，这进一步证实了消费者对于高倍数防晒产品的青睐。这些数据表明，随着消费者对防晒重要性的认知不断升级，他们更倾向于选择能够提供更强防护效果的产品。

2024年防晒PA值属性分布



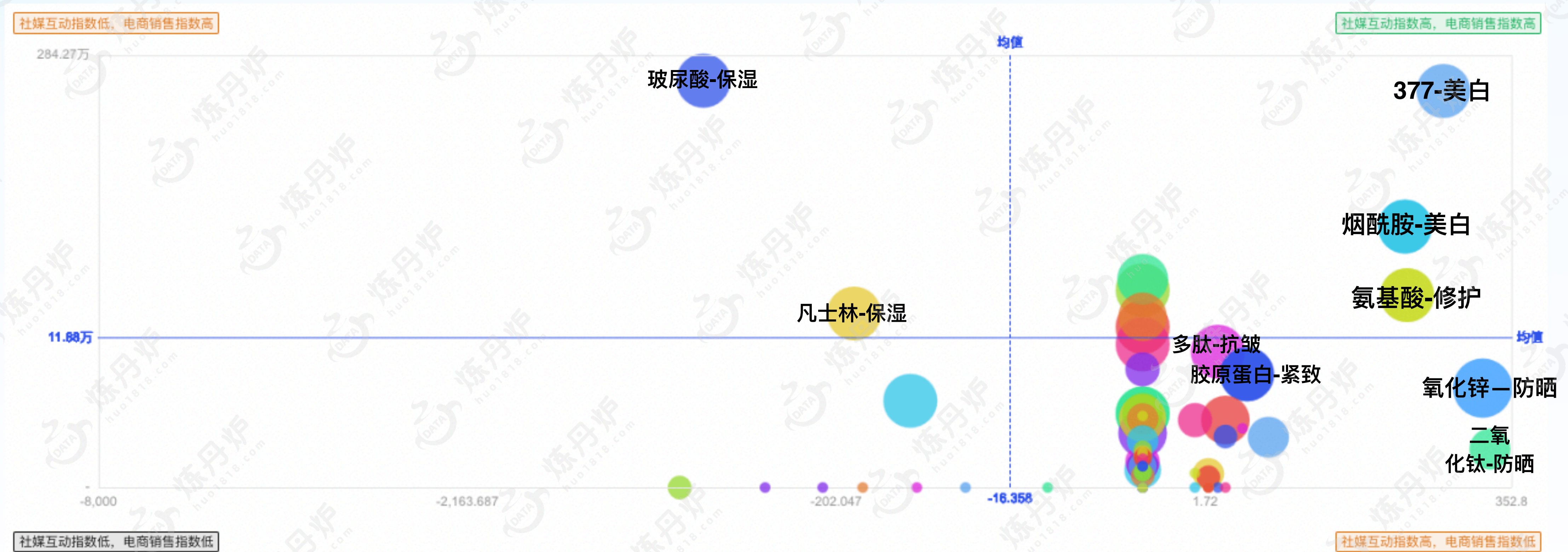
2024年防晒SPF值属性分布



# 附加功效受到青睐，防晒成分复配多效合一

在当下的防晒市场中，消费者不再仅仅满足于单一的防晒功能，附加功效正受到广泛青睐。从防晒品类成分标签趋势矩阵图来看，像具有美白功效的 377、烟酰胺，具备保湿作用的玻尿酸、凡士林，以及能抗皱紧致得多肽、胶原蛋白等成分，在社媒互动和电商销售方面都有不错的表现。品牌也顺应这一趋势，打造出多效合一的防晒产品，满足消费者多元化的护肤需求。

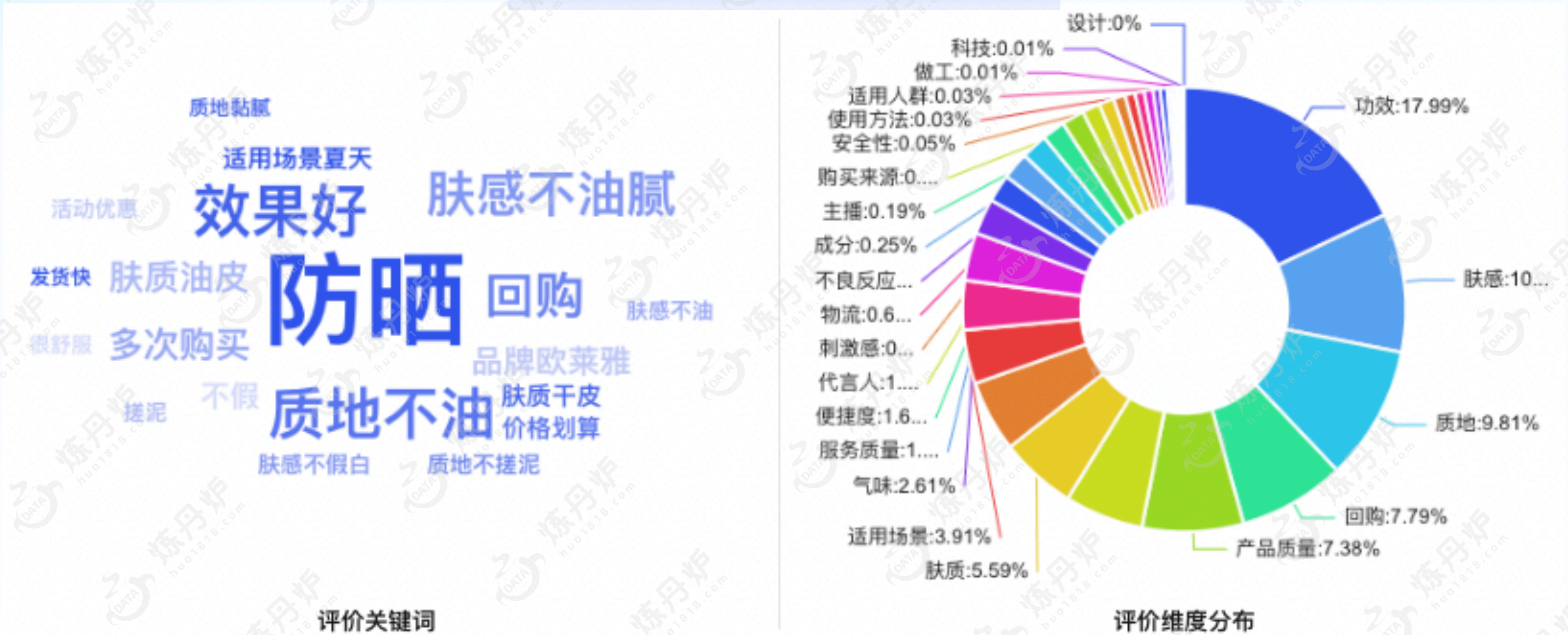
防晒品类成分标签趋势矩阵



# 核心功效以外，消费者重视防晒产品肤感与质地

消费者对防晒产品的评价显示，除了核心功效，肤感和质地也是重要考量因素。关键词如“肤感不油腻”和“质地不搓泥”表明，用户偏好舒适、不粘腻的防晒体验。评价维度分布进一步证实，质地和肤感是仅次于功效的主要关注点。这提示品牌在产品开发时，应兼顾防晒效果与使用感受，以满足市场需求。

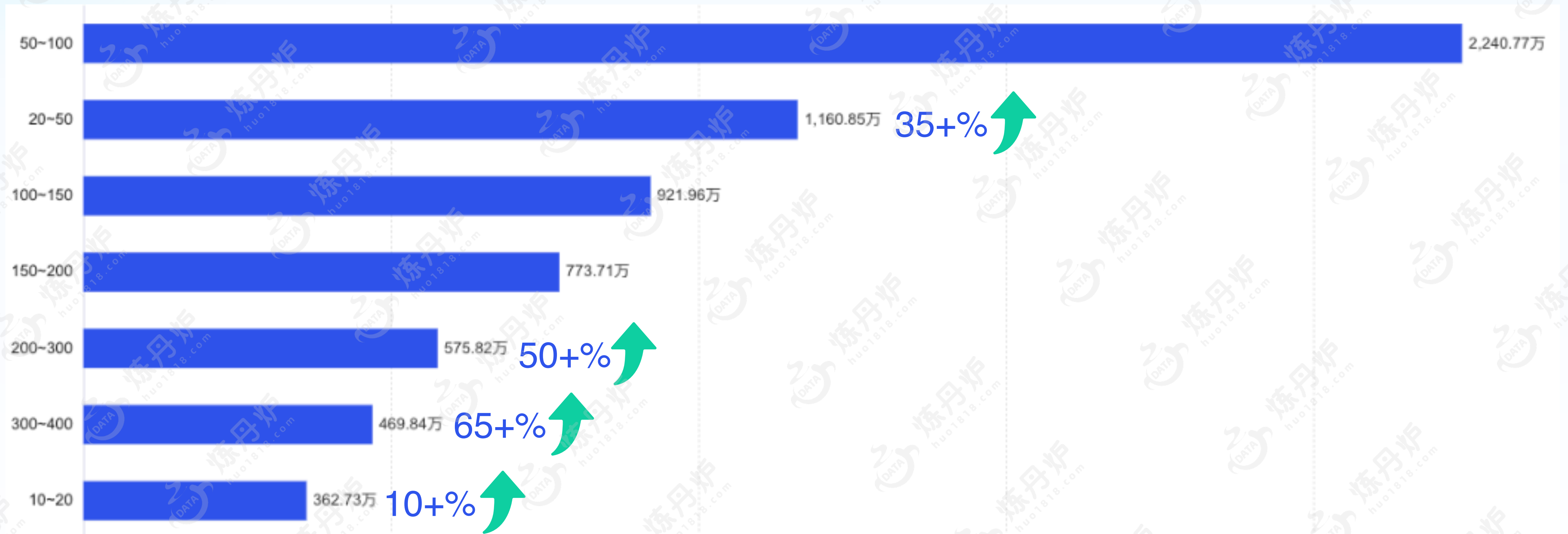
防晒产品消费者评价分布



# 防晒价格带分布广，经济型及高端防晒产品增长潜力明显

防晒产品的价格带分布非常广泛，涵盖了从10-20元到300-400元的多个价格区间。其中，50-100元的价格区间销量最高，显示出经济型防晒产品在市场上的巨大需求。同时，20-50元和100-150元的价格区间也表现出强劲的增长势头，分别实现了35%和50%以上的增长。此外，300-400元的高端防晒产品也显示出65%以上的增长潜力，表明消费者对高品质防晒产品的需求正在增加。总体来看，防晒产品在经济型和高端市场都展现出显著的增长潜力。

2024年防晒品类价格带销量分布



2024年防晒品类品牌排名

排名	品牌	排名	品牌
1	mistine/蜜丝婷	11	
2	anessa/安热沙 ↑	12	
3	lancome/兰蔻	13	
4	l'oreal /欧莱雅 ↑	14	
5	winona/薇诺娜	15	
6	shiseido/资生堂 ↑	16	
7	skinceuticals/修丽可 ↑	17	
8	cosme decorte/黛珂 ↑	18	
9	laroche posay/理肤泉 ↑	19	
10	proya/珀莱雅 ↑	20	

扫描二维码查看  
完整热销品牌排名



# 科技赋能与丰富产品布局下，欧莱雅防晒销售增长

从市场表现来看，欧莱雅集团整体线上渠道销售额呈增长态势，旗下防晒产品贡献显著。欧莱雅防晒品类的成功离不开强大的科技支撑。其专利麦色滤（Mexoryl）防晒科技广泛应用于诸多产品中，这一科技稳定性佳，不易刺激皮肤，为防晒效果提供了坚实保障。在产品布局上，欧莱雅针对不同肤质、场景与需求，构建了丰富的产品线。



## 巴黎欧莱雅

欧莱雅作为全球知名的美妆巨头，在防晒品类领域凭借深厚的科研底蕴与多元的品牌策略，占据着重要市场地位。

### 欧莱雅品牌防晒品类销售趋势



### 欧莱雅品牌部分防晒产品

产品名称	排名	产品图	防晒指数	PA值	宣传点
欧莱雅小金管防晒隔离霜面部身体	小金管防晒		SPF50+	PA++++	通勤 清爽好上妆 专利麦色滤科技
欧莱雅防晒霜柔紫新多重防护隔离露	柔紫防晒		SPF50	PA++++	均肤提亮 美颜防晒
欧莱雅大海王者防晒霜面部防水轻薄	大海王者防晒		SPF50+	PA++++	防水防摩擦 透气不闷痘
欧莱雅小光圈防晒喷雾保湿隔离	小光圈防晒喷雾		SPF42	PA++++	一喷成膜 补喷不花妆
欧莱雅金致臻颜奢养粉妍防晒乳	金致防晒		SPF35	PA+++	美白抗光老 防护二合一

# 02.2

## 细分赛道-防晒服

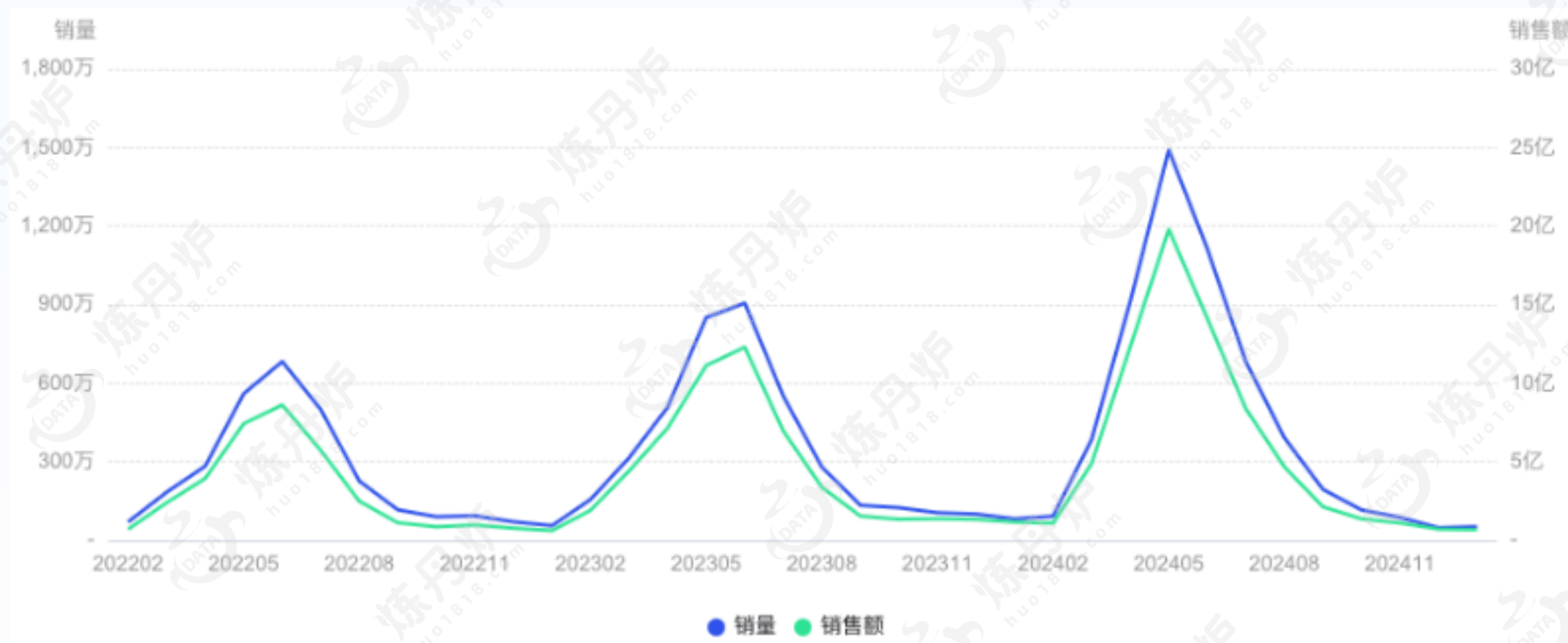
---

TRENDING SECTORS

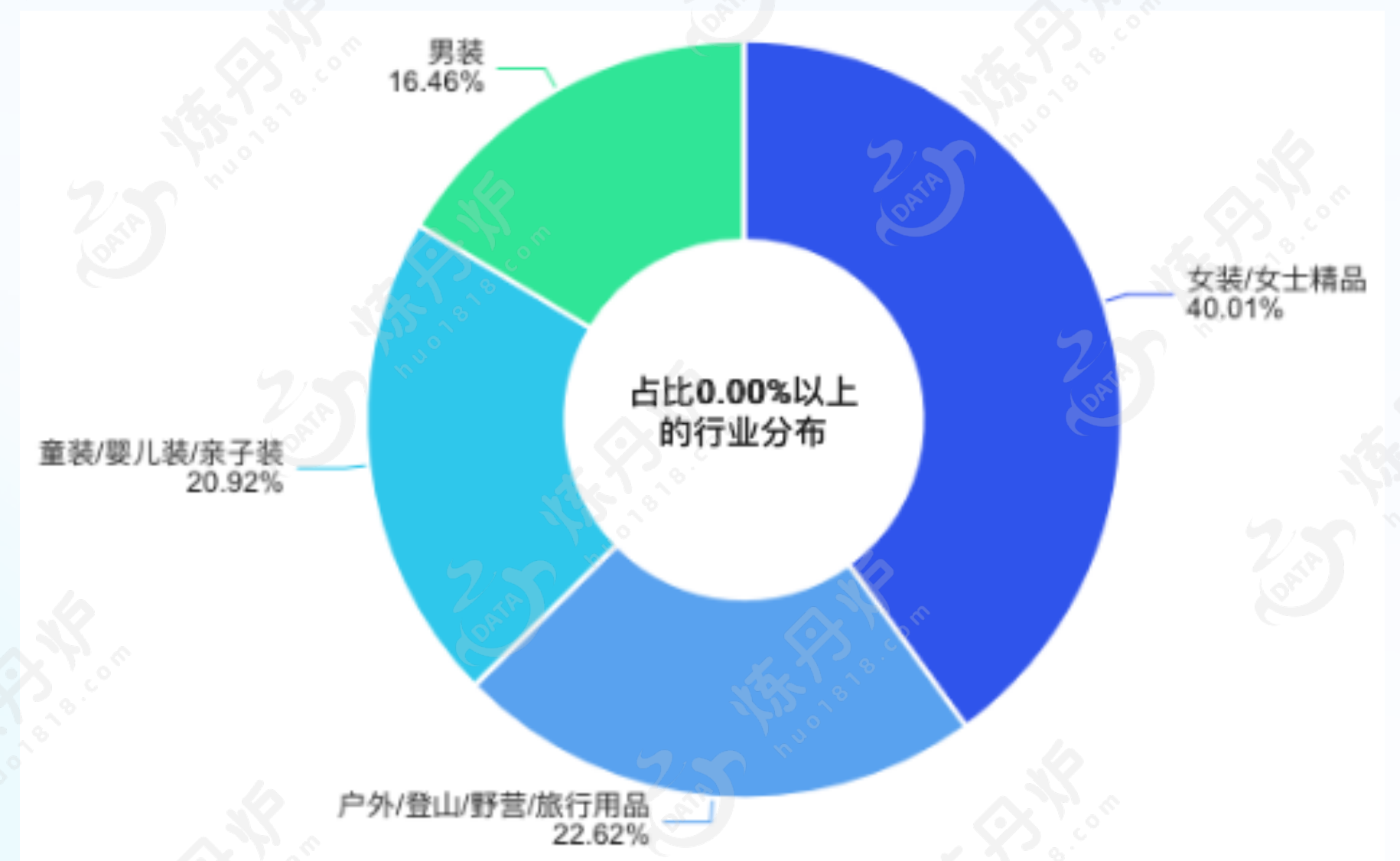
# 防晒服市场需求逐年增加，行业分布相对均衡

从销售趋势图来看，销量和销售额在2023年和2024年出现了显著的增长高峰，尤其是在2024年5月，销量和销售额达到了最高点。在行业分布方面，女装占据了最大的市场份额，达到40.01%，其次是户外占比22.62%，以及童装、男装。这些数据表明，防晒服行业分布相对均衡，各个细分市场都有一定的需求和发展空间，为相关企业提供了多样化的市场机会。

### 防晒服市场线上销售趋势



### 2025年1月防晒服行业分布

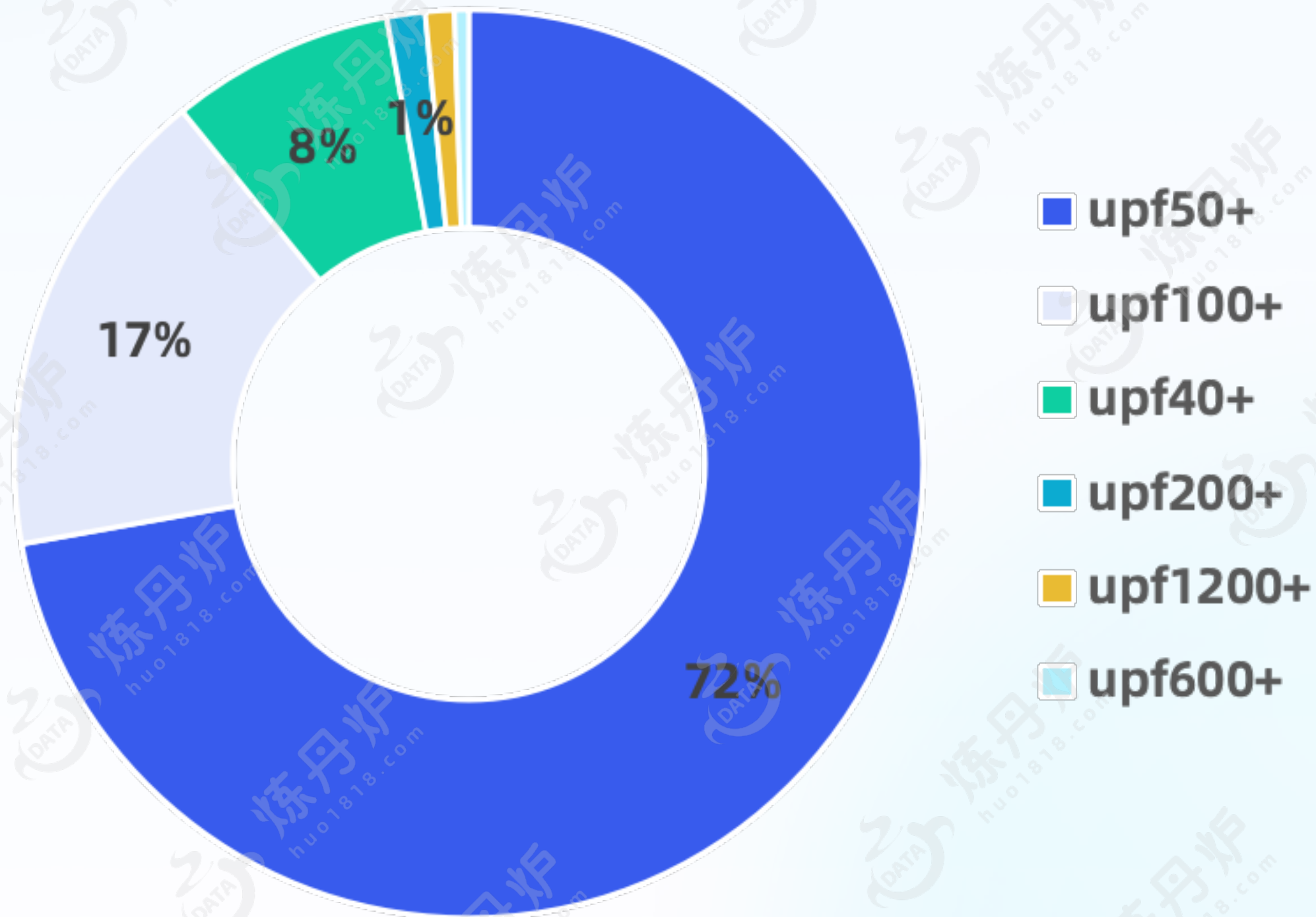


注：防晒服市场涵盖女装-时尚防晒服、男装-时尚防晒服、童装-儿童防晒衣、户外-防晒衣行业

# 防晒服防护系数朝着高UPF值发展，主要卖点集中于面料与款式

数据显示，UPF50+防晒服占市场主导地位，达72%，表明消费者偏好高防护系数产品。UPF100+占17%，而UPF200+和UPF600+分别占1%和0.7%，显示高端市场的存在。同时，防晒服功能、卖点趋向多样化，除防紫外线外，面料的透气、速干、超轻等功能也受关注；修身、显瘦、宽松款式是主要卖点。这显示消费者不仅重视防晒效果，也注重舒适度和款式时尚度。

2024年防晒服紫外线防护系数属性分布



2024年防晒服市场热销卖点

<b>防紫外线</b> 销售额14.4亿	<b>夏季</b> 销售额6.8亿	<b>原纱</b> 销售额4.0亿	<b>修身</b> 销售额3.3亿
			<b>显瘦</b> 销售额2.8亿
	<b>连帽</b> 销售额5.1亿	<b>轻薄</b> 销售额3.6亿	<b>遮阳</b> 销售额2.6亿
<b>户外</b> 销售额8.5亿	<b>薄款</b> 销售额4.5亿	<b>冰丝</b> 销售额3.5亿	<b>宽松</b> 销售额2.5亿

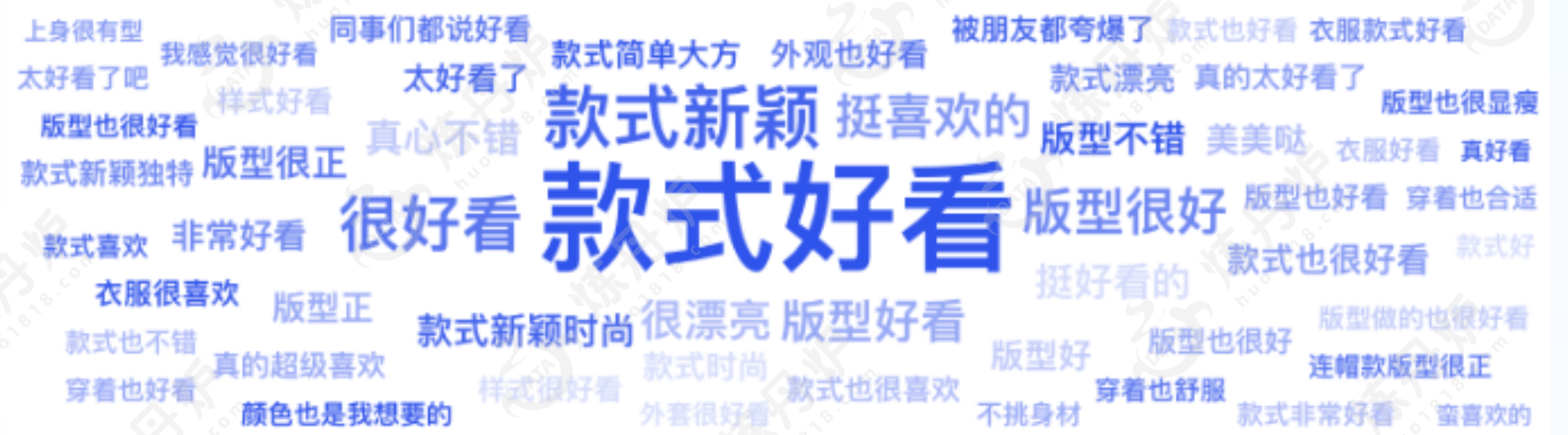
# 消费者在选择防晒服时，寻求功能、时尚与价格的平衡

防晒服的品质质量是消费者最关注的方面，消费者在选择防晒服时非常重视产品的耐用性和可靠性；款式版型和面料材质也是消费者关注的重点，这反映了消费者对时尚设计和穿着舒适度的偏好。总体来看，消费者对防晒服的评论集中在品质、设计、功能性和性价比上，这些因素共同决定了消费者的购买决策。

### 防晒服消费者声量维度分布



### “款式版型”声量维度词云



### “面料材质”声量维度词云



# 2025年防晒服图案、廓形、细节及面料均有时尚创新趋势

根据前沿分析的整体情况，将防晒服饰进行细节分析，从他们的细节、面料、图案、色彩搭配等趋势关键点多角度进行分析举例。

## 关键图案

### 多元图案



## 关键廓形

### 贴身造型



### 套头廓形



### 褶皱抽绳



### 局部重叠



## 关键细节

### 收腰细节



### 拼接款式



## 关键面料

### 光泽面料



### 磨砂透明



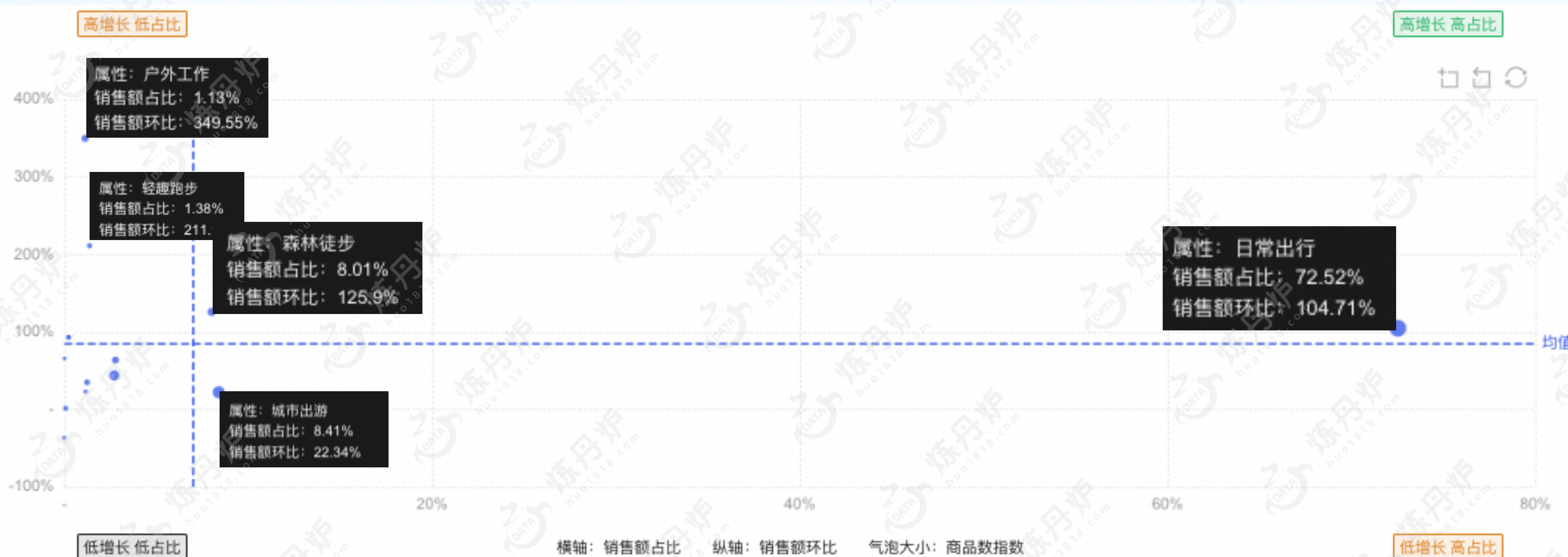
### 微肌理



# 防晒服的使用场景偏好从单一的日常出行扩展到更多户外活动

日常出行场景下防晒服的市场需求强劲且增长迅速。此外，森林徒步虽然目前市场份额较小，但增长潜力巨大，可能是未来的一个新兴市场。户外工作和轻趣跑步的销售额环比增长也分别达到349.55%和211%，消费者对这些特定活动下防晒需求的快速增长。总体来看，消费者对防晒服的使用场景偏好正从单一的日常出行扩展到更多户外活动，显示出防晒服市场的多元化发展趋势。

2025年1月防晒服适用场景红蓝海分布



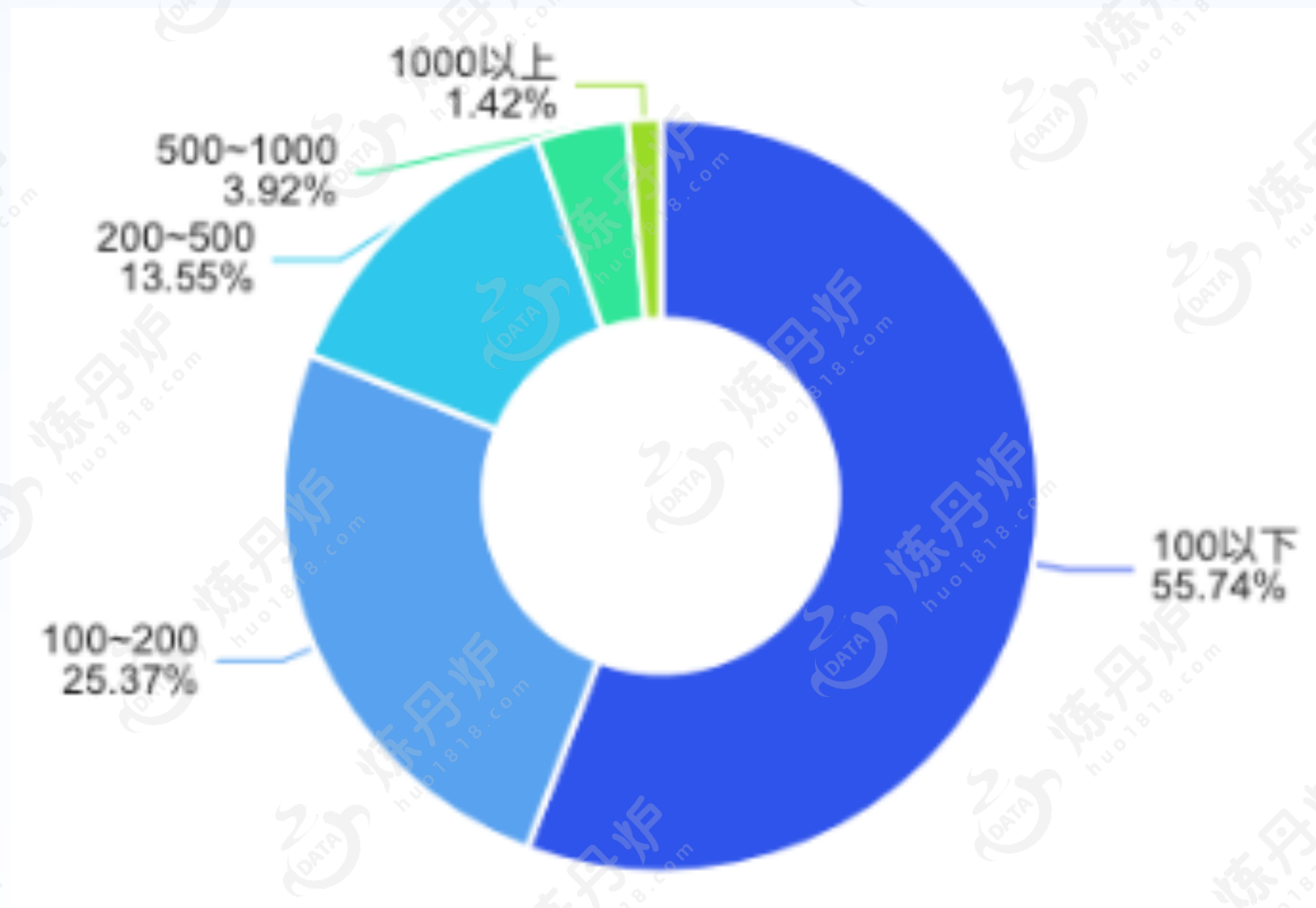
# 防晒服价格带集中在0-200元经济型商品，户外品类高价格带商品占比高



防晒服市场的价格带主要集中在0-200元区间，其中100元以下的商品占比55.74%，100-200元的商品占比25.37%，合计超过80%，显示出消费者对经济型防晒服有较高的偏好。然而，户外防晒服品类在高价格带（500元以上）的商品占比较高，这可能与户外防晒服需要更专业的材质和技术有关，消费者愿意为高质量的户外防晒服支付更高的价格。这一趋势表明，尽管经济型商品在市场上占据主导地位，但对于特定用途的防晒服，消费者仍然有较强的支付意愿。

2025年1月防晒服商品价格带销量分布

2025年1月防晒服品类价格带销量分布



品类	100以下	100~200	200~500	500~1000	1000以上
女装/女士精品	54.92%	41.86%	48.20%	59.97%	52.40%
男装	34.88%	40.96%	21.87%	24.78%	32.71%
户外/登山/野营/旅行用品	4.53%	8.40%	25.75%	13.41%	14.87%
童装/婴儿装/亲子装	5.67%	8.79%	4.18%	1.84%	0.01%

# 防晒服市场竞争格局呈现国内外品牌并存、户外与服装品牌竞争的局面

2024年防晒品类品牌排名

排名	品牌	排名	品牌
1	蕉下	11	
2	bananain/蕉内	12	
3	kazukoin/小野和子	13	
4	camel/骆驼	14	
5	sin sin	15	
6	茉寻	16	
7	觅橘	17	
8	uniqlo/优衣库	18	
9	bosideng/波司登	19	
10	ohsunny	20	

扫描二维码查看  
完整热销品牌排名



# 茉寻防晒衣以冰钛硬科技为核心卖点，结合科技、时尚和实用性

茉寻防晒衣产品以冰钛硬科技为核心卖点，强调科技感和实用性。消费者对茉寻防晒衣的评价集中在面料冰凉、上身舒适、款式时尚等方面，这些正面反馈有助于提升品牌形象和消费者忠诚度。茉寻通过提供高性价比的产品，成功吸引了大量寻求实惠且品质优良的防晒衣的消费者，其产品定位清晰，结合了科技、时尚和实用性，有助于在竞争激烈的防晒衣市场中占据一席之地。



商品名称：【徐璐同款】茉寻冰钛科技防晒衣女2024新款夏季防晒服原纱开创者

品牌：茉寻

参考折扣价格：¥209/件

类目：女装/女士精品>时尚防晒服

主UVA（长波紫外线）透过率：小于5%

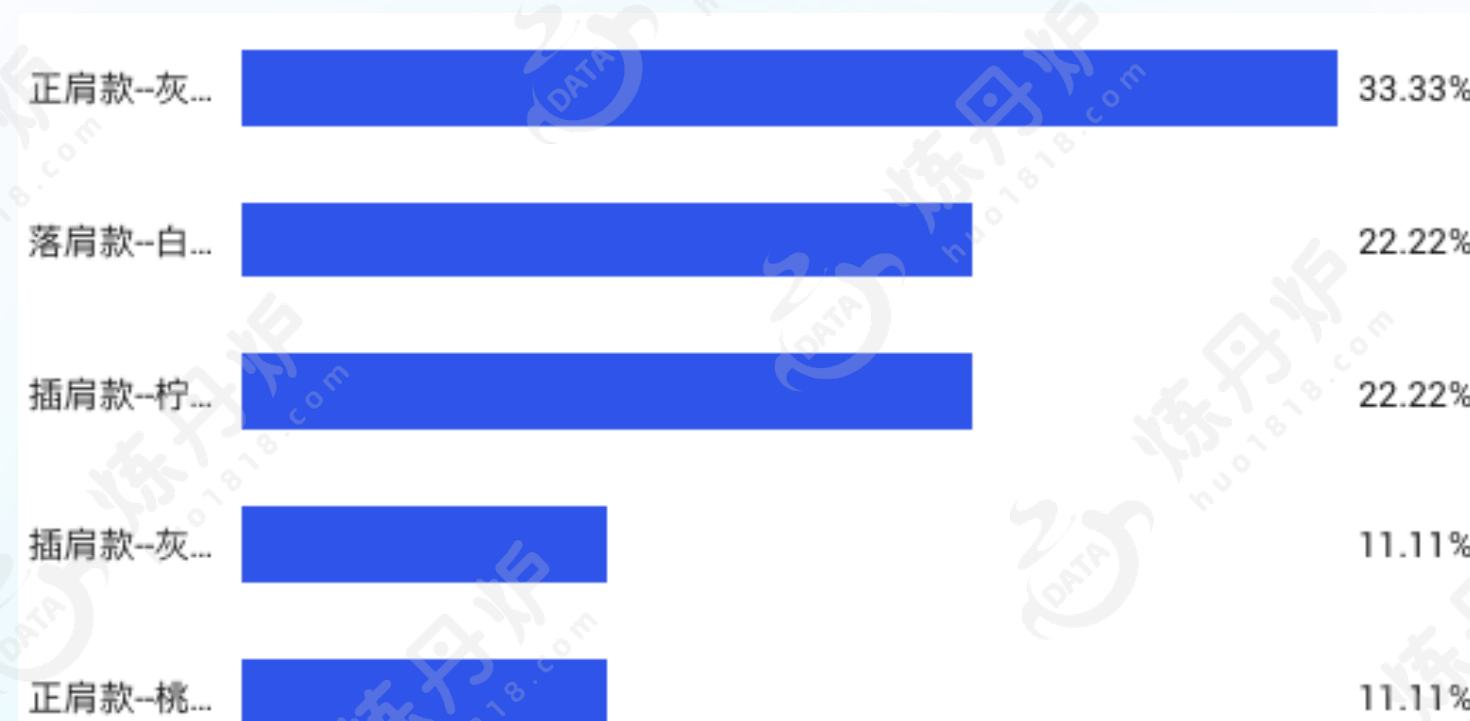
紫外线防护系数：upf50+

核心卖点：冰钛硬科技、款式时尚、高性价比

### 茉寻防晒衣线上销售趋势



### 茉寻防晒衣SKU分布



### 茉寻防晒衣消费者评价词云



02.3

# 细分赛道-防晒服配

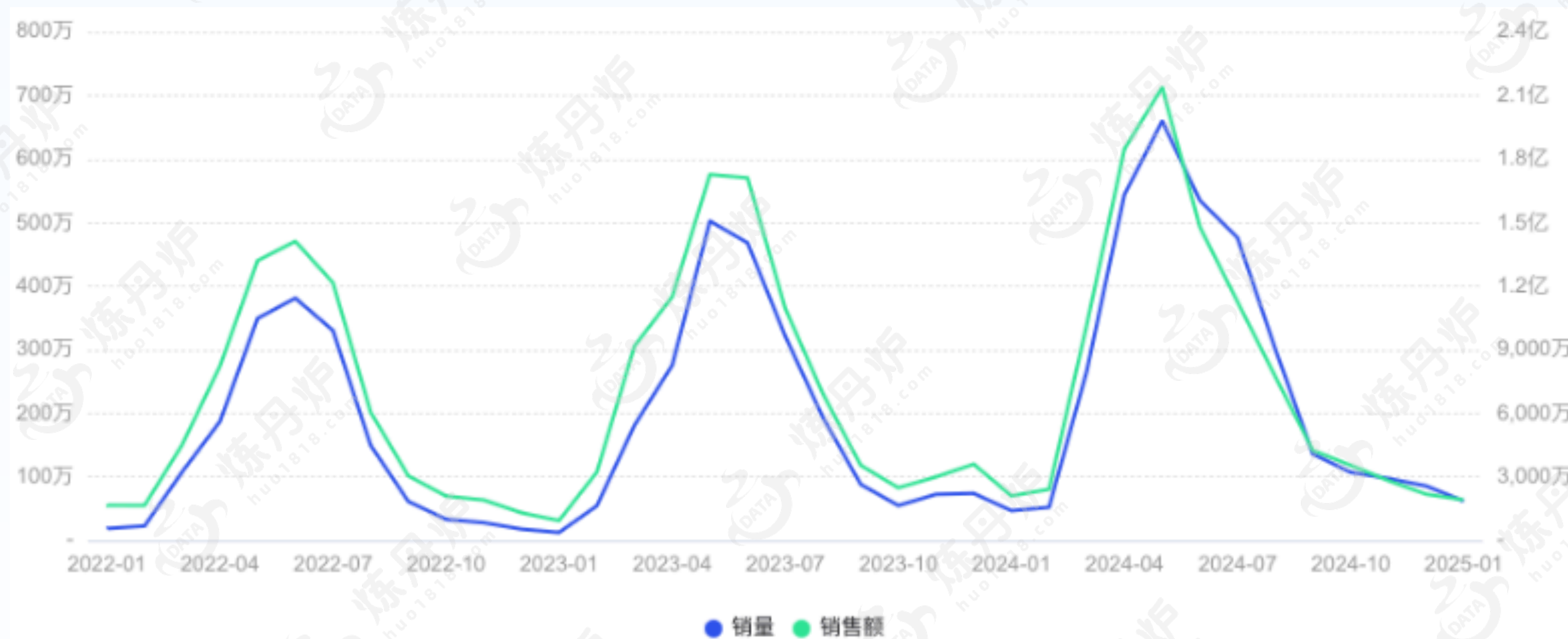
---

TRENDING SECTORS

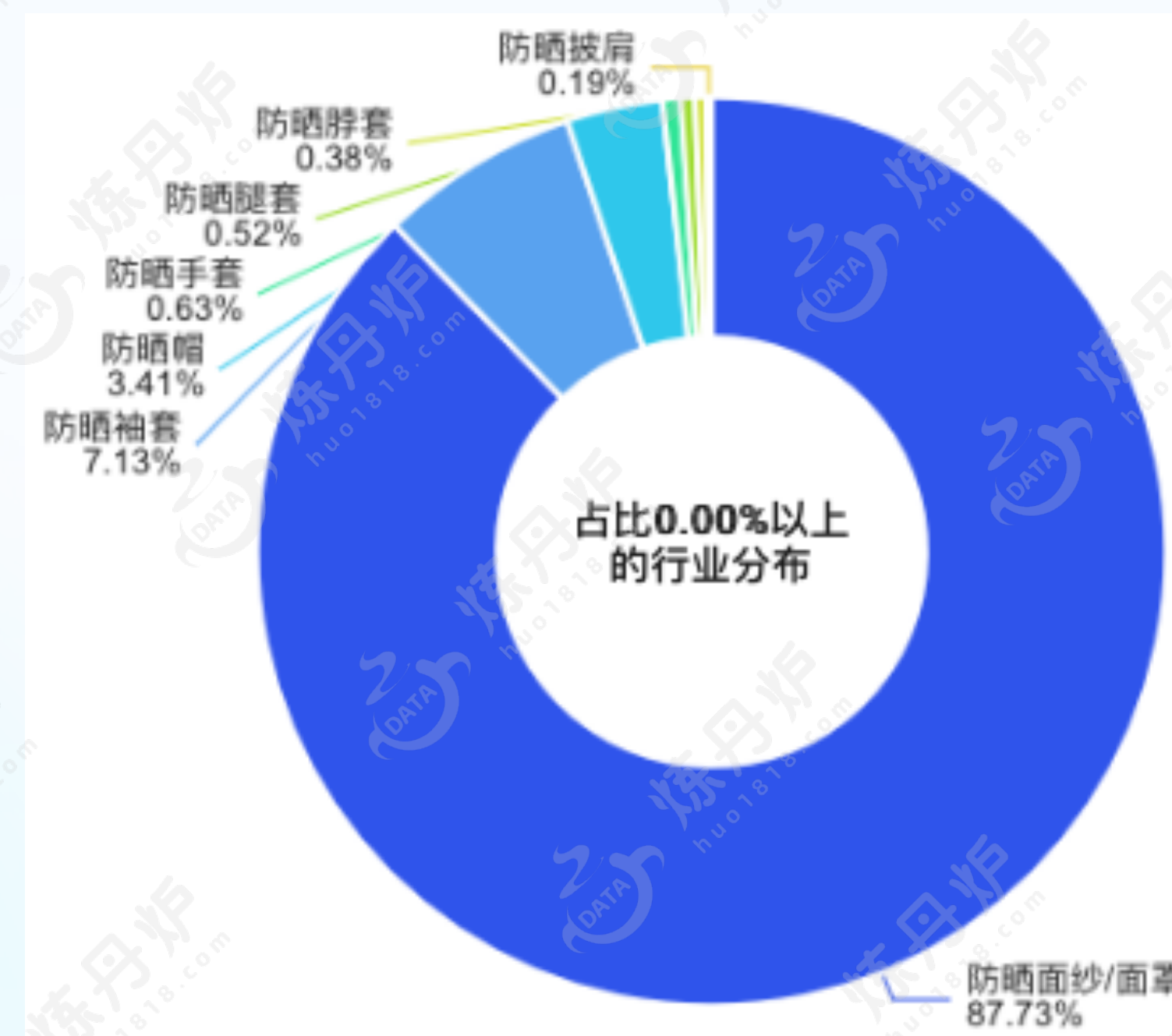
# 防晒服配市场保持增长态势，消费者偏好面纱/面罩类产品

防晒服配市场近年来保持增长态势，预计2026年GMV将达958亿元。消费者对防晒服配的需求呈现多样化，但特别偏好面纱/面罩类产品，该类别在2025年1月的防晒服配行业品类分布中占据了87.73%的市场份额。这一趋势反映了消费者对全面防护的重视，以及对时尚和功能性结合产品的追求。

### 防晒服配市场线上销售趋势



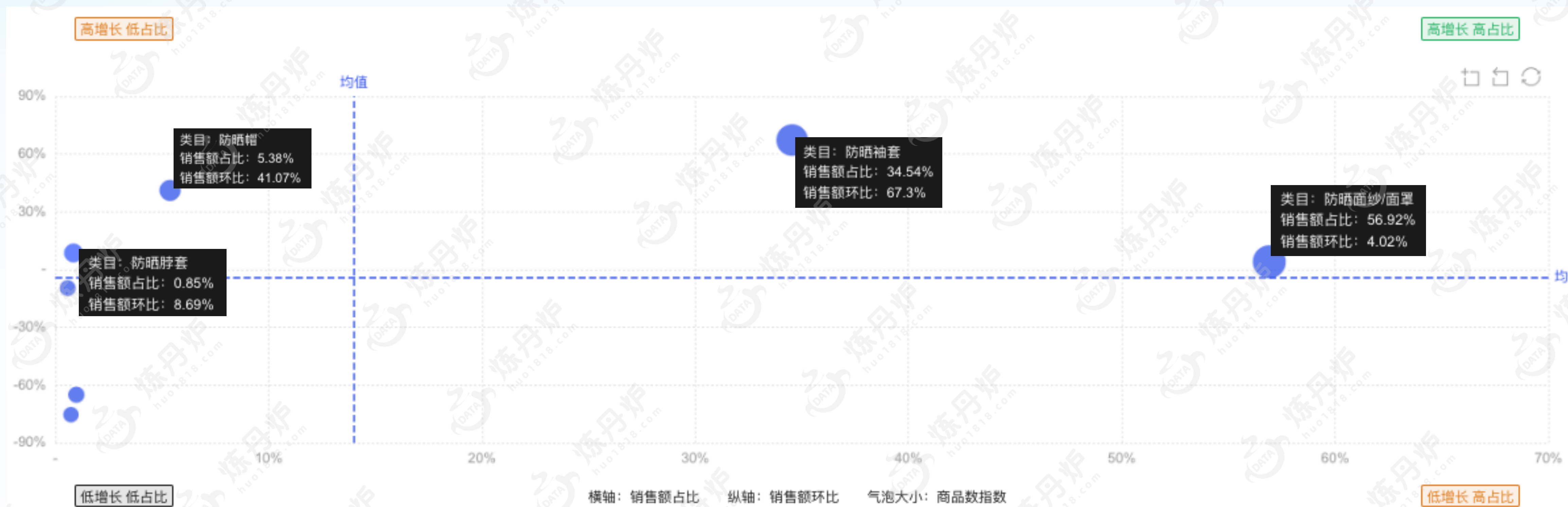
### 2025年1月防晒服配行业品类分布



# 防晒面罩市场趋于成熟，防晒帽、防晒袖套品类增长迅速

根据防晒服配品类红蓝海分布图，市场品类发展趋势显示防晒袖套和防晒帽虽然销售额占比相对较低，但销售额环比增长显著，分别为67.3%和41.07%，表明这些品类具有较大的市场潜力和增长空间。防晒面纱/面罩以56.92%的销售额占比和4.02%的销售额环比增长，占据市场主导地位，但增长相对缓慢。防晒服配市场整体呈现多样化发展，消费者需求从单一的防晒功能向多功能、时尚性转变。

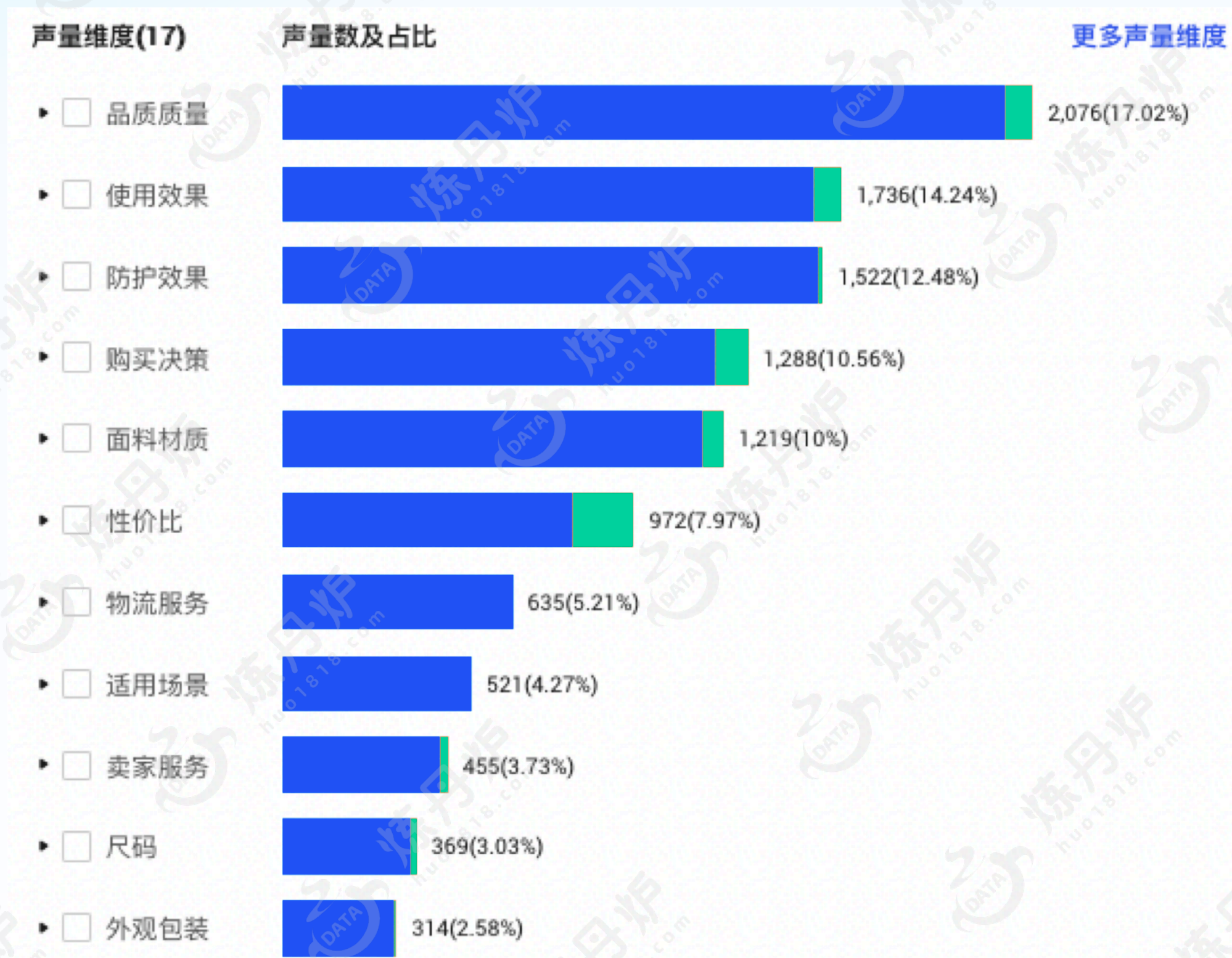
防晒服配品类红蓝海分布



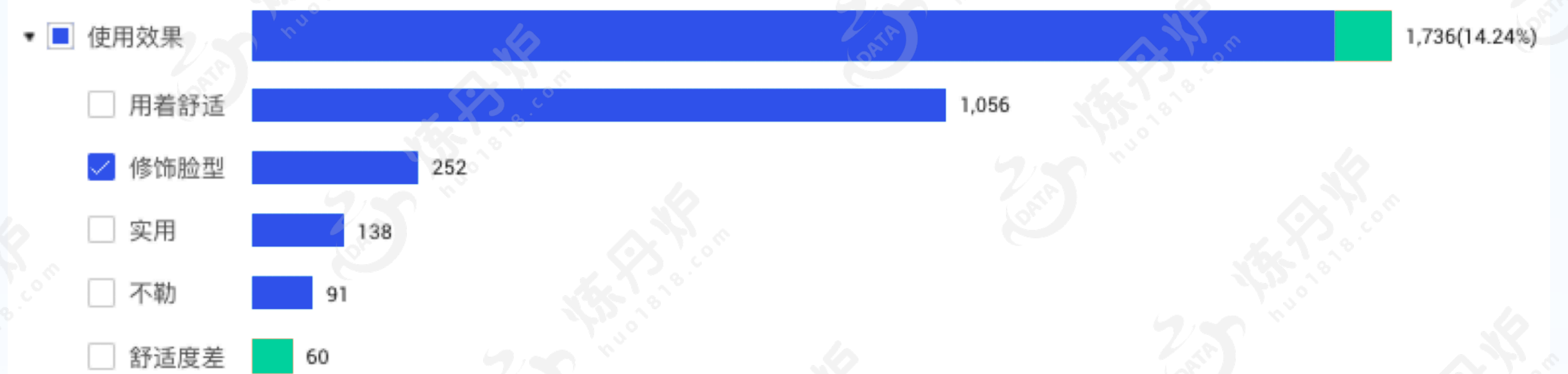
# 舒适、实用以外，消费者对于防晒服配有修饰脸型等美观需求

消费者对防晒服配的需求首先集中在品质质量上，他们期望产品耐用且可靠。紧随其后的是使用效果，特别是舒适性，消费者希望防晒服配在提供保护的同时，也能确保穿着的舒适体验。此外，修饰脸型的美观需求也日益增长，消费者不仅关注防晒服的实用性，还希望产品能够提升个人外观，具有时尚元素。这些需求表明，防晒服配市场正在向高品质、舒适体验和时尚设计的综合方向发展。

### 防晒服配消费者评价分布



### 防晒服配“使用效果”声量维度分布



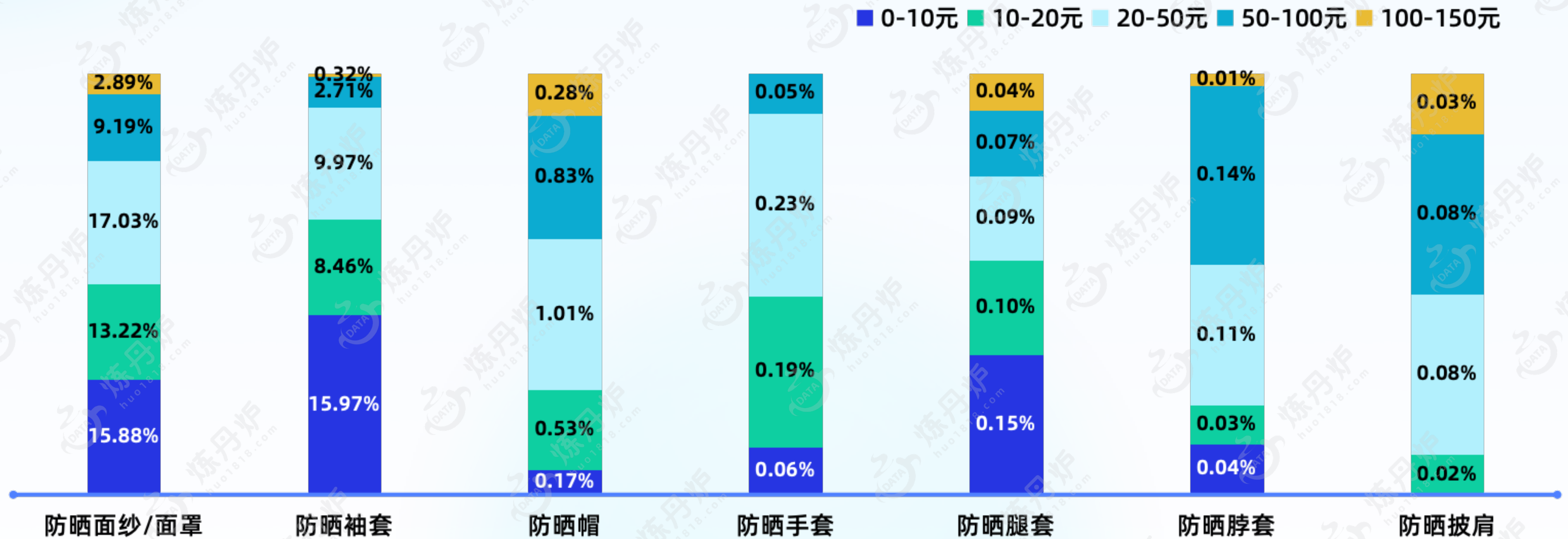
### “修饰脸型”维度消费者评价词云



# 消费者对防晒服配产品的价格敏感度较高，倾向于选择价格较低的产品

防晒面纱/面罩在20-50元价格带的销量占比最高，达到17.03%，而防晒袖套在0-10元价格带的销量占比最高，消费者在这两个品类中更倾向于购买价格较低的产品。此外，防晒手套、防晒帽在20-50、50-100元价格带的销量占比较高，说明在这些品类中，中等价格的产品也有一定的市场接受度。

2024年防晒服配价格带销量分布



# 防晒服配市场竞争激烈，户外、传统运动、新兴品牌均有一定市场份额

2024年防晒服配品牌排名

排名	品牌	排名	品牌
1	蕉下	11	
2	kazukoin/小野和子	12	
3	VVC	13	
4	夏秦	14	
5	度琳	15	
6	361°	16	
7	ohsunny	17	
8	bananain/蕉内	18	
9	型公馆	19	
10	wodonble/雾敦堡	20	

扫描二维码查看  
完整热销品牌排名



# 蕉下聚焦户外防晒细分市场，通过差异化定位扩展物理防晒产品线

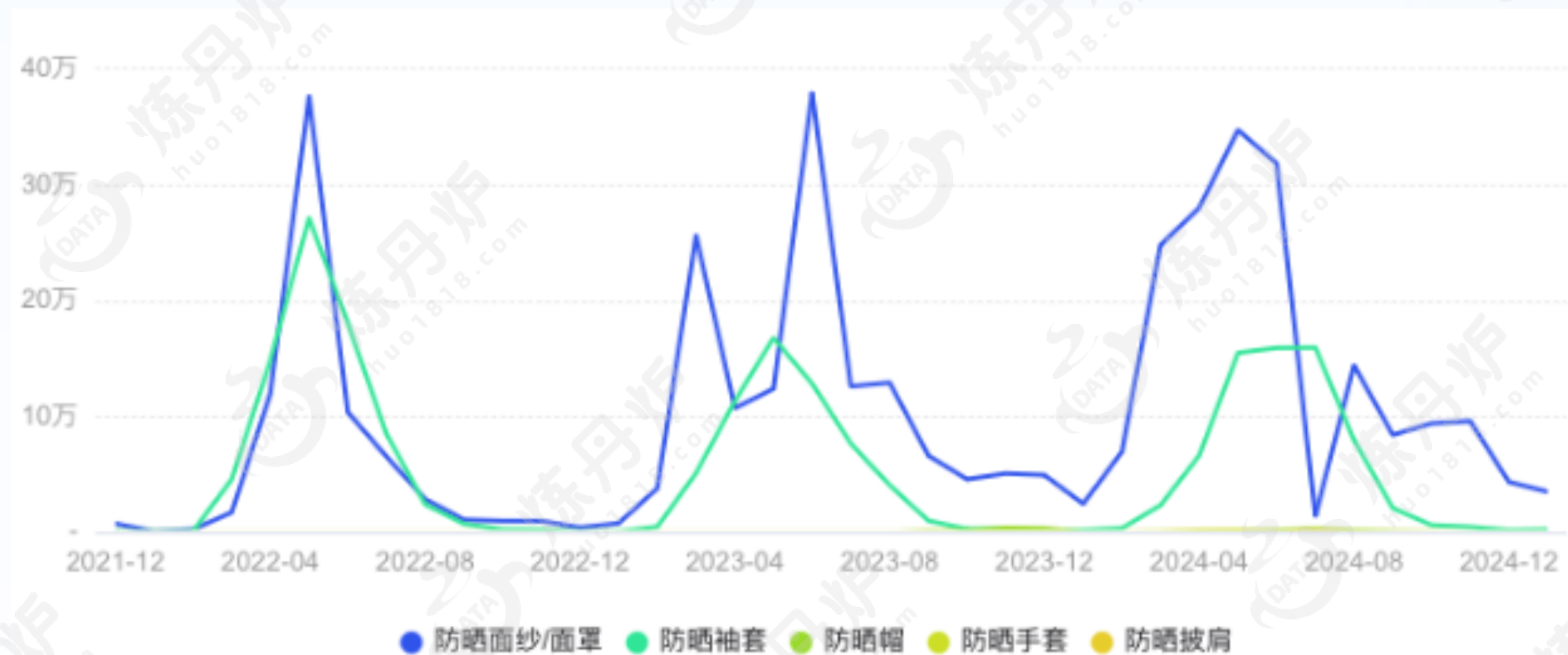
蕉下品牌在防晒服配市场中通过差异化定位和创新产品线实现了显著的增长。其产品线从最初的防晒伞扩展到口罩、防晒衣、防晒帽等，覆盖了轻量化科技、轻量化设计、轻量化套组等多个方面，满足了消费者对多功能、多场景、轻便潮流的轻量化户外产品的需求。蕉下敏锐地关注到行业痛点，首次提出了防晒衣品类的底线标准，提升消费者决策效率，提高行业地位。

# 蕉下

## 蕉下

蕉下创立于2013年，自推出第一个现象级单品小黑伞，迅速火爆出圈后，蕉下多年来一直在户外防晒领域深耕，并推出防晒口罩、防晒衣、防晒帽等产品。

### 蕉下品牌防晒服配品类销售趋势



### 蕉下护颈防晒面罩



### 蕉下医美防晒面罩



### 蕉下无痕防晒口罩



### 蕉下灯罩帽黑胶



### 蕉下空顶帽



### 蕉下贝壳帽

04

# 防晒市场发展趋势

---

TRENDING SECTORS

# 根据使用场景细化防晒产品，“防晒+”概念增加购买意愿

## 防晒+军训

应推广高倍数防晒产品，如SPF50+、PA++++，以抵御长时间户外暴晒。产品需具备防水防汗功能，确保在高强度训练中的持



军训防晒来啦！学生党看过来！

## 防晒+旅行

旅行期间，皮肤暴露于不同环境，需广谱防晒保护。商家应强调产品的便携性和持久防晒效果，以及轻薄质地，适合旅行携



云南旅行准备---防晒用品和必备用品篇

## 防晒+医美

针对医美术后敏感肌肤，商家需推出低刺激性、温和配方的防晒产品，减少皮肤负担，并推广防晒口罩等辅助产品以提供额外



做完光电项目后 怎么防晒效果更好?

## 防晒+通勤

日常通勤时，皮肤虽多在室内，但紫外线仍可通过窗户照射。商家应强调快速吸收和不油腻特性，适合上班族。



打工人必入！古希腊掌管通勤防晒的神

## 防晒+户外运动

户外运动时，皮肤直接暴露于阳光下，需强效防晒保护。商家应推广高倍数防晒产品，强调户外运动中的防护效果。

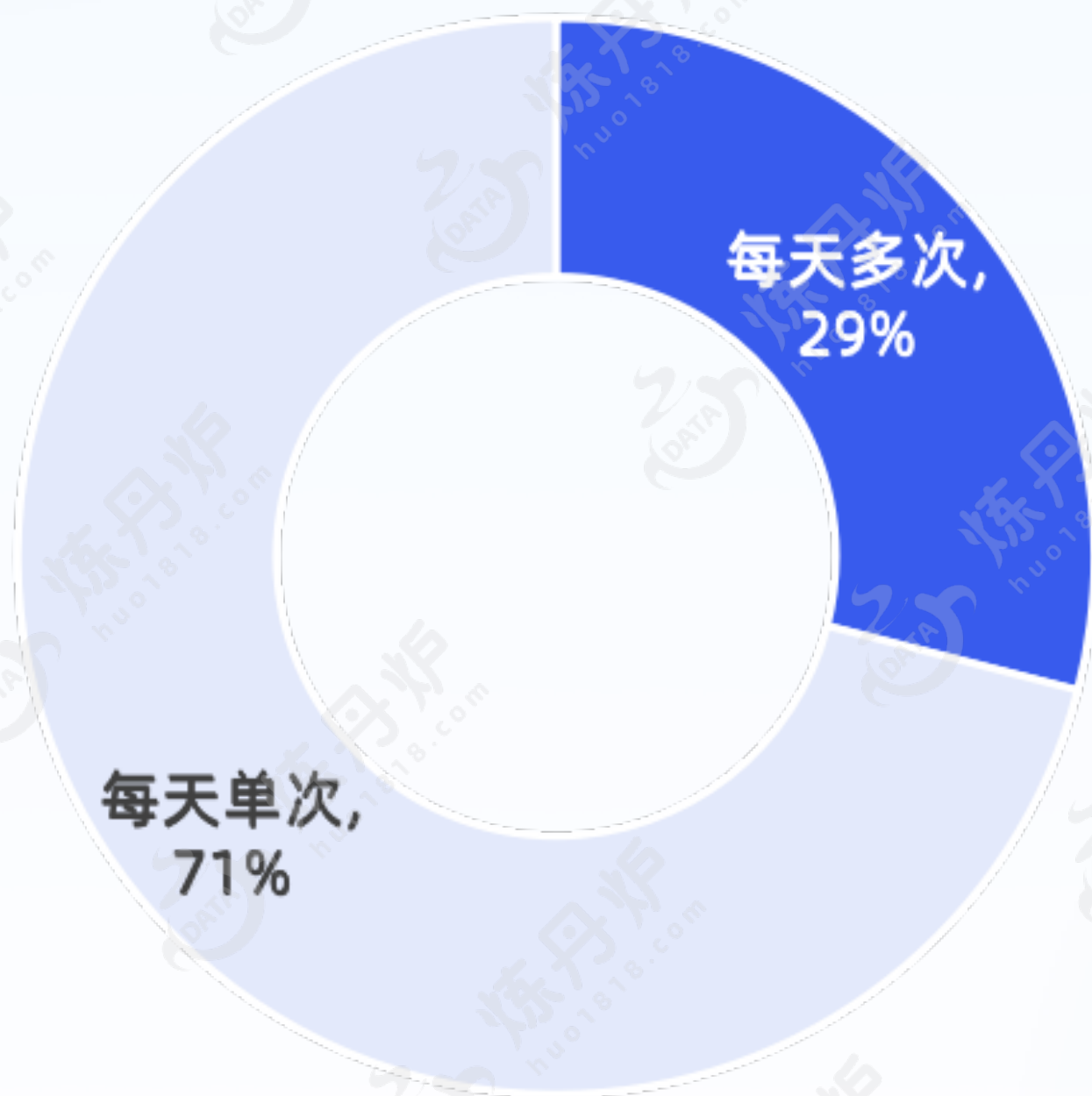


防晒👉户外运动10年防晒硬核攻略  
🔒不看后悔

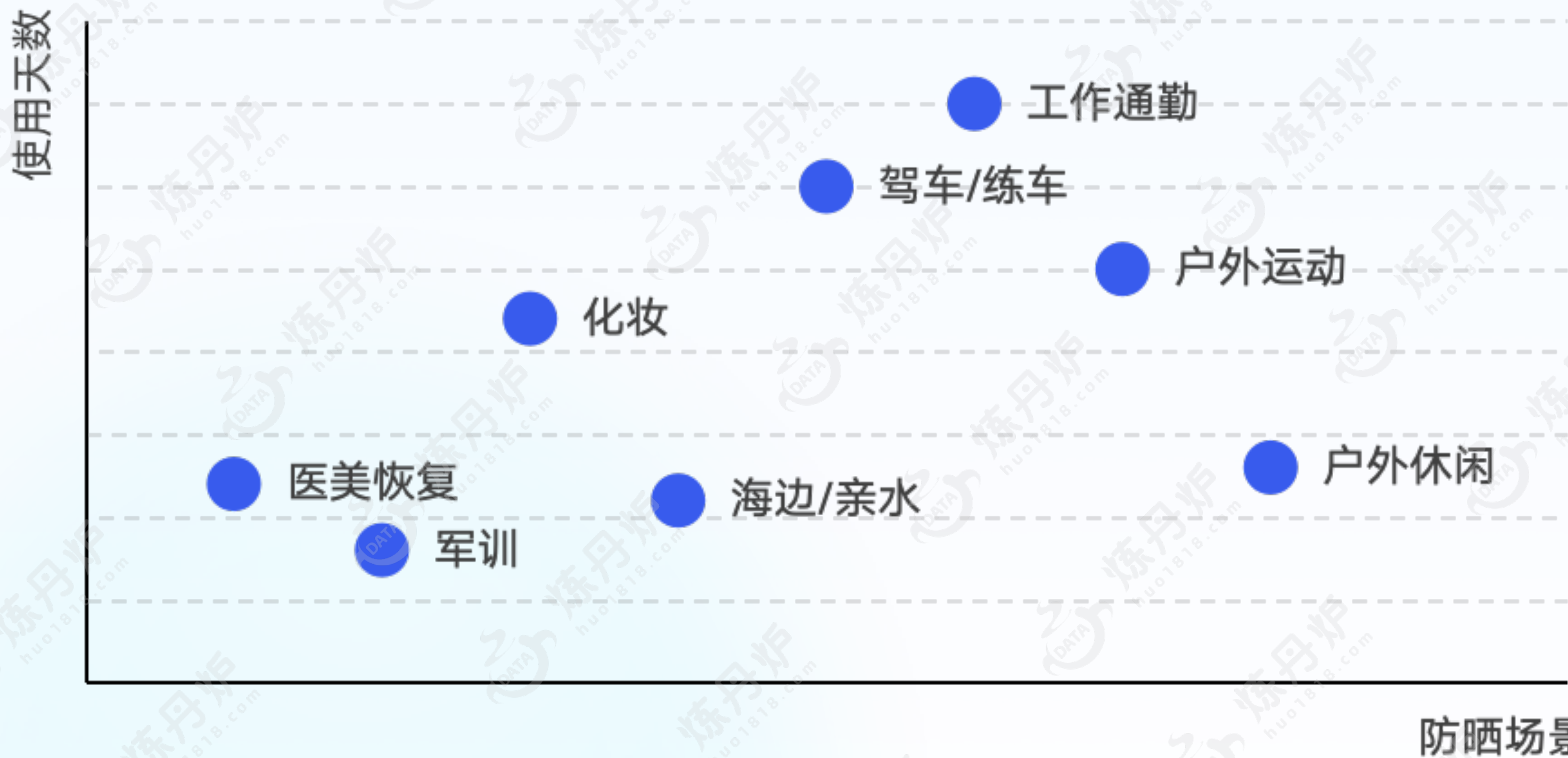
# 防晒抗老心智驱动下，消费者趋于全年化防晒

在防晒抗老的心智驱动下，消费者越来越倾向于全年化防晒。数据显示，29%的消费者每天多次补涂防晒产品，而71%的消费者则每天单次补涂，这表明防晒已成为许多消费者日常护肤的一部分。防晒使用场景及频次分布图进一步揭示了消费者在不同场合下的防晒习惯，其中工作通勤、驾车/练车、户外运动和户外休闲等场景占据了较大比例，显示出消费者在这些活动中对防晒的重视。

消费者防晒补涂次数



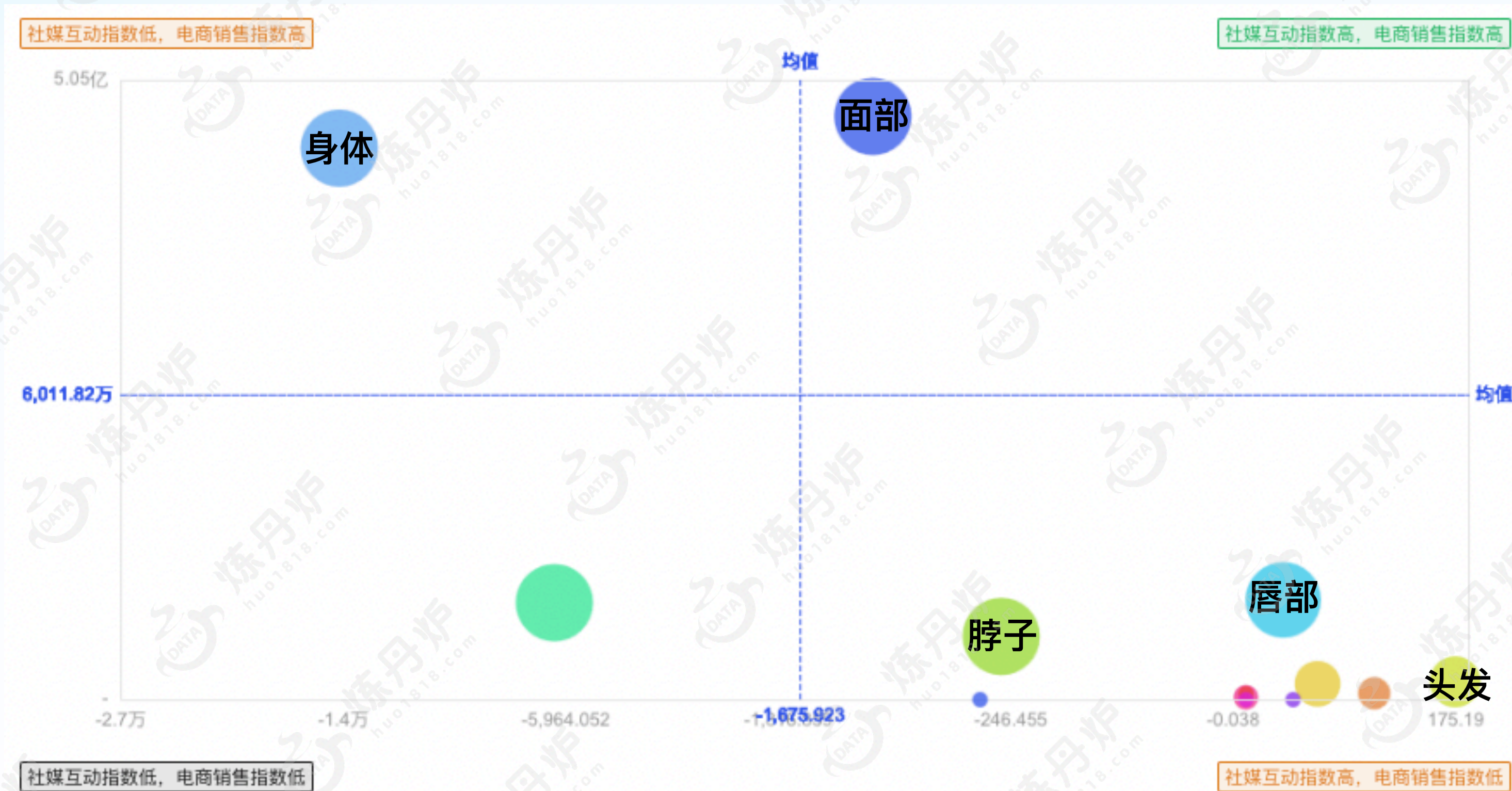
消费者防晒使用场景及频次分布



# 全身防晒成为新趋势，唇部防晒、头发防晒等局部防晒需求展露

根据防晒产品适用部位趋势矩阵图，防晒产品的应用范围正在从传统的面部和身体扩展到唇部、头发等更多局部区域，显示出全身防晒的新趋势。面部防晒作为主要类别，社媒互动和电商销售指数均高，表明其市场成熟度和消费者接受度。而唇部和头发防晒产品虽然目前电商销售指数相对较低，但社媒互动热度高，这一趋势预示着新的市场机会。

防晒产品适用部位趋势矩阵



唇部防晒代表商品



依泉防晒隔离润唇膏



肌肤之钥盈润防晒护唇膏

头发防晒代表商品



玫丽盼头发防晒喷雾



Furterer/馥绿德雅头发防晒

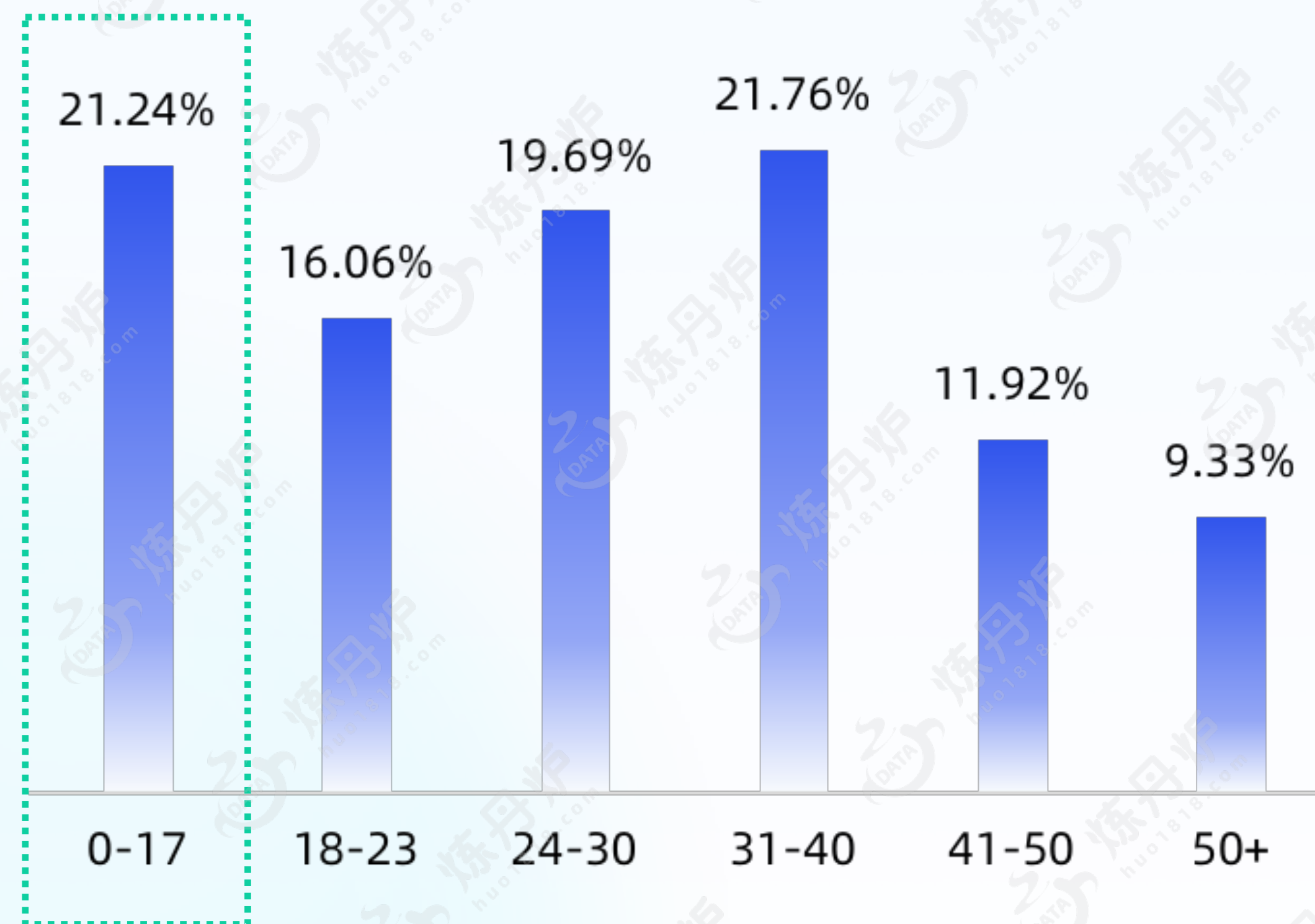
# 男性成防晒新兴力量，00后男性防晒意识强

根据2024年防晒市场人群性别分布图，男性消费者在防晒市场中的占比有所增加，显示出男性防晒意识的增强。特别是00后男性，这一群体在防晒产品的消费上表现出较强的增长趋势，成为防晒市场的新兴力量。男性防晒消费者年龄分布数据显示，0-17岁和31-40岁年龄段的男性消费者占比最高，分别为21.24%和21.76%，这表明年轻男性和中年男性是防晒产品的主要消费群体。这一趋势为防晒产品市场带来了新的增长机会，品牌需要针对男性消费者的特点和需求，开发更多适合男性使用的防晒产品。

防晒市场人群性别分布



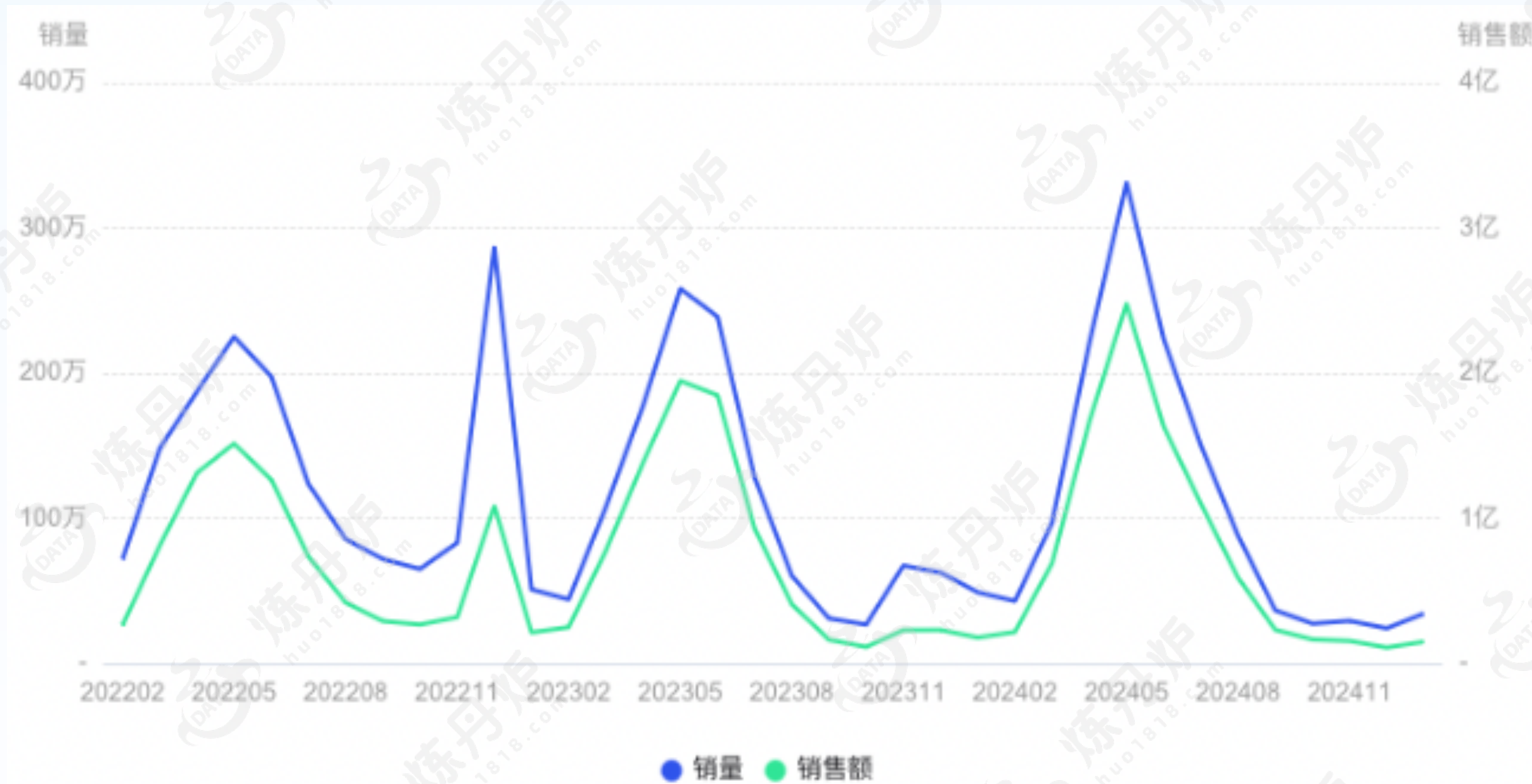
男性防晒消费者年龄分布



# 婴童防晒意识增强，市场需求显著上升

婴童防晒市场近年来呈现出明显的增长趋势，特别是在春夏季节，销量和销售额均出现显著的上升。婴童防晒市场的产品种类丰富，包括防晒口罩、防晒伞和防晒衣等，这些产品不仅需要提供有效的紫外线防护，还要考虑到婴童肌肤的敏感性。消费者对婴童防晒产品的安全性、舒适性和便捷性有更高的要求，这推动了市场对高品质、多功能产品的需求。

### 婴童防晒市场销售趋势



### 婴童护肤行业热搜词



### 婴童用品行业热搜词



注：婴童防晒市场涵盖婴童用品-防晒口罩、防晒伞；婴童护肤-防晒；童装-防晒衣

# 关于炼丹炉



「炼丹炉」是专业的全域AI大数据服务商，专注于商业趋势洞察，赋能企业创新与增长。

炼丹炉实时搜集淘系电商180+一级行业、500W+店铺、100亿+商品数据，750+个京东细分品类，约19w+品牌、40w+店铺、16亿商品。同时，炼丹炉聚合了小红书、抖音两大社媒平台数据，汇集各行业80w+的优质达人，笔记数据、短视频种草、直播动态全面覆盖，助力企业玩转内容电商。

## 我们有什么？

电商数据

“跨平台”覆盖  
“全域”数据分析

社媒数据



### 行业数据

覆盖**180+**一级行业  
覆盖**5w+**细分类目

### 品牌数据

深挖**10000+**品牌数据  
覆盖全网**40w+**消费品牌

### 抖音/小红书达人

**80w+**的优质达人，涵盖各个行业

### 店铺数据

洞悉**500万**店铺组货结构  
行业飙升店铺运营策略分析

### 宝贝数据

**100亿**商品数据的运营情况分析  
商品颗粒度可精确至属性、评价等

### 短视频&种草笔记

综合判断不同概念在**各个平台**的流行趋势

### 营销策略

快捷参考竞对品牌抖音**投放策略&话术**

EFFICIENT GROWTH IN  
PERFORMANCE

扫码获取免费试用资格  
解锁更多电商数据分析



INTELLIGENT  
DECISION MAKING