



2024

防晒行业 趋势白皮书

天猫美妆



快消趋势发布



Flywheel



目 录

- 01 消费者防晒心智扫描
- 02 防晒市场大盘速览
- 03 运营策略及未来展望

2024 防晒行业趋势白皮书

天猫美妆



快消趋势发布



Flywheel

01

消费者防晒心智扫描

天猫美妆

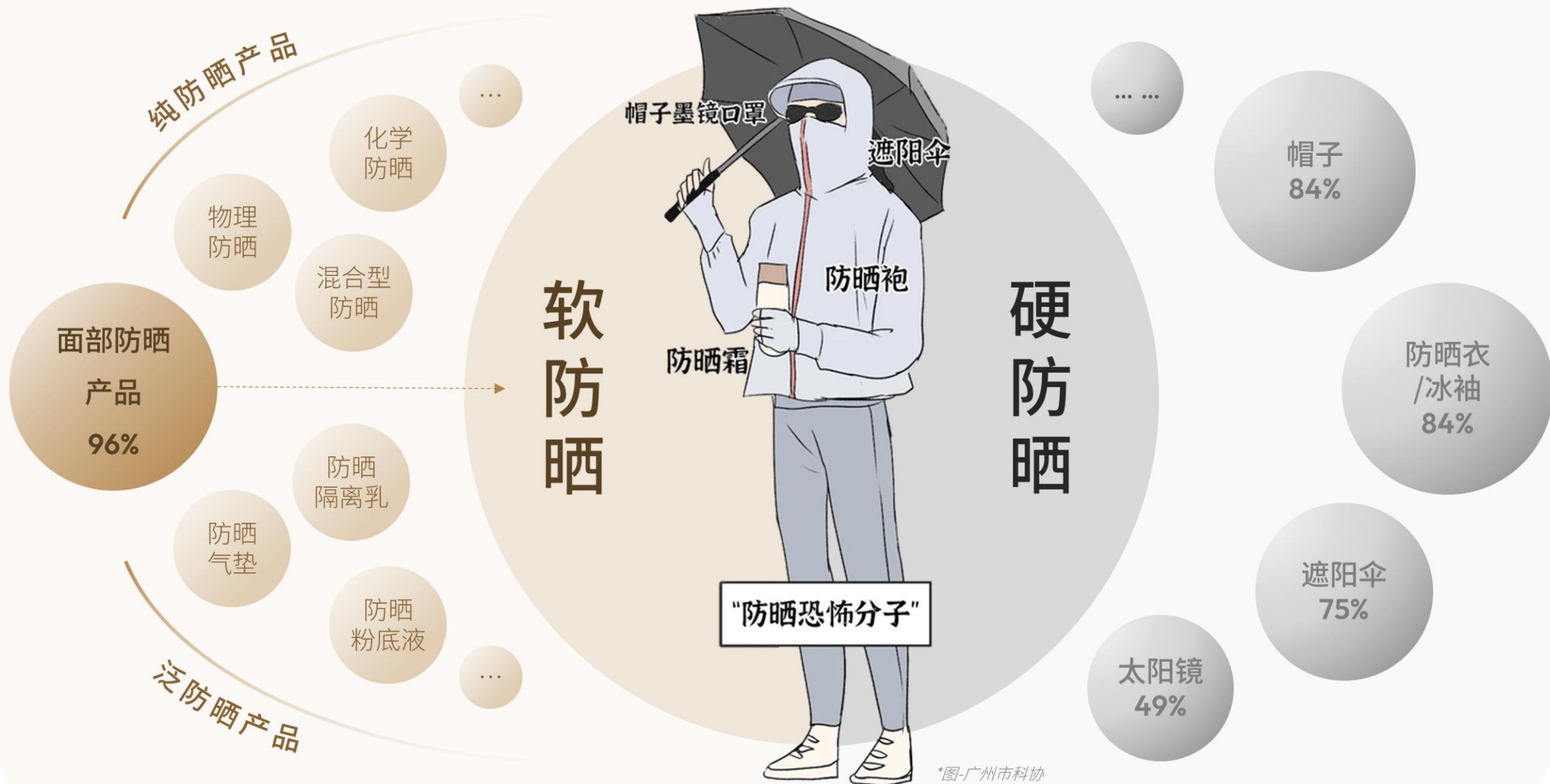


快消趋势发布



Flywheel

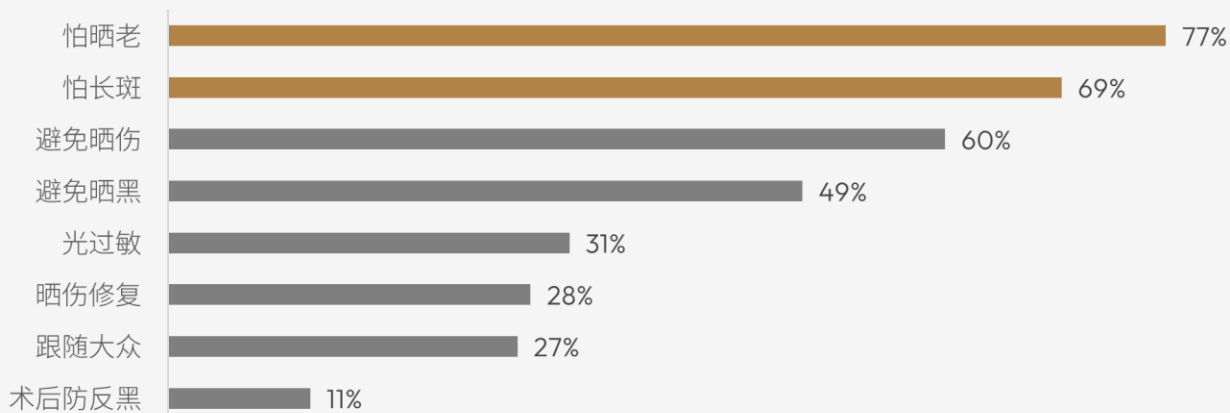
当代国人防晒图鉴：软硬兼施，要的就是360°无死角



4 | 数据源：TMIC天猫新品创新中心-问卷调研
有效样本量：828；男性4%，女性96%；25-29岁48%，30-34岁32%；一线城市38%，二线城市52%

怕晒黑，更怕晒老；防晒已成护肤、上妆和补妆的必备单品

消费者购买防晒霜的核心原因

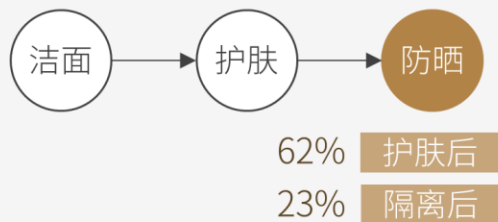


防晒的内核是**抗老**， 抗老的具体表现是**预防长斑**

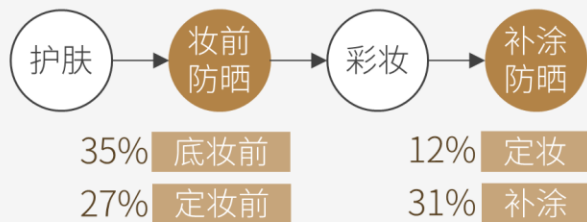
7成以上的消费者将“防晒”视为抗老的关键一环，并且消费者也存在不防晒就会慢慢“长斑”的担忧，认同“防晒需要长期坚持”的观点。

防晒产品在消费者护肤及上妆流程中的定位

| 路径1：护肤的最后一步



| 路径2：妆前的第一步，妆后会补涂



防晒产品在使用步骤中**品类独立** 进可彩妆，退则护肤； 使用**场景多元化**

74%的消费者认为防晒霜（及类似的面部护理产品）更像是一种介于护肤与彩妆之间的“隔离产品”。并且超半数倾向在“隔离之前”即涂抹防晒。

“粉底液里的防晒指数我都信不过，所以我都是单独涂防晒的” - 小红书

在抗老心智的驱动下，消费者的防晒习惯趋向全年化

通勤防晒渐成主流 消费者逐渐向每日防晒看齐

短途旅游与军训，仍是2大经典的户外防晒场景。

除此之外，与工作和健康相关的“通勤”“驾车”“运动”场景，也成为近年来消费者颇为关注的防晒场景。

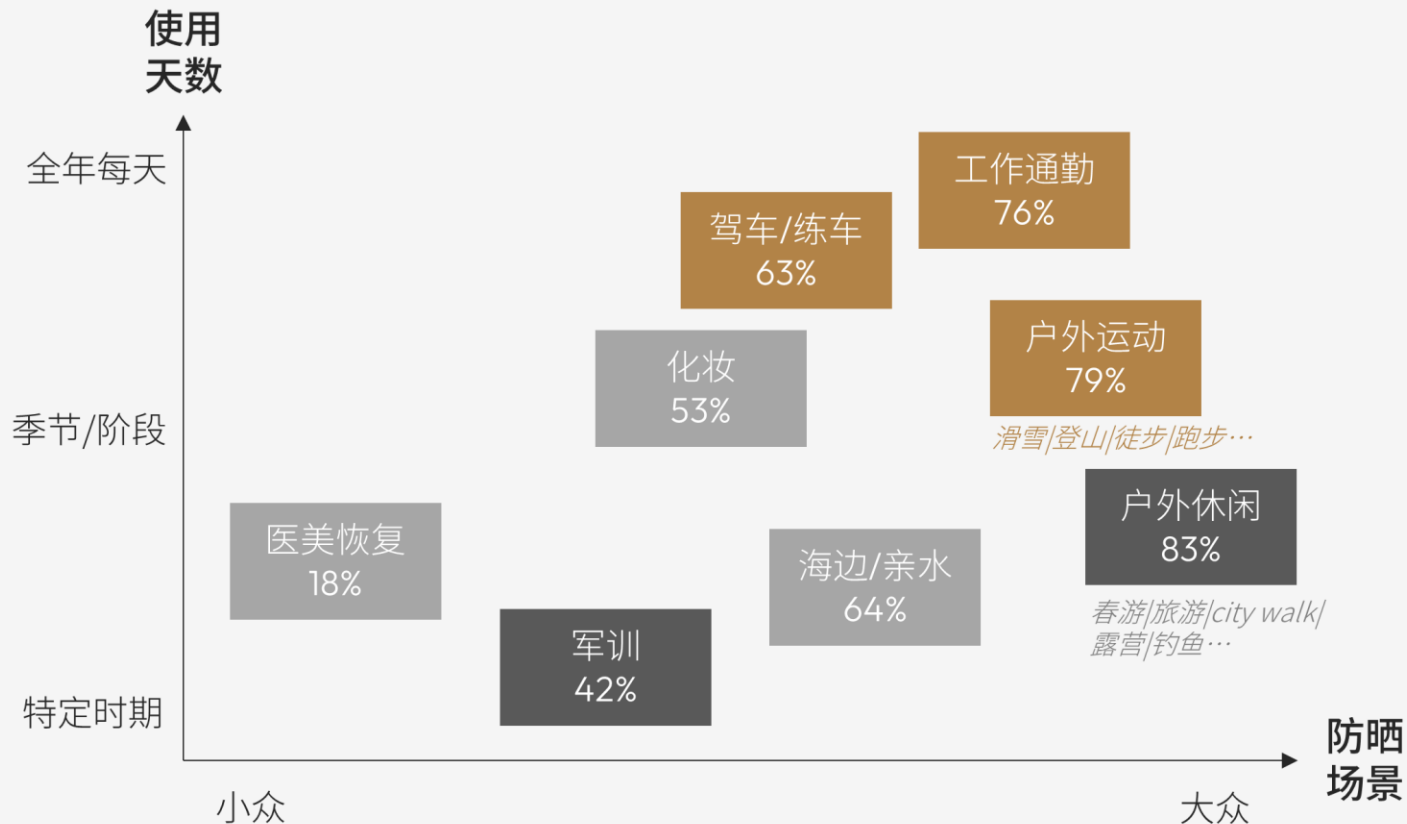
消费者也认识到 「补涂」是科学防晒的重要一步

每天多次, 29%



每天单次, 71%

消费者防晒使用场景及使用频次的矩阵分布



*占比，为消费者在考虑涂抹防晒霜时的各个场景占比，代表消费者的场景偏好

功效、搭配彩妆、人群肤质、质地肤感，成社媒讨论的核心关注点

提及「搭配彩妆」，20%

防晒霜正变得更易于上妆，消费者关注到防晒产品对妆容的积极影响

隔离霜	底妆	气垫	粉底液	素颜
5,376	2,511	2,475	1,948	1,793

提及「功效」，36%

消费者期待越来越像护肤品的防晒产品，具有美白和保湿等功能

美白	保湿	养肤	遮瑕	控油
4,507	3,834	3,516	3,380	846

提及「人群/肤质」，19%

消费者在寻找更个性化的防晒产品，以缓解肌肤问题，以及更适配自己肤色

学生党	油皮	敏感肌	肤色	起皮
3,011	2,578	2,219	475	453



提及「产品属性」，8%

高倍防晒已成标配，同时消费者追求更高效地实现防晒目标、更质价比的选择

二合一	国货
7,610	1,506

提及「品牌/产品」，7%

专研特别人群、拥有独家解决方案的品牌，更受消费者关注

薇诺娜	兰蔻	理肤泉	欧莱雅	安耐晒
1,923	1,560	1,203	1,084	1,069

提及「质地/肤感」，10%

消费者更喜爱肤感清爽、质地轻薄的防晒

成膜	水润	精华	乳液	水感
2,313	2,038	1,445	883	752

防晒是变美与抗光老的必修课，消费者对防晒提出了养肤要求

关注**肤色**由内而外变白

关注**功效**解决肌肤问题

关注**气色**与皮肤状态

#黑黄皮如何逆袭**变白**

#变美要靠**护肤**

#护肤的尽头是**养肤**

美白

“天生黄黑皮也不注意防晒就越来越黑…看到身边姐妹到了夏天都穿小裙子而我只能穿长裤，很自卑，最后还是决定去护肤。坚持下来也就几个月吧，没想到**变白还挺明显的**”-小红书

抗氧化

“最近用的防晒霜添加了肌肽、烟酰胺抗糖化抗氧化的防晒霜…**成分党表示很满意!**”-小红书

“经常吃这些**超级水果增强皮肤抗氧化能力**，再每天坚持防晒，皮肤慢慢就会**变白**”-小红书

淡斑

“不做防晒，**紫外线照射会加重斑点**”-抖音

补水

“**韩国女生变美的思路是：皮肤变好了，妆面就自然干净…多数肌肤问题来自缺水**”-小红书

保湿

“**干敏皮容易泛红…它不搓泥，牛奶质地，够温和养肤**”-小红书

养肤

“添加了**烟酰胺和VC**，防晒同时还能养肤”-抖音

抗紫外线

“**62岁的我是这样保养身体皮肤的…昆明的紫外线也很强**，所以只要会露出的皮肤我都擦防晒霜…**皮肤油脂分泌减少**，我也会注重**防止皮肤干燥**”-小红书

抗光老

“防晒不是怕晒黑，而是**防止光老化**”-小红书
“防晒要**日常化**，我身边四季都涂防晒的朋友，**皮肤状态就变得很好**”-抖音

抗衰

“**奔四的小姐姐来分享保养心得，抗衰就是日常保养、内服、防晒和科技手段**”-小红书

期待防晒更“抗打”更清爽；有色防晒渐成懒人化妆神器

期待更**长效**的防晒

#长效抗晒**防汗**

防汗

“这款防晒的**防水防汗**效果是真的牛，而且**控油**也是杠杠的，含有专利科技，遇水反而能变强。**运动人士**都可以放心冲”-抖音

“选**防水防晒**的防晒时注意看**浴后SPF**标注。浴后SPF就是防晒在遇到水和汗之后，仍然有防晒伤、防晒黑的能力。”-小红书

“我昨天丢死人了，因为这个防晒不**防刮蹭**，出门不到三个小时我的深色裙子里外全是蹭的这种白白的东西，我都服了”-小红书

期待0存在感般的**轻薄**

#肌肤呼吸**不闷痘**

控油

“只有油皮姐妹才知道选一个**清爽**的防晒有多难…我想要那种上脸是**哑光雾面**效果的，**成膜**要快。之前被种草了一款防晒说**控油**的同时还能吃油，而且上脸很**轻薄**，像没擦过那样，心动了”-小红书

“对于防晒霜，我是**零容忍油腻**的那种的。本来就是**油痘肌**，到时候闷一脸痘！我真的会原地炸裂！！！”-小红书

“夏天到了，想要一款**清爽不厚重**的防晒霜。要好推开，要**清爽控油**”-抖音

期待**高效**打造妆容

#早八**伪素颜**快速出门

遮瑕

“别人都说我化完妆后特别像大明星，其实我根本就没有化妆，用的就是这个带**遮瑕**的防晒乳”-抖音

隔离

“它没有跟底妆打架的现象，而且感觉上了这层防晒后，**妆效**看起来更透亮了…”-抖音

“我一直把这款防晒隔离**二合一**的当**素颜霜**用，上脸也很**扒皮肤**，随便按也没有手印”-抖音

防晒配彩妆的关键是跟妆贴肤，提亮底妆也是加分项

妆前

| 底妆贴合



#我的粉底搭子

“遇粉底液也不会很傻的被搓泥啥的，卡纹起皮更别说，反正这款和我的粉底搭到比跟我的饭搭子都要好！”-抖音

“年后一直起不来床，天天上班迟到，于是偷懒就防晒霜混合粉底液一起上脸，竟意外的好，非常服帖，不假白，不卡粉！”-小红书

| 底妆提亮



#清透好底妆

“肯豆亚裔妆讲究的就是一个干净底妆...我用的是这款带防晒的隔离进行妆前打底，底妆清透又不易暗沉！后续上粉底也很服帖水润没有卡粉！”-小红书

妆后

| 轻松补妆



#妆后防晒的白月光

“妆后补涂防晒一直是我苦恼的问题，直到我发现了它！美国皮肤癌协会认定的防晒粉，国内冷门但国外名气很大！是我心目中妆后防晒的白月光！粉质很细腻，防晒效果也超好！非常适合妆后补防晒！大西北一趟下来，感觉没咋晒黑有他一半功劳！防水效果也贼好！”-小红书

关注肤质适配、想改善肌肤状态的人群，更倾向坚持使用防晒产品



| 改善皮肤状态

痘印

“之前上学就有痘印，现在上班熬夜压力又大导致痘印一发不可收拾。去了趟皮肤科说让注意日常防晒，避免色素沉淀痘印变深”-抖音

预防反黑

“光子嫩肤完了后，一定要严格做好防晒，预防反黑”-小红书

| 适应皮肤特质

偏深肤色

“天生黄黑皮，现在坚持护肤防晒几年了，有些效果”-抖音

偏油肤质

“油皮星人太难了，有没有清爽不闷痘的防晒推荐？”-小红书

偏干肤质

“本人干皮白皮，很容易起皮、卡粉。坐标浙江温州。这款防晒霜对我来说滋润度ok，比较适合我，就5年了一直买这个”-抖音

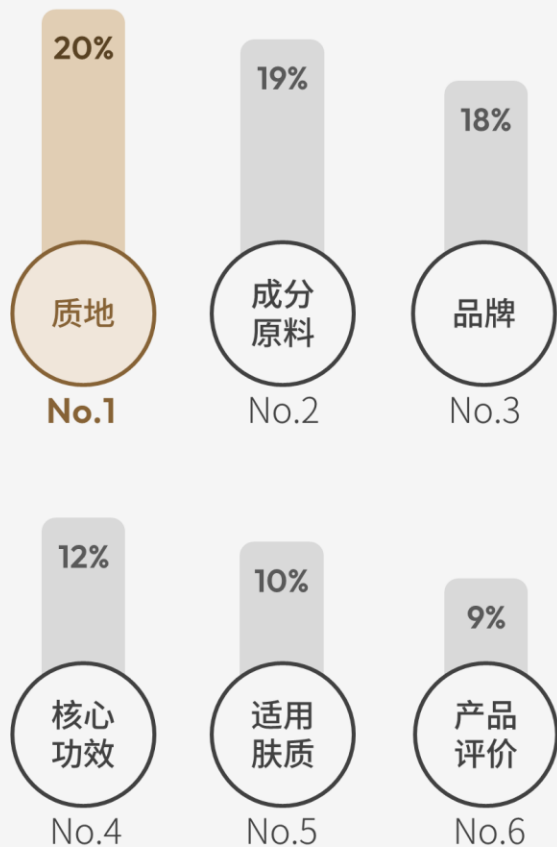
敏感肤质

“之前我皮肤容易泛红敏感，现在我开始精简护肤了，平时就是洗面奶+水+精华+防晒霜”-小红书



轻薄质地、愉悦的护肤体验，是消费者对防晒产品的新期待

选购时最先关注的产品属性



令人愉悦的感官体验， 能激励消费者持续地使用防晒产品

“出汗后入眼，眼睛不适”是消费者未购买防晒霜的首要原因（44%），“上脸厚重，肤感粘腻”（41%）也是阻碍消费者继续使用和购买防晒霜的关键因素。

在购买决策上，消费者会将“质地”视为首要的决策因子。而从社媒讨论中会发现，消费者对具备高流性质地的产品更为青睐；其背后是对易抹匀、不粘腻的肤感要求。同时，当防晒涂抹作为护肤的步骤时，消费者也会对能给自己带来愉悦涂抹体验与多感官激发的产品感兴趣。

| 轻薄质地

精华液
牛奶般的
乳液 凝胶
水感

| 适宜的肤感

不搓泥
不泛油光
成膜快
很薄 清爽
不闷脸

| 无刺激

敏肌友好
不辣眼睛
舒缓 0酒精
丝绒触感

| 愉悦的气味

香调 清新
淡淡芳香
很好闻

消费者防晒需求小结



专业级*防晒

舒适质地

温和、水感、不油腻、不辣眼

科学抗晒

防晒黑、防汗、拒水、控油、防摩擦



养肤型防晒

呵护多种肤质

干皮、混油、敏感肌、痘痘肌

多功效养肤

美白、淡斑、保湿、抗老、修护



彩妆结合防晒

服帖上妆

不搓泥、定妆、补妆

妆容加持

遮瑕、提亮、润色

02

防晒市场大盘速览

天猫美妆



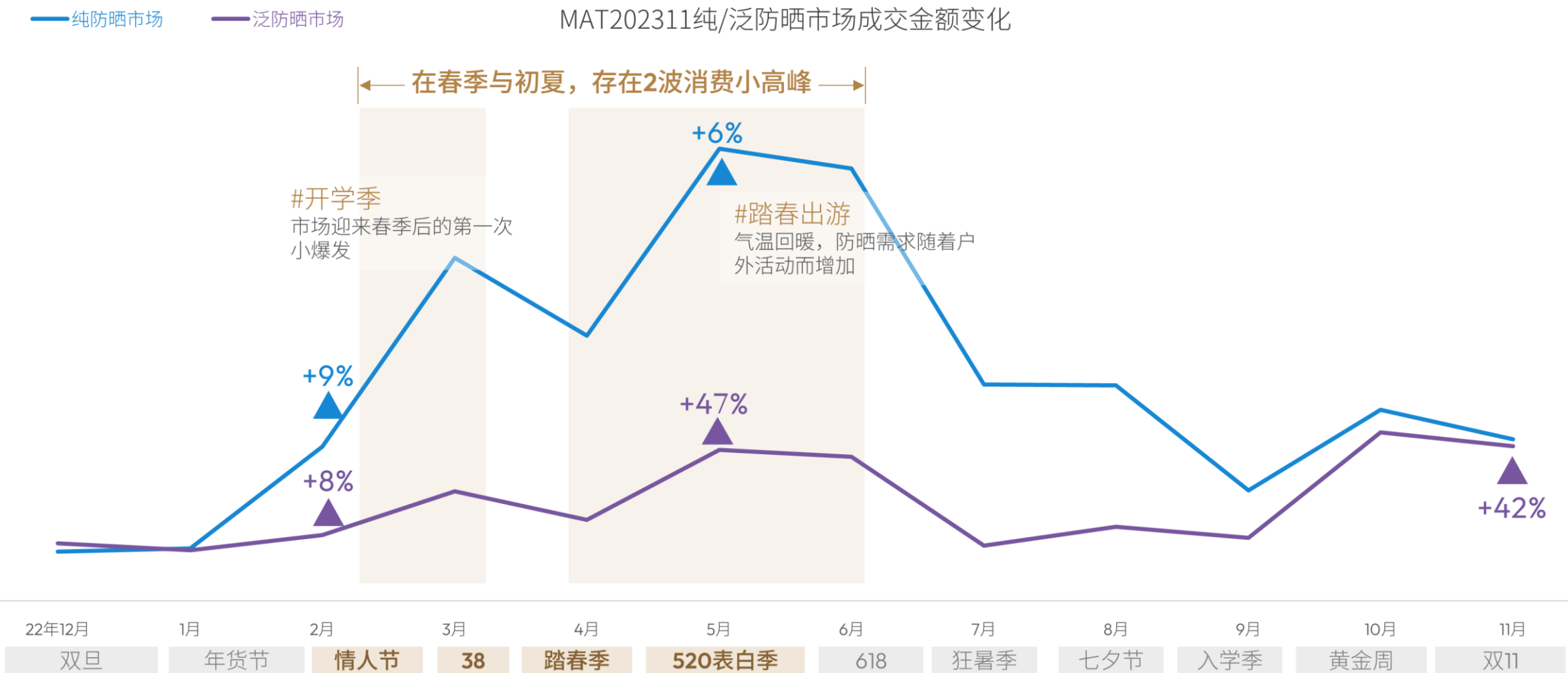
快消趋势发布



Flywheel

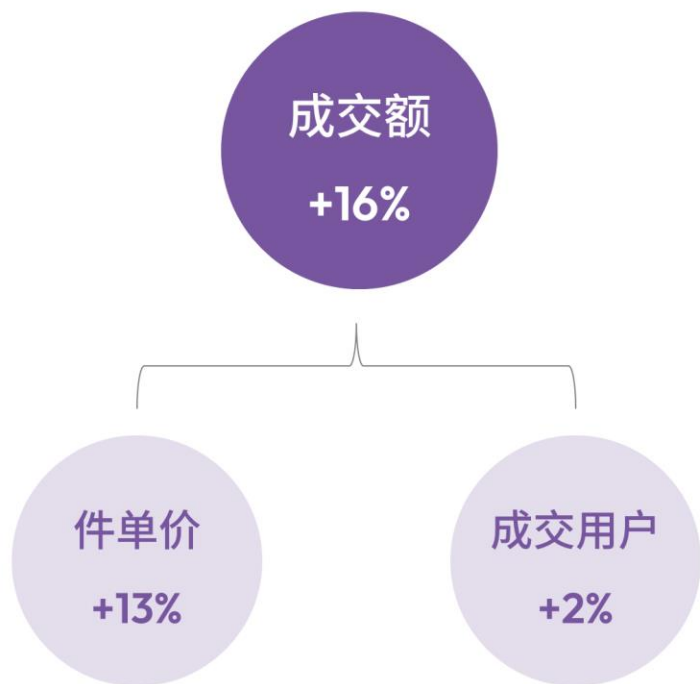
防晒产品的季节性较强（3月、5-6月），户外出行热度驱动防晒生意增长

MAT202311纯/泛防晒市场成交金额变化



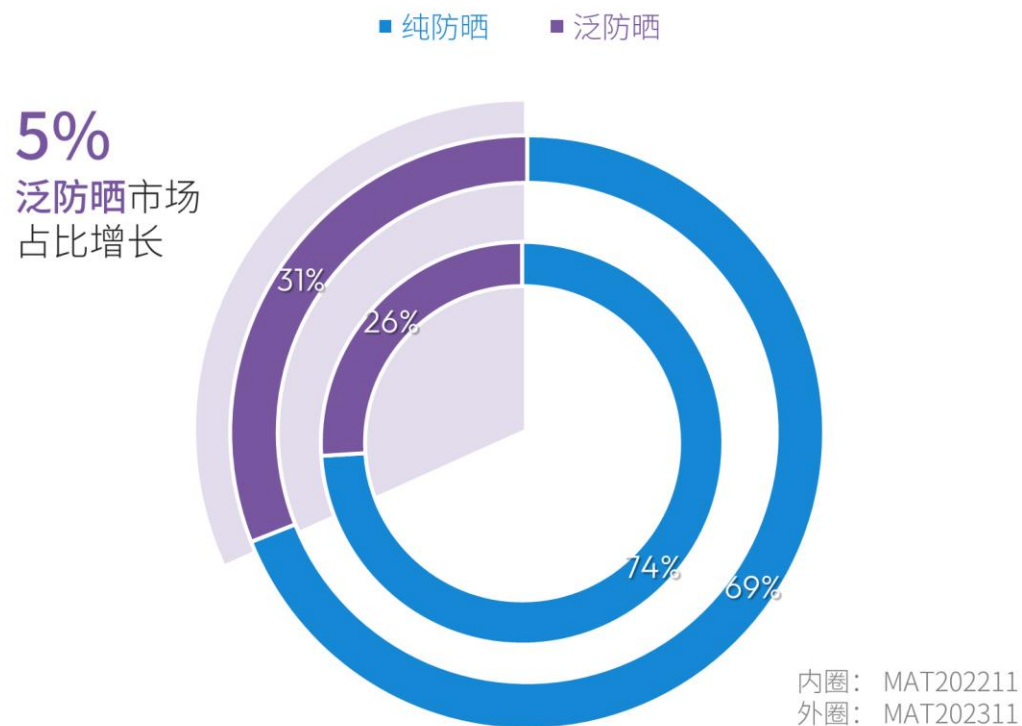
泛防晒市场活力彰显，开始出现承接纯防晒市场热度的趋势

MAT202311泛防晒市场成交情况



| 件单价和用户数的增长，共同驱动泛防晒市场扩容

纯/泛防晒市场成交额占软防晒市场比例



| 泛防晒市场渗透进一步扩大，有承接纯防晒市场的趋势

纯防晒呈价格分层和品质升级趋势，同时防晒心智逐渐向彩妆渗透

200元以下仍为纯防晒市场的主力价格带，且300元以上产品初显品质升级的趋势；叠加防晒功效的彩妆产品也呈现出同样的趋势。

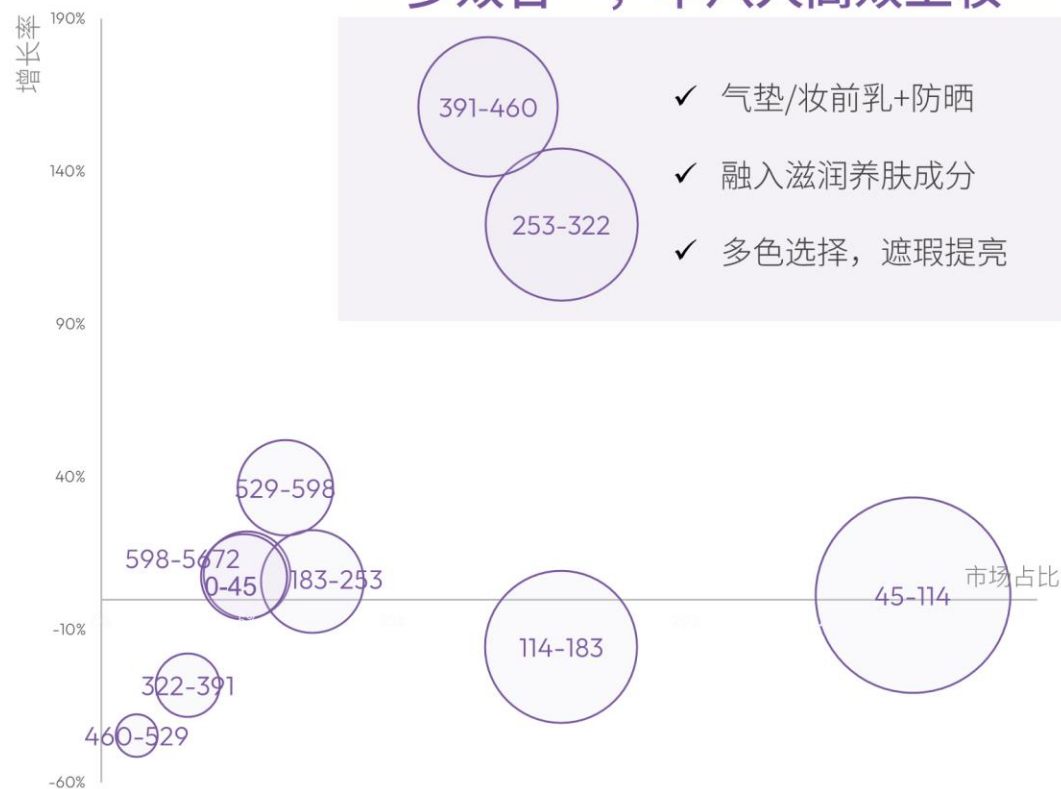
MAT202311纯防晒市场的价格带增速

抗老更有效、肤感更舒适、使用更安心

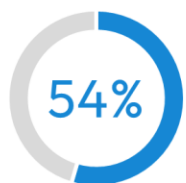


MAT202311泛防晒市场的价格带增速

多效合一，早八人高效上妆



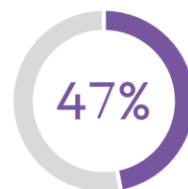
防晒市场仍有较大成长空间，质地、护肤功效或为产品创新点



纯防晒市场集中度

- 专业防晒品牌、美妆头部品牌、医学背景护肤品牌占有一定优势；防晒产品矩阵更立体。

GMV排行	品牌	代表防晒单品
No.1	Mistine	小黄帽防晒霜40ml(泰版)
No.2	ANESSA/安热沙	金灿倍护防晒乳60ml
No.3	Lancome/兰蔻	轻透水漾防晒乳SPF50/PA+++ +
No.4	Shiseido/资生堂	新艳阳夏臻效水动力防晒乳SPF50+/PA++++
No.5	Winona/薇诺娜	清透防晒乳SPF48/PA+++
No.6	Cosme Decorte/黛珂	多重防晒乳SPF50+/PA++++
No.7	L'oreal/欧莱雅	多重防护隔离露(外御内护)SPF50+/PA++++
No.8	SKINCEUTICALS/修丽可	臻彩焕亮精华防晒乳(小银伞)
No.9	Naris/娜丽丝	美容液成分in UV隔离防晒霜
No.10	RE:CIPE/玥之秘	RECIPE水晶防晒喷雾



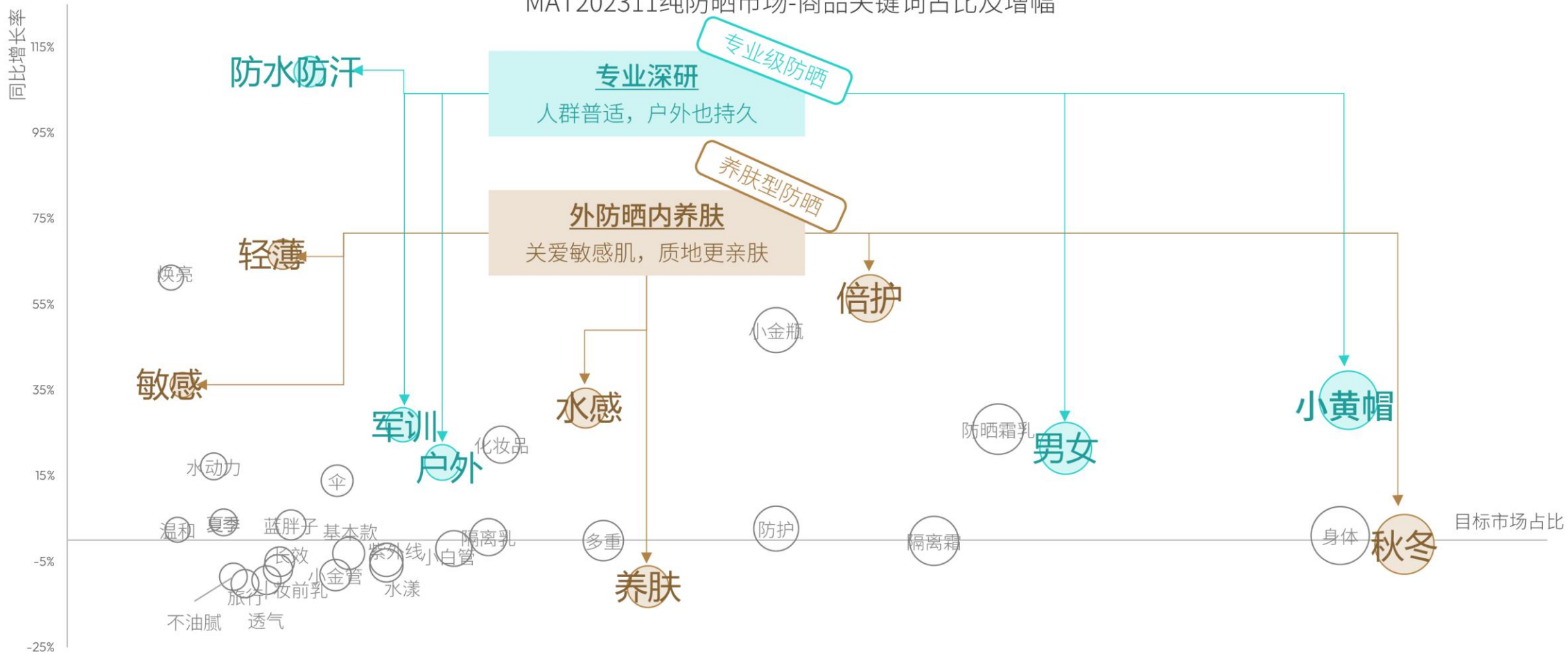
泛防晒市场集中度

- 该市场下，产品的色号、剂型更丰富；
- 有色防晒隔离、含防晒养肤功效的气垫广受欢迎。

GMV排行	品牌	代表防晒单品
No.1	Estee Lauder/雅诗兰黛	持妆贴肤DW妆前乳
No.2	Laneige/兰芝	雪纱丝柔防晒隔离霜 SPF22/PA++
No.3	Za/姬芮	新焕真皙润色隔离霜(柔光紫)
No.4	KIKO	奇蔻干湿两用粉饼
No.5	DERMAFIRM+/德妃	紫苏养肤隔离霜
No.6	CPB/肌肤之钥	光透白焕采妆前乳
No.7	Shiseido/资生堂	时光琉璃御藏防晒隔离乳
No.8	SOFINA/苏菲娜	映美焕采控油清透妆前乳
No.9	毛戈平	奢华鱼子无瑕气垫粉底液SPF30/PA+++
No.10	Winona/薇诺娜	光透皙白BB霜SPF35/PA+++

纯防晒产品：专业防晒更适配户外等特定场景，护肤级防晒满足消费者日常多种使用体验

MAT202311纯防晒市场-商品关键词占比及增幅



防晒市场未来的3大机会赛道



专业级防晒

科技重塑基本款

- ✓ 更包容的人群覆盖
- ✓ 更可靠的光过滤科技
- ✓ 适应户外高强度运动场景

1

舒适质地

科技抗晒



养肤型防晒

面部肌肤奢护

- ✓ 与护肤品类似的功效
- ✓ 针对不同肤质的特别养护
- ✓ 宜人触感带来愉悦涂抹体验

2

多肤质适配

多功效养肤



彩妆结合防晒

防晒更美颜

- ✓ 与彩妆产品更兼容
- ✓ 支持肤色修饰
- ✓ 多重功效一步到位

3

服帖上妆

妆容加持

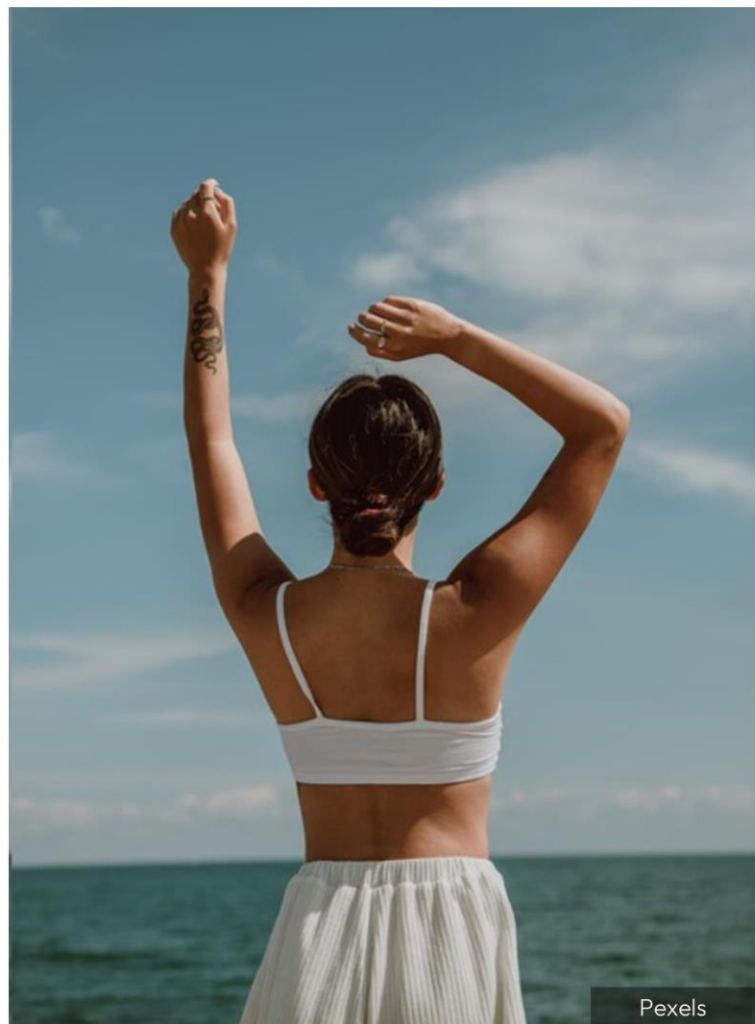
天猫美妆 | TMIC 快消趋势发布 | Flywheel

赛道1 专业级防晒

趋势解读



专业级防晒赛道的核心人群画像



画像描述

防晒刚需人群

消费人群更广谱，用户防晒选择更理性

“涂防晒是为了延缓肌肤光老化、防止晒黑，所以产品里的防晒剂是最重要的，我之前都会仔细看成分表。”

人群在性别、年龄分布上（较其它赛道）更均衡。

人群标签

女性 86%	4线城市及以下 36%	跟风尝鲜 人群 20%	理性专业 人群 19%
	18-24岁 34%		

数据源：TMIC天猫新品创新中心-人群画像

Ta们可能是



军训青少年



理智生活家



户外工作者



开车一族



野趣休闲派

专业级防晒赛道的话题营销灵感

记忆回溯

焕新认知



世代变迁

大众尤其是男性及中老年人群，对于使用防晒霜的必要性仍存困惑。可藉由代际观念差异、防晒史的回顾，更新有关科学防晒的观念，打破防晒产品的粘腻使用感受，同时强化品牌的专研能力。

#老牌, #国货, #怀旧, #传承, #父辈, #时代变迁, #温馨, #防晒考古

全人群适用

通过不同年龄、职业、肤质的消费者讲述自己使用某款防晒的体验与看法，展示产品具备肤质包容、高度通用的属性。

#全民防晒, #男性防晒, #中年女性, #采访, #入门级防晒

持久防晒力

强化心智



作为倡导者

以一种科学、专业、权威的形式，向公众论述使用防晒霜产品的重要性及安全性，并提供关于防晒剂成分、防晒原理及技术的科普。

#防晒科普, #智商税, #防晒避雷, #防晒剂, #成分党, #干货科普

防晒力测评

通过真实环境下（而非实验环境）的测试，以大众易理解、易感知的方式，展现持久、防汗、控油、防摩擦等特性。

#硬核测评, #户外, #运动员, #宇航员, #科考队, #国家队

专业级防晒赛道的产品趋势

肤感革新

易于涂抹 厚重、粘腻，依然是部分消费者对防晒霜产品的刻板印象，并且也是阻碍其高频次使用的核心因素。为此，品牌需要通过配方技术的精进及质地的改良，让产品更易于均匀涂抹和清洁，以及触感更舒适。例如，防晒水喷雾、采用特别的防晒剂包裹技术、高流动性的精华液、产生更少肌肤摩擦的慕斯、触感清凉的凝胶。

零刺激 考虑到更广谱的人群受众及多类型的肤质，品牌应采取更安全、更稳定、更温和的成分及配方，以减少对面部肌肤及眼部的刺激。例如，无泪配方。



硬核科技

创新技术 消费者更倾向选择单独使用防晒产品(而非带有防晒功效的其他产品)，其背后是对产品防晒力的信赖。防晒剂厂商仍在持续迭代防晒科技。例如采用多重防晒剂配合的广谱防晒、抵御超长波辐射的高波段防晒、将有害光转为有益光的Sun Dual Care™、聚焦晒后损伤修护的“光生物学”防晒系统、不易透肤吸收的大分子防晒剂。

运动户外 随着健康生活方式的流行，消费者有更多机会参与到城市及郊野户外运动。在户外出行或高强度运动场景下会期待产品拥有更强的防汗、防摩擦、抗水、控油能力，以避免晒黑和晒伤。



资生堂 蓝胖子&粉胖子

——首创「紫外线转化技术」，超越传统UV防护，激活多重养肤机能



冠军防晒

资生堂蓝胖子

遇水更密，遇热更强
出游防晒No.1

水汗加乘 x 热力感应 专利技术

水汗加乘科技 - 遇水遇汗，防晒膜更加稳固
热力感应科技 - 遇热遇高温，防晒膜紧密度更强

防晒黑 防晒老 防晒斑



高科技抚纹防晒

资生堂粉胖子

逆转光害，促胶原，抚细纹
日常通勤必备

首创「紫外线转化技术」

有害光逆转为美容光，提升成纤维细胞活性
促进胶原蛋白和透明质酸新生，实现防护+美容养肤双功效

深海螺旋藻精华(藻蓝蛋白+天然矿物因子)

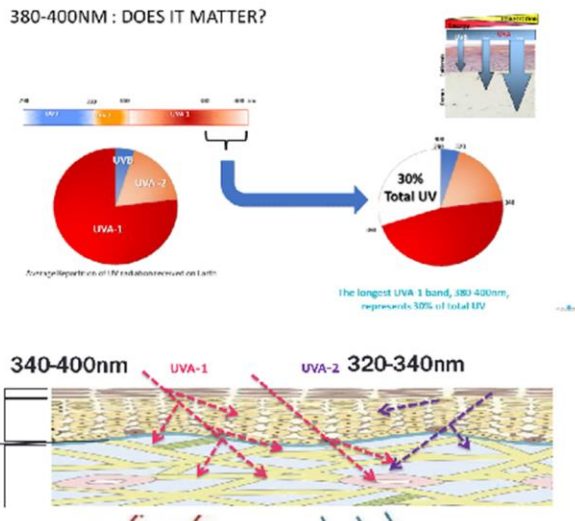
「水润养肤」抚纹 提亮 保湿
「高倍防护」13H持久防护

欧珀莱 烈日轻透防晒液

——精准抵御老化关键UVA1，开辟抗老养肤防晒新格局



资生堂先端防晒技术 精准抵御UVA1 物化合一6重防晒



UVA1 占抵达地表UV总量的 80%
可穿透玻璃直达真皮层
是肌肤老化的元凶

添加硬核养肤成分 抗光老+防蓝光+耐摩擦

母菊花、欧百里香提取物

抵御光损伤

舒缓修护 及时修复损伤

维生素E、姬风露和肌肽

抗氧抗蓝光

抗蓝光抵御自由基
预防肌肤老化

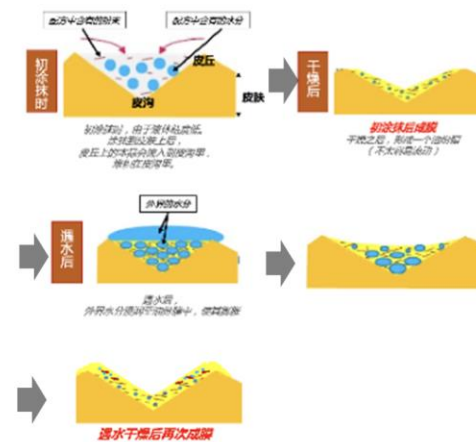
添加玻尿酸

滋润保湿

长效保湿
不拔干

防水防汗效果不减 轻薄10s成膜通勤必备

遇水遇汗后仍可给予肌肤均一、
细密的“保护膜”



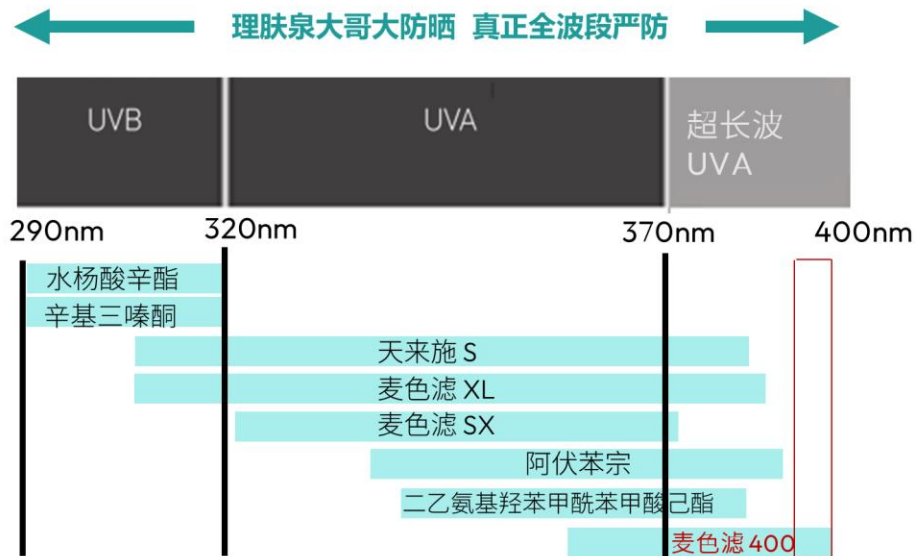
持续实现优异的防晒效果，减少反复补涂烦恼

理肤泉 大哥大防晒霜

——挑战高倍防晒「天花板」 上山下海 无惧酷晒



7 硬核专利 8重防护不惧晒



麦色滤400专利防晒剂

欧莱雅集团
历经10年，65项以上研究
23项专利，6篇发表文献



2 实力功效 户外不惧黑

SGS 权威测试认证 超高倍防护 水汗后防护力依旧

SGS MA IBC-MRA CNAS 中国认可 国家认证 检测 TESTING CNAS L1559

SGS MA IBC-MRA CNAS 中国认可 国家认证 检测 TESTING CNAS L1559

测试结果：
所检样品的SPF值为78。

测试结果：
测试样品洗浴后的SPF值为78，洗浴后的SPF值为40。

水感轻薄 多肤质适用



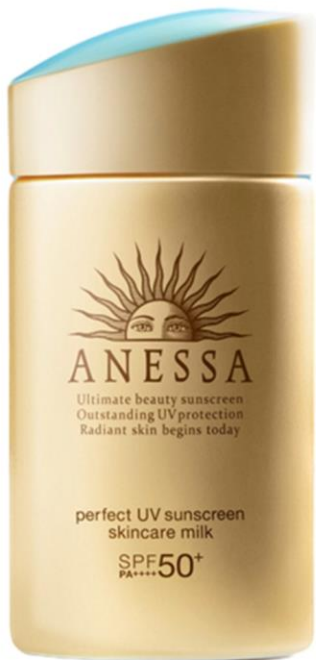
添加保湿甘油
抗氧VE
轻薄水润
全肤质可用



添加3重控油成分
Aircium™
珍珠岩
红木籽提取物
油痘肌适用

安热沙 高倍耐晒小金瓶

——防晒世家百年专研，3重防晒黑科技，强化防晒膜，续航高倍防晒力



亮点科技



【1】Thermo booster热能防晒技术

防晒膜遇光热，水汗则强

【2】Aqua Booster EX 升级版，水能防晒技术

遇水则强+抗摩擦防脱落能力

【3】Photo stomino 能量技术

延长防晒时效，无畏光照

美肌能力



50%以上护肤成分*，有效抵御光老化

【1】舒缓肌肤（洋委陵菜根提取物，甘草酸）

【2】改善肌肤粗糙干燥情况（甘草酸、芍药根精粹）

【3】维护肌肤健康弹性（京都宇治 绿茶的精粹）

【4】持续保湿（超级透明质酸钠、胶原蛋白、甘油、维生素E）

轻透质地

【1】防水抗汗/改（汗）臭为香
可将汗臭调和为清新柑橘香的技术

【3】质地更轻薄
快速成膜不假白

【2】柔光美肤效果
自然提亮，通透不假白，肌肤平滑有光泽

【4】轻松易卸除
普通清洁用品即可轻松卸除干净



Mistine 小黄帽防水Plus

——户外长效严防 专业防水抗汗

01 无死角 严防晒黑晒伤

- 3家国内外最权威检测机构SGS、上海皮肤病医院、ZURKO，防晒测试报告，权威认证，更安心！
- SPF50+ PA++++，浴后SPF50，有效防晒黑晒伤，400-450nm超长波段，阻隔率高达97%
- 专利SUNPRO防晒增效技术，增效10%防晒力

02 下水40分钟SPF50 持久抗汗耐摩擦

- 权威检测机构报告浸水40分钟，防晒值仍保持SPF50；
- 专研「硬壳」防水耐磨科技，3D立体防护膜；长效隔绝水汗，耐磨擦，持久续航防晒力

03 哑光成膜 清爽不闷痘

- 专研Sup-Matte哑光技术，一抹快速成膜 哑光不油腻
- SGS消费者真人实测，不泛白95%，成膜92%，不搓泥

04 0酒精安全不刺激 敏感肌可用

- 0酒精，国际先进的防晒和防腐体系，权威第三方检测机构认证，温和不刺激，敏感肌可用
- 海洋友好配方，保护珊瑚不白化

05 抗氧修光损 实力抗光老

- 双重抗氧化成分专利VC肽，黄芩苷，养肤抗光老



碧柔 水磁膜防晒水喷雾

——0粉感、真水雾！自在随心喷，身体补涂防晒一支轻松搞定



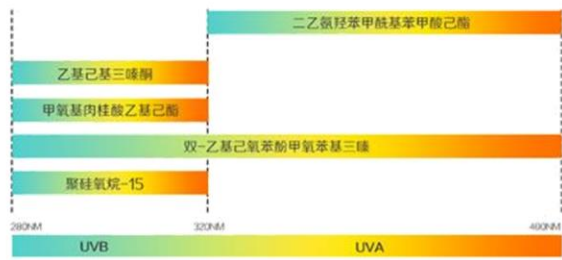
产品特点：高倍防晒值 SPF50+ PA+++

不含二氧化钛、氧化锌等物理粉末，透明液体，不会弄脏衣服，无吸入风险；
不含危险推进剂，喷出时安静无声；
小巧轻便，非危容器，高铁飞机都可携带，自在补涂好方便；
水膜力加乘，防晒亦护肤-含角鲨烷成分，帮助呵护肌肤。



多重防晒力

多重防晒力加乘
强力抵御紫外线损伤



高倍强防晒

高倍强防晒SPF50+ PA+++
防晒值测试报告

检验报告						检验报告					
编号	品名	规格	批号	检测日期	检测地点	编号	品名	规格	批号	检测日期	检测地点
1	GLP	30	18	18.1	18.0	1	SPF	30	18	18.1	18.0
2	UVB	30	18	18.1	18.0	2	UVA	30	18	18.1	18.0
3	ZLJ	30	18	18.1	18.0	3	WCK	30	18	18.1	18.0
4	VAL	30	18	18.1	18.0	4	WSP	30	18	18.1	18.0
5	TLJ	30	18	18.1	18.0	5	LNL	30	18	18.1	18.0
6	LZF	30	18	18.1	18.0	6	YVY	30	18	18.1	18.0
7	WHB	30	18	18.1	18.0	7	QOM	30	18	18.1	18.0
8	QUS	30	18	18.1	18.0	8	VAL	30	18	18.1	18.0
9	MS	30	18	18.1	18.0	9	LJ	30	18	18.1	18.0
10	ZK	30	18	18.1	18.0	10	WAG	30	18	18.1	18.0

消费者认可

消费者测试报告认证



雅诗兰黛 精华级都市防晒

——繁忙节奏，更需要一支精华级防晒，兼具防晒，抗氧化+抗光老需求



1 核心卖点

【精华级 抗氧化】

EUK-134精粹

贵比黄金
“抗氧永动机” 自生循环
8小时长效抗氧

【精华级 抗光老】

虎皮百合精萃

蛋白紧锁科技
对抗弹性蛋白损伤

【精华级 强屏障】

仙人掌精粹

4周强韧屏障
提升肌肤锁水力

2 防晒力

3D防护科技 光损伤全波段阻断 UVA+UVB+红蓝光

3 质地肤感

触肤即成水光膜 全天贴妆不暗沉

8小时持续水润 不粘腻，不闷痘，不搓泥

4 适用人群

全肤质适用，尤其适合精致白领在都市日常生活中使用

优时颜 清透光护防晒乳

——专研物化广谱500nm超长防护，轻透免卸；复配抗氧修护王牌成分，抗光氧，修护光损伤



物理化学 防晒结合

- SPF50+ PA+++超广谱防晒力
- 覆盖500nm超长波段
- 实现全方位抵抗UVA、UVB、蓝光

专研大分子 防晒剂

- 更安全：防止防晒剂渗透进入皮肤屏障，减少对受损皮肤的刺激，降低皮肤敏感
- 更稳定：在高强紫外线照射下，防晒剂也不易氧化分解，防晒效果更加持久



色满醇+姜黄根

- 激活皮肤抗氧头号因子SOD，抵御氧化应激反应，清除自由基，开启皮肤自我抗氧能力

依克多因

- 对抗紫外线对皮肤的光损伤，提升细胞防护能力，修护屏障，缓解不适

核心成分

防晒黑

- 物化防晒结合
- 大分子防晒剂
- SPF50 PA+++

防氧化

- 色满醇+姜黄根
- 激活抗氧化酶，抵御自由基
- 防止氧化色沉

防光敏

- 依可多因
- 修护晒后炎症灼热
- 防止炎症反黑

主打功效

水

| 摇摇乐水感亲肤
不搓泥

透

| 通透自然
不泛白

清

| 清爽服帖
不厚重



OLAY 菁颜隔离防晒精华乳

——4秒化水成膜，清透轻肤感防晒



匠心精粹成分
超越防晒更养肤

复配成分

添加海藻糖 有效保湿



秒成膜 易上妆
不粘腻 不闷痘



轻透不易阻塞毛孔



妆前隔离[®] 易上妆



突破性科技
4秒化水成膜

OLAY突破性科技¹
4秒化水成膜²

1 强防晒

- 4重防晒³
- UVA+UVB双波段防护
- 防晒黑 晒红 晒伤

2 轻肤感

- 迅速成膜 不粘腻
- 不易堵塞毛孔
- 可作为妆前隔离⁴
- SPF50 PA++++



1. 防晒黑 晒红 晒伤 2. 防晒黑 晒红 晒伤 3. 防晒黑 晒红 晒伤 4. 防晒黑 晒红 晒伤

玥之秘 微囊精华防晒霜

——以精华入防晒，一滴锁定防晒力，28天内外源紧致



Hodivecap 微囊锁鲜技术

将防晒剂和精华成分储存于**5120万颗微囊颗粒**中，日晒时发挥强大纯粹的功效，更造就轻透精华触肤质感

海洋友好配方

符合帕劳、夏威夷、荷兰等多地认证
坚持使用环保配方，呵护珊瑚生态

轻薄空气肤感，贴肤不搓泥

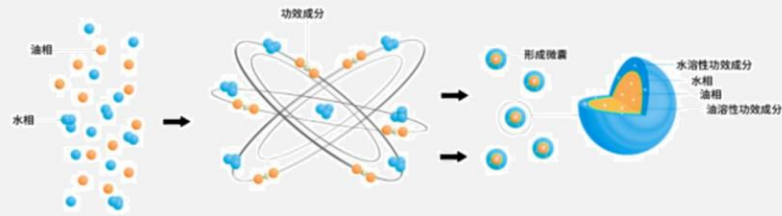
一抹爆珠化水
吸收快、0黏腻、不搓泥、无负担

SPF50+ PA+++ 高倍防晒，抵御光老化

全波段防护，阻隔UVB防晒黑晒伤
抵挡UVA防晒老

精华养肤 + 防晒二合一

Hodivecap微囊锁鲜技术 x 5120万精华微囊颗粒



水油相撞，智能防晒剂抱团形成无“壳”精华微囊颗粒
锁鲜技术包裹活性养肤成分，一触即爆，实现空气肤感，既防晒又养肤

5 重 维他命 + 7 重 植物精粹



*植物精粹指：姜黄根，印度楝花，印度楝叶，珊瑚藻，印度楝树皮，圣罗勒叶，辣木籽油

妮维雅 密集多重光护防晒乳；控油劲爽防晒乳

——高倍防晒，高效养肤；复合植萃精华，百年德系品牌科学养肤配方体系




妮维雅防晒始于1936年，市场占有率全球第一

德系严谨专研防晒科技，1882年拥有第一张专利



核心成分：甘草查尔酮A (Licochalcone A)



陆地黄金甘草活性提取物
有效改善肌肤暗沉

SPF50+ PA+++ 德系高倍防晒

三维'G-Protect'防晒科技*
避免局部晒黑

空气感*

空气感轻盈质地
8小时*雾面哑光

抵御光老*

植萃复配精华
4周*有效改善肌肤细纹



SPF50+ PA++++ 德系高倍防晒

三维'G-Protect'防晒科技
避免局部晒黑

12h*长效控油

水润清透亲肤质地
全天放肆

专研防水防汗*

无惧热浪
享受亲水时光



妮维雅密集多重光护防晒乳

妮维雅控油劲爽防晒液

海洋/珊瑚友好

HARMLESS TO OCEAN

不含塑料微球，不含海洋争议成分

每年有多达6000吨的防晒霜被冲进全球各地的珊瑚礁，这些防晒霜中的化学物质可能导致珊瑚健康状况下降。

尤其是氧苯酮 (oxybenzone) 和甲氧基肉桂酸辛酯 (octinoxate)，这两种成分因为具有优异的紫外线吸收功能，而存在于大部分防晒产品中。

Dr.G 柔润温和修护物理防晒霜

——100%氧化锌，双重抵御UVA UVB；敏肌专研，通过健康的肌肤，让每个人享受美丽世界

Dr.G柔润温和修护物理防晒霜 SPF50+ PA++++ 70ml



✓ 纯物理防晒

100%氧化锌 敏肌安心

✓ 成分安心

植萃养护0添加 御光老 抗氧化

✓ 清爽肤感

清爽乳液质地 水润不假白

✓ 检测认证

海洋友好型防晒 防水防汗

12h抗UVB
8倍阻隔UVA



敏感肌适用
人体应用试验



皮肤刺激测试

用户说：

- 使用后，肌肤很舒服~^^
NEWSH***
- 这款产品成分温和，我喜欢！
RKATNS***
- 蒂迩肌防晒霜都很好~
SORAGA1***

赛道2 养肤型防晒

趋势解读



养肤型防晒赛道的核心人群画像



画像描述

功效务实人群

消费人群更理性成熟，基于功效选择护肤防晒方案

“认真防晒2年，感觉皮肤都变好了，眼角干纹淡了…秋冬自用的一款防晒，晒不黑还抗老！添加的抗氧修护胜肽还可以修复光损伤！”

(较其它赛道) 有更多男性；注重护肤，追求健康生活方式。

人群标签

男性	美容设备党	务实精算人群	懒人省心人群
33%	12%		
	35岁及以上	19%	15%
	29%		

数据源：TMIC天猫新品创新中心-人群画像

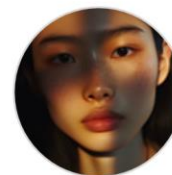
Ta们可能是



医美人群



精致男孩



快速修复人群



护肤功课党



脆弱肌人群

养肤型防晒赛道的话题营销灵感

变美思路输出

产生吸引



自信与女性成长

如何变美与避免衰老是育龄期女性普遍在意的话题，其内核往往指向“如何成为更好的自己”。在产品沟通中，可将勤于防晒的结果关联到“自我实现”及个人价值感。

#变美思路, #自律, #励志, #逆袭, #自我关怀, #姐姐系, #母女, #青春期

健康的生活方式

相比美白与抗老，45岁以上的轻熟人士更倾向将肌肤与身体维持在一种健康状态。产品推介时的措辞需更具有包容性。

#高级感, #仪式感, #皮肤质感, #内调外养, #健身, #40岁姐姐, #女性力量

科研专业背书

增强信心



专业人士意见

可考虑联合医院或研究院的专业人士提供有关产品功效原理的科普及说明，并针对不同肤质的人群进行个性化建议。

#防晒养肤, #防晒黑科技, #科学防晒, #皮肤科, #皮肤学, #干货

经验之谈

与美妆达人、医学背景达人及素人合作，为消费者提供更多元的视角以直观地理解产品在防晒及其他护肤功效上的表现。

#真实测评, #敏感肌, #反向种草, #防晒霜, #肤质

养肤型防晒赛道的产品趋势——养肤功效细分

功效细分

功效宣称更具可信度，功效实践更有效

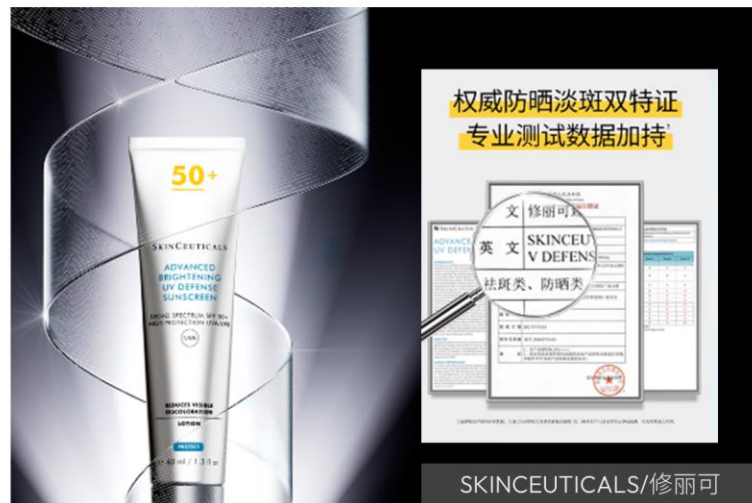
多数消费者使用防晒产品是源于对长斑和晒老的担忧。将“防晒”视作每日护肤步骤的消费者，在看待防晒霜时也会期待其具备同护肤品类似的功效，同时关注防晒品牌的科研实力。

美白功效 在“要美白淡斑，首先做好防晒”心智驱动下，消费者更愿意坚持使用防晒。而披露产品的美白及防晒“特证”，也是品牌获取消费者信任的重要路径。

抗老功效 抗光老，被消费者视为通过护肤以预防衰老的重要一环。除了抗击紫外线，蓝光、红外线等更广谱的光辐射也被纳入了防晒范畴。一些产品会同时加入有助于肌肤抗衰老和抗氧化的成分，以强化抗老功效。

修复功效 经历过晒伤或正在经历医美项目的消费者，尤其关注预防反黑与泛红修护。医院、院线级、研究所、实验室、科考队/赛事合作、大牌同款等与专业意象强关联的品牌，在消费者眼中是值得信赖的。

养肤养心 在健康养生观念的推动下，消费者亦考虑包含花草、中草药智慧、芳香疗愈、美容补充剂等围绕“身心灵”的整体解决方案。



养肤型防晒赛道的产品趋势——多肤质护理

肤质细分

为不同肤质提供个性化的防晒方案

经历过多次皮肤知识教育的消费者已然认识到，依据个人肤质选择合适的防晒霜是必要的。那些对皮肤有特别护理需求的消费者，对防晒产品亦有更细致的要求。品牌需关注不同类型亚健康肌肤的需求差异，可考虑为消费者提供个性化的购前诊断及导购服务。

敏感肌

维稳和修护受损的皮肤屏障对敏感肌人群尤为重要，ta们会特别关注防晒产品的成分及配方。期望成分稳定(光照后不变质)、不透皮(减少刺激)；防晒的同时也能舒缓肌肤晒后的炎症反应。

干性肤质

保湿效果与清爽感兼备，是干皮人群的期待。区别于厚重的霜状质地，一些品牌尝试在乳液等高流动质地中加入保湿成分以平衡肤感与保湿功效的矛盾。此外，在秋冬季、妆前保湿及光泽妆容打造的场景下，部分消费者亦会考虑保湿效果佳的防晒产品。

偏油肤质

肤质偏油的消费者（包括油脂分泌更旺盛的青少年及男性）往往担忧防晒霜会加重肌肤负担，因而仅在不得不防晒的情况下使用防晒产品(通常在夏季或紫外线强烈的户外)。具备良好防晒黑效果、肤感清爽、上脸哑光效果、持续控油的产品会更能打动ta们。



修丽可 防晒小银伞

——全波段防晒，淡斑堪比美白精华



双特证	修丽可首款高能淡斑防晒， 防晒+祛斑双特证
高倍防晒力	SPF50+ PA++++ 7重防晒剂UVA UVB 全波段防护
高效淡斑配方	科学实证淡化顽固色斑，效果 堪比美白精华
好肤感	成膜快不搓泥，肤感轻盈不黏腻，自然服帖不假白
项目后/敏感肌可用	经测试，专业医美项目后在脆弱的肌肤状态下使用依然安全有效，敏感肌亦可使用

权威防晒淡斑双特证
专业测试数据加持

12周实测 淡斑美白

- 26% 色斑
- +25% 光泽度
- +21% 肤色均匀

权威防晒淡斑双特证
专业测试数据加持

英文 SKINCEUTICALS
祛斑类、防晒类

- 传明酸 加速淡斑
- 维生素E 抵御自由基
- 烟酰胺 减少色素

光电项目后 推荐使用

0人出现不良反应 → **安心配方**

兰蔻 防晒小白管

——高倍防晒 清透好肤感



户外活动无惧晒



防晒抗光老

专研麦色滤科技
全波段抵御紫外线
防晒更抗光老

健身运动无负担



肤感天花板

清透乳液质地
均匀成膜 自然不厚重
轻透会呼吸 无惧重油汗

轻松上妆无压力



跟妆易延展

千万女性验证
贴妆不搓泥 满分好妆效
百搭无平替 8年超认证

肌肤之钥 御龄防晒乳霜

——以光御龄，与光共盈，贵妇级抗老防晒



以光御龄 与光共盈

一支防晒，半管精华，高配防晒+抗老面霜all in

- 🔬 前沿黑科技、臻贵抗老成分、高倍防晒力、奢华体验
- 📦 吸收养肤红光，抵御蓝光氧化，灵魂复配，防晒更抗老

1-前沿黑科技

自适应内防御科技



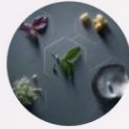
摩洛哥百里香精粹
激活肌肤自身抵御力
晒后不红 盈润如初

智慧滤光科技



CPB独家【红光养肤配方】
通过智慧滤光科技过滤出太阳中
能够促进胶原新生的有益红光
同时抵御蓝光氧化
稳定肤质 饱满弹润

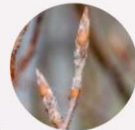
2-臻贵抗老成分



品牌灵魂成分
亮肌赋活精粹

「铂金丝蚕丝、
AKOYA珍珠、
茶氨酸、东当归、紫苏」
匠心复配，激活肌肤钻光力

欧洲
常青嫩芽精粹



汲取自欧洲榉木嫩芽
以强大的生命力被誉为“常青植粹”
也是提取玻色因的植物源
为市面上大热抗老产品的核心成分

3-高倍防晒力



防晒力MAX

特别适合高尔夫等户外运动

UVB会让表皮层肌肤红肿蜕皮
SPF50+代表超12H的UVB防护
防止肌肤晒红、晒伤

UVA能够穿透到真皮层
PA++++代表超高效的UVA防护
防止肌肤晒黑、晒老

4-奢华体验

轻盈丝缎质地
沁肤盈润

润而不腻 触肤如缎即融
为肌肤带来宛如
轻盈丝缎般顺滑触感
亦如高级乳霜奢护肌肤



高姿 多效特护美白防晒喷雾

——满格[#]防晒，实力美白；透明隐形 防水防汗



「美白防晒双特证」

透明隐形 防水防汗

<p>白皙度</p> <p>+36.0%##</p>	<p>黑色素</p> <p>-25.0%##</p>
--	--

7重纯化学防晒剂 国货首款满格防晒[#]

舒缓、紧致、抗光老、养肤

多重功效于一身

<p>苏州华精生物科技有限公司 检验报告</p> <p>产品名称: 高姿多效特护美白防晒喷雾 规格: 150ml/瓶 生产日期: 2023.08.01 有效期至: 2025.08.01 委托方: 高姿多效特护美白防晒喷雾项目组 受托方: 苏州华精生物科技有限公司 检测项目: 防晒性能、舒缓紧致功效</p> <p>防水防汗测试</p> <p>检测结果: 合格</p>	<p>苏州华精生物科技有限公司 检验报告</p> <p>产品名称: 高姿多效特护美白防晒喷雾 规格: 150ml/瓶 生产日期: 2023.08.01 有效期至: 2025.08.01 委托方: 高姿多效特护美白防晒喷雾项目组 受托方: 苏州华精生物科技有限公司 检测项目: 舒缓紧致功效</p> <p>舒缓紧致功效测试</p> <p>检测结果: 合格</p>
--	---

双重防晒黑科技加持

- ①升级UV Plus 光防护科技
- ②UV Fast 防水成膜

46 | #满格指产品的防晒指数为SPF50+PA++++, 防晒指数较高; ##数据源自第三方机构对产品的功效测评, 实际效果因人而异;

薇诺娜 清透防晒乳

——外防内养，敏肌安心



薇诺娜敏肌专研防晒，品牌品质更安心

不易透皮*，敏肌不伤肤

含大分子防晒剂，不易渗透肌肤
0酒精0香精0致敏 温和不刺激

高密防护，抵御99%*紫外线

全波段抵御紫外线，防晒老、黑、伤、斑

温和免卸，轻薄好肤感

水包油亲肤成分 一抹成膜 温和免卸
敏肌专研，防晒养肤更安心。

直击4大光敏因子*，长效修护

专利萃取马齿苋，直击光敏根源TNF- α 、IL-6、IL-1 α
红没药醇+姜根提取物，舒缓PGE2，褪红强韧
VE衍生物+尿囊素，修护光损

通勤上班



旅游远行



露营聚会



军训日晒



医美术后



*不透皮：第三方实验数据，清透防晒乳的4种防晒剂经体外测试，24小时后均未透过猪皮及仿人表皮合成膜。

*99%紫外线：99%基于第三方实验数据，基于体外实验测试-PMMA板模拟机测紫外线UVB透过率，测试数据结果为99.36%，数据仅供参考，实际效果因人而异。

*4大光敏因子：数据来自于薇诺娜合作第三方实验室，基于3D表皮皮肤模型（EpiKutis®），与对照组相比，样品薇诺娜清透防晒乳的致敏因子（IL-1 α 、IL-6、TNF- α ）、致敏性介质（PGE2）含量均显著下降，抑制率分别37.07%、28.55%、39.91%、33.13%

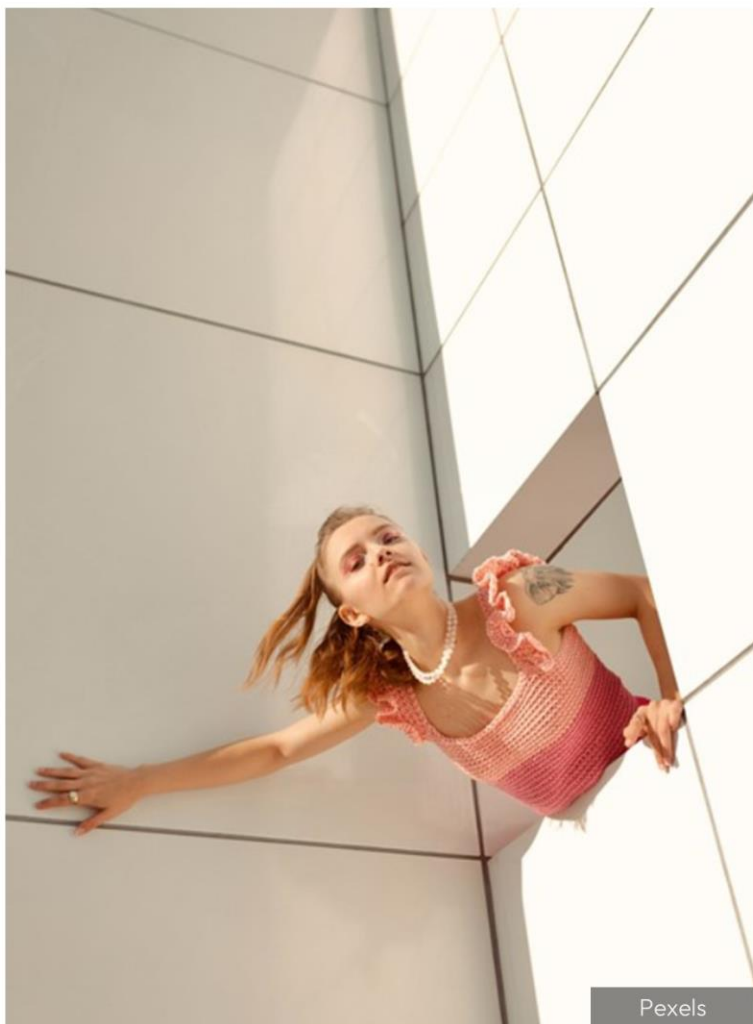
赛道3

彩妆结合防晒

趋势解读



彩妆结合防晒赛道的核心人群画像



画像描述

先锋悦己人群

消费人群中都市女性浓度更高，认真生活、悦纳自我

“这个顶级淡妆我爱了！一年365天都能化！加上最近的太阳都超级棒，很适合出门拍照，所以妆前防晒一定要做好~”

(较其它赛道) 有更多女性，注重生活仪式感，参与健身及潮流运动。

人群标签

女性	一线及二线城市	前卫先锋人群	悦己大牌人群
90%	46%	18%	14%
	30-39岁		
	19%		

数据源：TMIC天猫新品创新中心-人群画像

Ta们可能是



彩妆结合防晒赛道的话题营销灵感

妆容创意

激发兴趣



面部色彩美学

与美妆或时尚达人合作展示防晒与底妆的完美融合能力。例如，采用富有创造力的呈现形式，将美妆视作个性身份的表达。

#仿妆, #亚裔妆, #防晒底妆打架, #氛围感, #旅拍, #穿搭, #妆容展示

日常化妆灵感

与美妆入门达人合作，将上妆步骤进行生活化、强对比化地展示，以突出产品的灵活用法；并适时传递诸如打消精致羞耻的新理念。

#遮瑕, #化妆教程, #化妆技巧, #新手入门, #沉浸式化妆, #精致羞耻

上班日常

形成共鸣



早八人你好

聚焦工作日早起化妆等高效上妆场景，重点引导消费者关注短时间内快速上妆，附带展示自然提亮等妆效。

#地铁早八妆, #3分钟化妆挑战, #通勤化妆, #时间管理大师, #精力管理

优雅「打工」指南

通过短剧演绎一二线城市白领们的生活日常，或围绕ta们关注的时下热点展开娱乐向创作，并在合适的节点透出相应产品。

#打工人日常, #通勤, #大厂, #AI, #广告设计, #职场经验

彩妆结合防晒赛道的产品趋势

品类渗透

通勤简妆 针对时间有限的通勤场景，消费者往往以效率为先，更青睐同时具备防晒与肤色修饰功效的面部护理产品，以便在抵御光损伤的同时塑造良好的气色。能够满足精简护肤、减少上妆步骤的 all in one 防晒产品，会成为后优绩主义时代下的新选择。

全年防晒 部分长期带妆人士会倾向在秋冬季节使用自带防晒系数的彩妆产品来代替单独使用防晒产品。消费者防晒习惯的季节差异也值得品牌关注。

上妆场景细分

妆前打底 不影响上妆，是消费者对防晒最基础的期待。具体包括涂开后迅速成膜(不搓泥)、哑光感(不泛油光)、粉底易铺开(不打滑)。

妆容加持 具备肤色修饰及妆容加持效果，在消费者看来是防晒产品的重要加分项。具体包括遮瑕、自然提亮(不假白)、均匀提亮(不斑驳)、长效控油。

轻松补涂 定期补涂才能维持理想的防晒效果；不花妆、不脏手、便于携带且具有控油效果的防晒产品，对带妆人士来说会更易于接受。



娇韵诗 轻透防晒乳

——防晒隔离2合1，超清爽，零肤感



Texture

独特水包油轻透质地

一抹成膜 瞬间清爽
提亮肤色 轻透肤感

- 1、润粉色：提亮好肤色**
润粉质地，提亮肤色
有助遮盖泛红、隐匿瑕疵
- 2、自然色：清爽不黏腻**
乳液质地，持久持妆
有助匀净、提亮肤色

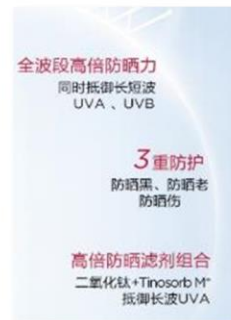


Benefit

高倍防晒抗光老

全波段高倍防晒力
3重防护 防晒黑/晒老/晒伤

- 1、高倍防晒力**
SPF 50+/PA++++
完美满足日常防晒需求
- 2、三重防护**
抵御长短波UVA/UVB
防晒黑/防晒老/防晒伤
- 3、植萃成分 温和防护**
蜜瓜提取物
减轻紫外线伤害



Technology

3P防护抗污染

特有「抗污染复合素」
隔离污染 强韧肌肤自我抵御力

- 1、抗污染复合素**
白茶精萃+欧洲稻槎菜
击退紫外线引起的自由基侵害
- 2、隔离日常生活污染**
有效防光污染、室内污染、废气粉尘



兰芝 雪纱丝柔防晒隔离乳

——修色「绝纱」，裸妆如初



4.0修色聚光镜 12小时裸妆待肌

修饰暗沉肌



修饰泛红肌



修色更持色

短效：独家“聚光镜修色技术”，即刻-50.8%减少肌肤暗黄
长效：富含莓果精粹（金虎尾，巴西莓）8倍抗氧，12h持妆不黯沉

润养服帖 细腻无瑕

“1/2000微分子玻尿酸”+“依克多因”一抹即润，持妆帖肤
3x微米级粉体，细腻服帖，隐匿毛孔，平滑肌肤

2 X 双重防护

SPF28 PA++ 抵御紫外线与光老化
“天然玉粉”隔绝污染物，有效保护肌肤

兰芝雪纱隔离4.0



03

运营策略及未来展望

天猫美妆



快消趋势发布

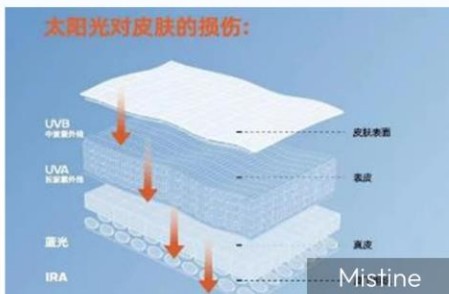


Flywheel

防晒品类的重点策略

	1 专业级防晒	2 养肤型防晒	3 彩妆结合防晒
运营重点	多种耐晒场景 覆盖更多使用人群	功效护肤，肤感升级 迈向修护、抗老高精尖功效	妆前-妆后全场景 渗透彩妆人群
趋势卖点	科技引领的防晒力升级 安全成分	外防晒、内养肤 针对不同肤质	上妆体验升级 与彩妆质感融合
渗透场景	户外训练、户外运动 户外工作、驾车	每日护肤、城市休闲 医美恢复、晒后急救	快速成妆 妆前贴肤、妆后补涂
拓展人群	防晒刚需人群 更均衡的性别及年龄分布 专业防晒、理性种草	功效务实人群 更多重视护肤的消费者 注重健康，认真生活	先锋悦己人群 有更高消费力的都市女性 认真生活，悦纳自我
营销沟通	更新肤感印象 倡导运动防晒	关注肌肤及情绪健康 专业科研背书	先锋妆容美学 优雅“打工”指南

01 科技加持防晒



-**技术**。在物理与化学防晒之后，生物防护等技术越来越多在防晒领域发生迁移应用。
 -**光谱**。除自然光防护外，消费者也关注到室内光线（如蓝光）对皮肤的负面影响。

提供多波段日光防护的解决方案
 “不止防晒，更修护看不见的肌底光损”

打破对单一的高防晒倍数评价体系的限制。

滤光科技向着更广谱、更安全可靠、更舒适的实用方向推进。

02 安全和纯净



热衷学习的消费者，未来会对那些与皮肤发生直接接触的护肤品（乃至化学清洁剂）自发地展开更为严格的成分审查，以确保自己不会暴露于有毒的化学物质中。

科普，让非专业人士更易理解防晒术语的现实含义
<https://www.ewg.org/sunscreen/>

避免使用含致癌物或其它有争议的成分；避免可能损伤肌肤或干扰身体激素的成分。

提供更纯净的防晒产品，减少用户对健康危害的担忧。

03 细分品类的创新



-**品类延展**。防晒意识的增强，会推高对全身防晒及局部防晒的关注。
 -**形态丰富**。乳霜仍是软防晒的主流形态。固体膏状、粉末状、慕斯质地甚至可穿戴式贴片也是值得一试的机会点。

面部保湿润肤霜 SPF15
 一些面部护肤乃至身体护理产品开始带有防晒功效

提供更精细化（例如针对唇部、头皮、足部）和全身化的防晒选择。

新的形态搭配新的外包装，让使用更舒适、更方便。

01 皮肤健康宣导



越来越多的证据表明，接触紫外线 UVA与罹患皮肤癌有关。防晒不只为避免晒黑。品牌可以作为教育者，让公众了解阳光照射与皮肤健康的关系。

该款产品的盖子下有紫外线传感器，瓶身有时间表，以提示用户在阳光下可以安全呆多久

增强防晒与健康肤质的关联。

提供可视的紫外线感知方式，让使用者轻松判断什么时候应该使用和补涂防晒。

02 美妆小众人群



-熟龄人士。对变老的恐惧，可能预示着为适应公共审美而不得不保持年轻外貌的压力。
-男性。对传统阳刚气质的依从，阻碍着广大男性公开使用防晒霜等防护产品。

这是一个以更年期女性为导向的美妆品牌提供适合不断变化的皮肤的产品

降低审美偏见，缓解大众的年龄焦虑与精致焦虑。

减少贬低或否定衰老的语言，帮助她们以从容的心态、健康的方式变老。

03 正念护肤*



后疫情时代下的消费者逐渐将目光聚焦于当下的状态及感受。使用那些能够治愈情绪、能带来良好自我感受的产品，是ta们践行具体化生活的方式之一。

这是一款提供以茶树花香为基调的防晒霜搭配晨间/夜间护肤手法指引

制造愉悦的涂抹体验，关照消费者心理和情绪健康。

例如，优雅的香调气味、凉爽或温和的质地，搭配面部按摩手法或按摩工具。

01 快速成妆方案



现代化进程推动着人们对效率的追求。其映射到护肤彩妆领域，便衍生出精简护肤、快速成妆的需求；上妆地点亦变得更为灵活。

快节奏的生活方式催生出“一瓶多用”、“两分钟化妆包”等能让人在外快速容光焕发的美妆小物

专为外出而设计的混合产品。

支持单独使用或混合使用。

支持在妆前-遮瑕-提亮-补妆各阶段进行创造性使用。

02 妆后易补涂



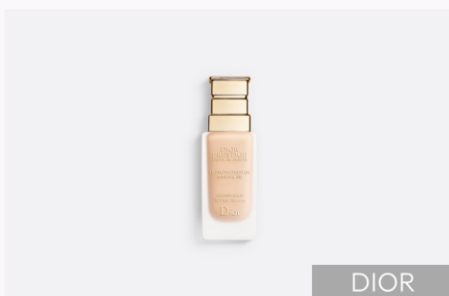
科学防晒标准要求人们均匀地涂抹并至少每2小时补涂一次防晒。但对带妆人士而言，补涂是一件需要格外小心且略感繁琐的事。

防晒控油粉、不脏手防晒棒...
让消费者爱上重复涂抹

让妆后重复涂抹的过程变得更轻松、更方便。

让产品变得既实用又有趣。

03 妆养防合一



对于专业的彩妆使用者而言，自带良好防晒功能并兼具养肤功效的彩妆产品，是一种在不改变个人彩妆使用习惯下的新选择。

矿物遮瑕防护乳 SPF50+ PA++++
抵御紫外线的同时，能够修饰肤色及精油养肤

叠加防晒功效，为高级彩妆玩家提供更全面的光防护。

除精华成分入妆外，“以光养肤”的防晒黑科技也可成为高端彩妆产品的创新思路。

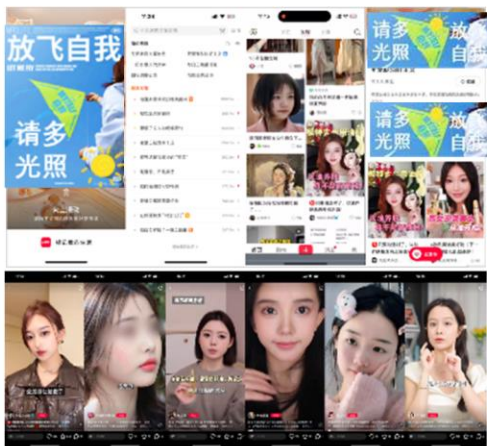
天猫美妆携手20位防晒商家和多位KOL深度种草打造乐活防晒新趋势，青年文化大媒体联名演绎，天猫&品牌&微博互动串联造势，引发全民UGC参与讨论

Step1

春日请多光照先锋防晒种草

深度种草，针对乐活防晒场景，通过达人讲解强化防晒长效高倍多功能养肤趋势，携手品牌献上春日尽情拥抱光照解决方案，形成选购指南激发用户购买欲

小红书上线“春日请多光照”话题页，配合火焰话题、信息流率先打爆声量，大KOL&KOC矩阵种草，演绎多样化乐活防晒趋势



Step2

青年文化媒体联名造势事件

事件打造，青年文化媒体北辰青年联合天猫×各大趋势品牌打造【春日请多光照】风等大晒，透传放飞自我自由光照的趋势内核，树立乐活防晒心智

北辰青年联合线上线下传播演绎6大趋势，通过线下事件体验和互动的方向提出乐活防晒生活理念和产品理念，重塑防晒场景新体感，引发用户讨论



Step3

携手天猫官方+舰长品牌助力

助力品牌声量，天猫×北辰青年×菜鸟发布全国春日光照站地图，货品趋势释出+互动福利“请多光照”小样撬动TA互动，促进生意双爆发。

天猫×菜鸟发布全国春日光照地图。商家&菜鸟开启【光照站分站】，投样特色防晒产品&定制礼品，吸引UGC打卡互动



Step4

行业趋势扩散

乐活防晒生动live【发光照】视觉物料+乐活防晒白皮书透传，利用微博强话题属性，通过话题引爆品类趋势，引发用户兴趣，引流主会场获取流量。

联合行业媒体发布乐活防晒行业报告，沉淀天猫高效长倍多样防晒购物场域心智，树立行业内天猫防晒趋势风向标！



THANKS

2024 防晒行业趋势白皮书

天猫美妆



快消趋势发布



Flywheel



白皮书指导委员会

- 怡文 淘天集团-美妆行业总经理
- 小卷 淘天集团-快消行业横向负责人
- 颜韵 淘天集团-美妆行业营销负责人
- 邱晨 淘天集团-美妆行业商品负责人
- 隆晓 淘天集团-美妆行业防晒负责人
- 莫奈 Flywheel China Enterprise-副总裁

白皮书核心作者

Flywheel China Enterprise

- 季华倩 Rachel 咨询副总监 联系方式: rachel.ji@flywheeldigital.com.cn
- 沈秋雁 Quinn 高级咨询顾问 联系方式: quinn.shen@flywheeldigital.com.cn

特别鸣谢



*排名不分先后

概念定义及研究范围

广义的防晒产品可分为“硬防晒”和“软防晒”

- 硬防晒，指采用遮阳伞、戴帽子、衣物遮盖、佩戴太阳镜等方式来阻隔紫外线对皮肤的照射。
- 软防晒，主要是将含有防晒剂的产品涂抹于皮肤表面，通过反射、散射或吸收紫外线的方式来保护肌肤。

本白皮书的研究对象为适用于面部涂抹的“软防晒”产品，具体可细分为纯防晒产品及泛防晒产品。

| 纯防晒

是指以防晒为主要目的，含有一种或多种防晒剂的外用防晒产品，包含针对男士及孕产妇专门设计的防晒产品。主要挂靠在淘天市场的“美容护肤/美体/精油>防晒（新）”类目。按防晒剂类型，可分为物理防晒剂（反射、散射紫外线）、化学防晒剂（吸收紫外线）及物理化学混合的防晒剂。

一级类目	二级类目	叶子类目
美容护肤/美体/精油	防晒（新）	防晒霜
美容护肤/美体/精油	防晒（新）	防晒喷雾
美容护肤/美体/精油	防晒（新）	防晒膏/防晒粉末
美容护肤/美体/精油	男士面部护理	男士防晒乳霜
孕妇产用品/营养	孕产妇护肤/洗护/祛纹	防晒/隔离

| 泛防晒

是指带有防晒值（SPF/PA值）的面部美妆及面部护肤产品，包含针对男士及孕产妇专门设计的产品，但不包含纯防晒产品。主要挂靠在淘天市场的“美容护肤/美体/精油”及“彩妆/香水/美妆工具”类目。

一级类目	二级类目	一级类目	二级类目
美容护肤/美体/精油	乳液/面霜	彩妆/香水/美妆工具	面部彩妆
美容护肤/美体/精油	面部护理套装	彩妆/香水/美妆工具	彩妆套装(新)
美容护肤/美体/精油	男士面部护理	彩妆/香水/美妆工具	男士彩妆(新)
美容护肤/美体/精油	面部精华(新)	孕妇产用品/营养	孕产妇护肤/洗护/祛纹
美容护肤/美体/精油	男士面部护理		

免责声明

数据来源

本白皮书的数据是基于TMIC天猫新品创新中心、Flywheel飞未、市场公开信息等来源。

数据周期

白皮书整体时间段：MAT202311，具体数据指标请参考相应页面的标注。

版权声明

本白皮书的所有表格及文字内容的版权归飞未云科（深圳）技术有限公司所有。其中，部分文字、图片及数据来源于公开信息，版权归属原作者所有。飞未云科（深圳）技术有限公司获取信息的途径包括阿里消费洞察、Flywheel飞未自有数据及公开资料。如需转载、引用、刊发本报告，需注明出处为“2024防晒行业趋势白皮书”，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改。违者将追究其法律责任。

免责条款

本白皮书所涉及的数据、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。