市场经纬

从简单防晒到全副“捂”装

防晒服配,“晒”出来的大市场

模特展示的防晒冰袖

防晒面罩搭配了帽檐,防晒能力得到升级

模特身着轻薄修身的防晒衣

经营户向记者介绍防晒衣产品

全媒体记者 吴峰宇 文/摄

手持遮阳伞、身着防晒服、面戴“脸基尼”,再搭配一副墨镜…… 你是否注意到,这个夏天,街头全副“捂”装、硬核防晒的人变多了?更有网友戏称:“养儿不一定防老,防晒一定防老。”这句年轻人间的流行语不只是玩笑,更是如今“防晒热”的真实写照。

近年来,随着消费认知的进步和健康理念的普及,防晒正日益成为“全民级”刚性需求。据艾瑞咨询发布的数据显示,2025年,我国防晒服配市场规模超880亿元,预计2026年将达958亿元,其中防晒衣占比将超50%。

防晒,既是一种生活方式,也是一个新兴产业。从简单防晒到全副“捂”装,消费者为何越来越爱“硬防晒”?防晒消费有哪些新特点?涌现出哪些新产品、新技术?一起探索火热的防晒经济。

有需求就有商机 防晒服配发展出全品类

我们常用“风吹日晒”来形容辛苦,从古至今,防晒一直是刚需——从晋朝的席帽到唐宋的帷帽,其实都有一定的防晒功能。

时光流转,来到当下,市场的蓬勃发展永远离不开需求的强力驱动,有需求才有市场。近年来,防晒服配市场规模从边缘小市场跃升至百亿级,主要归因于三大因素:健康认知升级,世界卫生组织将紫外线列为一类致癌物后,大众对光老化、皮肤癌防护的关注度骤增。相比反复补涂的防晒霜,防晒服配等物理防晒方式因防护性强、使用便捷成为首选;户外活动热潮兴起,骑行、徒步等运动风靡,青甘云川等高海拔、沿海热门旅游地,让防晒服配成为户外刚需;市场格局革新,头部品牌以“技术+营销”开辟细分赛道,借助小红书、抖音等平台扩大曝光,推动市场扩容。

据悉,义乌防晒服配市场起步于2016年,历经近10年发展,市场规模显著扩大。根据《义乌指数》发布的行业洞察,自2020年起,义乌市场上经营防晒服配产品的经营户不断集聚,数量由原本的一条街三四家,到如今经营主体超180户。其中,经营防晒衣品类的经营户约70家,经营防晒口罩、防晒袖套等品类的经营户约110家。从国际商贸城主体集聚情况来看,防晒服配产品主要分布于国际商贸城四区二楼D区,主要货源地为义乌本地及周边、河南、广东、湖北等地。

“2月份以来,我们就进入了生产销售的旺季,主要以国内的电商、商超、精品连锁店的客户为主。”6月2日上午,记者走进国际商贸城四区一家经营防晒衣的店铺,老板黄峥一边整理着货架上色彩缤纷的防晒衣,一边介绍道。义乌市场的防晒服配产品品类丰富,覆盖了从基础防护到创新设计的全方位需求,主要可分为以下三类:面部防护类,防晒面罩、防晒口罩、防晒镜;身体防护类,防晒衣、防晒袖套、防晒手套;头部防护类,防晒帽、防晒头巾/脖套。

今年,黄峥带领团队聚焦产品研发,严选高效防晒且透气轻盈的创新面料,同时将时尚元素融入款式设计,打破传统防晒衣的沉闷印象。“今年,修身款防晒衣持续领跑消费市场,我们设计了10个款式。”黄峥说,设计师以黄金分割腰线剪裁布料,结合车工师傅的精密缝制,成品自然勾勒身形却无紧绷感。色彩方面,多巴胺配色成为绝对主角——双拼色以粉白撞色、蓝白拼接制造视觉张力;单色款摒弃传统黑白,荧光紫、桃粉色等高饱和单色凭借冰丝凉感面料走红。在面料选择上,轻量、速干、护肤级面料成为主流,提升消费者的穿着体验与时尚感。

黄峥拿起一件蓝白双拼色防晒衣,语气带着自豪:“这款单品销量已经突破6万件,目前全店10款防晒衣累计售出10万余件。哪怕过了销售旺季,日均出货量仍稳定在5000件。”他又从货架上拿出两件展示,“可拆卸衣帽连体款凭借一衣两穿的实用性,稳居销量亚军;无帽款以极简轻量设计圈粉通勤族,日均订单量也在2000件以上。”

记者了解到,大家购买防晒衣,最在意的除价格外,还有防晒功能。相比于普通服装,防晒衣通过两种方式提高了防晒能力——一种是屏蔽,在面料中添加紫外线屏蔽剂,避免紫外线照射到皮肤;另一种是吸收,添加紫外线吸收剂,避免紫外线抵达皮肤。

根据我国《纺织品防紫外线性能的评定》(GB/T18830-2009)规定,紫外线防护系数(UPF)大于40,并且315—400nm紫外线透过率(UVA)小于5%的纺织品,才能被称为“防紫外线产品”。所以,大家在挑选防晒衣时,要仔细查看商品标签是否注明了执行该标准。满足以上标准,就是一件合格的防晒衣。

“义乌市场上90%的产品都能达到UPF50+的标准,而且根据客户需求,UPF可提高至2000+。”黄峥说。

其实,“硬防晒”从小众需求晋升为大众刚需,消费人群不断扩大,防晒消费也涌现出更多新的细分场景。义乌中国小商品城手套针棉商会会长盛亚芳表示,总体来看,可以分三个梯度来理解当下消费者对硬防晒产品的需求:第一梯度是基础功能,要能够满足防晒黑、防晒伤、持久防晒等需求;第二梯度是升级功能,越来越多消费者希望通过一件防晒衣满足多种场合的穿着需求,在防晒之外,还要求更加透气、清凉、便携等;第三梯度是时尚审美,防晒衣物逐渐从单纯的功能性服饰,变成了穿搭单品,产品颜值成为影响产品销量的重要指标。在社交媒体上,防晒衣的穿搭分享十分受欢迎,仅小红书上的防晒衣穿搭笔记就有260万篇。

改良痛点成爆款 明年新品也在开发中

夏季,说起防晒用品,就不得不提“脸基尼”(防晒面罩)。不过,经过多年的迭代升级,“脸基尼”已经升级为透气感十足的防晒面罩,还新增了很多配件与创新设计,如魔术贴帽檐、微笑网、鼻梁鱼骨等功能性配件,以及融入玻尿酸等美容成分的养护设计。

“这款防晒面罩能热销30万个,正是因为听取了消费者的建议,设计师对产品进行了改良。”义乌国际商贸城四区“小针和小棉”品牌负责人陈嘉告诉记者,改良前的设计款尺寸更适合脸型偏瘦的女性消费者,微笑网孔洞较少,存在透气性不足的问题;同时,面罩无法完全覆盖脸部,耳朵旁的皮肤也得不到充分保护。针对这些痛点改良后,面罩采用了弹力更强的布料,能适配各种脸型且不变形;微笑网进行了加大处理,孔洞增多,透气性显著提升;同时,脸部覆盖区域扩大,基本能满足全面的防晒需求。

此外,今年还有一款“防晒面罩帽子一体可拆卸式”产品完成了改良升级。为何要改良?原版产品因采用一体化设计,主要使用场景局限于户外,功能较为单一;且不可拆卸的结构在实际使用中存在不便——例如在阳光强度变化时,无法灵活调整佩戴方式。今年的改良版本特别采用了帽子与面罩可拆卸设计,通过魔术贴实现快速拆卸与组合:强光环境下,可将帽子与面罩组合佩戴,形成全脸防晒防护(帽子遮阳+面罩阻隔紫外线);阴凉场景中,可单独佩戴面罩或摘下帽子,兼顾透气需求与局部防晒。

产品解决了核心痛点,叠加直播电商的流量扶持与网红主播的大力推荐,防晒面罩、“可拆卸式防晒面罩帽子”产品迅速走红市场。“跟往年比,今年40%的订单来自电商渠道,其余则来自商超和精品连锁店,采购基本以1万个起订,返单频率很高。”陈嘉透露,位于兰溪的工厂防晒用品生产已接近尾声,目前仓库仍有部分今年畅销的现货可供采购商下单。

其实,随着人们越来越多地走向户外,防晒用品有了更丰富的应用场景。除了防晒衣,防晒口罩、冰袖、手套等产品销量也随之增加。好消息是,经过几年的快速普及,防晒用品消费人群逐步拓宽,从年轻女性用户向男性、儿童以及中老年用户群扩散,让义乌市场经营户看到了更多增量方向。

“防晒冰袖、手套不止女士要买,男士、儿童也很需要。灰色、白色、黑色的款式,很受登山露营、亲子出行、徒步骑行、野外垂钓人群的喜欢。”荣晖(义乌)针织有限公司负责人董薇告诉记者,今年防晒冰袖、手套、面罩累计已经卖出了100多万个,内销占比90%以上。

目前,董薇已启动明年新款防晒手套的打样工作。相较于单色老款,新款在设计上实现了功能性与美观性的双重升级:外层采用灰色面料,兼具时尚外观与耐脏属性,满足日常使用的视觉需求;内里选用黑色冰丝材质,凭借其出色的紫外线阻隔性能,为手部提供更全面的防晒保护。这种内外双色的创新设计,既解决了传统防晒手套易显污渍、防晒力不足的痛点,又赋予产品独特的潮流感,她预测该款有望成为市场爆款。

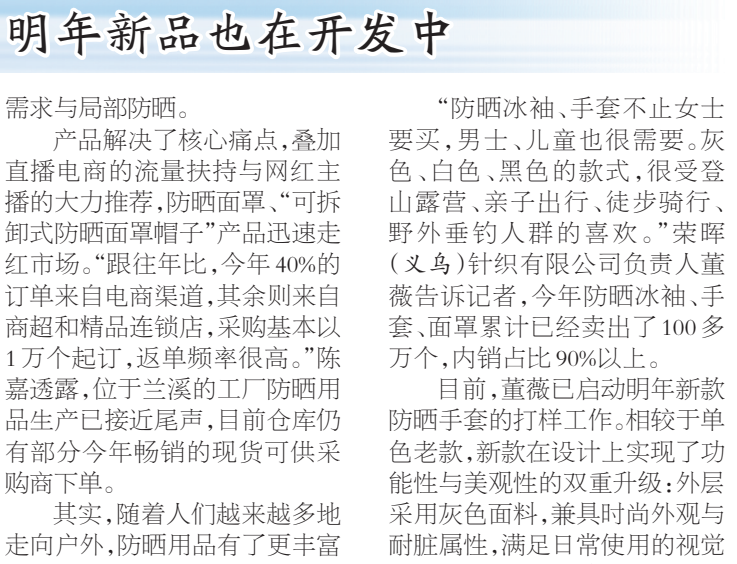
海外市场需求各异 防晒产品出口稳扎稳打

受地理位置、气候条件、消费习惯及文化差异等多重因素影响,防晒服配产品在海内外的需求存在显著差异,其中义乌市场上该类产品的内外贸销售比例约为8:2。当前,义乌的防晒服配产品主要出口至中东、东南亚、南亚等地区。

在苏溪镇欧茉针织厂,记者看到工人们坐在拷边机、平车机前,一刻不停地忙碌着。企业负责人金超群告诉记者,眼下正在赶制发往东南亚的防晒衣,月均出口达1万件,同时还有销往南非的防晒衣订单。“我们目前有2条生产线,30多名工人,日均制作成品防晒衣2000件,订单已经排到8月份,还有不少客户前来下单。”

据金超群介绍:“东南亚客户对防晒衣的需求大且稳定,吸汗速干面料的宽松防晒衣受到东南亚消费者的偏爱。”东南亚地区由于纬度低、常年高温多雨且紫外线强烈,占据了义乌市场防晒服配产品绝大部分的出口份额。

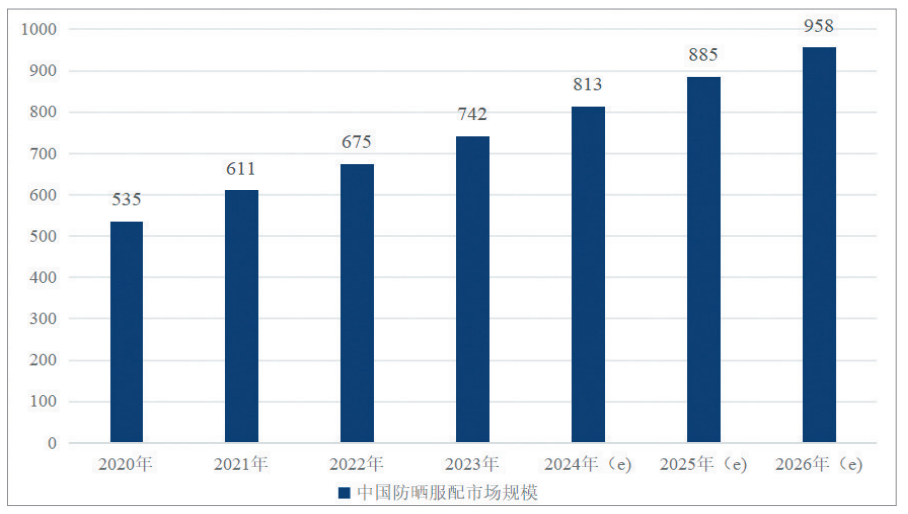
不过,义乌的防晒面罩在韩国也十分畅销。“我们今年冰丝防晒面罩,出口到韩国有10多万个。”“小针和小棉”品牌负责人陈嘉告诉记者,韩国消费者(女性)比较喜欢线条感强、立体的防晒面罩产品。


工厂正在赶制生产防晒衣产品

购买防晒衣 Tips

一看吊牌:UPF值(紫外线防护系数)>40,且UVA透过率<5%,才算符合国家标准的防晒衣;
二摸面料:首选锦纶87%+氨纶13%的面料,轻薄透气的同时防晒效果最佳;
三选工艺:原纱>涂层,原纱纱线自带防晒因子,水洗不影响防晒效果;
四选颜色:在相同面料和工艺下,深色(如黑色、藏青、深红、深紫)比浅色(白色、浅蓝、浅粉)防晒效果更好。

数据及图表来源:
艾瑞咨询
义乌指数



专家说

科技赋能 助力防晒产业高质量发展

复旦大学义乌研究院青年研究员 李阳

2024年9月,复旦大学义乌研究院与义乌企业共建“智能纺织材料与健康功能应用联合实验室”,聚焦纺织面料防晒、蓄热、透气等功能,开展功能原料研发与表面整理工艺研究。在全链条创新路径中,研究院聚焦“1—10”功能定位,一端链接以复旦大学为主的科研院所原始创新的“0—1”,一端对接义乌产业发展需求延伸至“10—100”,实现创新研发供给侧与转化应用需求侧的贯通衔接,致力于有效打通科技成果转化的堵点。

实验室团队与合作企业协同开发出先进防晒整理助剂及配套工艺,成功量产多款高性能防晒面料。该面料兼具优异防晒性能与凉感、速干、轻量化等特点,尤其在50克重锦纶面料抗紫外整理技术上实现突破,达到耐高温180℃、耐黄变等性能指标。

新技术不仅为义乌防晒产品注入高新科技元素,提升品牌形象与市场竞争力,更通过推动企业设备更新、工艺优化和品控升级,带动当地纺织品产业整体技术转型。面向未来,智能响应、多功能集成将成为防晒纺织品重要发展方向,研究团队已提前布局,助力义乌企业抢占技术制高点。

为系统服务本土企业,研究院搭建“义乌产业科技服务平台”,提供研发、检测、人才培养一体化服务。纺织领域将深化现有合作:一方面持续优化防晒整理剂及面料性能,追求极致品质;另一方面重点突破智能响应防晒技术,开发可根据环境紫外线强度自动调节防护等级的功能面料。同时,平台将拓展至其他产业领域,开展功能性防晒护肤品原料、具备抗菌/促愈合/药物缓释等功能的新型医用敷料研究及应用。未来,研究院将进一步发挥高能级创新平台功能,扎根义乌,主动为浙江导入上海及长三角更丰富的创新资源,紧密对接企业需求,扩大服务半径,实现更广泛的科技赋能,争做科技创新产业创新双创融合排头兵。