中国驱蚊产品行业发展现状分析与投资前景研究报告（2025-2032年）

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国驱蚊产品行业发展现状分析与投资前景研究报告（2025-2032年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：http://www.chinabaogao.com/baogao/202506/755511.html

报告价格：电子版: 8200元　纸介版：8200元　电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、中国驱蚊产品概况

驱蚊产品是指居民用于防治蚊虫的日常卫生杀虫用品，传统驱蚊产品以有机磷类、有机氯类为代表，多以杀灭蚊虫为目的。近年来随着消费者个人健康卫生意识增强，人们对蚊虫的防治理念从杀灭转变为驱避、预防，倾向于选择温和、有效的驱蚊产品，电热蚊香液、驱蚊液等温和便捷的驱蚊产品逐步替代第一代有机磷类、有机氯类以及第二代早期产品盘式蚊香等化学防治驱蚊产品。

目前我国驱蚊产品市场以盘式蚊香、电热蚊香片、电热蚊香液、驱蚊液/喷雾、防蚊贴为主体，不同驱蚊产品的对比如下：

不同驱蚊产品对比 类型 原理 应用场景 特点 传统蚊香 通过燃烧生热方式使得驱蚊药持续、均匀、稳定地散发，从而达到驱蚊功效 室内 燃烧时会产生烟尘，相比电热蚊香液和电热蚊香片，多用于蚊虫较多的室外、室内局部区域，在农村市场以及城镇特定区域较受欢迎。 电热蚊香片 采用电加热方式使得驱蚊药持续、均匀、稳定地散发 室内 电热蚊香片有效成分的挥发更均匀、持效期更长，实现温和、长效驱蚊。 电热蚊香液 通过电加热的方式加热使得驱蚊药水挥发 室内 污染小，无烟熏、明火及粉尘，使用方便、干净、清洁等特点。 驱蚊液/喷雾 将有效的化学驱蚊成分涂抹在身体上或喷撒在衣物上以发挥驱蚊的作用 室外 药效高、毒性小。 防蚊贴 通过释放特定的化学或天然成分,干扰蚊子的嗅觉系统,使其难以定位人体 室内和室外 依靠天然植物驱除蚊虫，完全不添加任何有毒化学成分，无毒，适合各年龄阶层。

资料来源：观研天下数据中心整理

二、中国驱蚊行业市场现状

随着国内生活水平的提升，人们对生活质量和健康的关注度日益提高，驱蚊作为保障生活舒适度和预防疾病传播的重要手段，市场需求持续增长。

近年来，中国驱蚊用品市场规模呈现快速增长态势，2020年我国驱蚊产品市场规模为58.3亿元，2024年已经增长至93.77亿元，近五年来的平均增速超过10%。驱蚊产品市场规模快速增长的主要原因在于驱蚊产品市场结构变化较大，单价更高、使用频率更大的新型驱蚊产品如驱蚊液、防蚊贴、电热蚊香液取代了传统的低价驱蚊产品。

资料来源：观研天下数据中心整理

具体到驱蚊产品市场结构上，近年来新型驱蚊产品市场需求量大幅增长，在2023年新型驱蚊产品的需求量已经超过传统驱蚊产品，2024年我国新型驱蚊产品的需求量占比已经达到56.2%。

资料来源：观研天下数据中心整理

三、中国驱蚊产品行业市场驱动因素

1、登革热爆发推动驱蚊产品需求增长

登革热是由登革病毒引起的急性虫媒传染病，主要通过埃及伊蚊和白纹伊蚊（俗称“花斑蚊”）叮咬传播。其临床特征包括：

突发高热：体温可升至39°C以上，持续2至7天；

三痛症状：头痛、眼眶痛、肌肉及骨关节痛（严重者称“断骨热”）；

皮疹：发热后2至5天出现红色斑丘疹，分布于躯干、四肢及面部；

出血倾向：部分患者伴牙龈出血、鼻出血或皮肤瘀斑；

重症风险：少数病例可发展为重症登革热，出现休克、多器官衰竭甚至死亡。

值得注意的是，中国疾病预防控制中心资料显示登革热尚无特效抗病毒药物，治疗以对症支持为主，早期识别与防蚊隔离是控制传播的关键。

我国南方地区气候潮湿闷热，每到夏季就会成为登革热爆发集中区域，近年来我国对登革热疫情的总体管控稳定，但是2019年、2023年和2024年这三年，登革热发病人数呈现爆发式增长，这三年的登革热爆发人数均接近20000甚至超过20000人。2024年9月9日-10月27日，广东全省新增报告的登革热病例数累计过万，因此估计2024年我国登革热发病人数应该达到25000人。

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

2024年全球爆发登革热疫情，根据世界卫生组织公布的数据，2024年1至8月，全球共报告登革热病例1238.9万例、7865例相关死亡病例，其中美洲地区报告登革热病例1164.7万例、6612例相关死亡病例。12月10日，泛美卫生组织通报，美洲地区2024年报告的登革热病例数达到创纪录的1260多万例，其中重症病例2.1万例，死亡病例超7700例。

由此可见，随着我国居民健康意识提升，更加注重蚊虫对生活和健康的影响，愿意在驱蚊产品上投入更多。

2、露营经济火热推动驱蚊产品需求增长

自从疫情之后，我国露营经济表现亮眼，中办、国办联合印发的《提振消费专项行动方案》，将露营经济比作“消费市场的绿色引擎”。政策催化下，行业呈现“核心市场带动全产业链”的扩张路径：1334亿元的核心装备销售，撬动了周边餐饮、交通、保险等1.44万亿元大市场。

调查显示，户外露营爱好者在选择露营地址时，最关心营地安全问题，其次是营地环境问题，而营地环境中露营爱好者最关注的是蚊虫和卫生问题，因此露营爱好者每次露营均会使用驱蚊产品，同时由于营地处于户外，蚊虫数量较城市中更多，因此露营爱好者会使用更多种类和更多数量的驱蚊产品。

资料来源：观研天下数据中心整理

资料来源：观研天下数据中心整理

四、中国驱蚊产品行业主要企业

根据润本股份招股书显示，国内驱蚊产品行业企业超过5000家，行业头部企业主要包括朝云集团（旗下拥有“超威”品牌）、彩虹集团、中山榄菊、润本股份等；国际企业包括庄臣集团旗下的“雷达”品牌、日本安速、日本Vape等。

中国驱蚊市场以国内企业为主导，同时也面临着国际品牌的竞争，行业竞争较为激烈。

中国驱蚊产品行业企业对比　企业　主要产品　企业优势　朝云集团（旗下超威）　电热蚊香液、蚊香、驱蚊喷雾等　品牌知名度高，线下渠道基础深厚，连续多年市场份额第一　彩虹集团　电热蚊香液、电热蚊香片等　上市企业、产品质量可靠　润本股份　婴童驱蚊液、蚊香液　婴童驱蚊市场占主导地位　庄臣（旗下雷达）　杀虫剂、驱蚊喷雾、蚊香等　国际品牌，知名度高，杀虫剂类产品技术积淀深厚 榄菊 电热蚊香片、电热蚊香液、蚊香等　全球最大蚊香生产企业之一，国内电热蚊香片先驱

资料来源：观研天下数据中心整理

五、中国驱蚊产品行业市场机会

1、儿童驱蚊产品

儿童驱蚊产品市场是近年来众多企业关注的明星市场。由于儿童群体活动量大、出汗多，汗液中的三甲胺和乳酸含量更高，较成人更易被蚊子叮咬，驱蚊需求更多；由于儿童皮肤稚嫩，更需健康安全、绿色无害的产品。

同时儿童户外运动较多，因此对驱蚊产品的要求更倾向安全无毒、便携、美观、作用长久等特点，符合这些特点的驱蚊产品多为防蚊贴、驱蚊液/喷雾等新型驱蚊产品，这些驱蚊产品附加值更高。同时儿童对于驱蚊产品的需求频率更高，以防蚊贴为例，每天对防蚊贴的需求可能在5-10片。

2、线上销售

近年来驱蚊产品线上渠道发展迅猛，占比已突破50%，涵盖天猫、京东、抖音、拼多多、唯品会等电商平台。其中，直播带货等新兴电商模式为小众品牌提供了突围机会，消费者可以通过直播更直观地了解产品特性和使用方法，促进了产品销售。线上渠道凭借便捷的购物体验、丰富的产品选择和强大的营销推广能力，成为驱蚊行业增长的主要驱动力。

资料来源：观研天下数据中心整理（fsw）

注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。
更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国驱蚊产品行业发展现状分析与投资前景研究报告（2025-2032年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。
行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管 】
第一章 2020-2024年中国驱蚊产品行业发展概述
第一节 驱蚊产品行业发展情况概述
一、驱蚊产品行业相关定义
二、驱蚊产品特点分析
三、驱蚊产品行业基本情况介绍
四、驱蚊产品行业经营模式
（1）生产模式
（2）采购模式
（3）销售/服务模式
五、驱蚊产品行业需求主体分析
第二节 中国驱蚊产品行业生命周期分析
一、驱蚊产品行业生命周期理论概述
二、驱蚊产品行业所属的生命周期分析
第三节 驱蚊产品行业经济指标分析

一、驱蚊产品行业的赢利性分析
二、驱蚊产品行业的经济周期分析
三、驱蚊产品行业附加值的提升空间分析

第二章 中国驱蚊产品行业监管分析
第一节 中国驱蚊产品行业监管制度分析
一、行业主要监管体制
二、行业准入制度
第二节 中国驱蚊产品行业政策法规
一、行业主要政策法规
二、主要行业标准分析
第三节 国内监管与政策对驱蚊产品行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】
第三章 2020-2024年中国驱蚊产品行业发展环境分析
第一节 中国宏观环境与对驱蚊产品行业的影响分析
一、中国宏观经济环境
二、中国宏观经济环境对驱蚊产品行业的影响分析
第二节 中国社会环境与对驱蚊产品行业的影响分析
第三节 中国对外贸易环境与对驱蚊产品行业的影响分析
第四节 中国驱蚊产品行业投资环境分析
第五节 中国驱蚊产品行业技术环境分析
第六节 中国驱蚊产品行业进入壁垒分析
一、驱蚊产品行业资金壁垒分析
二、驱蚊产品行业技术壁垒分析
三、驱蚊产品行业人才壁垒分析
四、驱蚊产品行业品牌壁垒分析
五、驱蚊产品行业其他壁垒分析
第七节 中国驱蚊产品行业风险分析
一、驱蚊产品行业宏观环境风险
二、驱蚊产品行业技术风险
三、驱蚊产品行业竞争风险
四、驱蚊产品行业其他风险

第四章 2020-2024年全球驱蚊产品行业发展现状分析

第一节 全球驱蚊产品行业发展历程回顾
第二节 全球驱蚊产品行业市场规模与区域分布情况
第三节 亚洲驱蚊产品行业地区市场分析
一、亚洲驱蚊产品行业市场现状分析
二、亚洲驱蚊产品行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲驱蚊产品行业市场前景分析
第四节 北美驱蚊产品行业地区市场分析
一、北美驱蚊产品行业市场现状分析
二、北美驱蚊产品行业市场规模与市场需求分析
三、北美驱蚊产品行业市场前景分析
第五节 欧洲驱蚊产品行业地区市场分析
一、欧洲驱蚊产品行业市场现状分析
二、欧洲驱蚊产品行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲驱蚊产品行业市场前景分析
第六节 2025-2032年全球驱蚊产品行业分布走势预测
第七节 2025-2032年全球驱蚊产品行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】
第五章 中国驱蚊产品行业运行情况
第一节 中国驱蚊产品行业发展状况情况介绍
一、行业发展历程回顾
二、行业创新情况分析
三、行业发展特点分析
第二节 中国驱蚊产品行业市场规模分析
一、影响中国驱蚊产品行业市场规模的因素
二、中国驱蚊产品行业市场规模
三、中国驱蚊产品行业市场规模解析
第三节 中国驱蚊产品行业供应情况分析
一、中国驱蚊产品行业供应规模
二、中国驱蚊产品行业供应特点
第四节 中国驱蚊产品行业需求情况分析
一、中国驱蚊产品行业需求规模
二、中国驱蚊产品行业需求特点
第五节 中国驱蚊产品行业供需平衡分析
第六节 中国驱蚊产品行业存在的问题与解决策略分析

第六章 中国驱蚊产品行业产业链及细分市场分析
第一节 中国驱蚊产品行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍
二、产业链运行机制
三、驱蚊产品行业产业链图解
第二节 中国驱蚊产品行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状
二、上游产业对驱蚊产品行业的影响分析
三、下游产业发展现状
四、下游产业对驱蚊产品行业的影响分析
第三节 中国驱蚊产品行业细分市场分析
一、细分市场一
二、细分市场二

第七章 2020-2024年中国驱蚊产品行业市场竞争分析
第一节 中国驱蚊产品行业竞争现状分析
一、中国驱蚊产品行业竞争格局分析
二、中国驱蚊产品行业主要品牌分析
第二节 中国驱蚊产品行业集中度分析
一、中国驱蚊产品行业市场集中度影响因素分析
二、中国驱蚊产品行业市场集中度分析
第三节 中国驱蚊产品行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征
二、企业规模分布特征
三、企业所有制分布特征

第八章 2020-2024年中国驱蚊产品行业模型分析
第一节 中国驱蚊产品行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理
二、供应商议价能力
三、购买者议价能力
四、新进入者威胁
五、替代品威胁
六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论
第二节 中国驱蚊产品行业SWOT分析
一、SWOT模型概述
二、行业优势分析
三、行业劣势
四、行业机会
五、行业威胁
六、中国驱蚊产品行业SWOT分析结论
第三节 中国驱蚊产品行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述
二、政策因素
三、经济因素
四、社会因素
五、技术因素
六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国驱蚊产品行业需求特点与动态分析
第一节 中国驱蚊产品行业市场动态情况
第二节 中国驱蚊产品行业消费市场特点分析
一、需求偏好
二、价格偏好
三、品牌偏好
四、其他偏好
第三节 驱蚊产品行业成本结构分析
第四节 驱蚊产品行业价格影响因素分析
一、供需因素
二、成本因素
三、其他因素
第五节 中国驱蚊产品行业价格现状分析
第六节 2025-2032年中国驱蚊产品行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国驱蚊产品行业所属行业运行数据监测
第一节 中国驱蚊产品行业所属行业总体规模分析
一、企业数量结构分析
二、行业资产规模分析

第二节 中国驱蚊产品行业所属行业产销与费用分析
一、流动资产
二、销售收入分析
三、负债分析
四、利润规模分析
五、产值分析
第三节 中国驱蚊产品行业所属行业财务指标分析
一、行业盈利能力分析
二、行业偿债能力分析
三、行业营运能力分析
四、行业发展能力分析

第十一章 2020-2024年中国驱蚊产品行业区域市场现状分析
第一节 中国驱蚊产品行业区域市场规模分析
一、影响驱蚊产品行业区域市场分布的因素
二、中国驱蚊产品行业区域市场分布
第二节 中国华东地区驱蚊产品行业市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区驱蚊产品行业市场分析
（1）华东地区驱蚊产品行业市场规模
（2）华东地区驱蚊产品行业市场现状
（3）华东地区驱蚊产品行业市场规模预测
第三节 华中地区市场分析
一、华中地区概述
二、华中地区经济环境分析
三、华中地区驱蚊产品行业市场分析
（1）华中地区驱蚊产品行业市场规模
（2）华中地区驱蚊产品行业市场现状
（3）华中地区驱蚊产品行业市场规模预测
第四节 华南地区市场分析
一、华南地区概述
二、华南地区经济环境分析
三、华南地区驱蚊产品行业市场分析
（1）华南地区驱蚊产品行业市场规模

（2）华南地区驱蚊产品行业市场现状
（3）华南地区驱蚊产品行业市场规模预测
第五节 华北地区驱蚊产品行业市场分析
一、华北地区概述
二、华北地区经济环境分析
三、华北地区驱蚊产品行业市场分析
（1）华北地区驱蚊产品行业市场规模
（2）华北地区驱蚊产品行业市场现状
（3）华北地区驱蚊产品行业市场规模预测
第六节 东北地区市场分析
一、东北地区概述
二、东北地区经济环境分析
三、东北地区驱蚊产品行业市场分析
（1）东北地区驱蚊产品行业市场规模
（2）东北地区驱蚊产品行业市场现状
（3）东北地区驱蚊产品行业市场规模预测
第七节 西南地区市场分析
一、西南地区概述
二、西南地区经济环境分析
三、西南地区驱蚊产品行业市场分析
（1）西南地区驱蚊产品行业市场规模
（2）西南地区驱蚊产品行业市场现状
（3）西南地区驱蚊产品行业市场规模预测
第八节 西北地区市场分析
一、西北地区概述
二、西北地区经济环境分析
三、西北地区驱蚊产品行业市场分析
（1）西北地区驱蚊产品行业市场规模
（2）西北地区驱蚊产品行业市场现状
（3）西北地区驱蚊产品行业市场规模预测
第九节 2025-2032年中国驱蚊产品行业市场规模区域分布预测

第十二章 驱蚊产品行业企业分析（随数据更新可能有调整）
第一节 企业一
一、企业概况

二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第二节 企业二
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第三节 企业三
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第四节 企业四
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析

（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第五节 企业五
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第六节 企业六
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第七节 企业七
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第八节 企业八
一、企业概况

二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第九节 企业九
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第十节 企业十
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】
第十三章 2025-2032年中国驱蚊产品行业发展前景分析与预测
第一节 中国驱蚊产品行业未来发展前景分析
一、中国驱蚊产品行业市场机会分析
二、中国驱蚊产品行业投资增速预测
第二节 中国驱蚊产品行业未来发展趋势预测

第三节 中国驱蚊产品行业规模发展预测
一、中国驱蚊产品行业市场规模预测
二、中国驱蚊产品行业市场规模增速预测
三、中国驱蚊产品行业产值规模预测
四、中国驱蚊产品行业产值增速预测
五、中国驱蚊产品行业供需情况预测
第四节 中国驱蚊产品行业盈利走势预测

第十四章 中国驱蚊产品行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国驱蚊产品行业研究综述
一、行业投资价值
二、行业风险评估
第二节 中国驱蚊产品行业进入策略分析
一、目标客户群体
二、细分市场选择
三、区域市场的选择
第三节 驱蚊产品行业品牌营销策略分析
一、驱蚊产品行业产品策略
二、驱蚊产品行业定价策略
三、驱蚊产品行业渠道策略
四、驱蚊产品行业推广策略
第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：http://www.chinabaogao.com/baogao/202506/755511.html