

从古老的艾蒿烟到植物精油手环、驱蚊贴纸、特色香氛、电子驱蚊器……

驱蚊产品市场规模将破百亿大关 你家的防蚊“神器”是什么？

夏季高温，蚊虫频扰，各色驱蚊产品占据了线上线下的货架。植物精油手环、驱蚊贴纸、特色香氛、电子驱蚊器等新产品占据市场，与传统蚊香竞争。为了在这个赛道中占据优势，人类运用了从古老的艾蒿到现代“黑科技”的各种智慧，从而形成了琳琅满目的产品矩阵。

近年来，随着大众对防蚊灭蚊的意识日益提高，中国驱蚊用品市场规模呈现快速增长态势。数据显示，2020年市场规模为58.3亿元，2024年已增至93.77亿元，近五年来的平均增速超过10%，预计2025年将突破百亿大关。

■策划：新快报记者 罗韵
■采写：新快报记者 罗韵
■制图：廖木兴



驱蚊用品分类

化学驱蚊用品

驱蚊喷雾和乳液 驱蚊贴 驱蚊环 驱蚊片等

物理驱蚊用品

蚊帐 驱蚊灯 风扇 超声波驱蚊器等

生物驱蚊用品

植物驱蚊 天然精油等

组合驱蚊用品

驱蚊手表 驱蚊喷雾器

驱蚊用品产业链

【上游】

原料药及溶液生产企业：

拟除虫菊酯、驱蚊酯、羟哌酯、避蚊胺等

包材生产企业：

溶剂、瓶罐、泵头、软管等

电子元器件生产企业

【中游】

驱蚊用品生产制造企业

【下游】

线上渠道：

天猫、京东、抖音、拼多多、唯品会等电商平台

线下渠道：

零售日用百货店、商超、社区便利店、日杂店等

1

“人蚊大战”古来有之 市场需求持续增长

驱蚊产品市场规模快速增长的主要原因在于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。

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。

蚊子之所以会对人类造成滋扰，是因为它们自带一套“探测系统”：触角能捕捉人体呼出的二氧化碳，复眼可识别热量辐射，口器上的传感器还能探测皮肤表面的乳酸浓度。

因此，“人蚊大战”可谓历史悠久，驱蚊产品古来有之。南宋时期的《岁时广记》，古人夏夜点燃“蚊烟”，用除虫菊与艾蒿的青烟，破坏蚊子的神经系统，让它们无法飞行。到了20世纪80年代，盘式蚊香也是家家户户的夏季必备用品。

在生活中，驱蚊用品通过不同的机制，如化学、物理或生物手段，驱赶或杀死蚊虫，从而保护人们免受蚊虫叮咬和相关疾病的侵害。

驱蚊用品的主要类型有化学驱蚊用品、物理驱蚊用品、生物驱蚊用品、组合驱蚊用品，化学驱蚊用品包括驱蚊喷雾和乳液、驱蚊贴、驱蚊环、驱蚊片等；物理驱蚊用品包括蚊帐、驱蚊灯、风扇、超声波驱蚊器等；生物驱蚊用品包

括植物驱蚊、天然精油等；组合驱蚊用品包括驱蚊手表、驱蚊喷雾器等。

据介绍，不同成分的驱蚊产品，其有效时长本身就有很大差别。以常见的避蚊胺(DEET)为例，7%浓度的药水，能提供2小时左右的驱蚊效果；当浓度提升到30%左右时，驱蚊时长可达到6至8小时。派卡瑞丁系列产品，通常能持续驱蚊5至8小时。驱蚊酯的防护时间相对较短，一般在4至6小时。国内相关标准规定，驱蚊产品药效分为A、B两级，A级有效保护时间应≥6小时，B级有效保护时间应≥4小时。

随着国内生活水平的提升，数据称，我国驱蚊市场规模由2017年的51.81亿元，年均复合增长率约为7.56%，预计2027年市场规模可达101.70亿元。其中，线上渗透率约为24.50%，线上市场规模仍保持不断上升趋势，2017—2022年的年均复合增长率为22.28%，2022—2027年预计年均复合增长率达15.38%。

中国市场主要驱蚊相关企业

国内

上海家化（旗下“六神”品牌）
朝云集团（旗下“超威”品牌）
彩虹集团 中山榄菊 润本股份等

国际

庄臣集团（旗下“雷达”品牌）
日本安速 日本VAPE等