

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，蚊虫频绕，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



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骚扰，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