

中国驱蚊行业发展深度分析与投资前景研究报告 (2024-2031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《中国驱蚊行业发展深度分析与投资前景研究报告（2024-2031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/202408/724165.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: sale@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、户外活动盛行，驱蚊市场迎来蓬勃发展机遇

近年来，随着户外活动的盛行，驱蚊市场迎来了蓬勃发展的机遇。随着生活水平的提升，人们越来越注重生活质量和方式，户外游玩成为了日常生活的重要组成部分。然而，蚊虫的侵扰成为了户外活动的隐患，因此，蚊虫防控成为了不可或缺的一环。我国驱蚊市场规模在近年来持续增长，2017-2022年，从51.8亿元增长至74.6亿元，CAGR约为7.56%，预计到2027年，中国驱蚊市场规模有望突破100亿元，达101.7亿元。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

二、消费者需求转变，温和便携驱蚊产品逐步成为主流

与此同时，消费者的需求转变也为驱蚊行业注入了新的活力。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，倾向于选择更加温和的驱蚊产品，电热蚊香液、驱蚊液等温和便捷的驱蚊产品逐步替代盘式蚊香、喷雾杀虫剂等化学防治驱蚊产品，为驱蚊行业带来了新的增长点，推动其持续健康发展。

驱蚊杀虫产品分类

类型

产品

用途

作用方式

特点

传统驱蚊杀虫产品

盘式蚊香

室内驱蚊

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

盘式蚊香燃烧时可能会产生烟尘，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

室内驱蚊

属于电热蚊香产品，采用电加热方式进行工作

通过加入稳定剂、挥散调整剂、指示剂等，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。

新一代驱蚊杀虫产品

电热蚊香液

室内驱蚊

通过电加热代替了盘式蚊香的燃烧加热，起到稳定、持续发挥药效作用

电热蚊香液是在电热蚊香片的基础上改进发展的新兴产品，具备污染小，无烟熏、明火及粉尘，使用方便、干净、清洁等特点，因独特的优势特征而广受青睐，广泛应用于室内驱蚊。

驱蚊液

室外驱蚊

通过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

驱蚊液具有药效高、毒性小的特点，广泛应用于室外驱蚊。

资料来源：观研天下整理

数据来源：观研天下数据中心整理

三、婴童驱蚊快速发展，增速高于大众驱蚊赛道

细分赛道方面，婴童驱蚊赛道增速高于大众驱蚊赛道。婴童驱蚊快速发展，市场规模由2015年的3.85亿元迅速增长至2019年的9亿元，CAGR达23.7%，预计2024年婴童驱蚊市场规模将达到21.7亿元，CAGR为19.3%，远高于19-22年整体驱蚊杀虫行业。

数据来源：观研天下数据中心整理

四、线上市场渗透率持续提升，为驱蚊行业贡献主要增量

销售渠道方面，驱蚊产品销售主要通过线上和线下两大渠道进行。线上渠道涵盖了抖音、拼多多、天猫、京东、唯品会等众多电商平台，为消费者提供了便捷的购物体验。而线下渠道则包括零售日用百货店、商超、社区便利店、日杂店等，满足了不同消费者的购买需求。

线上市场已成为重要的增长动力。2022年，中国驱蚊线上市场规模约为18.27亿元，线上渗透率约为24.50%，且该比例仍在不断上升。2017-2022年，中国驱蚊市场线上规模CAGR高达22.28%，增速远超线下渠道，为驱蚊市场贡献了主要增量。预计2022-2027年驱蚊线上市场将保持快速增长。

数据来源：观研天下数据中心整理

五、驱蚊行业进入门槛较高，国内外头部企业占据主导

我国驱蚊行业企业数量众多，目前已超过5000家；但基于较高的行业进入门槛，驱蚊市场分布较集中，头部国内企业及头部国际企业占据主导。头部国内企业包括上海家化（旗下拥有“六神”品牌）、朝云集团（旗下拥有“超威”品牌）、彩虹集团、中山榄菊等；头部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。

驱蚊行业壁垒 简介 技术和人才壁垒 驱蚊行业作为技术密集型领域，其产品研发和生产横跨农药学、化学、植物保护学、生物学、环境科学和毒理学等多个学科。在这个行业中，

技术壁垒尤为显著，主要集中在复杂而精细的生产配方研发上。个人护理类驱蚊产品的生产更是需要依赖大量的前沿配方和丰富的经验积累。较早进入市场的企业，凭借多年的技术沉淀和先发优势，已经构建了坚实的技术壁垒，这些壁垒构成了它们的核心竞争力，并且在短期内难以被其他企业所突破。此外，产品研发不仅要求企业拥有经验丰富、人员充沛的研发团队，还需要投入大量的技术支持和资源。对于新进入行业的企业来说，短时间内难以招募到足够数量的优秀研发人才，更难以快速积累起必要的技术和经验。因此，技术和人才壁垒成为了新进入驱蚊行业的企业需要面对的重大挑战。这些壁垒的存在，不仅限制了新企业的市场进入，也确保了行业内已有企业的竞争优势得以维持。

品牌壁垒 在涉及个人健康的消费品领域，消费者往往对产品的可靠性持有高度关注。由于这种强烈的信赖需求，消费者更容易对行业内已有知名度的公司品牌及其产品建立起长期且稳固的信任关系。先发企业凭借多年的品牌经营和口碑积累，已在消费者心中树立起良好的品牌形象，这使得它们能够更轻松地维持稳定的市场销量。然而，对于新进入行业的企业来说，它们面临的首要挑战就是品牌知名度不足。由于缺乏消费者信任的基础，新企业需要投入更高的成本来吸引和获取客户，推广难度也相应增大。消费者对新产品信赖程度的不足，将持续成为新企业提升品牌知名度和扩大市场规模的障碍。因此，行业内企业的品牌知名度对新进入者而言，无疑形成了一道难以逾越的品牌壁垒。

供应链整合 在驱蚊类产品市场竞争日益激烈的背景下，企业为了能够迅速响应市场趋势和消费者需求的变化，必须具备强大的供应链管理能力和构建一个高效且完整的供应链体系，不仅需要企业内部各部门如研发设计、生产企划、仓储物流、销售等的紧密协作，还需要外部资源的有效整合，如原辅材料供应商、外协工厂、第三方物流服务商等。此外，企业在追求供应链效率的同时，还需确保产品质量的卓越，以达到供应链成本和产品质量的平衡。这一过程不仅需要科学的规划和实践检验，还需要长时间的积累和改进，以及大量的资金投入。因此，对于行业新进入者而言，供应链整合无疑是一大挑战。

资金 驱蚊行业作为一个资金密集型产业，对企业的资金实力有着较高的要求。从生产场地的建设、生产设备的购置，到优秀人才的引进与培养，每一个环节都需要大量的资金投入。同时，规模效应在行业内显得尤为重要，只有具备一定的生产规模，企业才能在技术研发、人才引进、设备更新等方面形成竞争优势，进一步降低成本，提升市场竞争力。因此，对于行业新进入者而言，资金门槛成为了一个不可忽视的考量因素。

资料来源：观研天下整理

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

注：上述信息仅供参考，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《中国驱蚊行业发展深度分析与投资前景研究报告（2024-2031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】

第一章 2019-2023年中国驱蚊行业发展概述

第一节 驱蚊行业发展情况概述

- 一、驱蚊行业相关定义
- 二、驱蚊特点分析
- 三、驱蚊行业基本情况介绍
- 四、驱蚊行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、驱蚊行业需求主体分析

第二节 中国驱蚊行业生命周期分析

- 一、驱蚊行业生命周期理论概述
- 二、驱蚊行业所属的生命周期分析

第三节 驱蚊行业经济指标分析

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

第二章 2019-2023年全球驱蚊行业市场发展现状分析

第一节 全球驱蚊行业发展历程回顾

第二节全球驱蚊行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲驱蚊行业地区市场分析

- 一、亚洲驱蚊行业市场现状分析
- 二、亚洲驱蚊行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲驱蚊行业市场前景分析

第四节北美驱蚊行业地区市场分析

- 一、北美驱蚊行业市场现状分析
- 二、北美驱蚊行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美驱蚊行业市场前景分析

第五节欧洲驱蚊行业地区市场分析

- 一、欧洲驱蚊行业市场现状分析
- 二、欧洲驱蚊行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲驱蚊行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界驱蚊行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球驱蚊行业市场规模预测

第三章 中国驱蚊行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对驱蚊行业的影响分析

第三节中国驱蚊行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对驱蚊行业的影响分析

第五节中国驱蚊行业产业社会环境分析

第四章 中国驱蚊行业运行情况

第一节中国驱蚊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

第二节中国驱蚊行业市场规模分析

- 一、影响中国驱蚊行业市场规模的因素
- 二、中国驱蚊行业市场规模
- 三、中国驱蚊行业市场规模解析

第三节中国驱蚊行业供应情况分析

一、中国驱蚊行业供应规模

二、中国驱蚊行业供应特点

第四节中国驱蚊行业需求情况分析

一、中国驱蚊行业需求规模

二、中国驱蚊行业需求特点

第五节中国驱蚊行业供需平衡分析

第五章 中国驱蚊行业产业链和细分市场分析

第一节中国驱蚊行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、驱蚊行业产业链图解

第二节中国驱蚊行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对驱蚊行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对驱蚊行业的影响分析

第三节我国驱蚊行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国驱蚊行业市场竞争分析

第一节中国驱蚊行业竞争现状分析

一、中国驱蚊行业竞争格局分析

二、中国驱蚊行业主要品牌分析

第二节中国驱蚊行业集中度分析

一、中国驱蚊行业市场集中度影响因素分析

二、中国驱蚊行业市场集中度分析

第三节中国驱蚊行业竞争特征分析

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

第七章 2019-2023年中国驱蚊行业模型分析

第一节中国驱蚊行业竞争结构分析（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

第二节中国驱蚊行业SWOT分析

- 一、SOWT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、中国驱蚊行业SWOT分析结论

第三节中国驱蚊行业竞争环境分析（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

第八章 2019-2023年中国驱蚊行业需求特点与动态分析

第一节中国驱蚊行业市场动态情况

第二节中国驱蚊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

第三节驱蚊行业成本结构分析

第四节驱蚊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

第五节中国驱蚊行业价格现状分析

第六节中国驱蚊行业平均价格走势预测

- 一、中国驱蚊行业平均价格趋势分析
- 二、中国驱蚊行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国驱蚊行业所属行业运行数据监测

第一节中国驱蚊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

第十章 2019-2023年中国驱蚊行业区域市场现状分析

第一节中国驱蚊行业区域市场规模分析

- 一、影响驱蚊行业区域市场分布的因素
- 二、中国驱蚊行业区域市场分布

第二节中国华东地区驱蚊行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区驱蚊行业市场分析
 - (1) 华东地区驱蚊行业市场规模
 - (2) 华东地区驱蚊行业市场现状
 - (3) 华东地区驱蚊行业市场规模预测

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、华中地区驱蚊行业市场分析

- (1) 华中地区驱蚊行业市场规模
- (2) 华中地区驱蚊行业市场现状
- (3) 华中地区驱蚊行业市场规模预测

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、华南地区驱蚊行业市场分析
 - (1) 华南地区驱蚊行业市场规模
 - (2) 华南地区驱蚊行业市场现状
 - (3) 华南地区驱蚊行业市场规模预测

第五节华北地区驱蚊行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区驱蚊行业市场分析
 - (1) 华北地区驱蚊行业市场规模
 - (2) 华北地区驱蚊行业市场现状
 - (3) 华北地区驱蚊行业市场规模预测

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、东北地区驱蚊行业市场分析
 - (1) 东北地区驱蚊行业市场规模
 - (2) 东北地区驱蚊行业市场现状
 - (3) 东北地区驱蚊行业市场规模预测

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、西南地区驱蚊行业市场分析
 - (1) 西南地区驱蚊行业市场规模
 - (2) 西南地区驱蚊行业市场现状
 - (3) 西南地区驱蚊行业市场规模预测

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、西北地区驱蚊行业市场分析

- (1) 西北地区驱蚊行业市场规模
- (2) 西北地区驱蚊行业市场现状
- (3) 西北地区驱蚊行业市场规模预测

第十一章 驱蚊行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

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

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国驱蚊行业发展前景分析与预测

第一节中国驱蚊行业未来发展前景分析

一、驱蚊行业国内投资环境分析

二、中国驱蚊行业市场机会分析

三、中国驱蚊行业投资增速预测

第二节中国驱蚊行业未来发展趋势预测

第三节中国驱蚊行业规模发展预测

一、中国驱蚊行业市场规模预测

二、中国驱蚊行业市场规模增速预测

三、中国驱蚊行业产值规模预测

四、中国驱蚊行业产值增速预测

五、中国驱蚊行业供需情况预测

第四节中国驱蚊行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国驱蚊行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国驱蚊行业进入壁垒分析

一、驱蚊行业资金壁垒分析

二、驱蚊行业技术壁垒分析

三、驱蚊行业人才壁垒分析

四、驱蚊行业品牌壁垒分析

五、驱蚊行业其他壁垒分析

第二节驱蚊行业风险分析

一、驱蚊行业宏观环境风险

二、驱蚊行业技术风险

三、驱蚊行业竞争风险

四、驱蚊行业其他风险

第三节中国驱蚊行业存在的问题

第四节中国驱蚊行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国驱蚊行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国驱蚊行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国驱蚊行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节驱蚊行业营销策略分析

一、驱蚊行业产品策略

二、驱蚊行业定价策略

三、驱蚊行业渠道策略

四、驱蚊行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202408/724165.html>