

2024-2030年中国驱蚊用品行业市场经营管理及投资战略咨询报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国驱蚊用品行业市场经营管理及投资战略咨询报告》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：<https://www.chyxx.com/research/1125512.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

为方便行业人士或投资者更进一步了解驱蚊用品行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国驱蚊用品行业市场经营管理及投资战略咨询报告》（以下简称《报告》）。报告对中国驱蚊用品市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保驱蚊用品行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年驱蚊用品行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能驱蚊用品从业者抢跑转型赛道。

驱蚊用品是指通过物理和化学两种方式实现驱蚊目的的产品，包括电蚊拍、蚊香（盘香）、电热蚊香片、电热蚊香液、气雾剂等。

驱蚊主要有物理和化学两种方式，一是物理驱蚊，该种方式不含驱蚊化学药剂，如电蚊拍等；二是化学驱蚊，该种方式一般以拟除虫菊酯类化合物作为有效成份，通过有效成份接触蚊虫，达到驱灭蚊虫的目的，主要产品包括蚊香（盘香）、电热蚊香片、电热蚊香液、气雾剂等。

1904年起，家用杀虫用品行业至今已发展100多年，经历了从独立厂商时期到工业化时期的发展，市场上化学原料成分的发展推动了家用卫生杀虫用品的多样化。21世纪后在国家重点政策和虫媒传染病等因素的推动下，民营企业发展逐渐壮大，行业走向成熟期。未来，在消费者安全环保意识增强的背景下，家用卫生杀虫用品将朝绿色、安全方向发展。

2010年我国驱蚊用品市场规模为69.76亿元，2022年国内驱蚊用品市场规模增长至148.65亿元，近年来国内驱蚊用品规模复合增速为6.51%。

电热蚊香液是目前国内驱蚊用品市场最大的细分品类，2022年电热蚊香液规模为34.93亿元，花露水市场规模从2010年的9.36亿元增长至2022年的31.81亿元；蚊香市场规模在新型产品的挤压下，规模从2010年的35.19亿元萎缩至2022年的18.43亿元。

驱蚊用品行业在我国属于充分竞争行业，国内外知名企业数量众多，同时国内存在较多小规模企业，市场集中度低，行业竞争较为激烈。国际市场上存在庄臣、日本安速、日本Vape等企业，中国驱蚊市场以国内企业为主导，除润本股份外，还存在上海家化（“六神”）、朝云集团（“超威”）、彩虹集团、中山榄菊等知名企业。目前，我国驱蚊行业企业数量较多，市场集中度较低，行业竞争比较激烈。

目前，国内驱蚊用品行业中新型驱蚊用品毛利率高于传统驱蚊用品，新型驱蚊用品毛利率高于35%，传统驱蚊用品毛利率一般低于30%。

驱蚊用品市场仍存在不少问题：驱蚊用品生产商在产品生产过程中会产生环境污染物，如果企业在生产经营中未能持续符合有关环保要求，则有可能受到环保部门的处罚，从而影响其业务发展及经营业绩。

在电热蚊香液等驱蚊用品行业，产品、品牌众多，行业集中度不高，具有规模和品牌效应的企业，需不断提升研发水平、生产工艺，才能摆脱产品同质化竞争的不利境地。随着电热蚊香液等驱蚊用品市场秩序的整顿，市场集中度有望持续提高，部分规模化效应相对较弱、技术相对落后、品牌效应和产品调节能力相对不高的企业，可能面临淘汰的风险。

目前，电热蚊香液等驱蚊用品领域，存在低价劣质竞品竞争的问题，假冒伪劣、低价劣质产品仍然占有较大的市场份额，在客观上减缓了行业提质升级的步伐。

随着驱蚊用品的不断发展，驱蚊市场将不断升级。首先，环境友好、绿色健康的产品是主流。其次低碳、低耗、节能、环保、生态是发展方向。第三，随着人们对健康、环保、绿色、天然理念的追求，以天然植物源为主要有效成分的驱蚊用品将能有效迎合消费者的需求，并成为流行趋势。最后，进入20世纪以来，电热蚊香片、电热蚊香液由于有效解决了蚊香烟熏火燎呛人、使用明火不安全的缺点，逐步得到了市场认同。

《2024-2030年中国驱蚊用品行业市场经营管理及投资战略咨询报告》内容丰富、数据翔实、亮点纷呈。是智研咨询重要研究成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是驱蚊用品市场领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 驱蚊用品行业相关基础概述及研究机构

1.1 驱蚊的定义及基本概述

1.1.1 驱蚊产品的定义

1.1.2 驱蚊产品的特性

1.1.3 驱蚊产品的种类

1.2 驱蚊用品行业链分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业进入风险

1.3 驱蚊用品行业产业链结构分析

1.4 驱蚊用品行业研究机构

1.4.1 驱蚊用品行业介绍

1.4.2 驱蚊用品行业研究优势

1.4.3 驱蚊用品行业研究范围

第二章 2019-2023年中国驱蚊用品行业市场发展环境分析

2.1 中国驱蚊用品行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国驱蚊用品行业政策环境分析

2.2.1 农药工业产业政策

2.2.2 农药产品退税政策分析

2.2.3 驱蚊产业政策分析

2.3 中国驱蚊用品行业技术发展状况分析

2.4 轻工业振兴规划

第三章 国际驱蚊用品行业市场发展分析

3.1 2019-2023年国际驱蚊用品行业发展现状

3.1.1 国际驱蚊用品行业发展现状

3.1.2 国际驱蚊用品行业发展规模

3.1.3 国际驱蚊主要技术水平

3.2 2019-2023年国际驱蚊市场需求研究

3.3 2024-2030年国际驱蚊用品行业发展展望

第四章 2019-2023年中国驱蚊用品行业发展概述

4.1 2019-2023年中国驱蚊用品行业发展状况分析

4.1.1 中国驱蚊用品行业发展阶段

4.1.2 中国驱蚊用品行业发展总体概况

4.1.3 中国驱蚊用品行业发展特点分析

4.2 2019-2023年驱蚊用品所属行业运行分析

4.2.1 驱蚊用品行业销存运行分析

4.2.2 驱蚊用品行业毛利率情况分析

4.2.3 驱蚊用品行业发展机遇分析

4.3 2019-2023年对中国驱蚊市场的分析

4.3.1 驱蚊市场特点

4.3.2 驱蚊市场调研

4.3.3 驱蚊市场变化的方向

4.4 驱蚊用品行业产品细分市场

4.4.1 蚊香

4.4.2 气雾剂

4.4.3 电热蚊香液

4.5 中国驱蚊用品行业发展问题及对策建议

4.5.1 中国驱蚊用品行业发展制约因素

4.5.2 中国驱蚊用品行业存在问题分析

4.5.3 中国驱蚊用品行业发展对策建议

第五章 中国驱蚊用品所属行业运行指标分析

5.1 中国驱蚊用品所属行业总体规模分析

5.1.1 企业数量结构分析

5.1.2 行业资产规模分析

5.2 中国驱蚊用品所属行业产销与费用分析

5.2.1 产成品分析

5.2.2 销售收入分析

5.2.3 负债分析

5.2.4 利润规模分析

5.2.5 产值分析

5.2.6 销售成本分析

5.2.7 销售费用分析

5.2.8 管理费用分析

5.2.9 财务费用分析

5.2.10 其他运营数据分析

5.3 中国驱蚊用品所属行业财务指标分析

5.3.1 行业盈利能力分析

5.3.2 行业偿债能力分析

5.3.3 行业营运能力分析

5.3.4 行业发展能力分析

第六章 2023年小家电产业运行状况分析

6.1 2023年中国小家电产业市场概况

6.1.1 小家电的市场特点

- 6.1.2 小家电的市场利润分析
- 6.1.3 小家电热销礼品市场
- 6.2 2023年中国小家电产业市场动态分析
 - 6.2.1 国际小家电资本在中国市场的发展
 - 6.2.2 小家电市场竞争剖析
 - 6.2.3 中国小家电高端市场占有率
- 6.3 2023年中国小家电销售促进中出现的问题分析

第七章 中国驱蚊用品行业消费市场运营状况分析

- 7.1 驱蚊市场消费需求分析
 - 7.1.1 驱蚊市场的消费需求变化
 - 7.1.2 驱蚊用品行业的需求情况分析
 - 7.1.3 驱蚊品牌市场消费需求分析
- 7.2 驱蚊消费市场状况分析
 - 7.2.1 驱蚊用品行业消费特点
 - 7.2.2 驱蚊用品行业消费结构分析
 - 7.2.3 驱蚊用品行业消费的市场变化
 - 7.2.4 驱蚊市场的消费方向
- 7.3 驱蚊用品行业产品的品牌市场运营状况分析
 - 7.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查
 - 7.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查
 - 7.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道
 - 7.3.4 驱蚊用品行业品牌忠诚度调查
 - 7.3.5 消费者的消费理念调研

第八章 中国驱蚊用品行业市场竞争格局分析

- 8.1 中国驱蚊用品行业竞争格局分析
 - 8.1.1 驱蚊用品行业区域分布格局
 - 8.1.2 驱蚊用品行业企业规模格局
 - 8.1.3 驱蚊用品行业企业性质格局
- 8.2 中国驱蚊用品行业竞争五力分析
 - 8.2.1 驱蚊用品行业新进入者威胁
 - 8.2.2 驱蚊用品行业替代产品威胁
 - 8.2.3 驱蚊用品行业现有企业竞争
- 8.3 中国驱蚊用品行业竞争SWOT分析

- 8.3.1 驱蚊用品行业优势分析（S）
- 8.3.2 驱蚊用品行业劣势分析（W）
- 8.3.3 驱蚊用品行业机会分析（O）
- 8.3.4 驱蚊用品行业威胁分析（T）
- 8.4 中国驱蚊用品行业投资兼并重组整合分析
 - 8.4.1 投资兼并重组现状
 - 8.4.2 投资兼并重组案例
- 8.5 中国驱蚊用品行业竞争策略建议

第九章 中国驱蚊用品行业企业分析

- 9.1 江苏三笑集团有限公司竞争力分析
- 9.2 江西山峰日化有限公司竞争力分析
- 9.3 浙江正点实业有限公司竞争力分析
- 9.4 黑猫神日化股份有限公司竞争力分析
- 9.5 成都彩虹电器（集团）股份有限公司竞争力分析
- 9.6 河北康达有限公司竞争力分析
- 9.7 朝云集团竞争力分析
- 9.8 福建省金鹿日化有限公司竞争力分析
- 9.9 中山榄菊日化实业有限公司竞争力分析
- 9.10 上海庄臣有限公司竞争力分析

第十章 2024-2030年中国驱蚊用品行业发展趋势与投资机会研究

- 10.1 2024-2030年中国驱蚊用品行业市场发展潜力分析
 - 10.1.1 中国驱蚊用品行业市场空间分析
 - 10.1.2 中国驱蚊用品行业竞争格局变化
- 10.2 2024-2030年中国驱蚊用品行业发展趋势分析
 - 10.2.1 中国驱蚊用品行业品牌格局趋势
 - 10.2.2 中国驱蚊用品行业渠道分布趋势
 - 10.2.3 中国驱蚊用品行业市场趋势分析
- 10.3 2024-2030年中国驱蚊用品行业投资机会与建议
 - 10.3.1 中国驱蚊用品行业前景调研展望
 - 10.3.2 中国驱蚊用品行业投资机会分析
 - 10.3.3 中国驱蚊用品行业投资建议

第十一章 2024-2030年中国驱蚊用品行业投资分析与风险规避

11.1 中国驱蚊用品行业关键成功要素分析

11.2 中国驱蚊用品行业投资壁垒分析

11.3 中国驱蚊用品行业投资风险与规避

11.4 中国驱蚊用品行业融资渠道与策略

11.4.1 驱蚊用品行业融资渠道分析

11.4.2 驱蚊用品行业融资策略分析

第十二章 2024-2030年中国驱蚊用品行业盈利模式与投资规划建议规划分析

12.1 国外驱蚊用品行业投资现状及经营模式分析

12.1.1 境外驱蚊用品行业成长情况调查

12.1.2 经营模式借鉴

12.1.3 国外投资新趋势动向

12.2 中国驱蚊用品行业投资前景规划

12.2.1 战略优势分析

12.2.2 战略机遇分析

12.2.3 战略规划目标

12.2.4 战略措施分析

12.3 最优投资路径设计

12.3.1 投资对象

12.3.2 投资模式

12.3.3 预期财务状况分析

12.3.4 风险资本退出方式

第十三章 研究结论及建议

13.1 研究结论

13.2 建议

13.2.1 行业投资策略建议

13.2.2 行业投资方向建议

13.2.3 行业投资方式建议

图表目录：部分

图表1：驱蚊用品行业分类

图表2：中国驱蚊用品行业发展历程

图表3：2019-2023年全球驱蚊用品市场规模走势

图表4：2019-2023年全球驱蚊用品分区域市场规模走势

图表5：2019-2023年中国驱蚊用品行业产量统计

图表6：2019-2023年中国驱蚊用品行业需求量统计

图表7：2019-2023年中国驱蚊用品市场规模走势

图表8：2019-2023年中国驱蚊细分用品市场规模走势

图表9：2023年中国驱蚊用品行业竞争格局情况

图表10：2024-2030年中国驱蚊用品市场规模预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1125512.html>