



博观
BROADVIEW
CONSULTING

博观研究院

TRYING TO FIND THE BEST SOLUTIONS

为 每 个 商 业 难 题 寻 找 最 优 解

2025中国蚊虫叮咬止痒市场报告（简版）

报告导读

■ 中国蚊虫叮咬止痒零售市场概况

- 蚊虫叮咬止痒产品是指直接用于皮肤，缓解蚊虫叮咬所造成的瘙痒的产品，可分为非处方药（OTC）、护肤品等类别。
- 2025年，中国的蚊虫叮咬止痒零售市场规模预估为22.9亿元。从渠道来看，其中线下零售市场规模为14.9亿元，线上零售市场规模为8亿元。从品类来看，蚊虫叮咬止痒OTC占比62%，蚊虫叮咬止痒护肤品占比35%，其他类别的蚊虫叮咬止痒产品占比3%。
- 2025年，蚊虫叮咬止痒OTC零售市场规模预估为14.2亿元。从细分渠道来看，根据2024年数据，蚊虫叮咬止痒OTC零售市场线下渠道占比达76%，蚊虫叮咬止痒OTC零售市场线上渠道占比达24%。
- 2025年，蚊虫叮咬止痒护肤品的市场规模将达到8亿元。婴童个护用品中的止痒膏在蚊虫叮咬止痒护肤品市场中，市场占有率超过了50%。

■ 中国蚊虫叮咬止痒产品趋势及消费者分析

- 蚊虫叮咬止痒产品分属于护肤品、药品、医疗器械（退热凝胶）等类别。药品包括糖皮质激素药物、抗组胺药物等，有效成分主要为盐酸苯海拉明、醋酸地塞米松等。代表性的蚊虫叮咬止痒OTC有风油精、复方醋酸地塞米松乳膏，以及属于跨境药的无比滴。
- 蚊虫叮咬止痒护肤品包括了止痒液、止痒凝胶等，主要通过薄荷提取物等清凉剂止痒。属于婴童用护肤品类别下的止痒膏（紫草膏、舒缓膏）是近年来发展比较快的品类，各婴童用品品牌均有布局。
- 消费者层面，地域上，广东省对于“蚊虫叮咬止痒”的关注和讨论热度显著高于其他省份。性别上，女性对“蚊虫叮咬止痒”都显著高于男性。此外，成分是否天然、温和成为了消费者的首要关注点。
- 蚊虫叮咬止痒市场中，部分品类的竞争极为激烈，已有部分品牌尝试从中破局，如通过不同产品间的成分对比，凸显出主打产品的成分更温和，以此形成差异化卖点，或通过推出新剂型获取竞争优势。

中国蚊虫叮咬止痒零售市场概况

蚊虫叮咬止痒产品的概念和边界

- 蚊虫叮咬止痒产品是指直接用于皮肤，缓解蚊虫叮咬所造成的瘙痒的产品。
- 泛驱蚊止痒类产品之下有蚊虫叮咬止痒产品、驱蚊产品两大类。这两类产品常被消费者混淆，但它们分属于不同的类别：蚊虫叮咬止痒产品主要用于止痒，**可分为OTC、护肤品等类别**。驱蚊产品则主要用于驱蚊，驱蚊产品中的蚊香片、驱蚊液等属于家用卫生杀虫用品中的农药，而蚊香的加热器则属于家用电器的范畴。
- 需要注意的是，**花露水**根据所含成分不同可分为两种——**一是没有添加驱蚊成分，产品属于护肤品；二是添加了驱蚊成分，产品属于农药。**

	泛驱蚊止痒产品					
产品名称	蚊虫叮咬止痒产品			驱蚊产品		
所属类别	OTC	护肤品	其他	家用卫生杀虫用品 (农药)	家用卫生杀虫用品 (家用电器)	其他
具体产品	皮肤药	紫草膏、青草膏、花露水（不含驱蚊成分）	医疗器械（医用退热凝胶）	电热蚊香液，电热蚊香片，驱蚊液，驱蚊乳，驱蚊花露水、花露水（含驱蚊成分）等。	电蚊香加热器	驱蚊贴（植物精油贴）、驱蚊手环（植物精油手环）
示例						

蚊虫叮咬止痒零售市场规模

据博观研究院估算，包括OTC、护肤品、医疗器械（医用退热凝胶）等产品类别在内的蚊虫叮咬止痒市场，其零售市场规模**2024年约为20亿元**，**2025年将增长至约22.9亿元**。

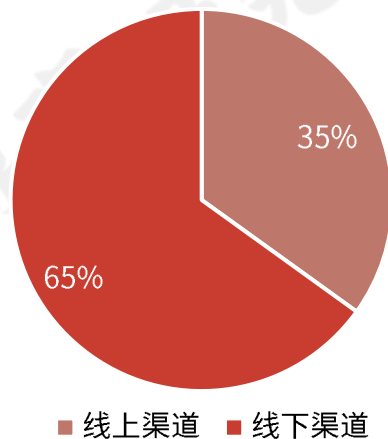
零售市场规模
(2024)

约 20 亿元

零售市场规模
(2025E)

约 22.9 亿元

蚊虫叮咬止痒市场分渠道占比



■ 蚊虫叮咬止痒零售市场分渠道占比（2024年）

- 从渠道来看，蚊虫叮咬止痒零售市场线下渠道占比约为65%，线上渠道占比约为35%。
- 其中**线下渠道**零售市场规模约为**14.9亿元**，**线上渠道**零售市场规模约为**8亿元**。

线下渠道零售市场规模

约
14.9 亿元

- 线下渠道包括了零售药店、个护用品店、商超等范围。
- 线下渠道的蚊虫叮咬止痒市场规模大约为14.9亿元。

线上渠道市场规模

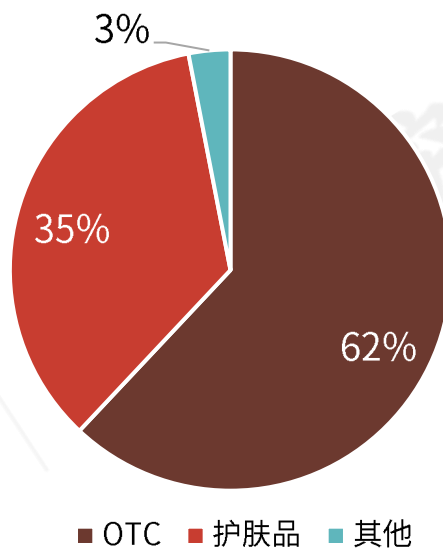
约
8 亿元

- 线上渠道主要是京东、淘系平台、等渠道。
- 线上渠道的蚊虫叮咬止痒市场规模大约为8亿元。

蚊虫叮咬止痒相关产品所属类别构成

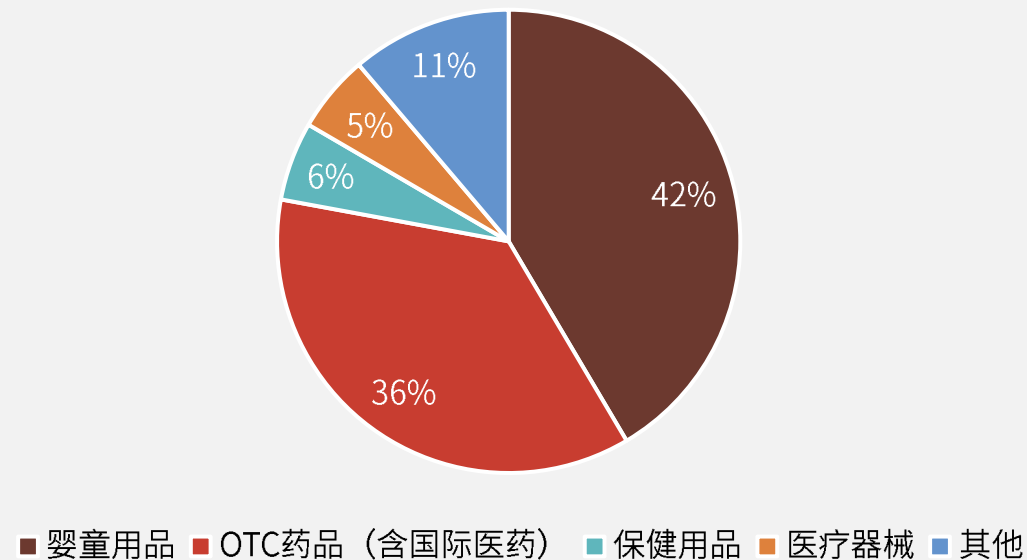
从线上线下全渠道来看，蚊虫叮咬止痒产品中，OTC的占比最高，达到了大约62%；其次是护肤品，占比约35%；其他产品，包括了医疗器械（医用退热凝胶）等在内，占比约为3%。

2025蚊虫叮咬止痒产品全渠道各类产品占比（按销售额）



从淘系平台来看，蚊虫叮咬止痒相关产品中，占比最高的是婴童用品（即婴童使用的护肤品等），在淘系平台的销售额占比为42%；其次是OTC药品（含国际医药），占比为36%。

2024年8月淘系平台蚊虫叮咬止痒各类产品占比（按销售额）



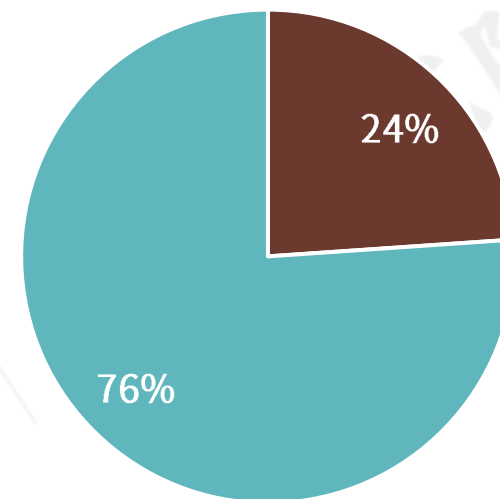
蚊虫叮咬止痒OTC零售市场概况

- 2025年，蚊虫叮咬止痒OTC零售市场规模预计约为14.2亿元。
- 从细分渠道来看，按照2024年数据，蚊虫叮咬止痒OTC线下渠道占比达76%，蚊虫叮咬止痒OTC线上渠道占比达24%。

2025年蚊虫叮咬止痒OTC零售市场规模（预估）

约 14.2 亿元

2024蚊虫叮咬止痒OTC线上线下渠道占比



■ 线上渠道 ■ 线下渠道

蚊虫叮咬止痒护肤品市场概况

2025年，蚊虫叮咬止痒护肤品市场市场规模将达到8亿元。据博观研究院预估计，婴童个护用品中的止痒膏（包括紫草膏、舒缓膏等产品）在蚊虫叮咬止痒护肤品市场中占比超过50%。

蚊虫叮咬止痒护肤品市场规模（2025E）

约 8 亿元

止痒膏在蚊虫叮咬止痒护肤品中占比

超 50%

止痒膏在婴童个护用品中的所属类别

婴童个护用品			
洗浴用品	皮肤护理	辅助用品	防护用品
沐浴露、洗发露	乳液面霜、润唇膏、按摩油、痱子粉、护臀膏、爽身粉、止痒膏	婴儿柔湿巾、婴儿口手巾、防晒霜	防蚊喷雾、驱蚊手环

婴童个护用品市场规模及增速



数据来源：欧睿，民生证券研究院，博观研究院整理

中国蚊虫叮咬止痒产品趋势及消费者分析

蚊虫叮咬止痒产品、剂型及其止痒成分

蚊虫叮咬止痒产品分属于多个商品类别，包括了护肤品、药品、医疗器械（退热凝胶）等。药品包括了糖皮质激素药物、抗组胺药物等，主要的有效成分包括盐酸苯海拉明、醋酸地塞米松等；护肤品包括了止痒液、止痒凝胶等，主要通过薄荷提取物等清凉剂止痒；医用退热凝胶主要通过物理作用提供清凉感，从而达到止痒效果。

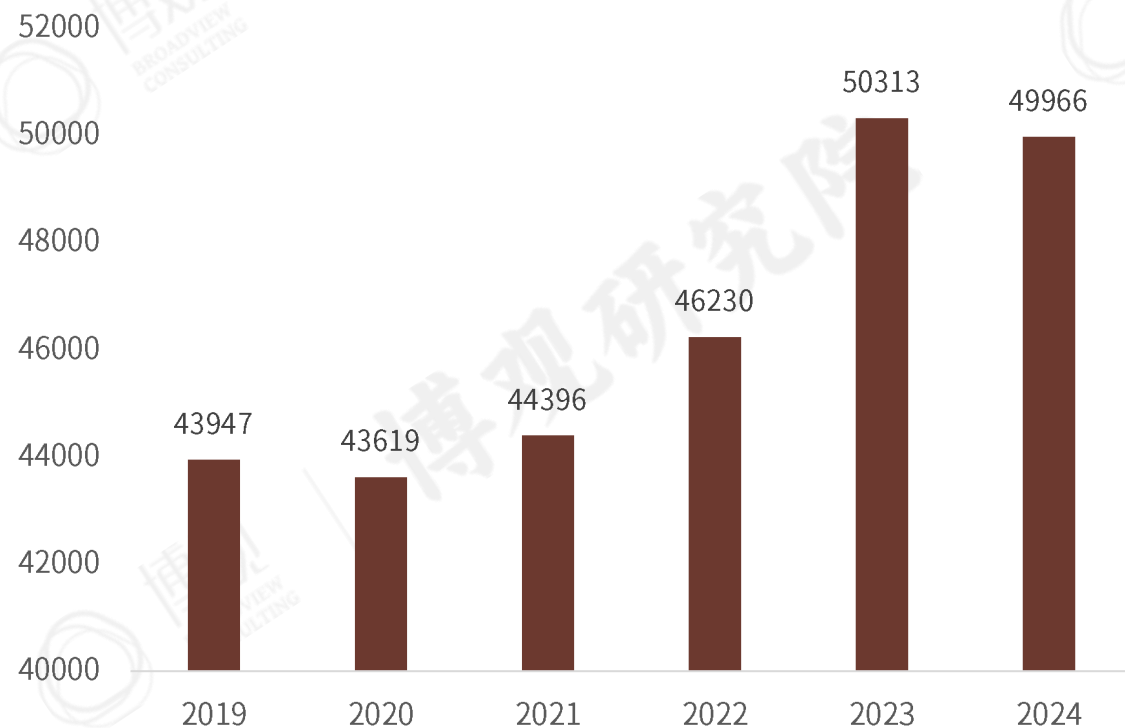
类别	类别	剂型	代表性的产品	主要添加的止痒相关的有效成分
药品	抗组胺药物	管装、盒装药膏； 管装、罐装凝胶； 瓶装药液等。	盐酸苯海拉明乳膏、炉甘石洗剂	盐酸苯海拉明、炉甘石
	糖皮质激素药物		醋酸地塞米松乳膏、氟氢松乳膏、复方倍氯米松樟脑乳膏、氢化可的松等	醋酸地塞米松、氟氢松等糖皮质激素
	抗生素类药物		林可霉素利多卡因凝胶	林可霉素等抗生素类药物
	局部麻醉药物		利多卡因凝胶	利多卡因
	中成药		丹皮酚软膏、风油精、清凉油	薄荷醇、薄荷脑、冰片、樟脑等清凉剂
护肤品	添加了薄荷醇等清凉剂	止痒液-走珠	走珠止痒精华、走珠止痒露、走珠止痒膏	薄荷提取物等清凉剂
		止痒液-喷雾	止痒型花露水、宝宝金水等	
		止痒液-瓶装涂抹	止痒型花露水等	
		止痒膏	紫草膏、青草膏、舒缓膏等	
医用凝胶	依靠物理作用产生凉感从而止痒	管装凝胶	蚊虫叮咬型医用退热凝胶	医用退热凝胶主要成分是卡波姆、水、乙醇等，主要依靠物理作用产生凉感从而止痒，不含功效性的止痒成分

代表性的蚊虫叮咬止痒药品：风油精

风油精属于中成药，主要成分为薄荷脑、樟脑、桉油及丁香酚。可用于缓解蚊虫叮咬引起的皮肤瘙痒、轻度烫伤灼痛、伤风感冒引发的头痛头晕，其特有的草本清香还能帮助驱避蚊虫侵扰。

中国风油精销售额（万元）

（城市公立,县级公立,城市药店,网上药店,城市社区,乡镇卫生数据）



数据来源：米内网、公开资料，博观研究院整理

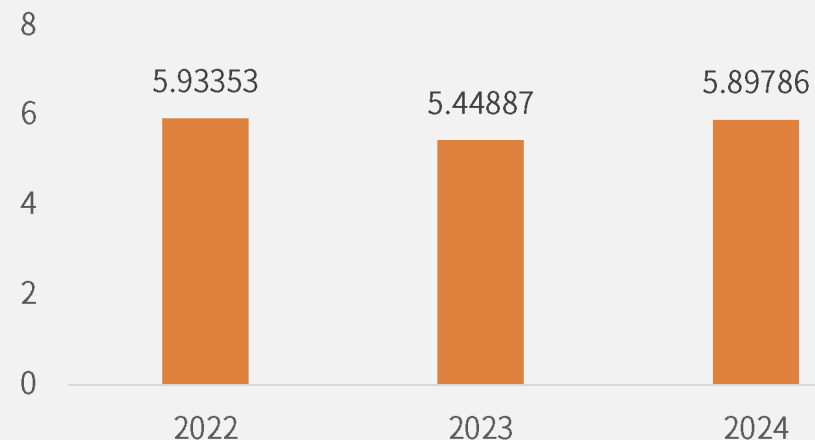
代表品牌：水仙牌风油精

约
单价 3.5元 /3ml



- 水仙牌风油精在风油精行业中的市场占有率达到了50%（中国证券报数据）。
- 水仙牌风油精由漳州水仙药业股份有限公司生产，以薄荷脑、樟脑、桉油、丁香酚和水杨酸甲酯为核心成分。可以外用止痒消炎，包括了治疗与蚊虫叮咬相关的症状，也可缓解晕车、感冒症状。

水仙牌风油精销量（千万瓶）

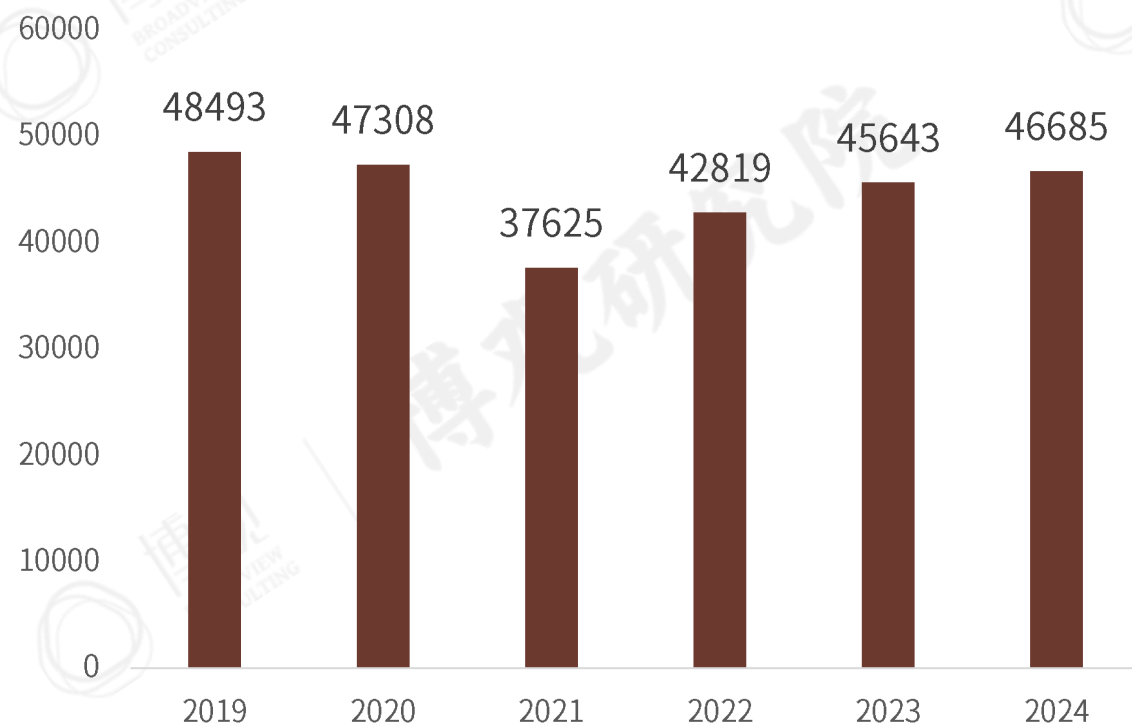


代表性的蚊虫叮咬止痒药品：复方醋酸地塞米松乳膏

复方醋酸地塞米松乳膏是蚊虫叮咬止痒药品中比较具有代表性的药品，主要成分包括醋酸地塞米松、樟脑和薄荷脑，可以用来治疗神经性皮炎、接触性皮炎、脂溢性皮炎、慢性湿疹及局限性瘙痒症等过敏性皮肤疾病，包括了用于蚊虫叮咬之后的止痒。

中国复方醋酸地塞米松乳膏销售额（万元）

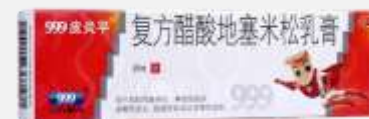
（城市公立,县级公立,城市药店,网上药店,城市社区,乡镇卫生数据）



数据来源：米内网，东方证券研究所，博观研究院整理

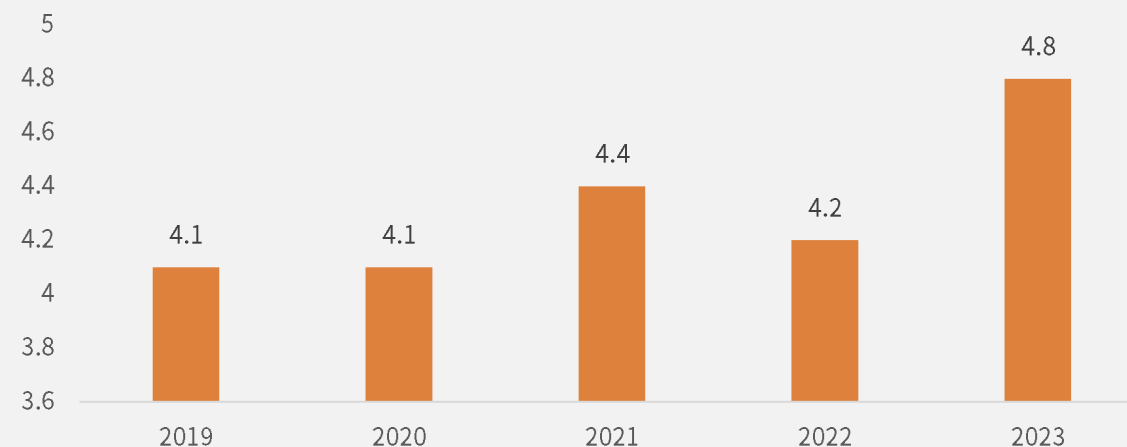
代表品牌：三九皮炎平（复方醋酸地塞米松乳膏）

约
单价 13元 /20g



三九皮炎平（复方醋酸地塞米松乳膏）在复方醋酸地塞米松乳膏市场中有极高的市场占有率，2023年其零售额达到了**4.8亿元**。

2019-2023年皮炎平（复方醋酸地塞米松乳膏）零售额（亿元）



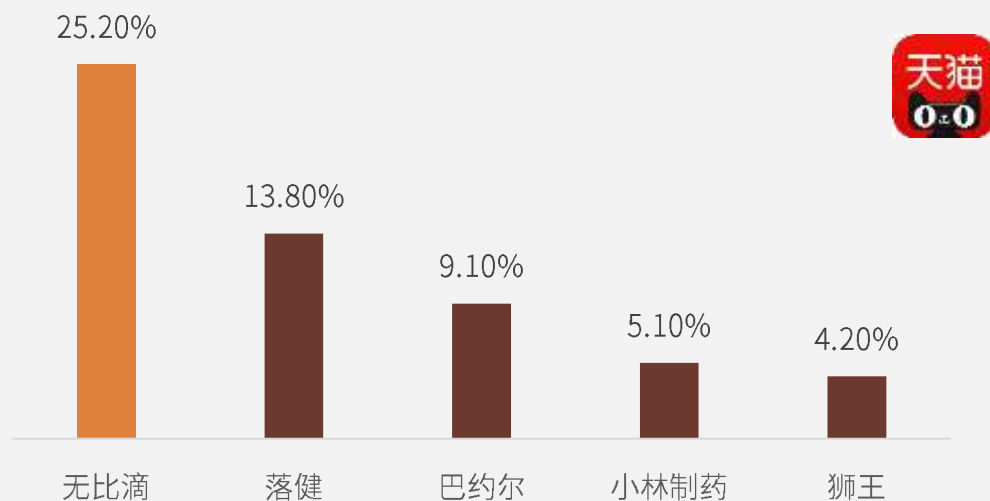
代表性的跨境蚊虫叮咬止痒药品：无比滴

- 无比滴是日本进口的跨境药，是用于蚊虫叮咬止痒的止痒液，主要的止痒成分为**醋酸地塞米松**、**盐酸苯海拉明**、**薄荷醇**等。
- 无比滴在线上渠道跨境药品中有较高的市场占有率，在天猫平台占跨境药市场的25.2%，排在第一；在京东平台市场占有率为15.8%，排在第三。

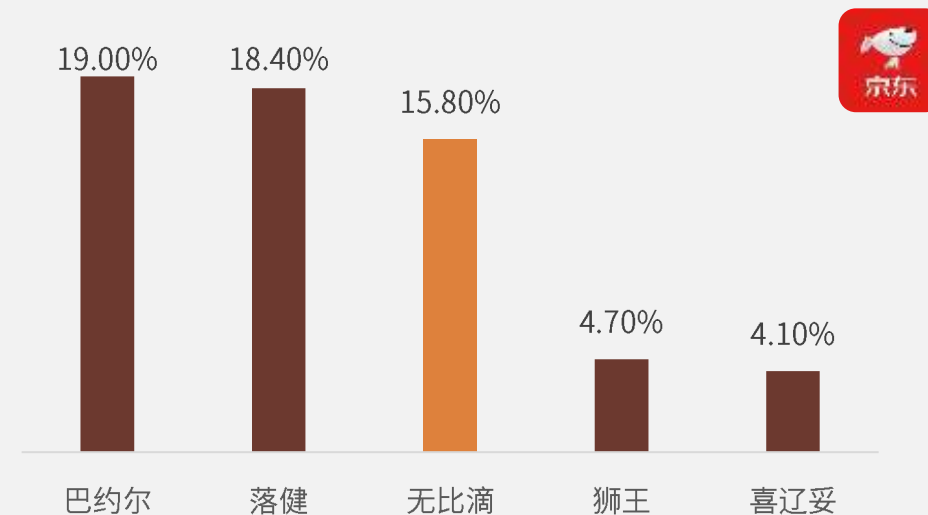


约
单价 26元 /瓶

天猫跨境药市场占有率TOP5产品
(2024年1-7月)



京东跨境药市场占有率TOP5产品
(2024年1-7月)



代表性的蚊虫叮咬止痒护肤品：紫草膏、舒缓棒等婴童用护肤品

- 紫草膏、舒缓棒等属于化妆品，主要玩家是各婴童个护品牌。该品类近些年来发展较快，润本、启初、babycare等婴童个护品牌纷纷推出紫草膏、舒缓棒等产品。
- 紫草膏的**有效成分是紫草提取物**，并额外添加了紫苏油、黄花蒿提取物、红没药醇等成分，**主打产品的成分天然**。
- 价格上，**单价主要在16到29元之间**，“子初嘟嘟”的紫草膏价格下探到8元，而“一页”则主打高端人群，并通过添加海洋来源羧甲基壳多糖、德敏舒SymCalmin等成分实现了59元的较高单价。

淘系、京东部分婴童个护品牌紫草膏概况

品牌	产品名	有效成分	化妆品许可编号获得时间/进口产品	均价（元/件）
润本	润本紫草膏（盒装）	5种植物根源精粹、红没药醇等	2016年	19.3
Babycare	Babycare婴儿紫草舒缓棒	新疆软紫草提取物、母菊花提取物、黄花蒿提取物等	2016年	20
袋鼠妈妈	袋鼠妈妈紫草舒缓膏	新疆软紫草根提取物	2016年	17
兔头妈妈	兔头妈妈双紫倍护膏	新疆紫草提取物、紫苏籽油	2017年	25
英氏	英氏紫草舒缓膏	紫草精华、紫苏精华等	2018年	25
一页	一页婴童紫草舒缓乳	海洋来源羧甲基壳多糖、德敏舒SymCalmin、紫草素等	2018年	59
红色小象	红色小象婴儿多效紫草膏	紫草提取物、当归提取物、防风根提取物、地黄提取物、薄荷油、薰衣草油等	2018年	16
海龟爸爸	海龟爸爸龙胆紫草舒缓露	龙胆提取物、紫草根提取物等	2021年	34
子初嘟嘟	子初儿童紫草膏	紫草根提取物、红没药醇等	2022年	8
润本	润本舒缓止痒棒	5种植物根源精粹、红没药醇、薄荷醇、蓝桉叶提取物等	2022年	18
贝德美	贝德美紫草多效舒缓膏	紫草复配精粹等	2023年	29

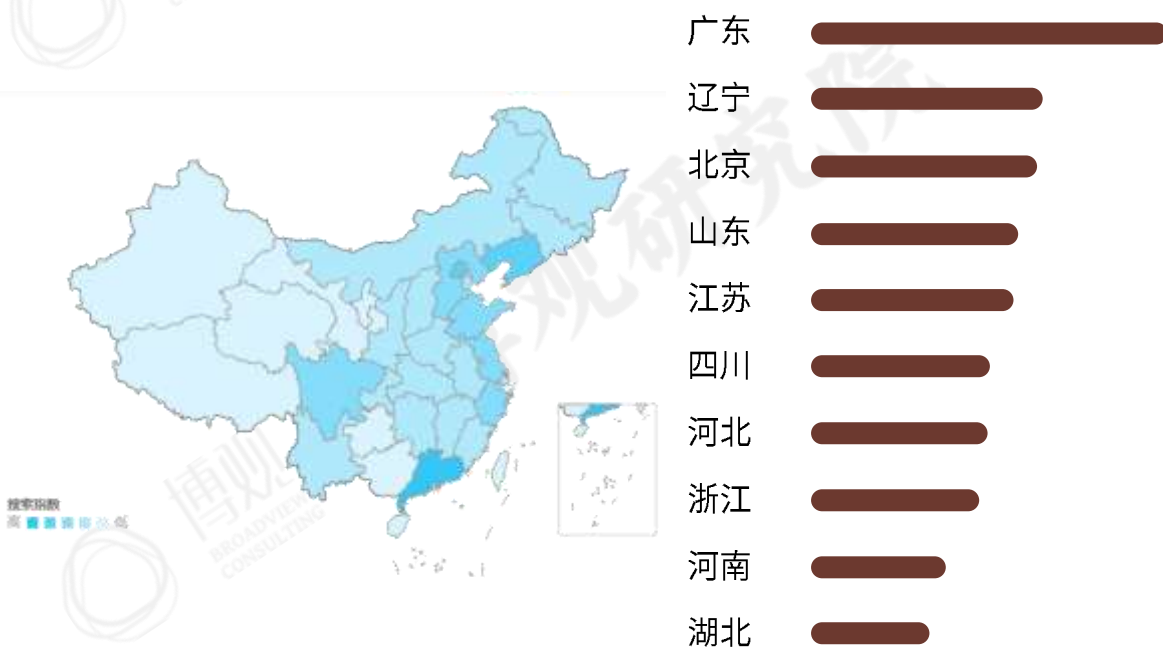
蚊虫叮咬止痒市场的网络搜索和社交关注热度

- 从网络搜索和社交平台关注和讨论热度来看，广东对于“蚊虫叮咬止痒”的关注和讨论热度显著高于其他省份。从性别上来看，无论是百度还是小红书，女性关注度都显著高于男性。
- 从年龄分布上看，20-29岁的人群搜索TGI最高，达到124.06，而30-39岁的人群搜索占比最高，达到29.31%。

蚊虫叮咬止痒百度搜索热度TOP10省份
2024年5月至2025年5月

男 37.93%

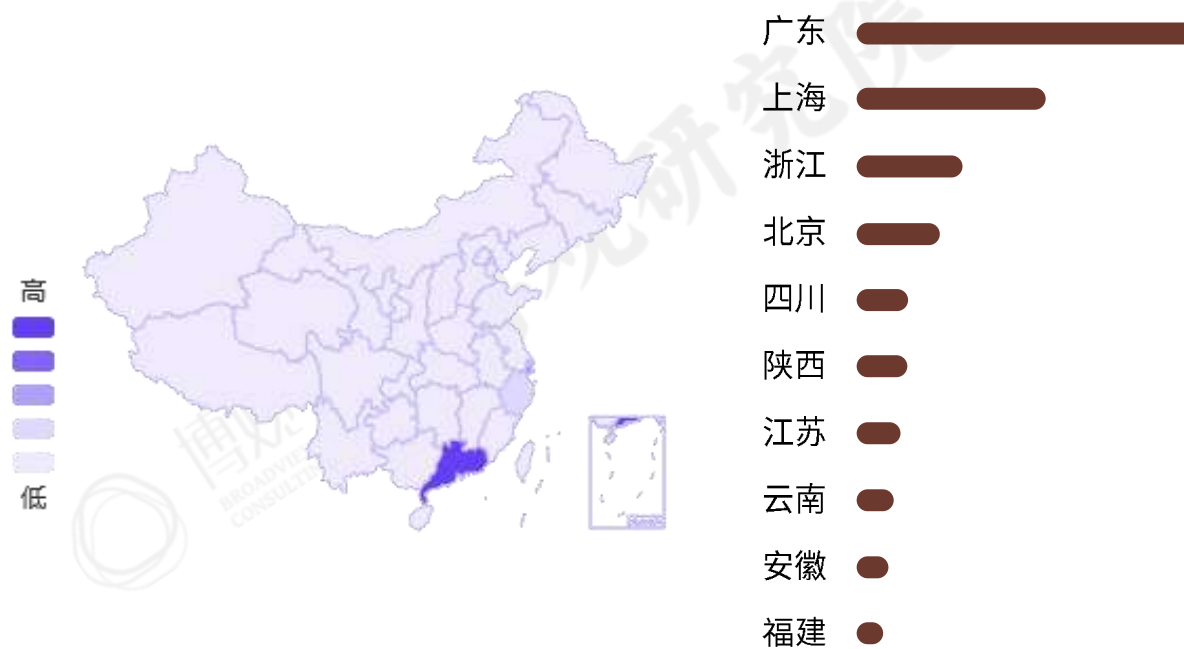
女 62.07%



蚊虫叮咬止痒小红书搜索热度TOP10省份
2024年5月至2024年8月

男 11.01%

女性 88.99%



蚊虫叮咬止痒产品消费者关注点趋势：成分的天然、温和成为首要关注点

主打天然成分的紫草膏成为母婴消费者首选

“蚊虫叮咬止痒”相关词云
(2024.05-2024.08)



小红书相关笔记内容关键词排行

序号	内容	数量	占比
1	蚊虫叮咬	516	7.57%
2	止痒	377	5.53%
3	推荐	236	3.46%
4	蚊子	226	3.32%
5	宝宝	198	2.91%
6	分享	183	2.69%
7	真的	134	1.97%
8	皮肤	125	1.83%
9	驱蚊止痒	119	1.75%
10	成分	118	1.73%

小红书相关笔记内容关键词排行 (续表)

11	驱蚊	114	1.67%
12	好物	110	1.61%
13	夏季	106	1.56%
14	儿童	101	1.48%
15	都是	101	1.48%
16	效果	96	1.41%
17	夏天	93	1.37%
18	驱蚊液	89	1.31%
19	宝宝被	84	1.23%
20	蚊虫	84	1.23%

2024.09数据

商品宣传中高频使用“草本”“自然”相关的词

- 紫草膏、青草膏和其他舒缓膏产品不仅添加了紫草提取物、薄荷醇等成分，并且使用“草本”“自然”等关键词进行宣传。

蚊虫叮咬止痒产品淘系Top50（据2024年9月销量数据）中，商品标题中含有“天然”“草本”的商品占比高达：

42 %

- “0激素”“0盐酸苯海拉明”等关键词也成为蚊虫叮咬止痒护肤品主要宣传的方面。

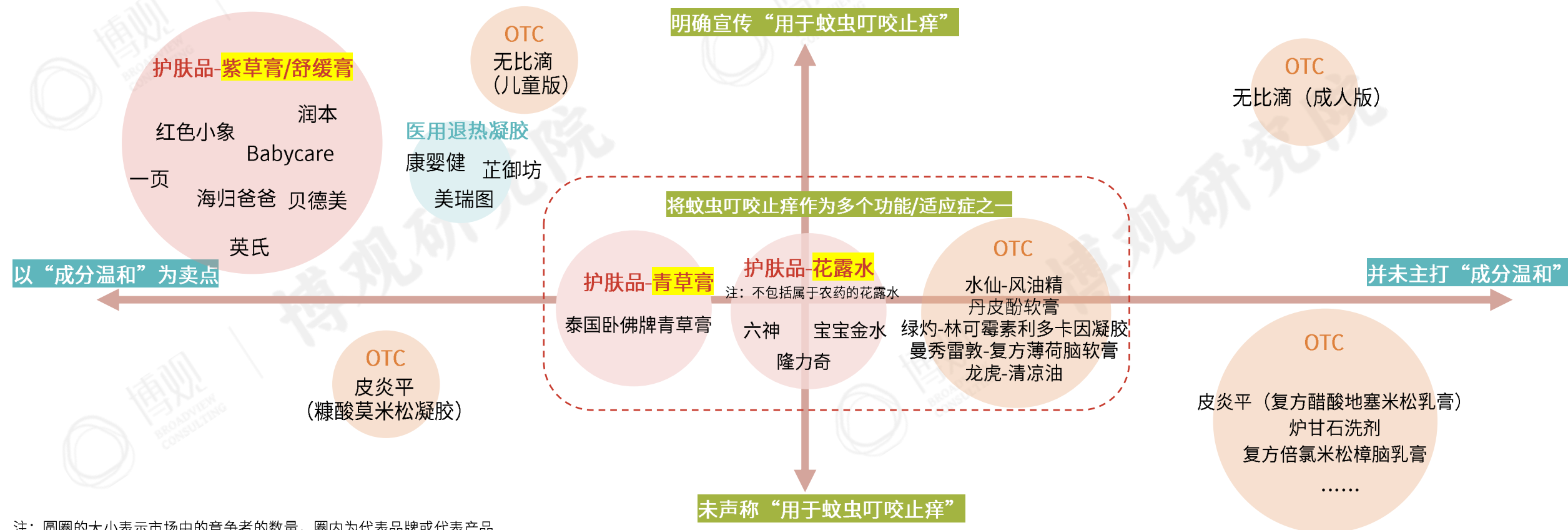
医用退热凝胶以“医用级别”为背书，切入母婴赛道

- 医用退热凝胶主要以“医用”“母婴级”“成分温和”“安全”“0激素”等卖点切入母婴赛道。迎合了消费者对于成分安全的需求。



蚊虫叮咬止痒品类、部分代表性产品竞争格局

- 竞争状况：**从是否明确宣传“用于蚊虫叮咬止痒”来看，当前蚊虫叮咬止痒产品中，明确声称“用于蚊虫叮咬止痒”的主要是护肤品，国内OTC将蚊虫叮咬止痒作为多个适应症之一，或并未在适应症中写明可用于蚊虫叮咬止痒。**从是否以“成分温和”来看**，蚊虫叮咬止痒护肤品中，有较多产品以“成分温和”为卖点；但OTC药品较少以“成分温和”为卖点，少部分使用“成分温和”卖点的OTC主要通过该药与同系列“老版本”“成人版本”相对比，从而得到“成分更温和”的差异化卖点。
- 竞争激烈度：**当前市场中，下图中部“将蚊虫叮咬止痒作为多个功能/适应症之一的护肤品、OTC”竞争较为激烈，这部分的市场参与者数量较多，且市场参与者往往还面临跨行业的竞争。部分产品如青草膏、清凉油等，甚至还存在低价竞争的情况。此外，紫草膏/舒缓膏由于受众群体边界明显——主要为母婴用品消费者，因此市场容量有限，紫草膏/舒缓膏的竞争也十分激烈。



注：圆圈的大小表示市场中的竞争者的数量，圈内为代表品牌或代表产品

蚊虫叮咬止痒产品市场机会洞察

机会洞察1：蚊虫叮咬止痒OTC较少对受众群体进行进一步的取舍和细分，因此以“成分温和”作为卖点的相关药品较少，市场上也比较缺乏明确以蚊虫叮咬为适应症的药品。在竞争日趋激烈的当下，OTC可以通过**成分对比的方法形成“产品更温和”的差异化卖点**，或是**新增化妆品条线，推出蚊虫叮咬止痒产品**，与婴童用品紫草膏/舒缓膏、医用退热凝胶蚊虫叮咬产品展开差异化竞争，以**“医药级别”为背书**，争取这两类产品的消费者。

机会洞察2：由于紫草膏/舒缓膏竞争较为激烈，**品牌可尝试推出新剂型、新成分以取得竞争优势**，可以推出的新剂型有舒缓喷雾、止痒贴等等，目前已有部分品牌开始尝试推出新剂型。

案例1：通过“成分对比”形成温和差异化卖点



■ 儿童版无比滴

MUHI无比滴是明确以蚊虫叮咬为适应症的药品。**无比滴推出了区别于成人版的儿童版**，儿童版不含成人版中的醋酸地塞米松，而是采用了盐酸苯海拉明作为主要的止痒成分，相对成人版更温和。且儿童版采用了更具童趣的包装设计。

■ 温和版皮炎平

华润三九旗下产品皮炎平在红管皮炎平（复方醋酸地塞米松）已广受好评的基础上，**推出了绿管皮炎平（糠酸莫米松凝胶）**。糠酸莫米松属于软性激素、中效激素，刺激更小。999皮炎平通过推出绿管，完成了成分、剂型升级，实现了更高的产品单价。

■ 进军非药赛道

华润三九还进军蚊虫叮咬止痒的非药赛道，**推出一款名为“漾选稳乐多植萃舒缓走珠”的止痒产品**，产品属于护肤品，以“草本植物”“温和”为主要卖点。



案例2：推出新剂型争取竞争优势



■ 药品新剂型——止痒贴

MUHI的面包超人系列在日本市场推出了用于蚊虫叮咬止痒的**止痒贴**，该产品添加了苯海拉明成分作为止痒剂，产品属于日本的第三类医药品。该产品

在小红书等中国社交媒体上受到宝妈人群的关注。目前国内已有品牌推出止痒贴，主要属于化妆品，但这部分产品总量少，且止痒贴的效果仍是消费者的痛点。

■ 紫草护肤品新剂型——舒缓止痒喷雾

添加了紫草成分的产品主要是紫草膏、舒缓膏，该市场竞争较为激烈。润本**推出一款添加了紫草成分的舒缓止痒喷雾**，与其他婴童用品品牌形成差异。该产品目前好评率较高，在淘系平台取得了1万以上的销售量。



*版权声明

本报告为博观研究院创作，版权归博观研究院所有。未经博观研究院允许，任何组织和个人不得以任何形式复制或传播。



博观研究院

博观中国（总部）：visdom.top

博观日本：www.hakkan.jp

博观研究院（Broadview Lab）是博观咨询下设专业研究机构，借助长期持续的商业数据和情报积累、团队的专业经验，力求帮助客户洞察市场趋势和机会，在重大战略上做出更正确的决策，让每一个客户都可以将自身有限的商业资源发挥出最大的效能。

博观研究院会不定期发布公开的市场研究报告，发布平台为**博观研究院官方公众号：博观Lab**（微信号：BroadviewLab）。

博观研究院能做什么？

博观研究院主要聚焦在**医药大健康行业**，长期研究中国和日本市场，洞察中国市场趋势和增长机会，以日本医药健康企业的成功经验启迪中国企业创新与发展，帮助医药健康类企业解决各类商业问题，提供研究和咨询服务：

- **研究服务：**中日市场研究、品类与赛道研究、产品与创新研究、消费者研究、竞争与营销研究等各类基础和定制化研究；
- **咨询服务：**企业战略咨询、品牌策略咨询、产品创新咨询、市场营销咨询等各类商业咨询。



微信公众号：博观Lab

任何研究和咨询问题，请联系我们



罗金辉



+86 136-9149-3894



luojinhui@boaoreview.com



博观研究院

*免责声明

- 本报告中所包含的市场信息、统计数据及其他信息均来自公开渠道、第三方机构或市场调研，作者及所在单位不就上述信息、数据及相应结果的准确性、完整性和可靠性作任何明确或隐含的保证。
- 本报告不作为任何投资或交易的依据，报告中提到的任何第三方产品、服务、公司、组织或网站仅供参考，均不代表作者及所在单位对其有任何褒贬之意。任何机构和个人若使用本报告的数据、方法和结果，需自行评估其适用性并自负所有后果，本报告的作者和所在单位不承担任何责任。读者在决定使用报告及相关内容时，应自行进行尽职调查和评估，承担相关风险。
- 本报告中使用的图片、图表和图形仅供参考和说明。这些图像可能包含版权信息或他人的知识产权，未经许可不得进行复制或分发。
- 未经博观研究院书面许可，任何机构或个人不得擅自将本报告用于商业目的，否则使用者应承担由此产生的一切法律责任。



博观
BROADVIEW
CONSULTING

博观研究院

TRYING TO FIND THE BEST SOLUTIONS