

中药驱蚊产品的推广与应用

许梦 傅静 郭继鹏 李子梦 刘丽萍^{通讯作者}

江苏医药职业学院 江苏 盐城 224005

[摘要] 现有驱蚊产品的驱蚊有效成分多为驱蚊胺、驱蚊酯等高效低毒的化合物，此类化合物虽然高效，但长期大量使用不仅污染环境，而且会增强蚊子的抗药性，对自然界的生态平衡造成不良影响，严重者更会危及人体健康。而中药驱蚊产品使用历史悠久，具有天然无毒、效果显著等优势，与现有驱蚊产品相比，主要存在推广少、市场占有率低等问题。因此本文通过研究中药驱蚊产品推广与应用中存在的问题，寻找解决的对策，借此打开中药驱蚊产品市场，让更多消费者感受到传统中医药的魅力。

[关键词] 中药驱蚊产品；天然无毒；效果显著；推广与应用

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.08.792

一、中药驱蚊产品研究现状

从古至今，人们就饱受蚊子的困扰，庄子在《天运篇》感慨到：“蚊虻虻肤，则通夕不寐矣！”。据统计在全球范围内，每年有大约2.4亿人因蚊子叮咬而感染疟疾，而这其中有超过100万因疟疾而死亡。因此，研究一款好的驱蚊产品在夏季显得尤为重要。驱蚊产品在日常生活中被广泛使用，主要以固体、液体、膏状几种类型，包括盘式蚊香、驱蚊液、电蚊香，以及各种新型的驱蚊手环、驱蚊贴等。其中盘式蚊香有效成分主要是菊酯类杀虫剂，其优点是驱蚊快速且显著，价格便宜，其缺点是质地脆且易碎，燃烧过程中会产生细小烟尘，不完全燃烧，会产生多种致癌物质，使用不当还会引起火灾。目前主流的驱蚊产品有效成分多为驱蚊胺、驱蚊酯等高效低毒的化合物。其中，驱蚊胺是一类国际上争议较大的驱避剂，各国研究学者不断发现驱蚊胺对人体危害，西班牙巴塞罗那环境流行病学研究中心通过研究发现妊娠早期接触驱避剂与儿童尿道下裂风险有关；澳大利亚研究表明使用避蚊胺会导致儿童全身荨麻疹等^[1]。驱蚊手环、驱蚊贴这类产品主要成分多为柠檬、薰衣草等植物提取物，但目前尚未有任何一款驱蚊手环类产品取得农药登记证号。而一件合格的驱蚊产品需要取得农药登记证号，也就是要经过毒性安全性试验和驱蚊效果试验两道门槛。农药登记证号、农药生产批准文件号和产品标准号，是化学驱蚊产品必备的“三个号”。

蚊虫驱避剂包括化学合成驱避剂和植物源驱避剂。化学合成驱避剂是通过化学合成得到的，具有高效、低毒等特性；植物源驱避剂是由多种具有不同作用机制、不同作用位点及作用方式的天然化合物组成，所以不易使蚊虫对其产生抗药性，且安全环保、温和、气味清新，这些优点是化学合成驱避剂不可企及的^[3]。随着国家对环境重视程度及治理力度的加强，消费者对驱蚊产品的安全性越来越重视，更加倾向于高效、无毒、安全的驱蚊产品，但由于近年来驱蚊企业不断增多，导致驱蚊产品类型众多，质量参差不齐。以近年流行的超声波物理驱蚊软件为例，其原理是通过产生类似于公蚊子拍动翅膀的超声波，从而达到驱赶母蚊子之目的，但经过研究发现超声波驱蚊产品并不能有效的驱赶蚊虫。清华大学第一附属医院耳鼻喉科主任陈崇学研究发现如果在睡眠过程中使用超声波物理驱蚊软件来驱蚊，不仅不能达到驱蚊效果，还会影响使用者睡眠质量，长期使用还会导致耳鸣耳聋；加利福尼亚大学河边分校昆虫系的Michael Rust博士指出，超声波驱蚊器不会使蚊虫产生任何有意义的行为或引起生理方面的反应。上述可见物理驱蚊方式存在许多问题，仍无法完全代替化学合成的驱避剂和植物源的驱避剂等驱蚊产品。

中药驱蚊产品属于植物源的驱避剂，可以不直接接触皮肤，解决了皮肤吸收和蒸发过快的问题，也避免了皮肤接触药物可能出现的过敏反应；其包装设计内密外疏，一定程度上减缓药物挥发速度，使药效持久，是一款安全、携带方便的驱蚊驱避剂类型，彰显了中医药优势，值得广泛推广。尽管中药驱蚊产品使用历史悠久，效果突出，但目前还普遍存在推广少、市场占有率低等问题。

二、中药驱蚊产品存在问题

中药驱蚊产品的发展具有广阔的前景，但也面临着严峻的挑战。在科技快速发展的前提下，要解决中药驱蚊产品的困境，本质上就是解决传统的中药驱蚊产品与现代驱蚊产品的矛盾。现代中药驱蚊类产品十分丰富，价格千差万别，影响健康的程度也截然不同。随着绿色健康理念深入人心，人们对中药驱蚊产品的要求也日益提高。我们通过调研中药驱蚊产品市场，发现目前主要存在以下几个问题：

1. 中药驱蚊产品原材料问题

我国中药材产业分布广泛，集中度低，不易组织管理，未严格按照道地药材的规划进行科学种植，导致中药材品种变异、重金属超标、农药残留超标等，严重影响中药材的质量，难以保证驱蚊效果的稳定性。

2. 中药驱蚊产品市场混乱问题

2.1 中药驱蚊产品种类繁多，市场混乱

中药驱蚊产品投资额少、回收期短，一旦在市场上具有一定的反响，很容易被其他企业或者新进入者效仿，甚至用一些质量参差不齐的产品包装虚假宣传来混乱市场。

2.2 中药驱蚊产品原材料成本上升，销售量减少

由于中药对多种疾病都有很好的疗效，导致中药材价格逐年攀升，价格升高在一定程度上会影响人们对它的接受度，导致中药驱蚊产品销售量减少，利润下降。

2.3 中药驱蚊产品品牌知名度低以及资金不足

1) 品牌知名度问题：随着中药驱蚊产品效果不断凸显，消费者对它的需求量也不断增加。在不久的将来，市场上将会出现大量的中药驱蚊产品，但是目前市场上还没有知名品牌的中药驱蚊产品。因此，创立属于自己的品牌并将它推广出去显得尤为重要。

2) 资金不足问题：大多企业还处于起步阶段，前期会选择与中小企业合作生产，后期在逐步转型升级，这些企业具有很大的发展潜力和空间。但由于缺乏规划与资金，使得中药驱蚊产业集中度低，企业多、小、散的特点显得尤为突出。企业由于本身盈利能力不足，导致资金短缺，甚至破产。

3. 中药驱蚊产品技术问题

3.1 缺乏核心技术配方

中药驱蚊产品的配方决定了驱蚊效果，目前市场上缺乏具有核心竞争力的驱蚊配方专利，导致驱蚊效果不一，一定程度上限制了中药驱蚊产品的推广进度。

3.2 中药驱蚊产品的批量生产问题

中药驱蚊产品研发出来后，由于设备管理技术不完善，很难保证生产过程中设备的正常使用，导致中药驱蚊产品不能顺利进行大批量生产，公司利润将会下降。当新的研发产品出现后，大部分情况下都需要专业操作技术的支持，如果公司所具备的技术达不到对应要求，技术不够成熟，很可能会带来投资风险。

3.3 中药驱蚊产品的更新换代快

随着科学技术的发展，越来越多的新型驱蚊产品将会被挖掘出来，替代品也会大量增加。如果公司研发的中药驱蚊产品

不能吸引消费者，将会被提前淘汰。

4. 中药驱蚊产品推广和销售问题

1) 首先可能遇到推广资金短缺问题，推广分为付费推广和免费推广两种，付费推广需要拥有足够的资金支持。公司资金预算有限，付费推广可能会比较困难。其次，中药驱蚊产品进入销售市场，推广过程中对产品的描述不能够清晰准确，难以被消费者信赖；

2) 大多数公司在销售过程中不能准确了解市场和客户需求，例如：材料准备不够充分，销售手段不能够吸引顾客，直接影响中药驱蚊产品的销售数量。

三、中药驱蚊产品的对策

1. 升级更换检验设备与检测人员

针对假冒伪劣的中药材流入市场影响产品的驱蚊效果的问题，企业可以购进新的设备，并招聘一批有专业技术的采购员双重把关，对药品加工工厂的工作人员进行一些简单的鉴别知识传授，避免假冒伪劣药材的购入与使用。在药材市场若发现个别中药商贩受利益驱动买卖假冒伪劣中药材，即时举报有关部门给予其他有此心思的商贩警告。

2. 多方面加强自身产品的实力

1) 经济方面：针对目前大多数企业都存在前期盈利能力略显不足，资金相对欠缺的问题，企业可以积极与更多大公司合作，早日拥有自己的生产基地，实现机械化、无菌化生产，使公司资金流动畅通，实现经济脱贫。

2) 社会方面：针对目前很多企业品牌知名度，管理经验缺乏等问题，企业可以进一步打造自己的品牌，一个知名度和顾客好评率高的品牌所带来的销售额与利润都是不可估量的。一方面，品牌可以增强顾客购买的欲望，从而使产品的商业价值大幅提高；另一方面，树立好口碑品牌也可以增强本产品在同类产品内的竞争力。新成立企业管理都会有缺乏经验的短板，为此企业可以在社会上招聘一批有管理经验的人才，同时招收管理专业的学生，经营企业的同时培养人才。

3) 技术方面：针对目前仿制品扰乱市场、行业技术障碍低、驱蚊效果不稳定等问题，企业可以积极研发更多高效的中药驱蚊产品，掌握核心技术，提高核心竞争力。

3. 完善中药驱蚊产品推广和销售策略

3.1 产品推广

企业前期可以和平台天猫、京东和亚马逊等电子商务进行合作投放，并结合淘宝农村计划，建立电子商务销售中心，以地方旅游业为依托，逐步辐射至全国。创新是企业不断发展进步的前提和根本。只有不断的创新才能在竞争中立于不败之地。同样企业可以分三个阶段去发展：

前期（1-2年）：利用传统中药的驱蚊特色迅速在电子商务平台商城先寻找市场突破口，抢占一定的市场份额。产品初步导入市场，提高企业知名度，初步建立自己的品牌形象，积累无形资产；建立企业网站，加强网络宣传；加大初期投资，扩大生产规模。

中期（3-4年）：进一步提高研发力度，丰富产品种类，完善生产工艺，开发多功能产品，扩大消费群体，提高市场占有率。发展经销商，采用线上线下相结合的模式促进销售，进一步提高市场份额。

后期（5年以后）：本着将企业做大做强方针，以卓越的研发能力为后盾，进一步拓展产品线，在巩固企业在所属行业中的地位的基础上，进一步完善和优化市场营销体系，获得更多的市场份额。同时，企业还将跻身国外驱蚊市场，将本国的产品不断出口，树立海外中药驱蚊产品口碑，弘扬祖国医药文化。

3.2 营销策略

1) 定价策略

企业在定价策略上应坚持“双保”原则，一保购买企业

产品的顾客回头率，二保产品销售量，从而使产品迅速以物美价廉的特质打开市场并占有驱蚊市场的一定份额，打造出独属于产品和企业的优秀口碑，提升企业在市场上的占有率。在产品生产和定价过程中，通过市场调查和预测，运用价值工程理论的方法，分析消费者的质量要求，找出产品质量、成本、价格、利润的最佳契合点。确定合理的质量标准，制定目标消费群能接受的价格，力争以最低的成本、最多的销量，使企业获得更多的经济效益。

2) 分销策略

企业应综合考虑各方面因素，研究并制定出一系列有地方文化特色的、适应人们购物需求的四步分销策略：

● 依靠有地方文化特色的纪念品店，药店进行销售；

● 在经过挑选的大型百货商店建立店中店或专属于企业研发的产品专柜；

● 建立企业中药驱蚊产品专卖店和连锁店；

● 推动加盟连锁经营，深层次多角度垄断市场。

3) 网络营销策略

“酒香也怕巷子深”，企业可以采用以下途径大力宣传推广企业网站：

● 建立微信公众号与短视频账号；

● 建立电子商务销售平台；

● 在中介网站上发布信息，进行企业注册（如阿里巴巴）；

● 在新闻专栏和论坛上发布网站信息。

4) 广告营销策略

在产品上市期：

前期主要使顾客认识和了解加工设备同时广泛宣传企业的驱蚊产品的驱蚊功效；并以“聚划算，更安全”为团购宣传的主要诉求点。通过天猫和淘宝投入量的密集攻击方式，力求该产品在较短时间内获得较高的知名度，并配以灵活的促销方式（如关注公众号与短视频账号即可免费试用、扫二维码、展销等）激发顾客兴趣，吸引广大消费者的注意。

在产品成长期：

本期目标是吸引顾客购买，并形成品牌偏好。在第一阶段宣传的基础上，进一步加深主题，以突出介绍产品的特色和效用为广告宣传的重点，增进顾客对产品的了解和信任。

在产品成熟期：

保持市场占有率，平均、稳定、同时适当的减少全国各地的广告投放量，以提示性的广告宣传为主，配以有效的营业推广方法，同时加强公共关系工作，扩大企业声誉，保证企业可持续发展。

四、总结与讨论

现有驱蚊产品种类繁多，其内含的高效低毒的化学成分也让消费感到担忧，且假货次品泛滥，消费者购买时总是难以抉择，充满顾虑。推广天然、无毒副作用的中药驱蚊产品，一方面可以使消费者可以更方便使用；另一方面通过线上线下相结合的方式推广中药驱蚊产品，逐步让中药驱蚊产品走向国门，不仅发展了中药驱蚊事业，也让全世界感受到中华传统中医药事业的蓬勃发展，使中医药事业得到传承与发展。

参考文献

[1] 杨红艳, 王以燕. 驱蚊产品的使用调研及风险分析初探[J]. 中华卫生杀虫药械, 2014(1): 4.

[2] 李秋霞, 王英. 植物源蚊虫驱避剂的研究进展[J]. 中国热带医学, 2017, 17(5): 5.

通讯作者: 刘丽萍, 讲师, 博士, 主要研究方向中药学

作者简介: 许梦, 大专在读

基金项目: 江苏省高等学校大学生创新创业训练计划项目(项目编号: 202112682003Y)