

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年1月~8月服务器市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to August 2025 Server Category Market Insights

2025年10月

尚普咨询集团
SHANGPU GROUP

尚普咨询集团作为中国领先的独立市场研究机构，自2008年成立以来，始终深耕市场研究领域，获得国家统计局首批颁发涉外调查许可资质，累计完成各类专业咨询项目逾20,000项，以深厚积淀持续赋能企业战略决策。

17年来，依托对超过15,000个消费品类的长期监测及千万级线上商家的动态追踪，结合对海量消费者样本需求特征与偏好的深刻洞察，尚普咨询持续在各类细分赛道构建专业、精准的市场研究体系。在消费需求持续迭代、市场竞争日益复杂的背景下，洞悉品类趋势成为企业制胜未来的关键。

2025年上半年，面对中国市场的新格局与消费趋势的变化，尚普咨询集团发布《洞察2025：消费趋势系列报告》。旨在通过专业的市场扫描与前瞻分析，揭示各品类的核心发展趋势、竞争态势及消费者行为变迁，为行业参与者提供权威的数据支撑与明晰的战略指引，助力把握2025年市场先机。

目录 CONTENTS

1	核心发现
2	品类洞察
3	消费洞察

核心发现1：服务器消费主力为男性中青年技术管理层



决策者男性占78%，年龄集中于26-45岁（79%），中高收入群体主导消费



IT部门负责人（41%）和技术架构师（23%）是采购决策关键角色



一线和新一线城市占比63%，消费水平与城市经济水平正相关

启示

✓ 精准定位目标客户群体

品牌应聚焦26-45岁男性技术管理层，针对一线和新一线城市开展营销活动，提升市场渗透率

✓ 强化技术决策层沟通

加强与IT部门负责人和技术架构师的直接沟通，提供专业解决方案，建立长期合作关系

核心发现2：采购周期稳定且机架式配置主导市场



每2-3年采购占比45%，周期性更新需求明显；每年采购占32%



机架式服务器（1U和2U）合计占58%，是主流选择，体现空间效率重视



首次采购仅占2%，市场依赖存量客户，定制化服务器需求低

启示

✓ 优化产品更新周期策略

品牌可推出定期升级计划，匹配企业2-3年更新周期，增强客户粘性和重复购买率

✓ 聚焦主流机架式产品

重点发展1U和2U机架式服务器，优化空间效率和性能，满足数据中心主流需求

核心发现3：性能可靠性和售后服务是采购关键因素



性能指标（23%）、可靠性稳定性（21%）和售后服务（17%）合计占61%



业务扩展需求（34%）和设备更新换代（28%）是主要采购原因，合计62%



价格成本仅占14%，非首要考虑因素，性能优先于成本

启示

✓ 提升产品核心性能与可靠性

品牌应投资研发，确保服务器高性能和长期稳定运行，满足企业对业务连续性的高要求

✓ 加强售后与服务支持体系

建立快速响应的售后团队，提供全面技术支持和维护服务，提升客户满意度和忠诚度

核心逻辑：聚焦中青年技术管理层，性能服务优先于成本



1、产品端

- ✓ 强化中低端机架式服务器产品线
- ✓ 提升服务器性能与可靠性指标



2、营销端

- ✓ 利用官网和论坛精准触达技术决策者
- ✓ 优化定价策略，减少价格敏感用户流失



3、服务端

- ✓ 加强售后支持，提升响应速度
- ✓ 提供在线配置工具和远程技术支持

CONTENTS 目录

1	核心发现
2	品类洞察
3	消费洞察

- 2.1 研究说明
- 2.2 市场规模
- 2.3 品牌榜单
- 2.4 价格洞察
- 2.5 品类热词

1、研究内容

Research Contents

- **剖析** 2025年1月~8月各月天猫、京东、抖音的市场情况；
- **评估** 整体及各平台 CR10 市场集中度；
- **洞察** 服务器线上市场不同价位产品销量与销售额占比，品牌布局；
- **分析** 热词词云，洞察市场趋势与消费者需求。

2、研究对象

Research Object

- 研究对象为天猫、京东、抖音三大线上平台上销售服务器品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对服务器的购买行为；
- 服务器市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

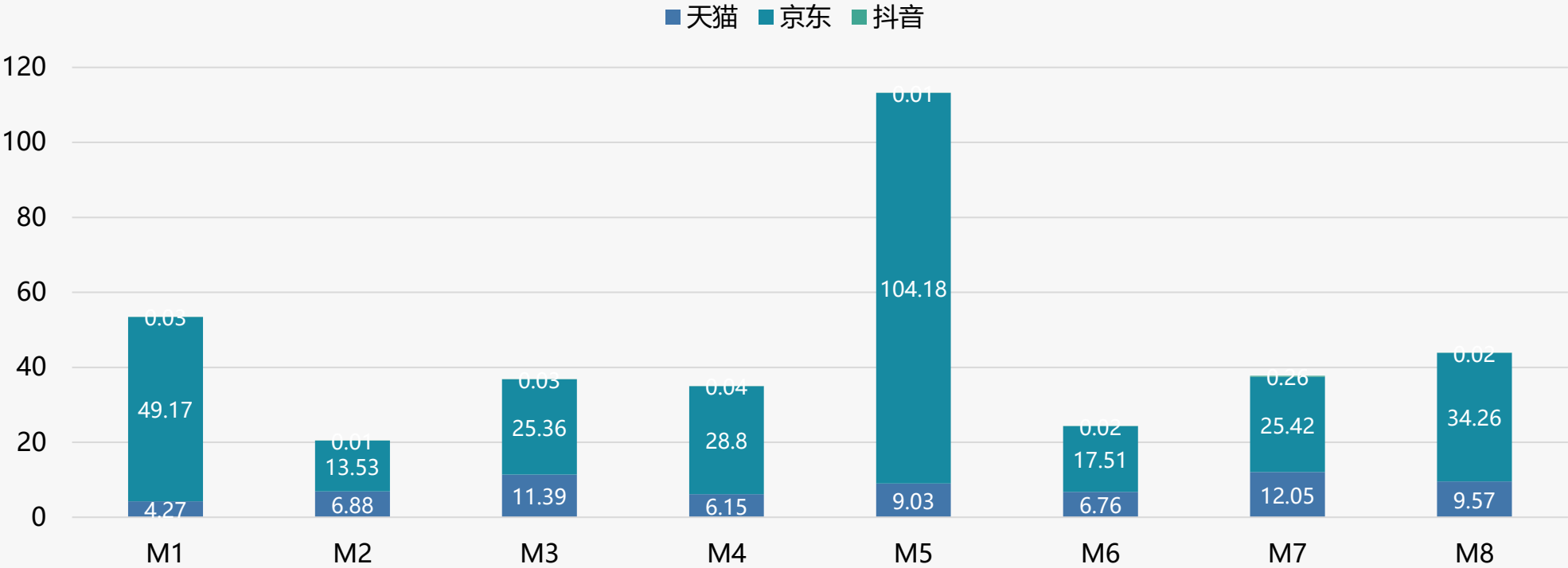
Research Method

- **数据分析法**：收集并整理天猫、京东、抖音线上销售数据，运用数据分析工具与技术，计算服务器品类销售额、销售占比、CR10 等关键指标，量化分析市场规模、品牌竞争与价格情况
- **对比分析法**：对比不同月份、不同平台服务器品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

京东主导服务器市场 抖音潜力待挖掘

- ◆从平台份额看，京东以累计销售额约3.02亿元主导市场，占比超85%，天猫（0.66亿元）和抖音（0.04亿元）份额较低。京东的高集中度反映其在服务器品类的渠道优势和用户信任，但依赖单一平台可能增加市场波动风险，需优化渠道结构以提升抗风险能力。
- ◆月度趋势显示，销售额波动显著，M5京东达1.04亿元峰值，M2抖音仅7320元低谷。同比M1-M8，整体增长乏力，京东M8较M1下降30.4%，揭示需求不稳定或促销依赖。平台效率分析：抖音销售额最低但M7突增至25.8万元，环比增长2865%，显示短期爆发潜力；天猫月均825万元，稳定性优于抖音。建议聚焦京东核心优势，同时试点抖音高ROI活动，以多元化驱动增长，但需监控投入产出比防止资源浪费。

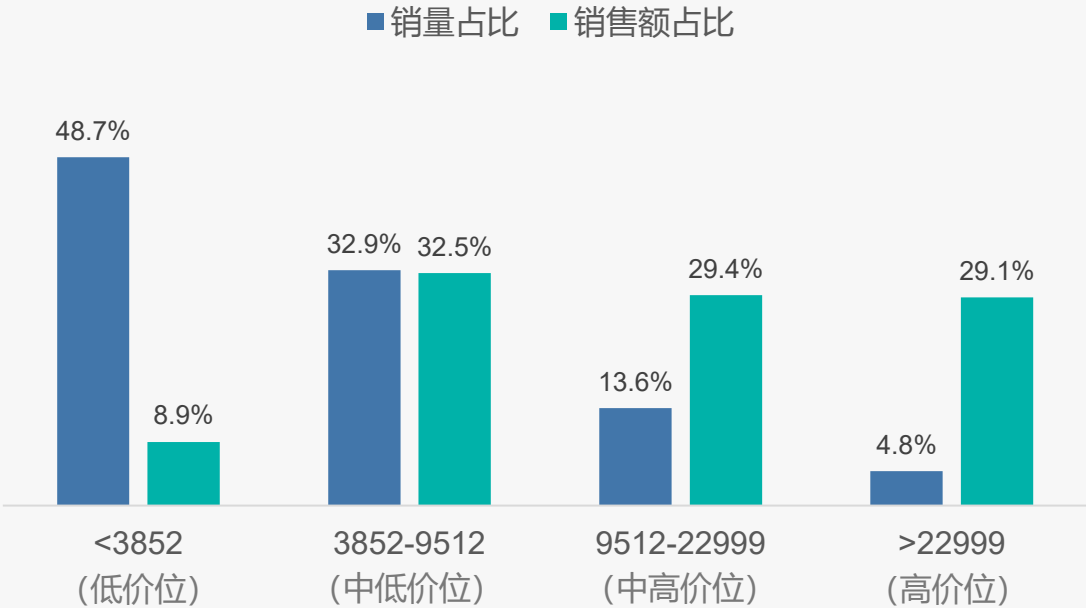
2025年1月~8月服务器品类线上销售规模（百万元）



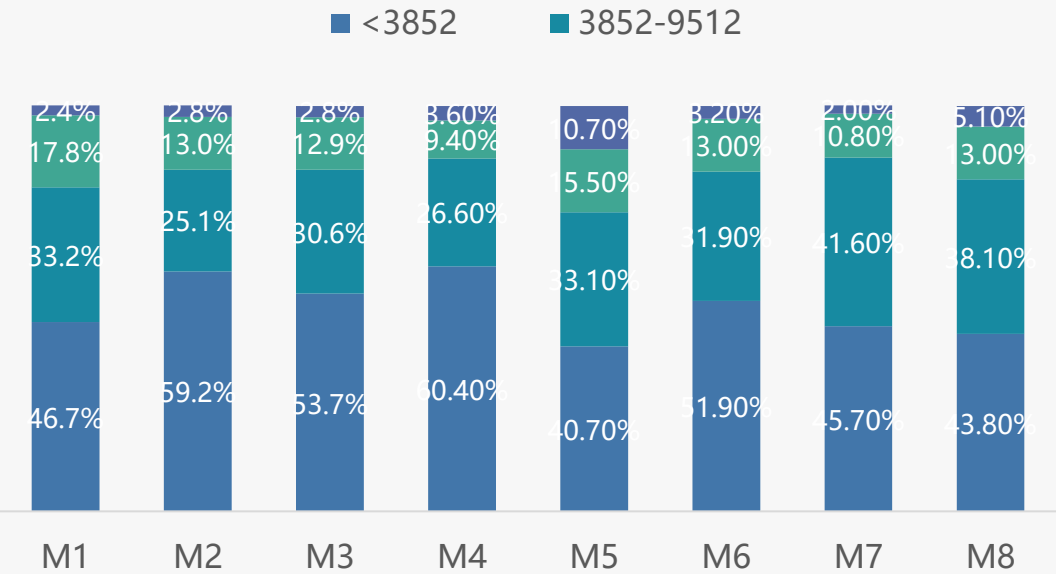
服务器市场两极分化 高端产品利润贡献高

- ◆ 服务器市场呈现明显的两极分化特征。低价位段（<3852元）销量占比48.7%但销售额仅占8.9%，贡献率严重偏低；而中高价位段（9512元以上）销量占比18.4%却贡献了58.5%的销售额，显示高端产品具有更高的利润贡献能力。市场波动性显著，低价位段占比在40.7%-60.4%间宽幅震荡，反映价格敏感性客户需求不稳定。
- ◆ 当前产品组合存在优化空间。中价位段（3852-9512元）销量占比32.9%、销售额占比32.5%，贡献相对均衡，建议作为主力推广区间。需加强高端产品营销以提升整体毛利率，同时控制低价产品库存周转风险。

2025年1月~8月服务器线上不同价格区间销售趋势



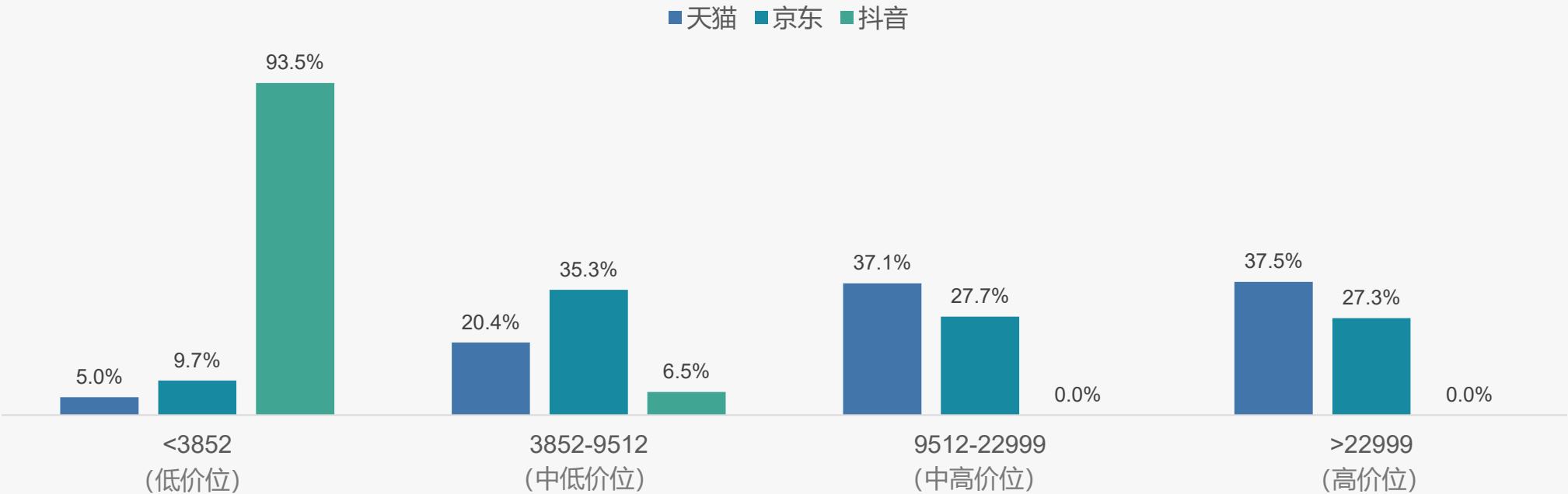
服务器线上价格区间-销量分布



服务器市场高端主导抖音低端集中

- ◆从价格区间分布看，天猫和京东在高端市场（>22999元）占比均超27%，显示其品牌溢价能力较强，而抖音93.5%销售额集中于低端（<3852元），反映其流量驱动低价策略，平台定位差异显著。中高端区间（9512-22999元）在天猫占比37.1%，京东27.7%，结合高端数据，两平台合计中高端占比超60%，表明服务器市场消费升级趋势明显，用户对性能需求提升。
- ◆抖音缺失>22999元数据，且低端占比极高，暗示其供应链或难以支撑高单价产品，平台周转率可能依赖薄利多销；天猫与京东结构相似，但京东低端占比9.7%高于天猫5.0%，显示其更注重全价格带覆盖。

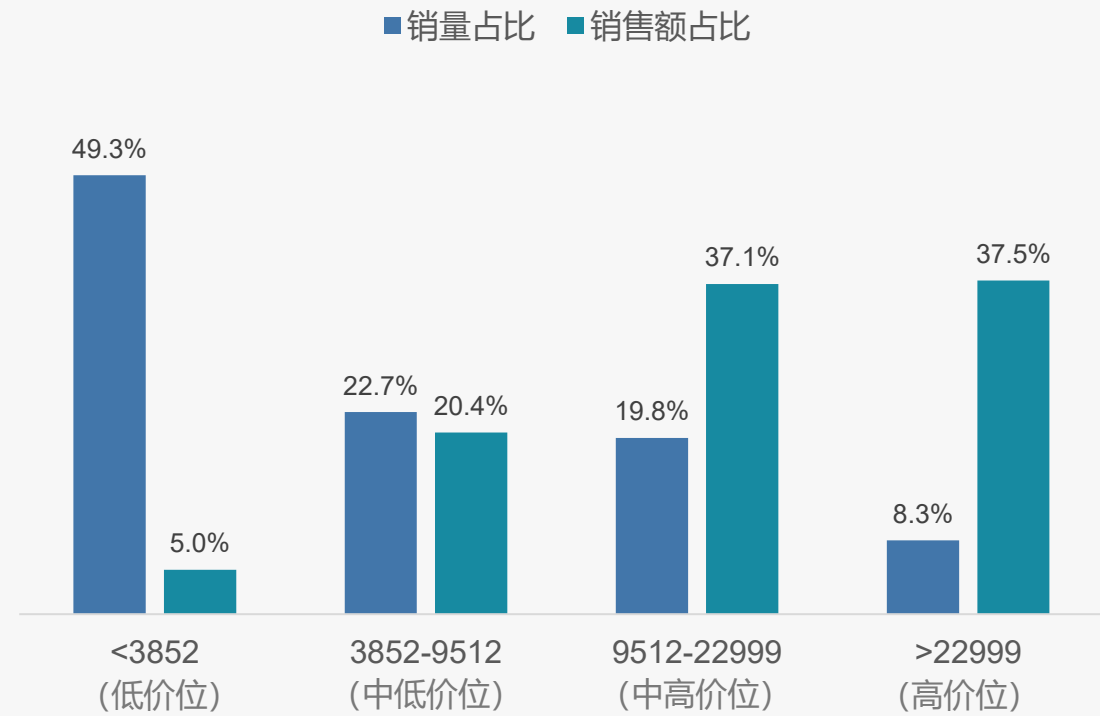
2025年1月~8月各平台服务器不同价格区间销售趋势



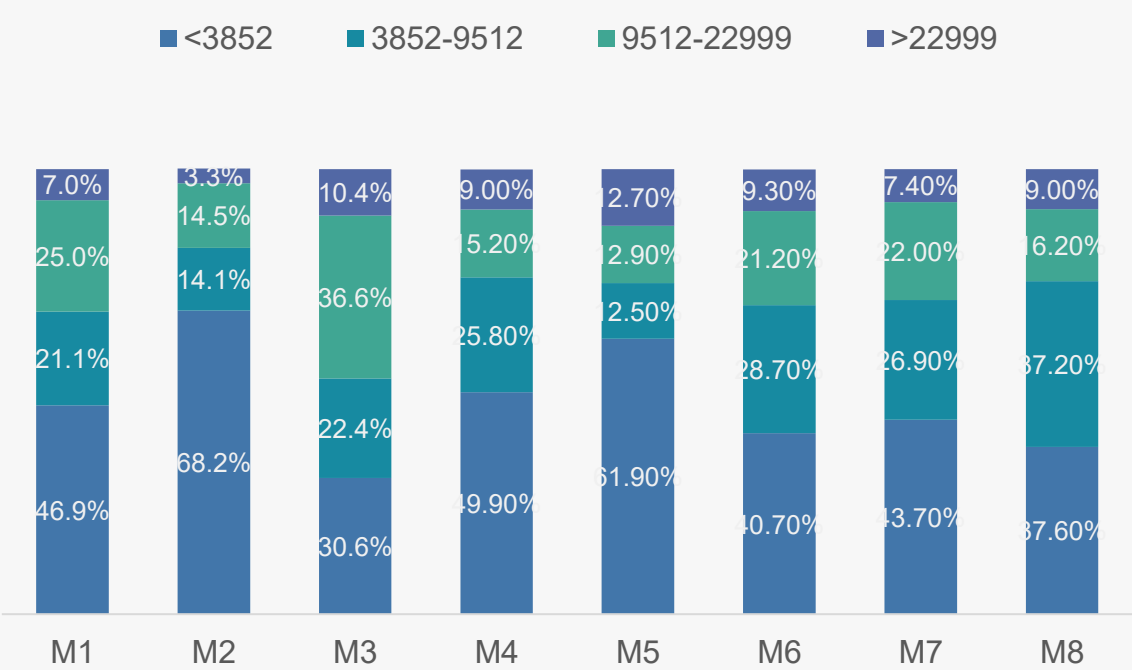
服务器市场两极分化 高端驱动销售额

- ◆从价格区间结构分析，天猫平台服务器市场呈现明显的两极分化特征。低价位段（<3852元）销量占比高达49.3%，但销售额贡献仅5.0%，表明该区间以入门级产品为主；而高价位段（>22999元）虽销量占比仅8.3%，却贡献37.5%的销售额，显示高端服务器具有更高的客单价和利润空间，产品结构优化空间巨大。
- ◆从月度销量分布动态和销售额贡献效率分析，市场波动显著。M2月低价位段销量占比飙升至68.2%，可能受促销活动影响；M3月高价位段占比提升至10.4%，显示季度采购周期特征。9512-22999元和>22999元两个区间合计贡献74.6%的销售额，是核心利润来源。相比之下，<3852元区间销售额效率极低，存在资源错配风险。建议优化产品组合，重点发展高价值区间，提升整体ROI和盈利能力。

2025年1月~8月天猫平台服务器不同价格区间销售趋势

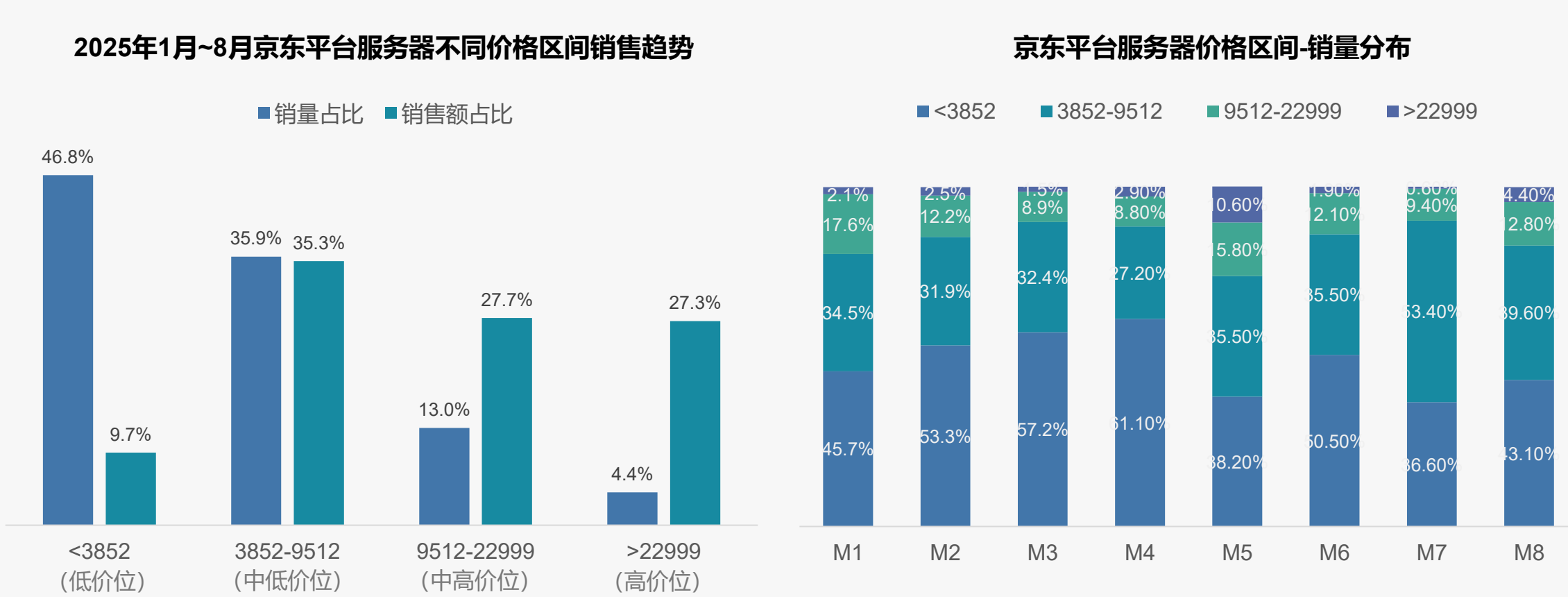


天猫平台服务器价格区间-销量分布



高端服务器驱动京东营收增长

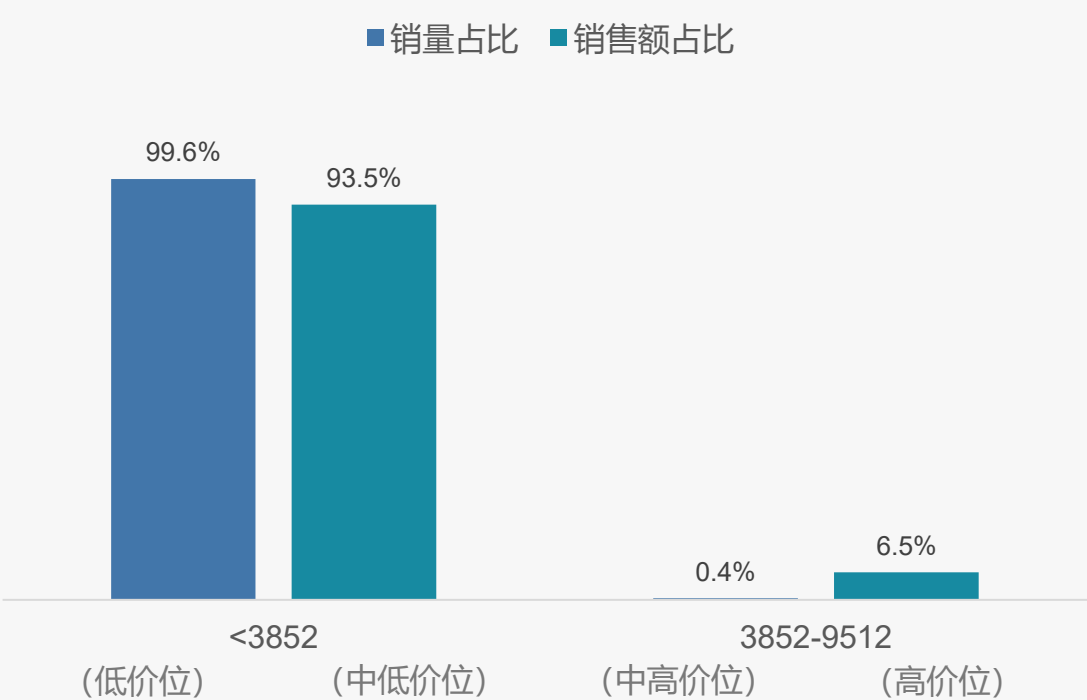
- ◆从价格区间结构看，京东服务器市场呈现销量与销售额倒挂现象。低价区间（<3852元）销量占比46.8%但销售额仅占9.7%，而高价区间（>22999元）销量仅4.4%却贡献27.3%销售额，显示高端产品对平台营收拉动作用显著，需关注高价值客户维护与低端市场利润优化。
- ◆月度销量分布显示市场波动剧烈，M3低价区间销量占比达57.2%峰值，M7中端区间（3852-9512元）突增至53.4%，反映促销策略与季节性需求变化。高端市场（>22999元）销售额占比达27.3%但销量稳定性差，M5占比10.6%而M7仅0.6%，表明大客户采购具有突发性。建议建立客户分级体系，通过同比数据分析预测大单周期，提升ROI与供应链响应效率。



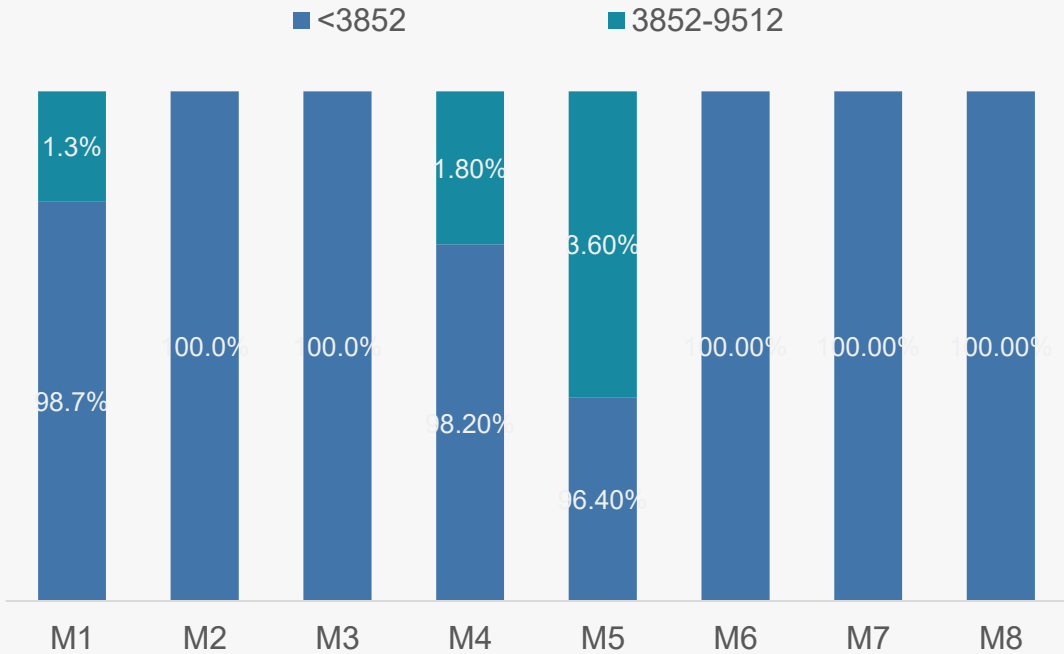
抖音服务器低价主导 高端潜力待挖掘

- ◆从价格区间结构看，抖音平台服务器销售呈现高度集中化特征。低价位段（<3852元）销量占比高达99.6%，贡献93.5%销售额，显示市场以入门级产品为主导。高价位段（3852-9512元）虽销量仅占0.4%，但销售额占比达6.5%，说明高端产品具有更高的客单价和利润空间，建议优化产品组合以提升整体ROI。
- ◆从月度销售趋势分析，低价位段销量占比在M1-M8期间保持绝对主导（96.4%-100%），但M5月出现明显波动，高价位段销量占比升至3.6%，可能存在季节性采购或促销活动影响。整体市场稳定性较高，但需关注M5的成功经验，探索高端市场突破机会。

2025年1月~8月抖音平台服务器不同价格区间销售趋势



抖音平台服务器价格区间-销量分布



CONTENTS 目录

1	核心发现
2	品类洞察
3	消费洞察

- 3.1 研究说明
- 3.2 基础画像及地域差异
- 3.3 消费者行为与场景模式
- 3.4 产品偏好与使用反馈
- 3.5 价格敏感度与支付意愿
- 3.6 品牌忠诚度与竞争者行为
- 3.7 社交传播与内容影响力
- 3.8 家庭决策与场景营销
- 3.9 数字化体验与未来需求

1、研究内容

Research Contents

- **洞察** 服务器消费行为、消费场景、消费模式；
- **剖析** 消费者产品偏好、使用反馈，价格敏感度、支付意愿；
- **对比** 主要品牌忠诚度、品牌竞争行为、竞争烈度；
- **挖掘** 消费者营销潜力。

2、研究对象

Research Object

- 最近1年内购买过服务器的消费者；
- 性别、所在城市（一线、新一线、二线、三线）平均分布；
- 聚焦家庭月收入中等水平（3-8万元）人群；
- 聚焦家庭日常采购主要决策者。

3、研究方法

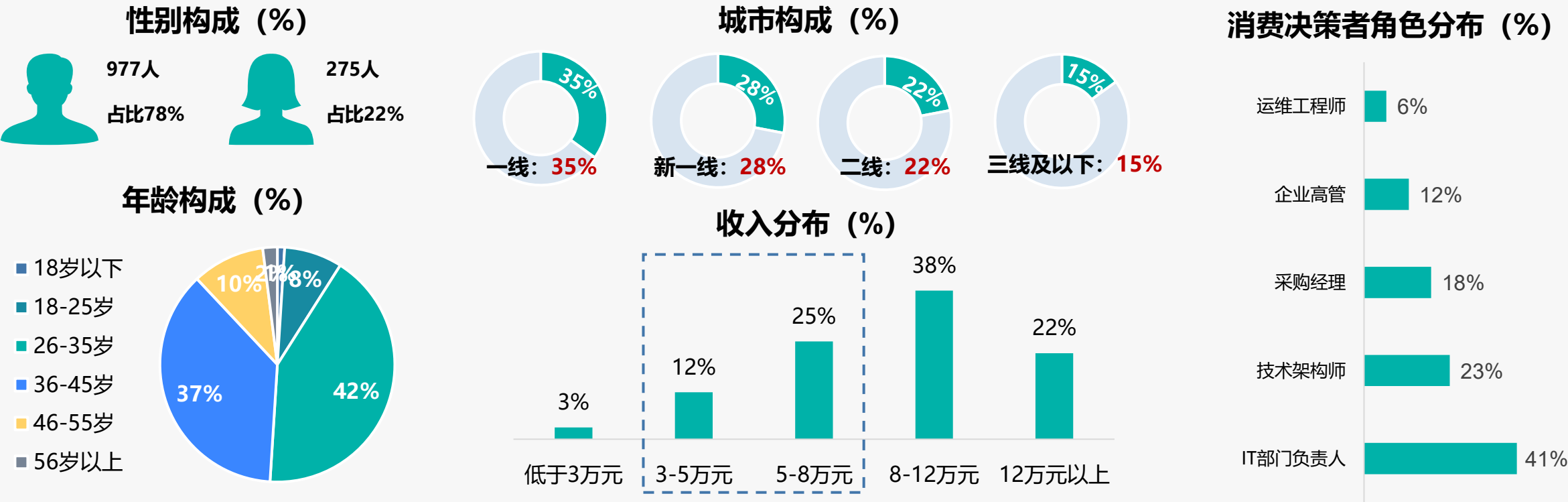
Research Method

投放形式	在线定量调研
投放区域	中国大陆（不含港澳台），充分覆盖主要城市
投放时间	2025年8月
样本数量	N=1252

服务器消费主力中青年技术管理层

- ◆服务器消费决策者以男性为主（78%），年龄集中在26-45岁（79%），收入以8-12万元（38%）和5-8万元（25%）为主，显示中青年中高收入群体为核心消费力量。
- ◆决策角色中IT部门负责人（41%）和技术架构师（23%）占比突出，城市分布一线（35%）和新一线（28%）主导，反映技术管理层和高线城市在服务器采购中的关键作用。

2025年中国服务器消费者画像

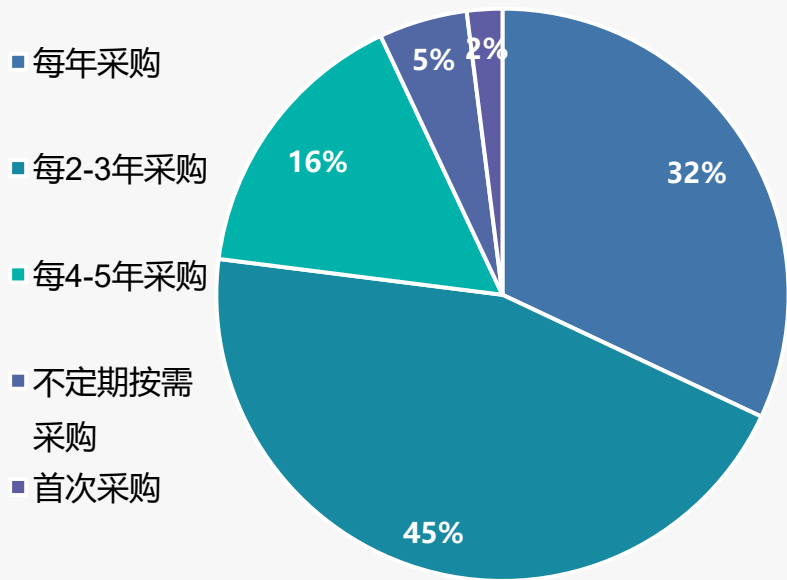


样本：服务器行业市场调研样本量N=1252，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

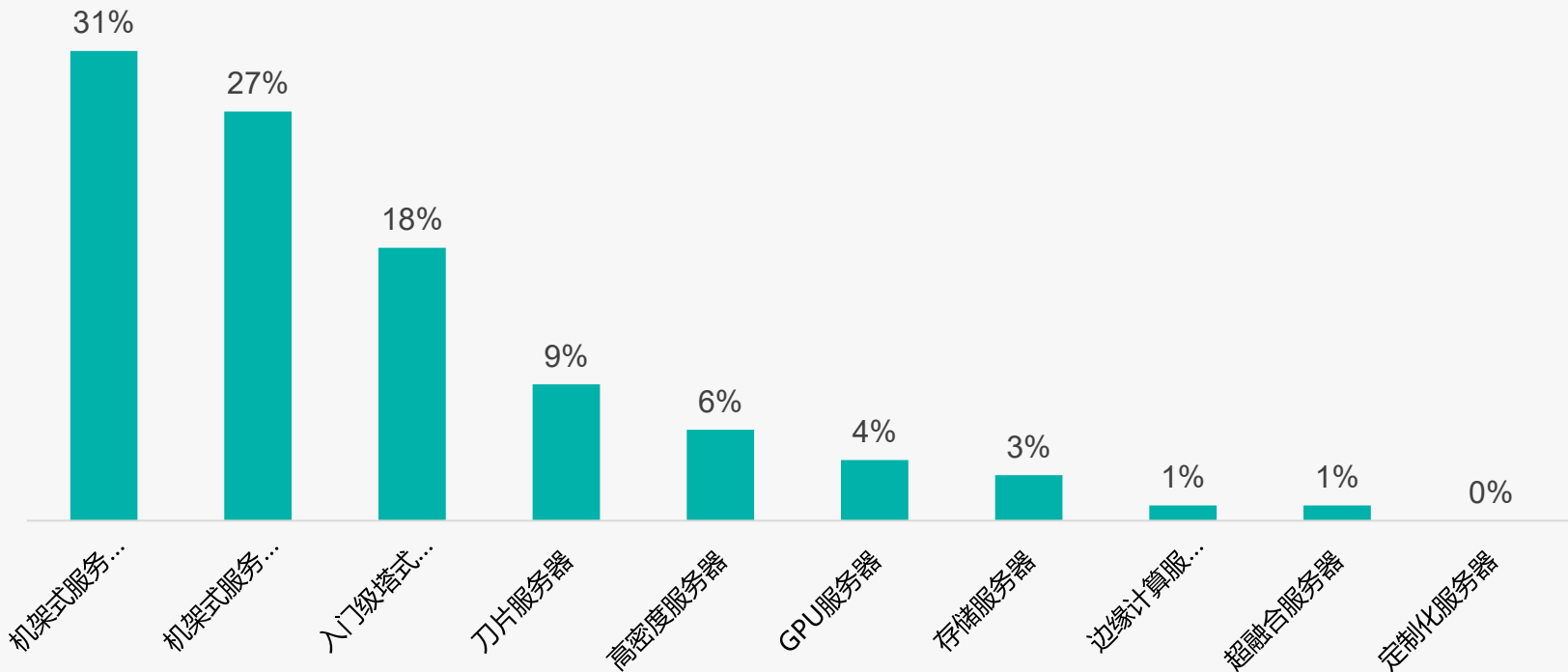
服务器采购周期稳定 机架式配置主导

- ◆服务器采购频率以每2-3年为主，占比45%；每年采购占32%，显示周期性更新和性能需求并存。首次采购仅2%，市场依赖存量客户。
- ◆服务器配置中机架式（1U和2U）合计占58%，是主流选择。刀片和高密度服务器分别占9%和6%，GPU服务器占4%，新兴应用需求尚小。

2025年中国服务器采购频率分布



2025年中国服务器配置规格分布

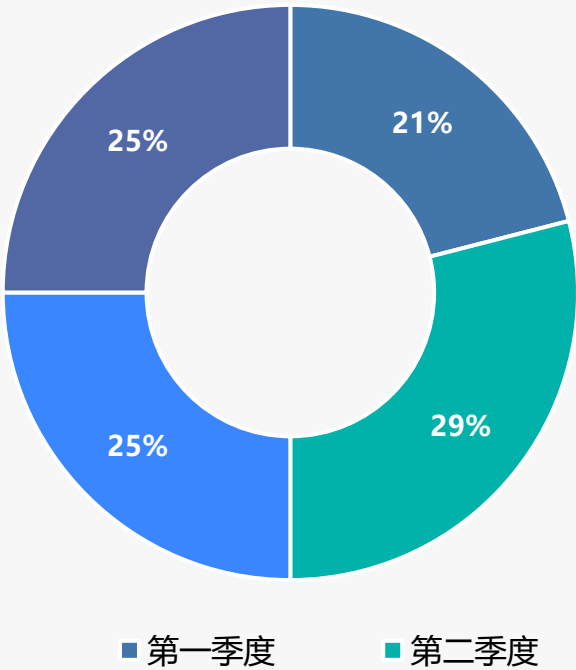


样本：服务器行业市场调研样本量N=1252，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

中等预算采购为主 本地部署占主导

- ◆ 单次采购预算分布中，10-20万元占比32%最高，显示中等预算采购为主流。采购季节分布中，第二季度占比29%为全年最高。
- ◆ 服务器部署方式分布中，本地数据中心占比52%占据绝对主导地位，托管机房占比23%位居第二，混合云部署占比14%。

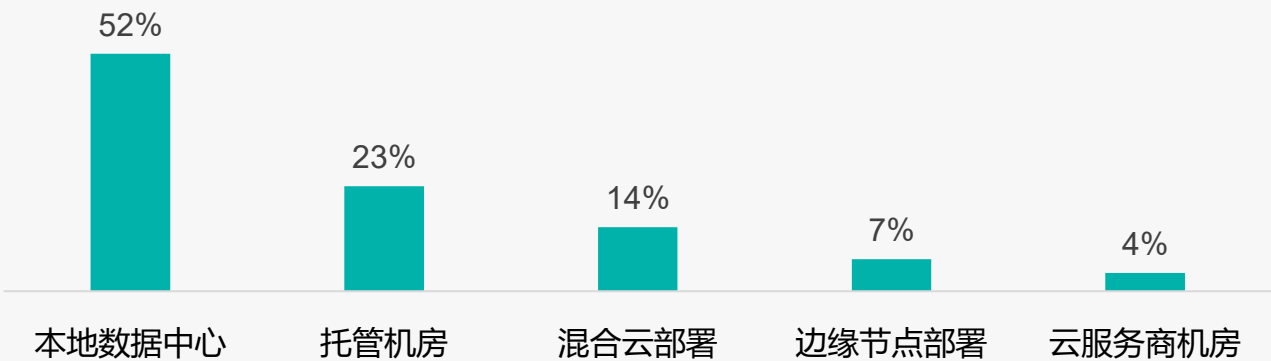
2025年中国服务器采购季节分布



2025年中国服务器单次采购预算分布



2025年中国服务器部署方式分布

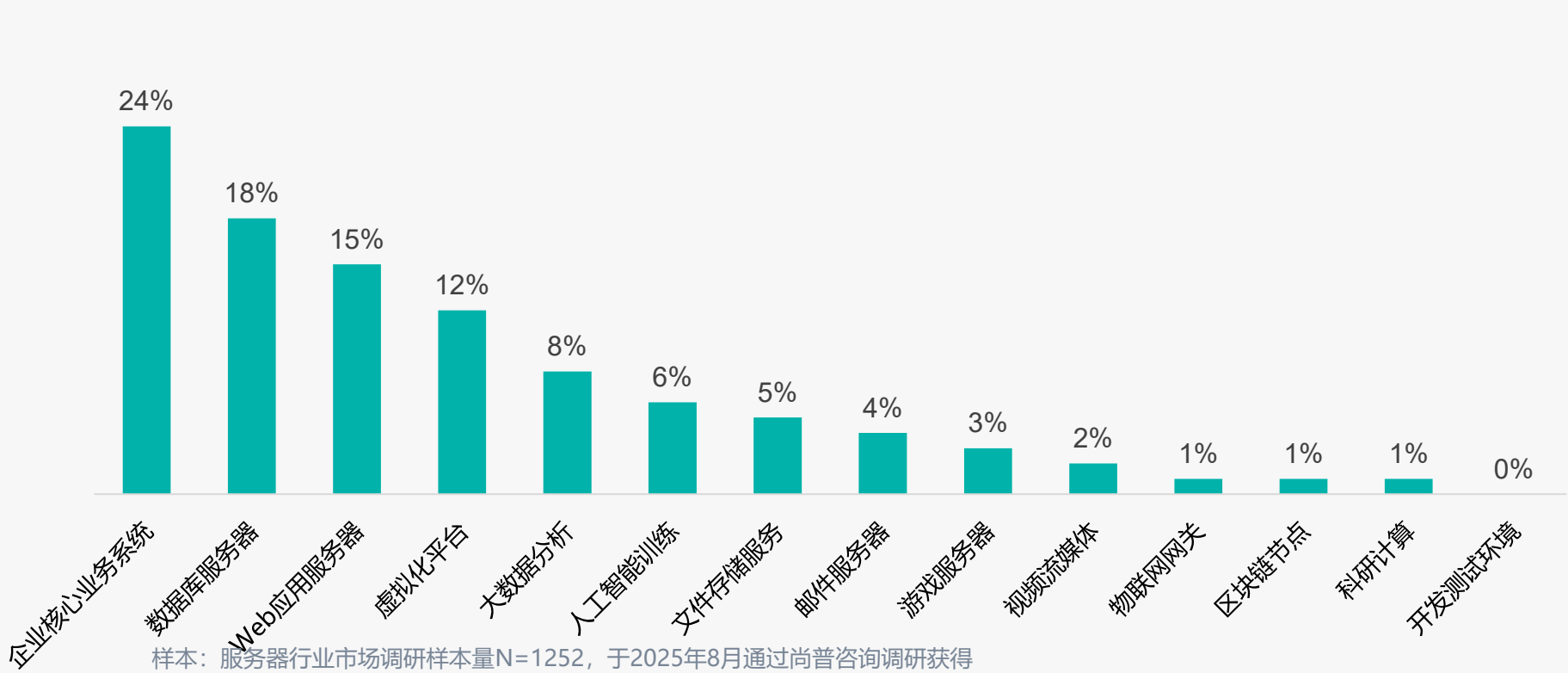


样本：服务器行业市场调研样本量N=1252，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

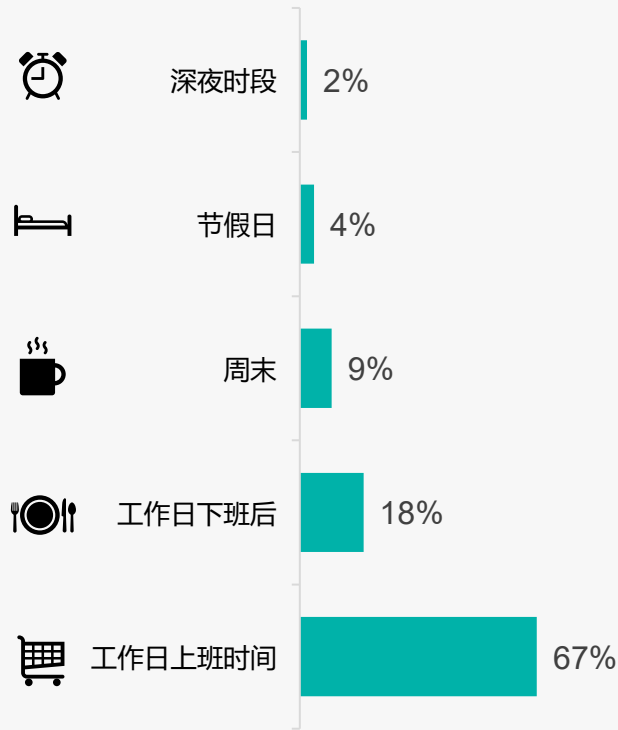
服务器采购 传统应用主导 决策时段集中

- ◆服务器采购场景中，企业核心业务系统占24%，数据库服务器占18%，Web应用服务器占15%，三者合计57%，显示传统应用主导市场。
- ◆采购决策时段高度集中，工作日上班时间占67%，工作日下班后占18%，周末和节假日仅占13%，反映商务活动规律。

2025年中国服务器应用场景分布



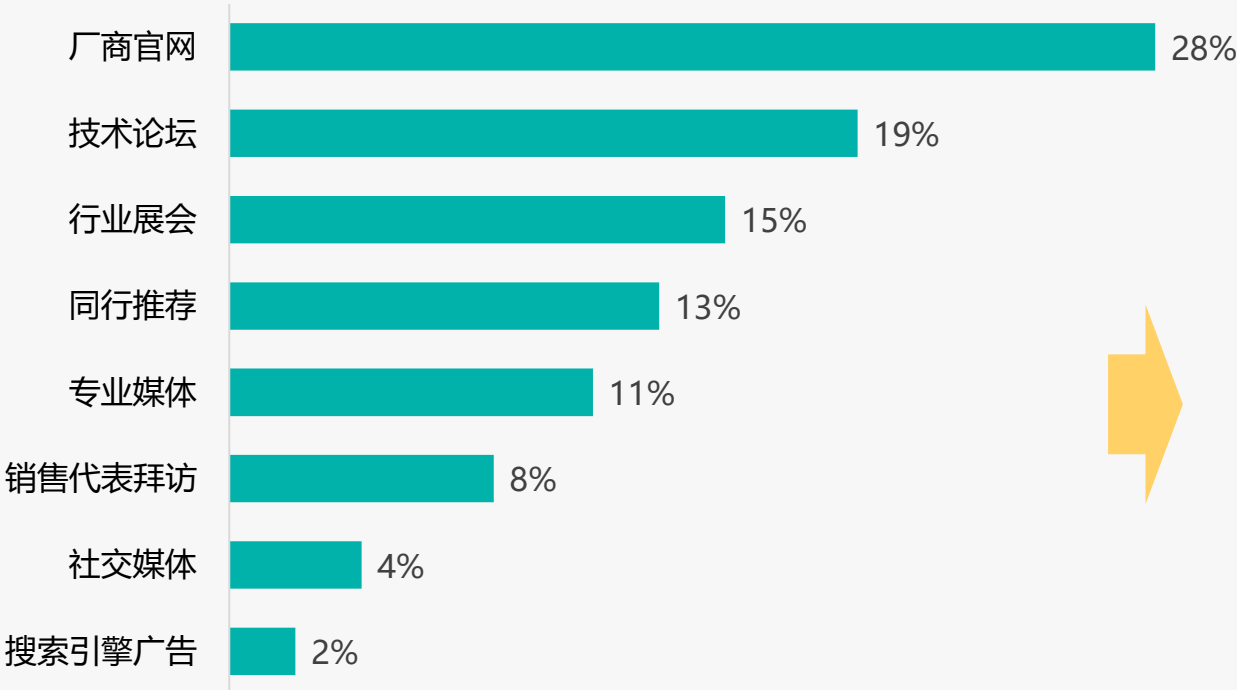
2025年中国服务器决策时段分布



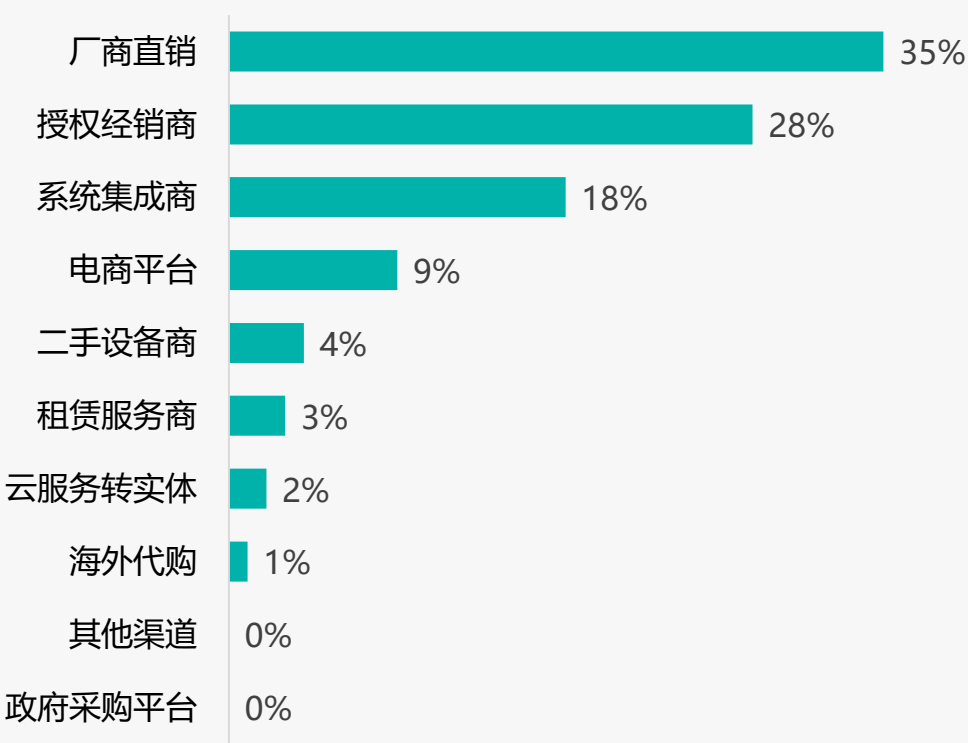
服务器采购传统渠道主导 信息获取官网为主

- ◆用户主要通过厂商官网（28%）和技术论坛（19%）获取服务器信息，厂商直销（35%）和授权经销商（28%）是主要采购渠道，显示传统渠道主导。
- ◆社交媒体和搜索引擎广告在信息获取中作用有限（均低于5%），电商平台采购仅占9%，系统集成商占18%，突显专业服务需求。

2025年中国服务器信息了解渠道分布



2025年中国服务器采购渠道分布

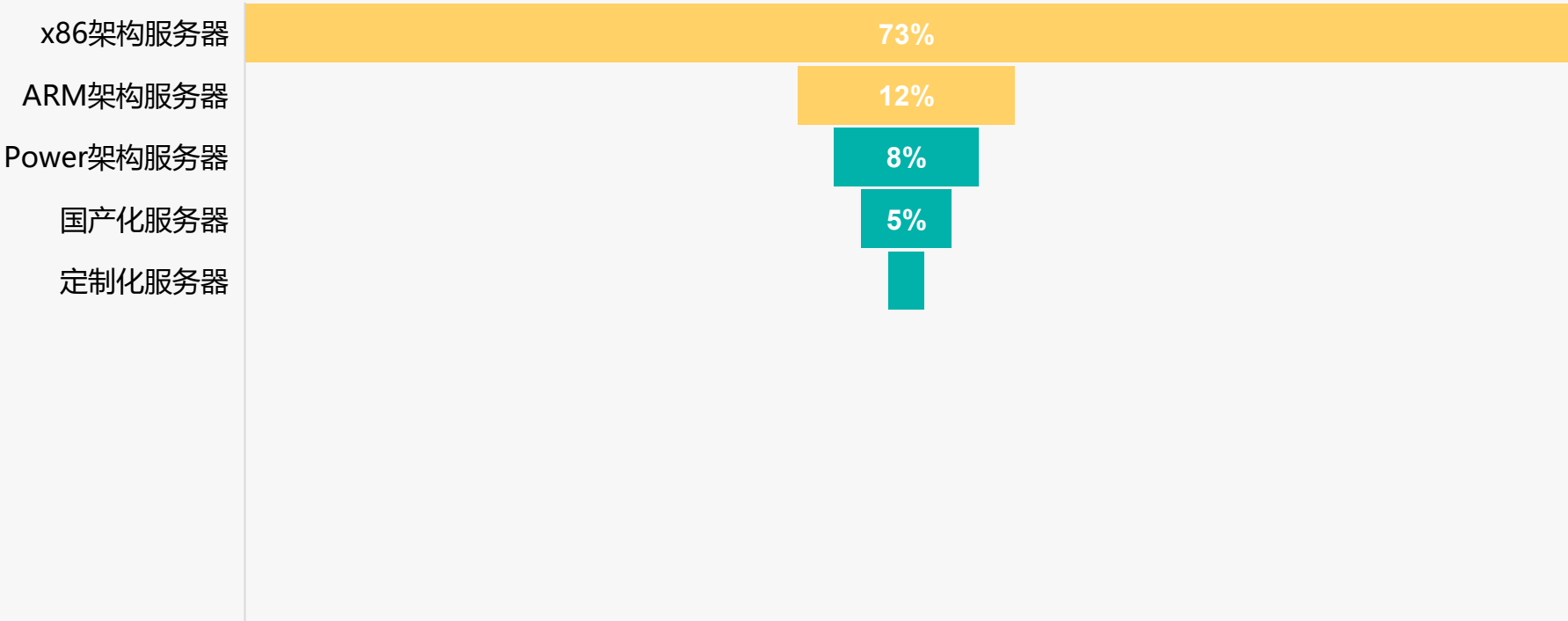


样本：服务器行业市场调研样本量N=1252，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

x86主导服务器市场 ARM增长潜力

- ◆x86架构服务器以73%的占比主导市场，ARM架构占12%，显示市场高度集中。Power架构和国产化服务器分别占8%和5%，定制化仅2%。
- ◆x86主导源于其成本与兼容性优势。ARM在能效领域有潜力。国产化面临技术挑战，定制化应用范围狭窄。

2025年中国服务器类型偏好分布

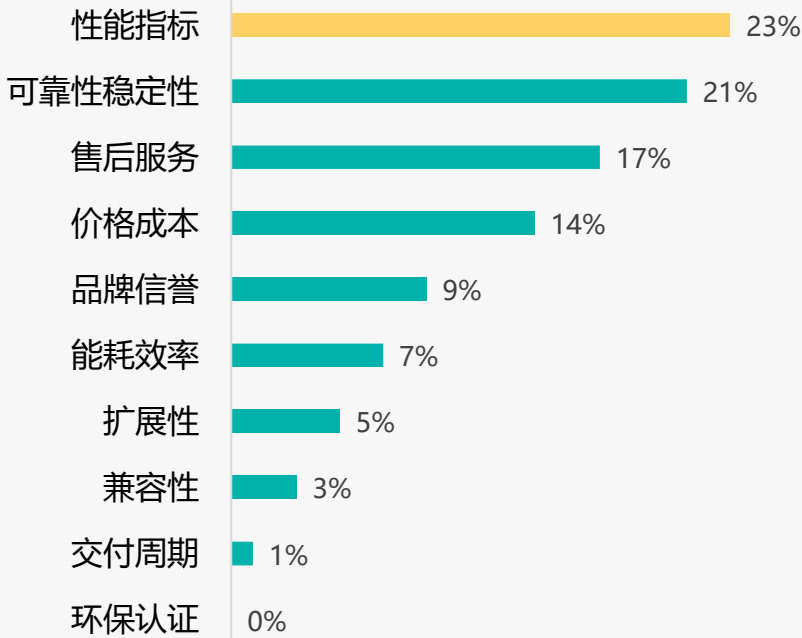


样本：服务器行业市场调研样本量N=1252，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

性能可靠售后主导采购 业务扩展更新驱动市场

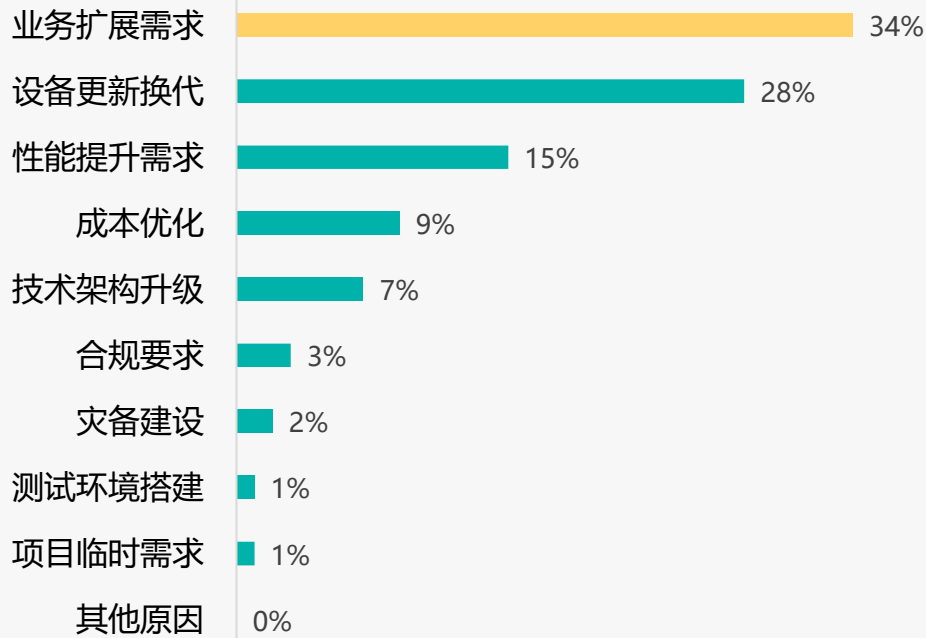
- ◆服务器采购决策中，性能指标、可靠性稳定性和售后服务合计占比61%，显示用户高度关注产品核心性能和长期稳定运行。
- ◆业务扩展需求和设备更新换代是服务器采购主要原因，合计占比62%，反映市场增长和升级需求是主要驱动力。

2025年中国服务器决策关键因素分布



样本：服务器行业市场调研样本量N=1252，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

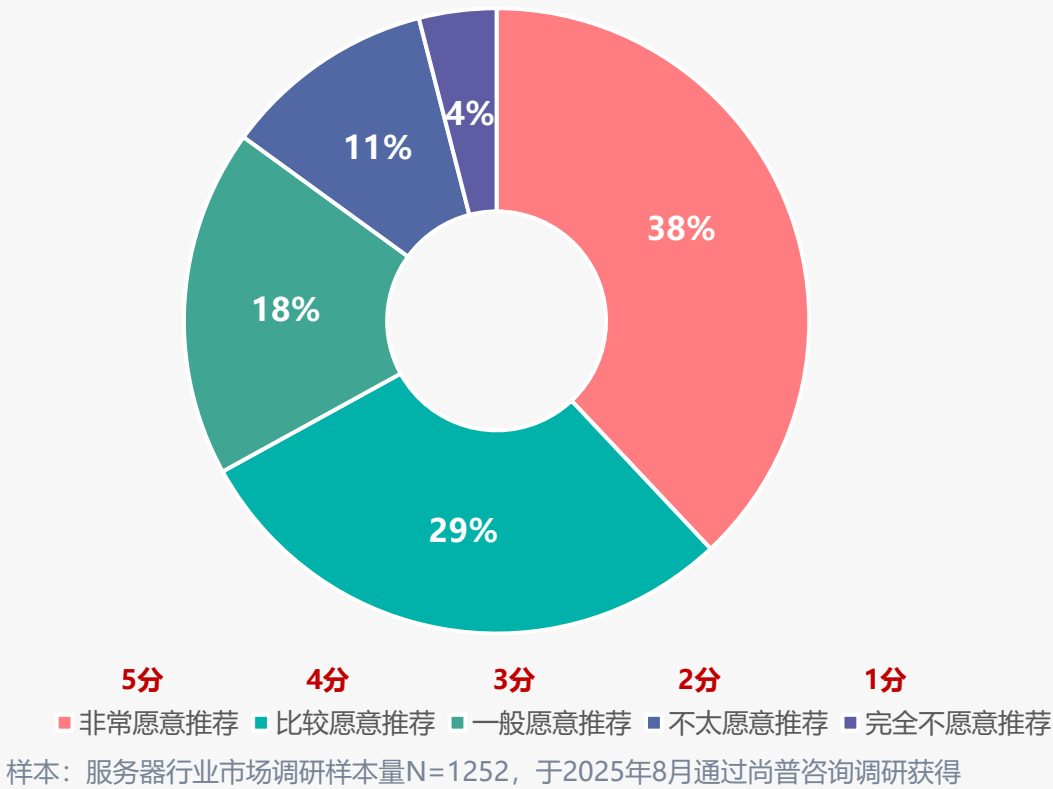
2025年中国服务器采购主要原因分布



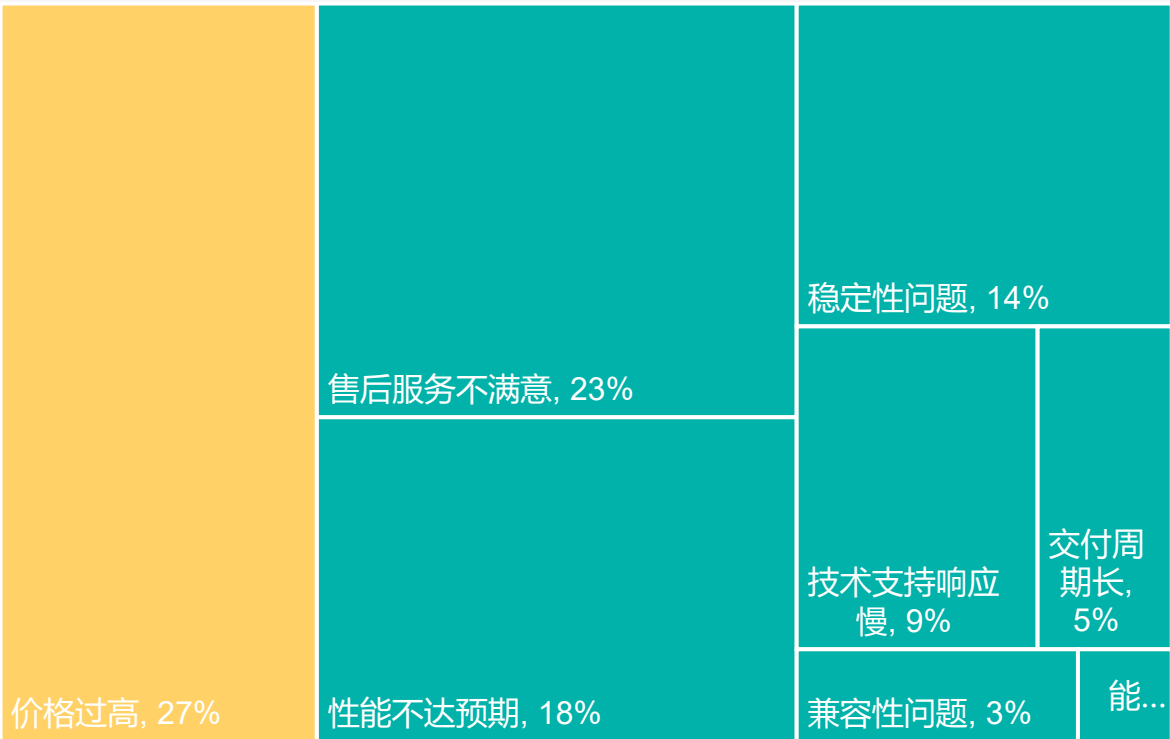
服务器推荐积极 价格售后需优化

- ◆服务器用户推荐意愿积极，非常愿意推荐占38%，比较愿意推荐占29%，合计67%的用户持正面态度，显示产品整体满意度较高。
- ◆不愿推荐的主要原因为价格过高占27%和售后服务不满意占23%，合计50%，提示需优化定价和售后以提升推荐率。

2025年中国服务器推荐意愿分布



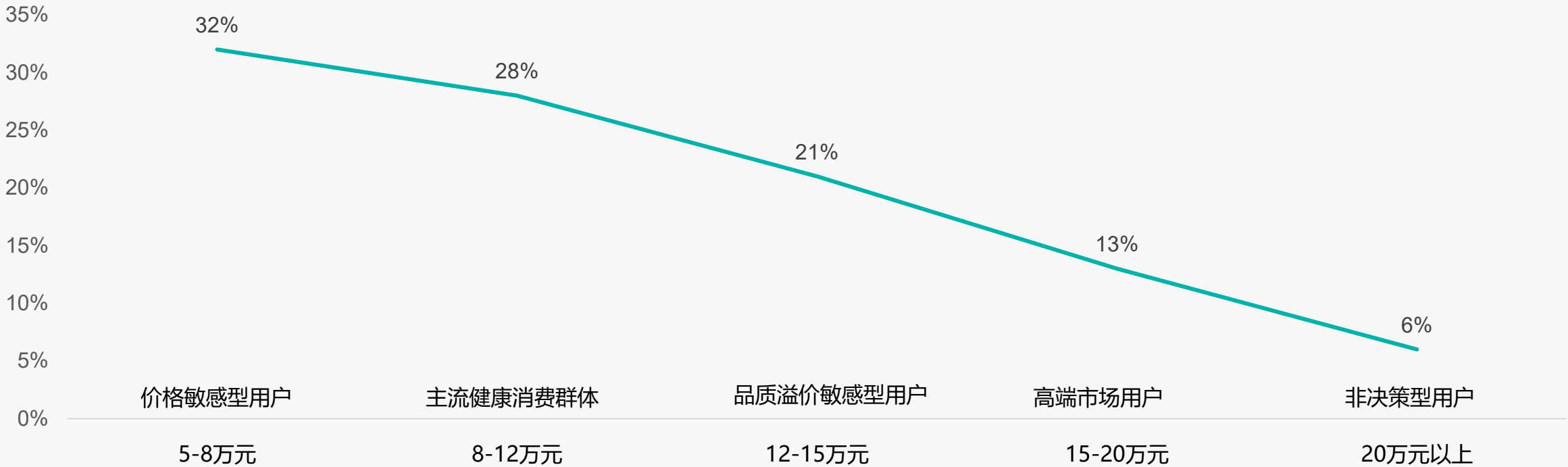
2025年中国服务器不愿推荐原因分布



中低端服务器主导市场 高端需求有限

- ◆服务器价格接受度调查显示，5-8万元区间占比最高达32%，8-12万元占28%，表明中低端配置最受市场青睐，消费者偏好集中于此。
- ◆高端市场接受度较低，12-15万元占21%，15-20万元占13%，20万元以上仅6%，反映价格敏感度高，超高端需求有限。

2025年中国服务器主流配置价格接受度分布



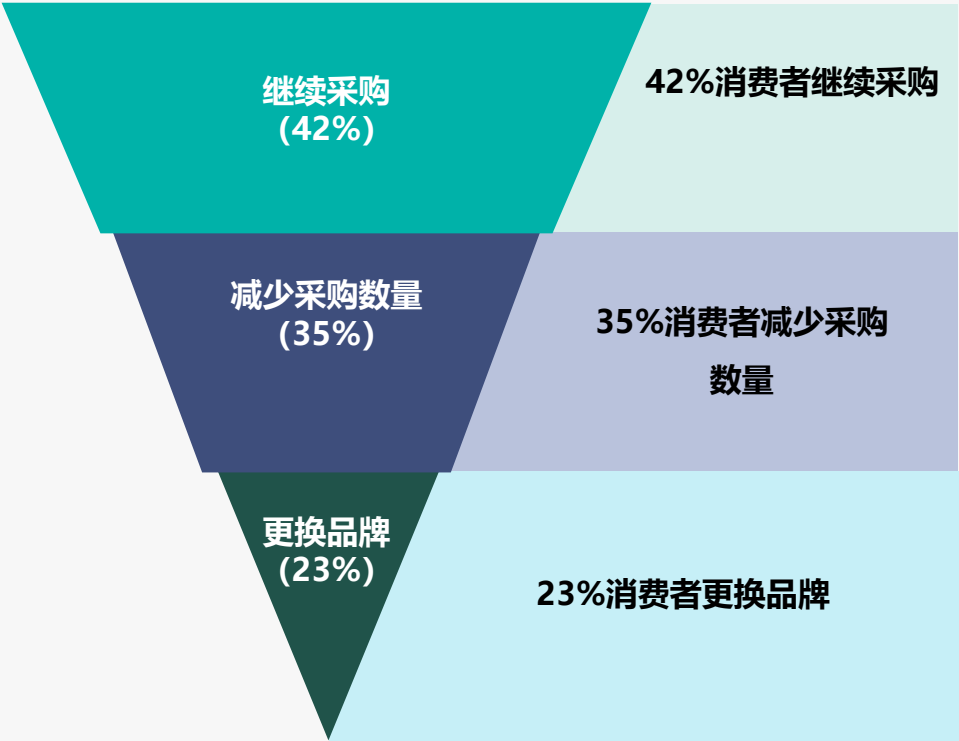
样本：服务器行业市场调研样本量N=1252，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

注：以机架式服务器（2U）规格服务器为标准核定价格区间

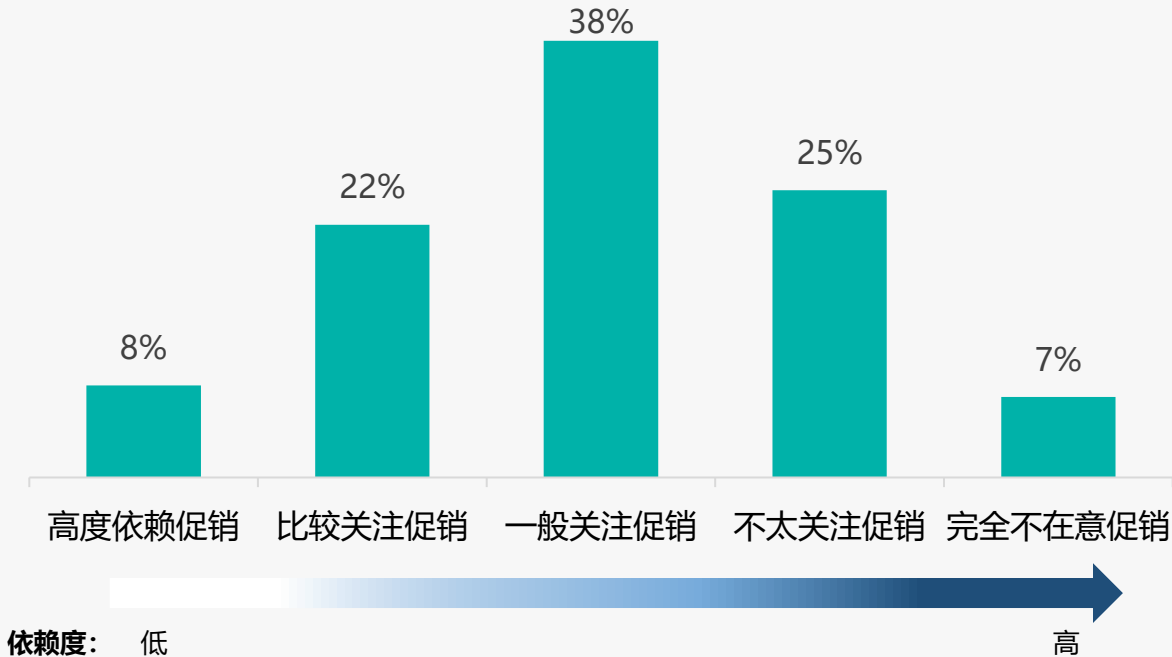
价格敏感与促销依赖并存

- ◆价格上涨10%时，42%的消费者继续采购，35%减少采购数量，23%更换品牌，显示品牌忠诚度与价格敏感度并存。
- ◆仅30%的消费者促销活动有较强依赖，70%关注度一般或更低，表明促销策略需精准定位敏感群体。

2025年中国服务器价格上涨10%采购行为分布



2025年中国服务器促销活动依赖程度分布

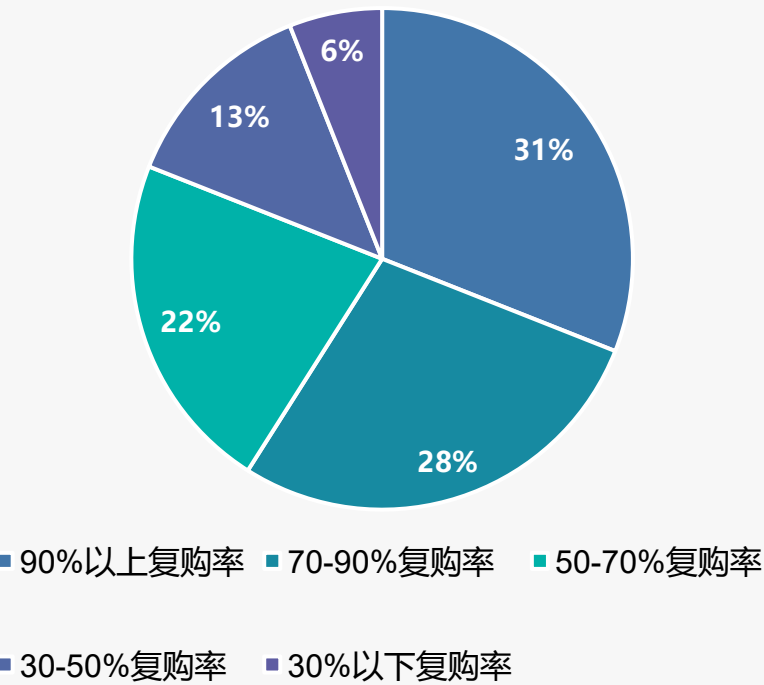


样本：服务器行业市场调研样本量N=1252，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

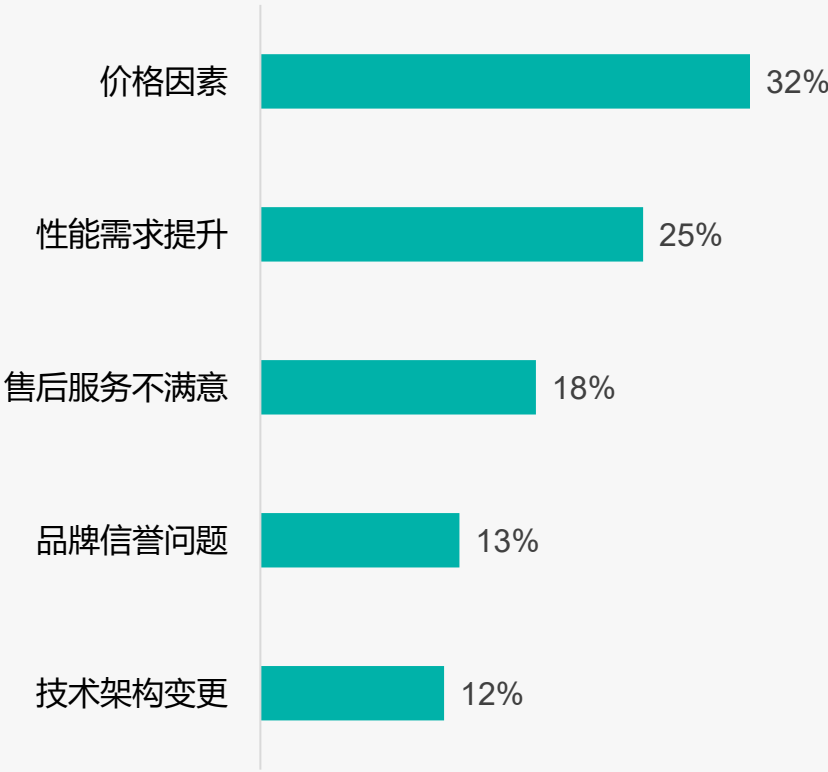
服务器市场高忠诚度价格性能驱动

- ◆服务器市场品牌忠诚度较高，90%以上复购率占31%，70-90%复购率占28%，合计59%用户复购率超70%，显示稳固客户基础。
- ◆更换品牌主因中价格因素占32%，性能需求提升占25%，合计57%，反映价格敏感性和技术升级是主要驱动因素。

2025年中国服务器品牌忠诚度分布



2025年中国服务器更换品牌原因分布

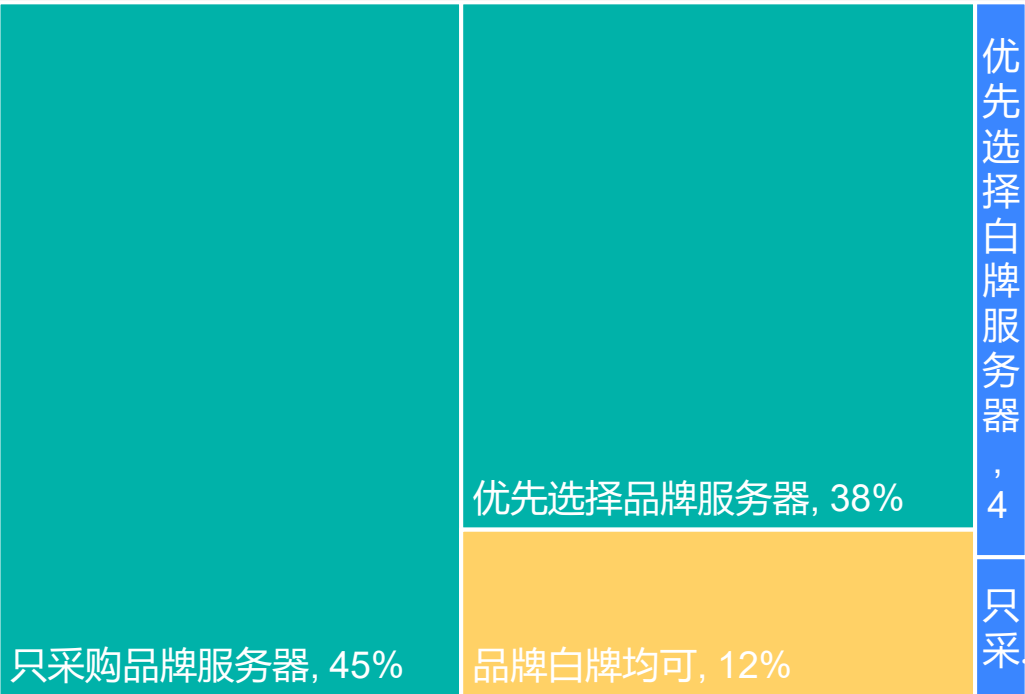


样本：服务器行业市场调研样本量N=1252，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

品牌服务器主导市场 消费者高度信赖

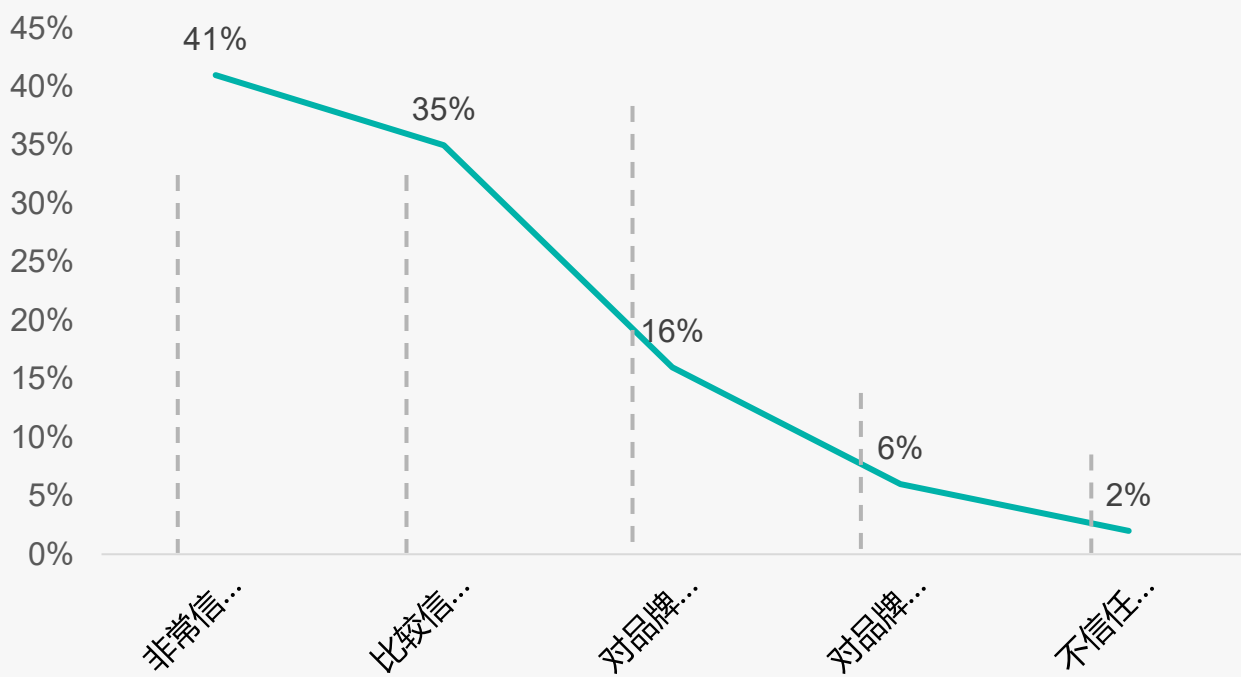
- ◆品牌服务器采购意愿中，只采购和优先选择品牌服务器的比例合计达83%，显示品牌服务器在市场中占据绝对主导地位。
- ◆对品牌服务器的态度分布中，非常信任和比较信任的比例合计为76%，反映出消费者对品牌服务器的高度信赖。

2025年中国服务器品牌采购意愿分布



样本：服务器行业市场调研样本量N=1252，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

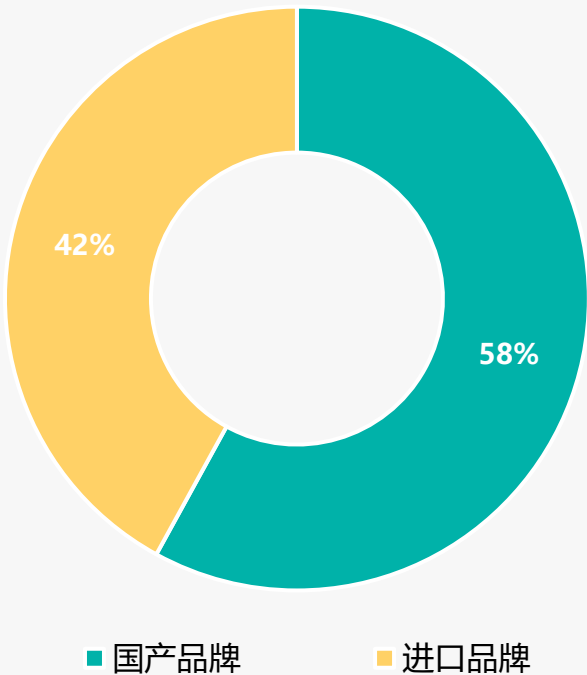
2025年中国服务器品牌态度分布



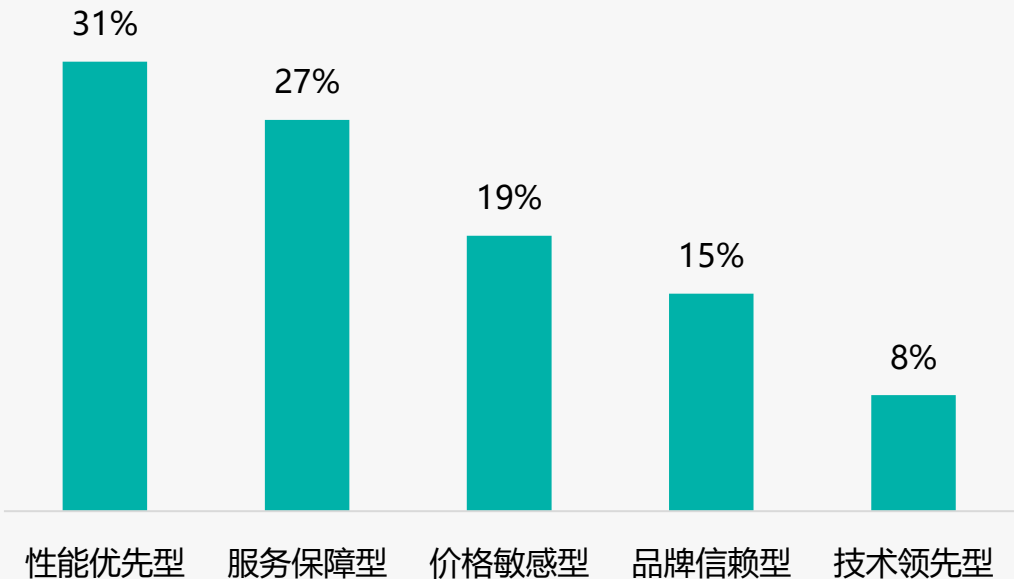
国产品牌主导 性能服务优先

- ◆国产品牌采购占比58%，进口品牌42%，显示国内市场对本土品牌有较高偏好。性能优先型占31%，服务保障型27%，两者合计超过半数。
- ◆价格敏感型仅占19%，技术领先型最低为8%，表明价格和技术因素在决策中相对次要，企业更关注服务器稳定性和售后支持。

2025年中国服务器国产品牌与进口品牌采购分布



2025年中国服务器品牌选择偏好类型分布

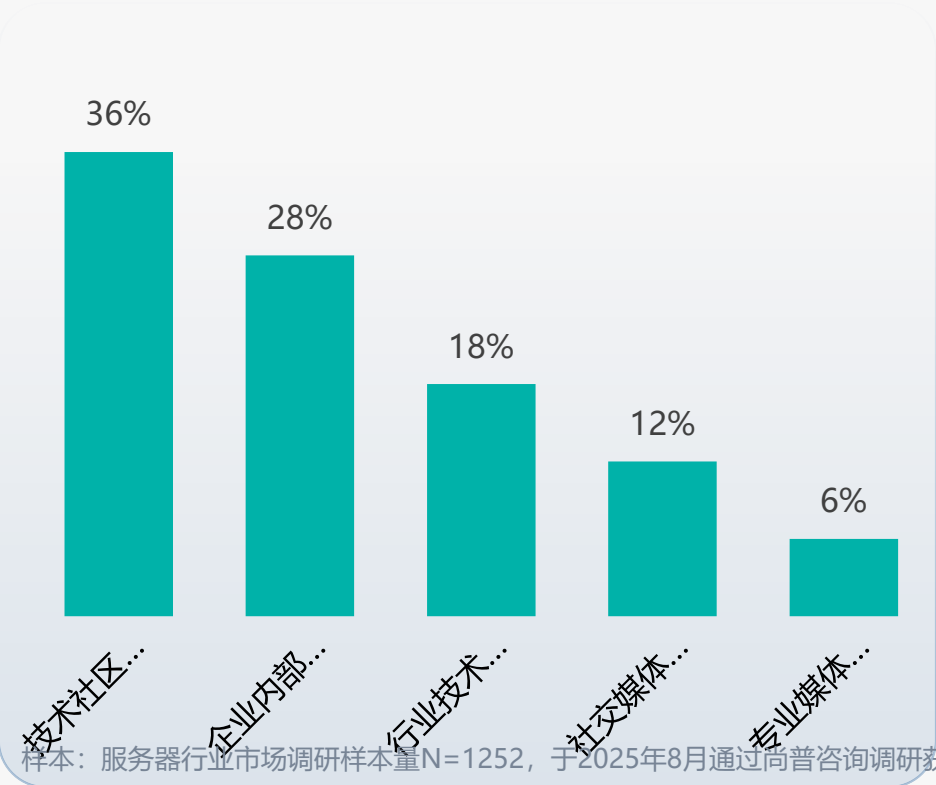


样本：服务器行业市场调研样本量N=1252，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

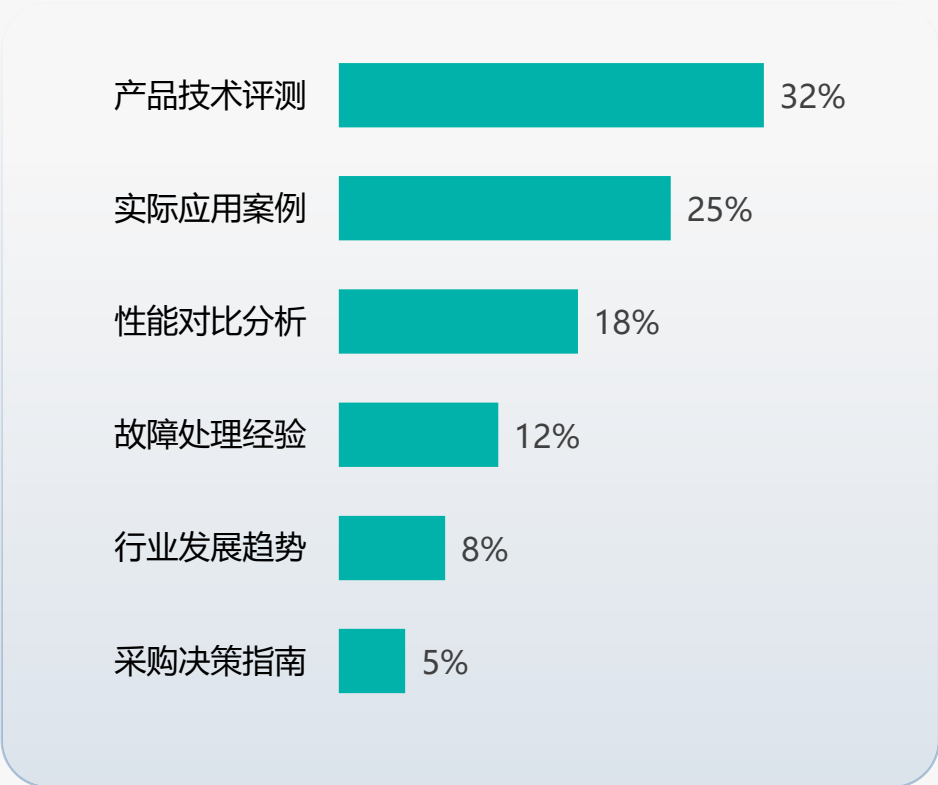
技术社区论坛主导 产品评测最受关注

- ◆技术经验分享以技术社区论坛为主，占比36%，企业内部交流占28%，行业技术会议占18%，社交媒体平台占12%，专业媒体投稿仅占6%。
- ◆技术信息获取中产品技术评测占比最高，为32%，实际应用案例占25%，性能对比分析占18%，故障处理经验占12%，行业发展趋势占8%，采购决策指南仅占5%。

2025年中国服务器技术经验分享渠道分布



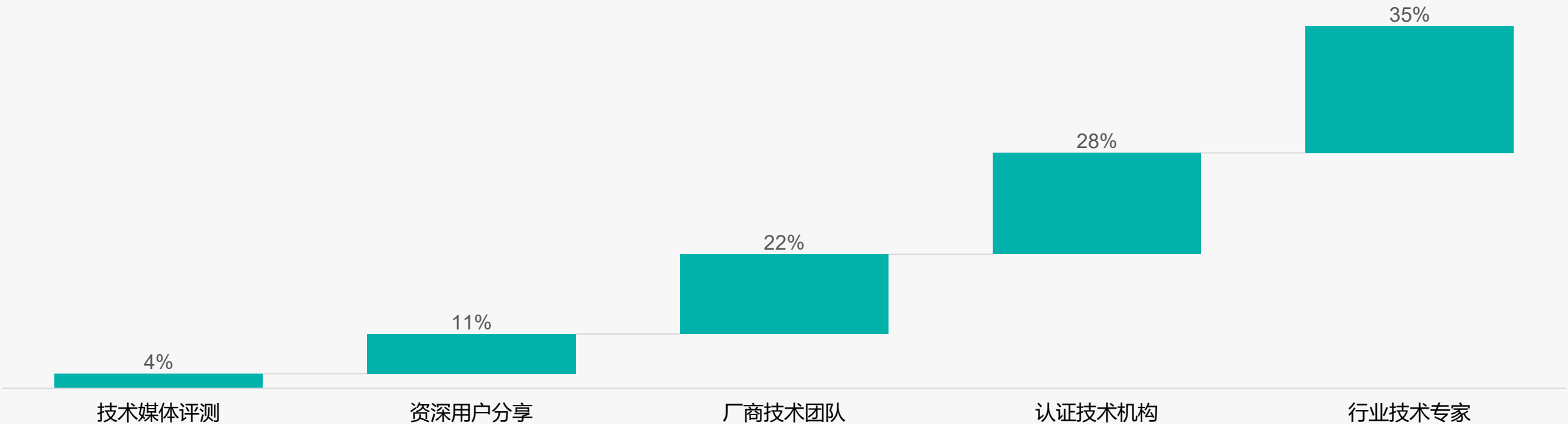
2025年中国服务器技术信息获取内容类型分布



专家主导信任媒体影响有限

- ◆行业技术专家以35%的比例成为最受信任的技术信息来源，显著高于其他渠道，反映出用户对专业权威性的高度依赖。
- ◆技术媒体评测占比最低，仅为4%，暗示其影响力在服务器领域相对有限，用户更偏好专业渠道。

2025年中国服务器信任技术信息来源分布

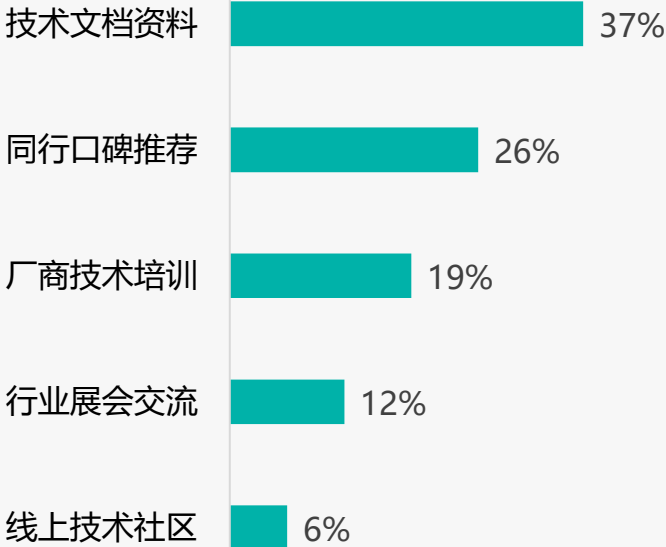


样本：服务器行业市场调研样本量N=1252，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

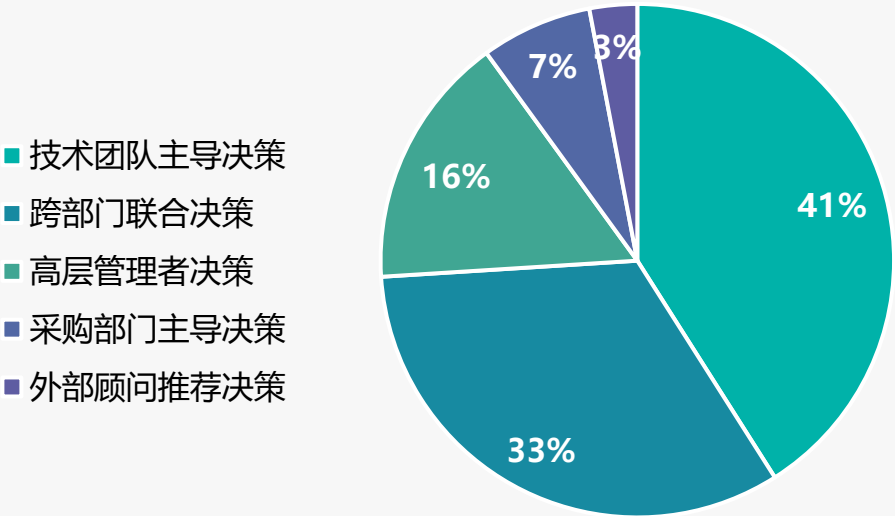
技术文档主导 口碑推荐重要 线上社区有限

- ◆技术文档资料占比37%最高，用户偏好权威技术信息；同行口碑推荐占26%，行业社交网络对决策影响显著。
- ◆厂商技术培训占19%，专业培训有吸引力；线上技术社区仅占6%，该渠道在信息获取中作用有限。

2025年中国服务器信息获取偏好分布



2025年中国服务器决策模式分布

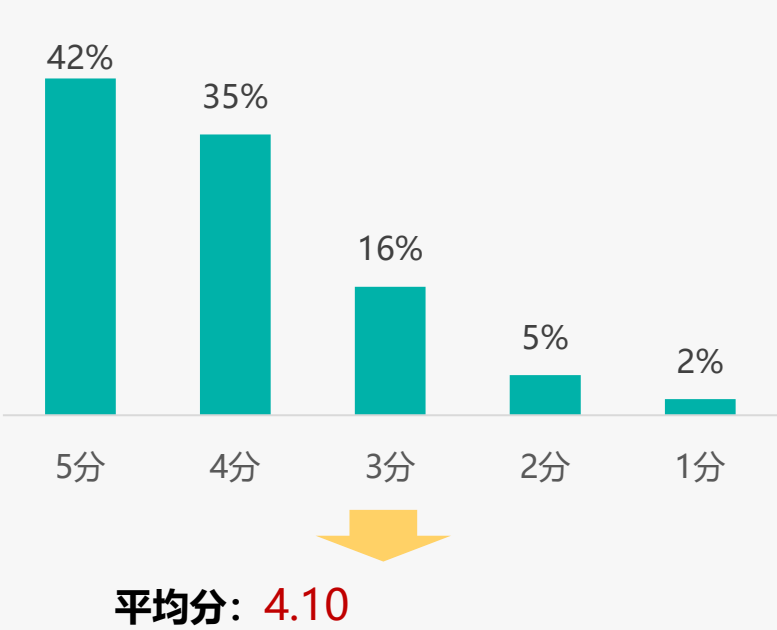


样本：服务器行业市场调研样本量N=1252，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

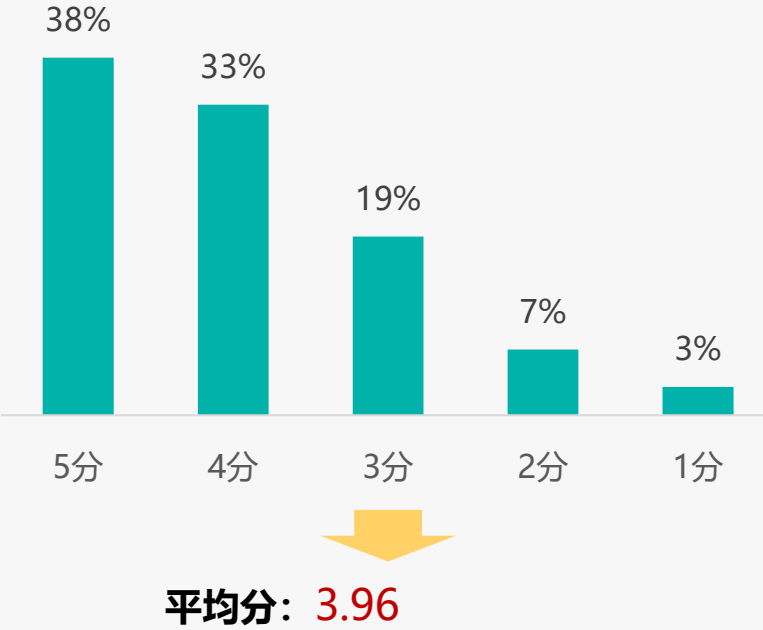
采购流程满意度最高 售后需加强

- ◆采购流程满意度最高，5分和4分合计占比77%；售后服务满意度略低，5分和4分合计占比71%，需加强售后支持以提升用户忠诚度。
- ◆技术支持满意度稳定，5分和4分合计占比75%，但低分用户占比9%，建议关注反馈优化服务，整体满意度表现良好。

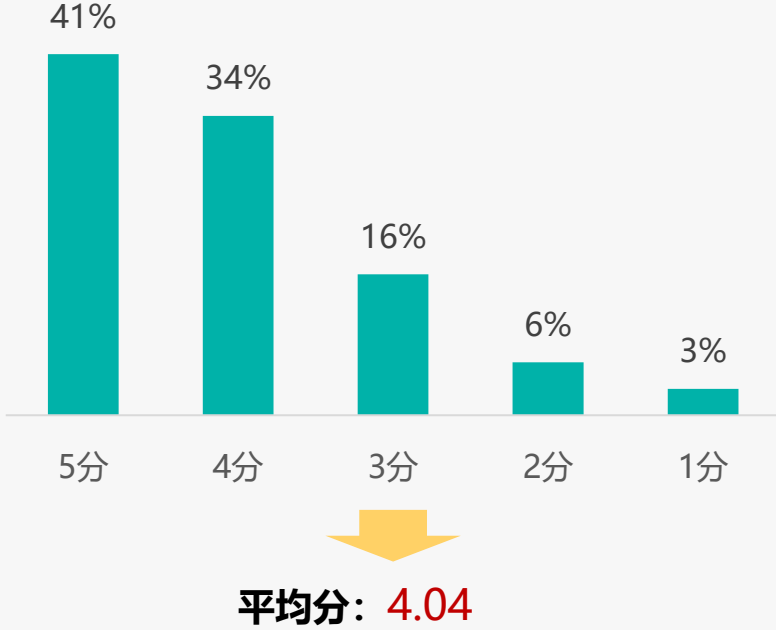
2025年中国服务器采购流程满意度分布



2025年中国服务器售后服务满意度分布



2025年中国服务器技术支持满意度分布

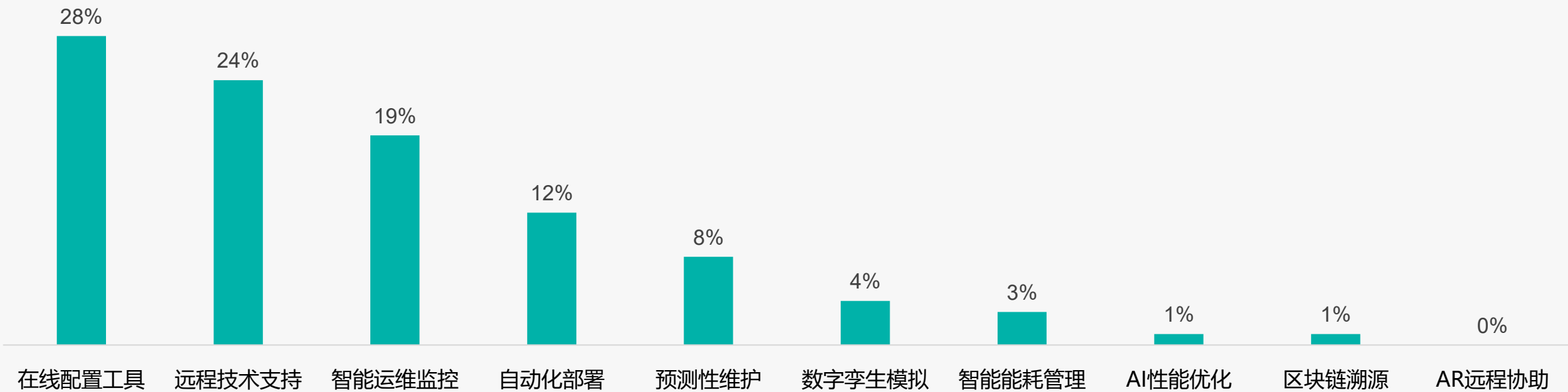


样本：服务器行业市场调研样本量N=1252，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

服务器数字化服务偏好基础技术

- ◆在线配置工具占比28%，远程技术支持24%，智能运维监控19%，显示用户偏好基础数字化服务。自动化部署12%，预测性维护8%，新兴技术应用较低。
- ◆数字孪生模拟仅4%，智能能耗管理3%，AI性能优化和区块链溯源各1%，AR远程协助0%，表明服务器行业对前沿技术采纳度有限。

2025年中国服务器数字化服务体验分布



样本：服务器行业市场调研样本量N=1252，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

2008年，北京尚普信息咨询有限公司作为独立的商业咨询机构成立，是中国最早成立的专业市场研究公司之一。是首批取得国家统计局涉外调查许可资质的咨询机构，2022年公司正式更名为尚普咨询集团，致力于为企业战略决策提供专业解决方案。

成立以来，尚普咨询集团一直作为独立的市场研究团体为企业、政府、科研院所提供战略转型、市场进入、行业投资可行性评估、竞争对手研究、消费者研究、海外市场开拓等方面的咨询与服务。尚普咨询集团累计完成各类咨询项目20000余项。

- ☎ 010-82885719 / 021-61397134 / 0755-89696476
- 💻 <http://www.survey.shangpu-china.com>
- 🏢 北京市海淀区东升科技园三期东畔科创中心B座6层、7层
- 🏢 上海市黄浦区河南南路33号新上海城市广场18层
- 🏢 深圳市福田区海田路1039-2中国凤凰大厦2栋26层



企 业 公 众 号



企 业 抖 音 号



企 业 小 红 书 号

版权声明

本报告由尚普咨询集团制作，其版权归属于尚普咨询集团。未经尚普咨询集团书面许可，任何组织和个人均不得以任何形式复制、传播或输出至中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告进行的相关商业行为，都将构成对《中华人民共和国著作权法》以及其他相关法律法规和国际公约的违反。

免责条款

本报告所呈现的行业数据、行业动态及市场趋势预测，源自尚普咨询集团专业团队综合运用多种研究手段，如深度桌面研究、精准行业访谈、全面市场调研等精心分析所得。同时，部分素材汲取自公开渠道，并融合尚普咨询集团独家监测数据，经由尚普咨询集团先进统计预测模型运算生成；企业相关数据大多通过实地访谈采集。尚普咨询集团在信息处理过程中，竭尽全力确保信息的精确性、全面性与可信度，但受限于研究环境的复杂多变，难以做到万无一失，故不作绝对保证。

在此郑重声明，本报告中所含信息及观点，均不具备指导性建议的性质。本报告中所展示的调研数据，基于样本调研方式获取。鉴于调研样本的局限性、调研方法的特定性以及调查资料收集范围的约束，该数据仅能呈现特定调研时段及样本群体的概况，仅针对本次调研目标提供基础参考，助力市场与客户把握基本态势。受制于研究方法和数据资源的边界，本报告仅作为用户了解市场动态的辅助资料，尚普咨询集团对报告内的数据及观点，不承担任何法律责任。



尚普咨询集团

SHANGPU GROUP

让世界爱上中国品牌

Win The Hearts of The World With Chinese Brands