

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~8月监控系统市场洞察报告

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

2025年10月

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：监控系统消费以男性中青年为主



男性消费者占比67%，26-45岁中青年占比67%，构成核心消费群体。



中等收入5-12万元群体占比61%，是主要消费力量，偏好经济型产品。



家庭和个人决策者占比70%，新一线和二线城市市场集中度较高。

## 启示

### ✓ 聚焦中青年男性市场

针对26-45岁男性群体开发产品和营销策略，强化家庭和个人决策场景的吸引力。

### ✓ 优化中低端产品线

加强5-12万元收入群体产品开发，提升新一线和二线城市渠道覆盖，满足主流需求。

## 核心发现2：市场处于扩张期，家用监控主导



首次购买占比31%，2-3年更换占比27%，显示市场增长和产品更新需求旺盛。



家用监控摄像头占比38%，商铺和企业安防系统稳定，商业应用需求持续。



系统扩展升级占比19%，用户对功能扩展有持续需求，市场潜力可挖掘。

### 启示

#### ✓ 强化家用产品创新

针对家用监控主导市场，开发易用、高性价比产品，并优化安装和售后服务。

#### ✓ 拓展商业应用场景

深化商铺和企业安防系统，提供定制化解决方案，抓住商业稳定需求。

## 核心发现3：消费偏好中低端，注重实用功能



单次消费1000元以下占比41%，1000-3000元占比33%，市场以中低端为主。



高清画质(23%)和夜视功能(18%)是消费者最关注功能，强调图像清晰和全天候监控。



自行安装占比52%，远高于专业安装，反映产品易用性和消费者自主操作偏好。

### 启示

#### ✓ 优化中低端产品策略

聚焦1000-3000元价格段，提升产品性价比，强化高清和夜视等核心功能。

#### ✓ 简化安装和使用流程

设计易于自行安装的产品，提供清晰教程，降低使用门槛，增强用户体验。

**核心逻辑：监控系统市场以中青年男性为主，注重性价比和实用性**



## 1、产品端

- ✓ 强化高清画质和夜视功能
- ✓ 优化中低端产品线，提升性价比



## 2、营销端

- ✓ 利用电商平台和社交推荐进行精准营销
- ✓ 突出真实用户评价和专业测评内容



## 3、服务端

- ✓ 加强售后服务和安装指导
- ✓ 提供智能联动和远程控制服务

## 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** 监控系统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监控系统品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对监控系统的购买行为；
- 监控系统市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法

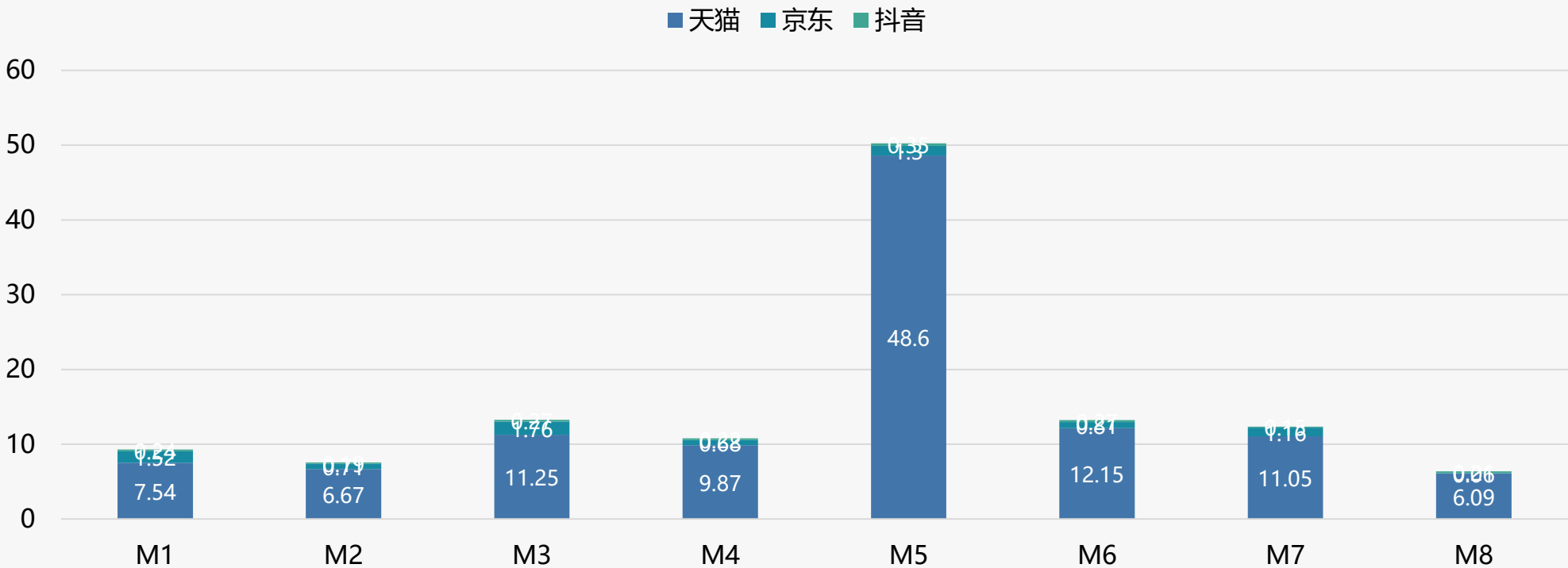
Research Method

- **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，计算监控系统品类销售额、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、不同平台监控系统品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

# 天猫主导 月度波动 抖音稳定

- ◆从平台份额看，天猫以累计销售额6.2亿元占据绝对主导（占比88.6%），京东与抖音分别仅占10.8%和0.6%。天猫在M5因促销实现峰值4.86亿元，而京东M8骤降至6.36万元，反映渠道依赖度高，需优化全渠道布局以分散风险。
- ◆月度波动显著，M5销售额达5.02亿元，主要受电商大促驱动；M8回落至0.63亿元，显示季节性需求集中。同比M1-M8总销售额增长乏力，仅靠单月爆发，提示需提升常态化销售能力。抖音渠道销售额最低（累计仅0.04亿元），但M1-M8增长平稳，无剧烈波动，对比天猫M5异常值，其稳定性高。建议加强抖音内容营销，利用其用户粘性提升ROI，作为增量市场补充。

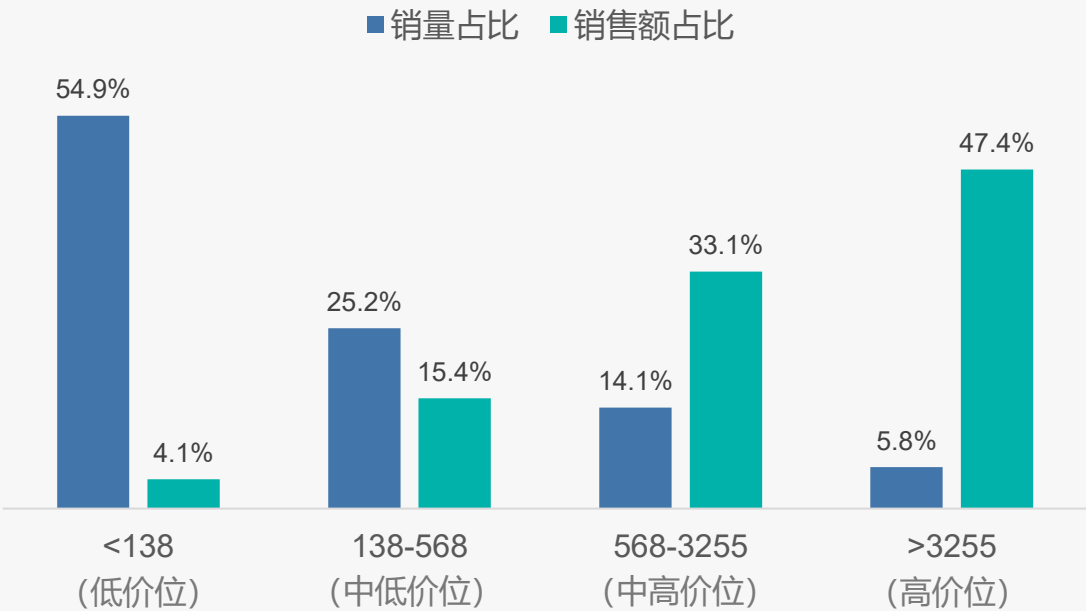
2025年1月~8月监控系统品类线上销售规模（百万元）



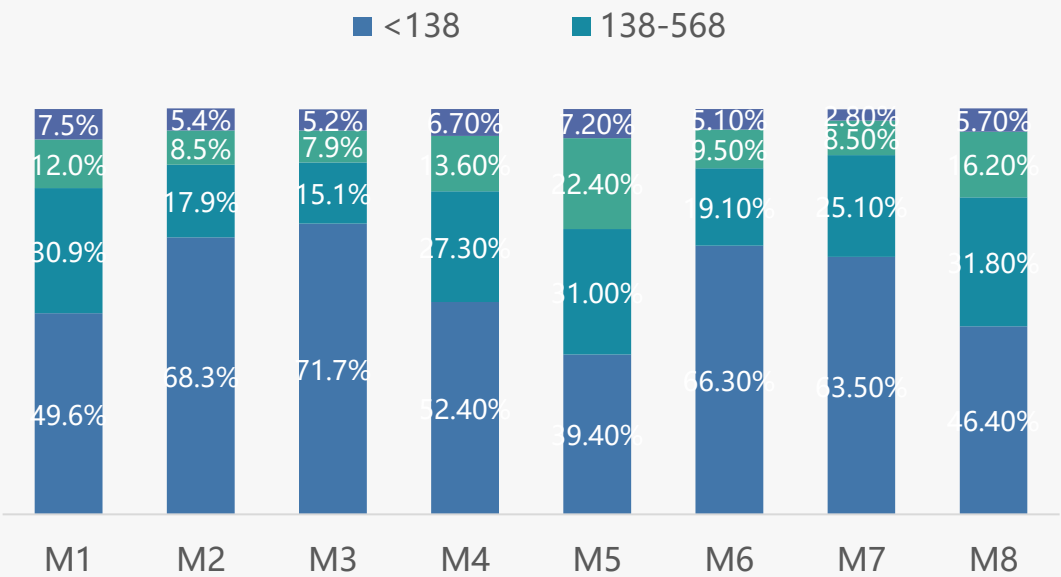
# 监控市场两极分化 高端驱动利润增长

- ◆从价格区间销售结构看，监控系统市场呈现明显两极分化：低价位（<138元）产品贡献54.9%销量但仅占4.1%销售额，而高价位（>3255元）产品以5.8%销量贡献47.4%销售额，表明高端产品是主要利润来源，市场存在显著的量价背离现象。月度销量分布显示价格结构波动剧烈：M1至M3低价占比持续攀升（49.6%→71.7%），反映季节性促销与消费升级交替影响，需关注产品组合策略以平衡销量与毛利。
- ◆销售额集中度分析揭示市场风险：>3255元区间以不足6%销量支撑近半销售额，过度依赖高端市场可能面临需求波动风险；建议优化中端产品（138-568元）的ROI，提升其15.4%的销售额占比以增强业务韧性。

2025年1月~8月监控系统线上不同价格区间销售趋势



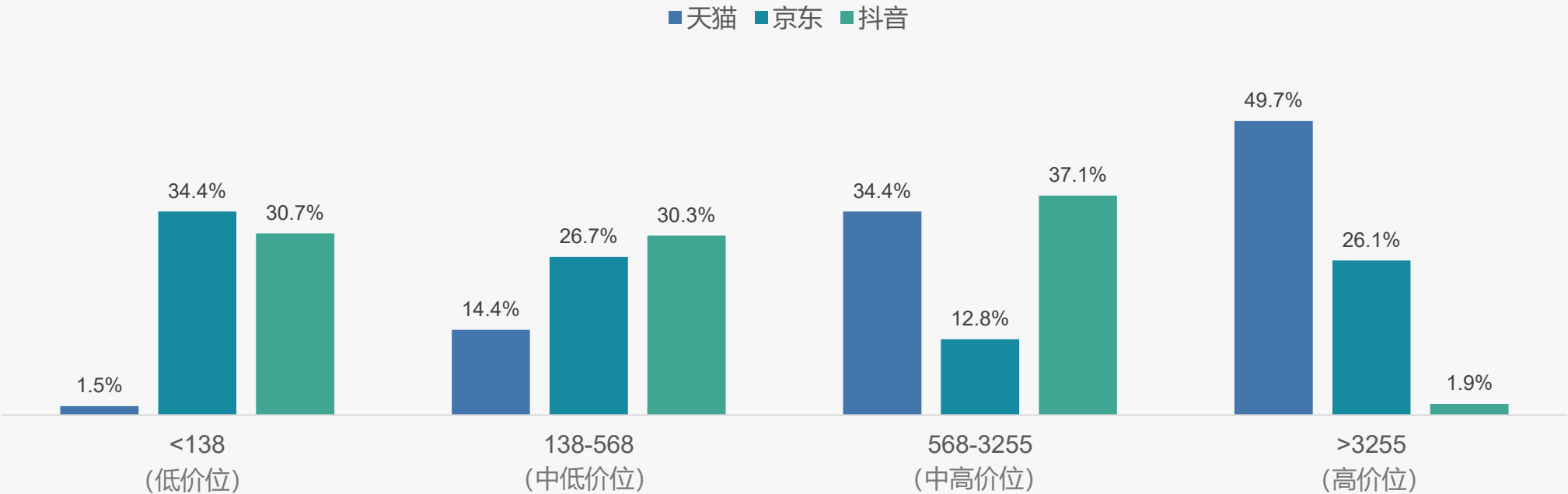
监控系统线上价格区间-销量分布



# 天猫高端主导 抖音中端突出 京东分布均衡

- ◆从价格区间分布看，天猫平台高端市场（>3255元）占比49.7%，呈现明显高端化趋势，而京东和抖音则以中低端为主（京东<138元占比34.4%，抖音568-3255元占比37.1%）。抖音低价区间（<138元）占比30.7%，但高端市场仅1.9%，显示其以性价比吸引流量；京东价格分布较均衡，中低端合计61.1%，可能面临毛利率压力；天猫高端占比高，利于提升整体ROI，但需关注市场细分风险。
- ◆业务含义上，抖音中端主导（568-3255元37.1%）适合快速周转，但高端缺失限制增长上限；京东多区间分布（各区间占比12.8%-34.4%）需优化库存周转率以平衡收益。

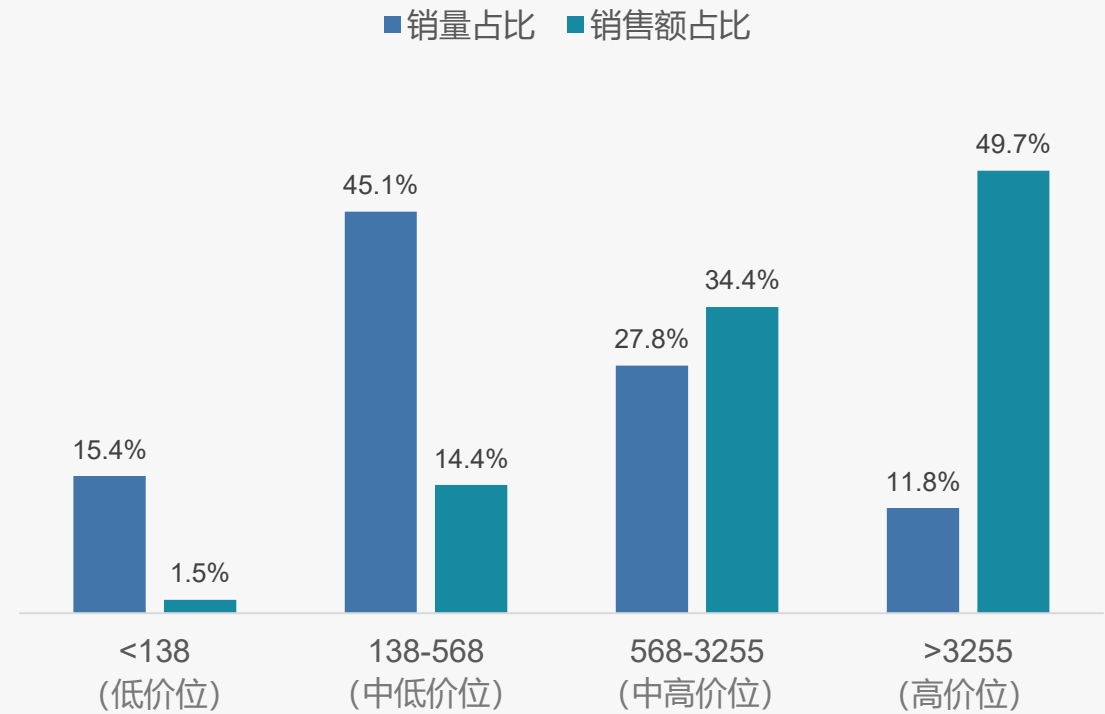
2025年1月~8月各平台监控系统不同价格区间销售趋势



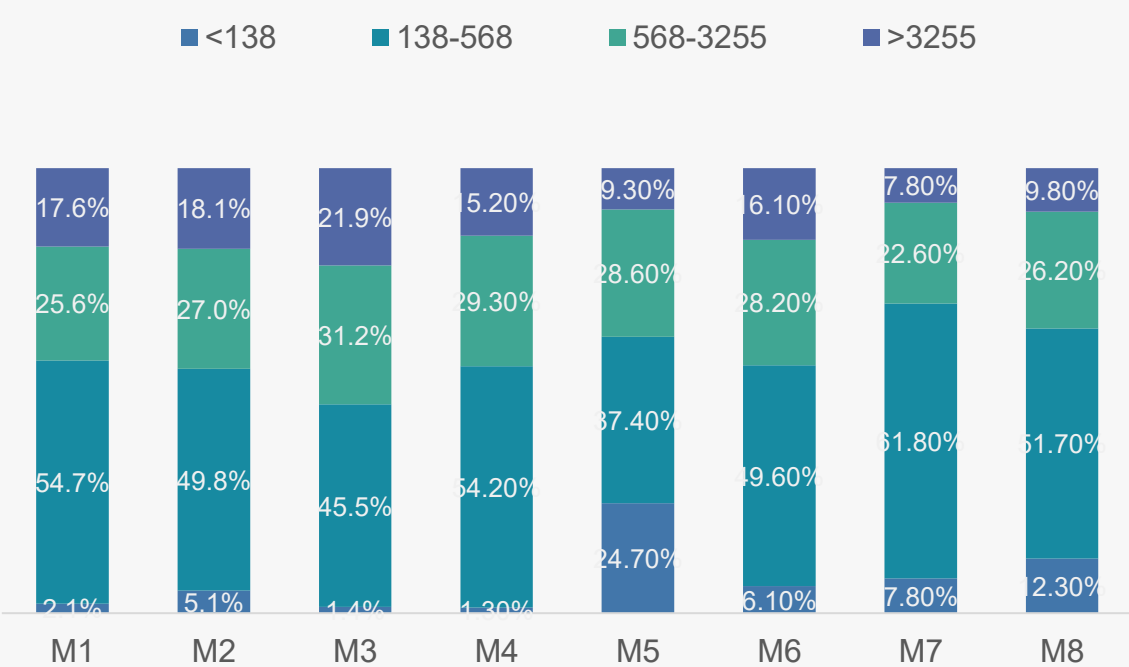
# 高端产品驱动增长 中低端优化提升

- ◆ 从价格带结构看，138-568元区间销量占比45.1%但销售额仅占14.4%，显示该区间产品单价偏低、周转率高；而>3255元高端产品以11.8%销量贡献49.7%销售额，毛利率显著更高，建议优化产品组合提升整体ROI。
- ◆ 对比各区间销售额贡献，568-3255元中高端产品以27.8%销量占比创造34.4%销售额，单位价值表现均衡；而<138元产品销售额占比仅1.5%，存在规模不经济问题，建议通过产品升级或捆绑销售提升客单价。

2025年1月~8月天猫平台监控系统不同价格区间销售趋势

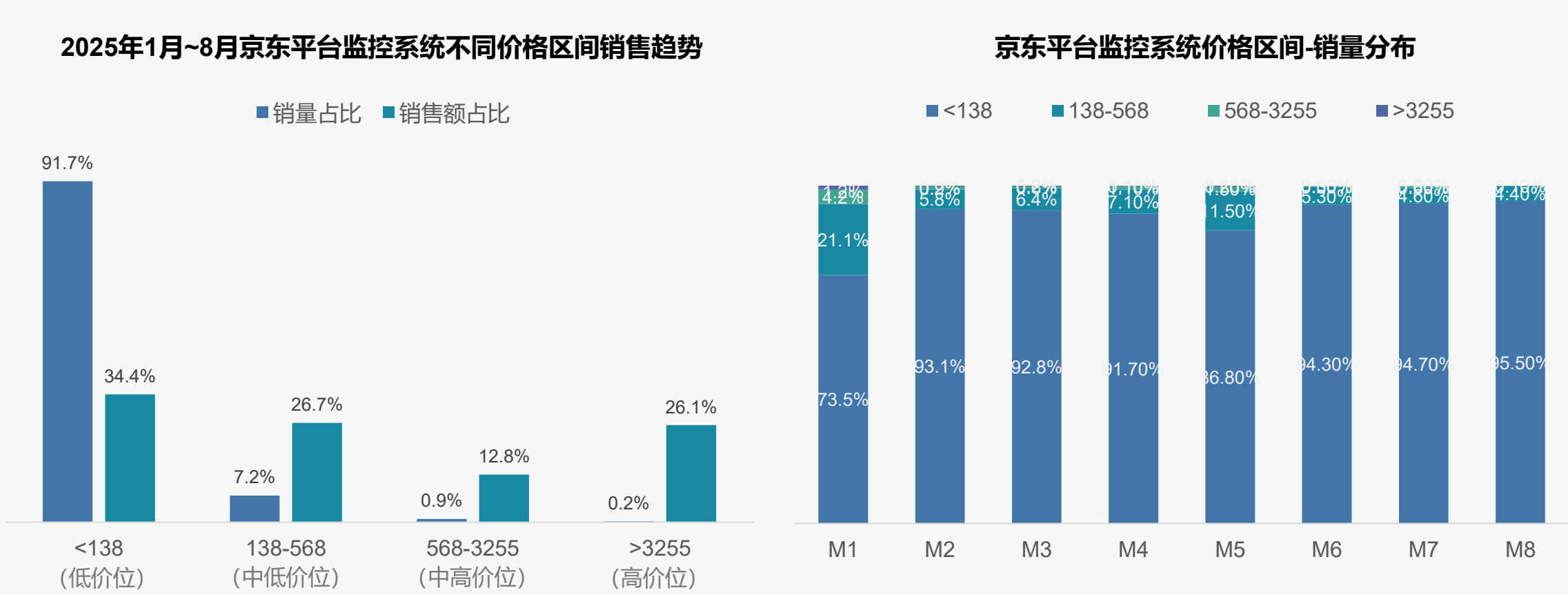


天猫平台监控系统价格区间-销量分布



# 低价主导销量 高端驱动利润 结构失衡

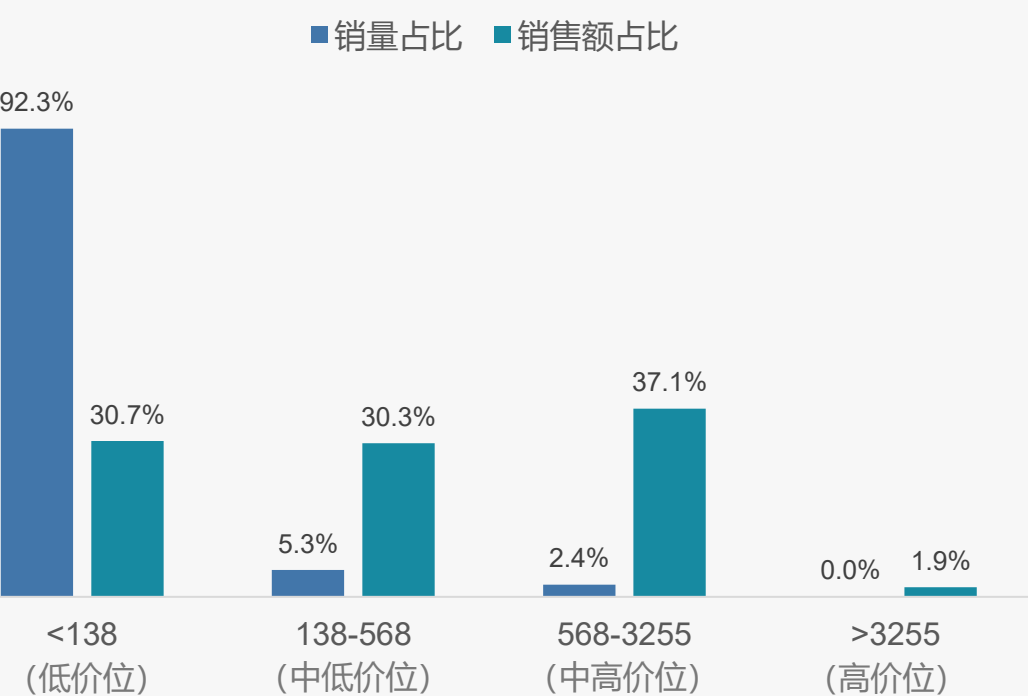
- ◆从价格区间结构看，京东平台监控系统呈现典型的金字塔分布：<138元低价产品销量占比高达91.7%，但销售额仅占34.4%；而>3255元高端产品销量仅0.2%，销售额占比却达26.1%。这表明低价产品通过高周转率驱动销量，而高端产品凭借高客单价贡献利润，存在明显的价格分层效应。
- ◆从销售额贡献度看，<138元与>3255元两个极端价格带共同贡献60.5%的销售额，形成哑铃型结构。高端产品以0.2%的销量创造26.1%的销售额，ROI显著；建议优化产品组合，平衡销量与利润。



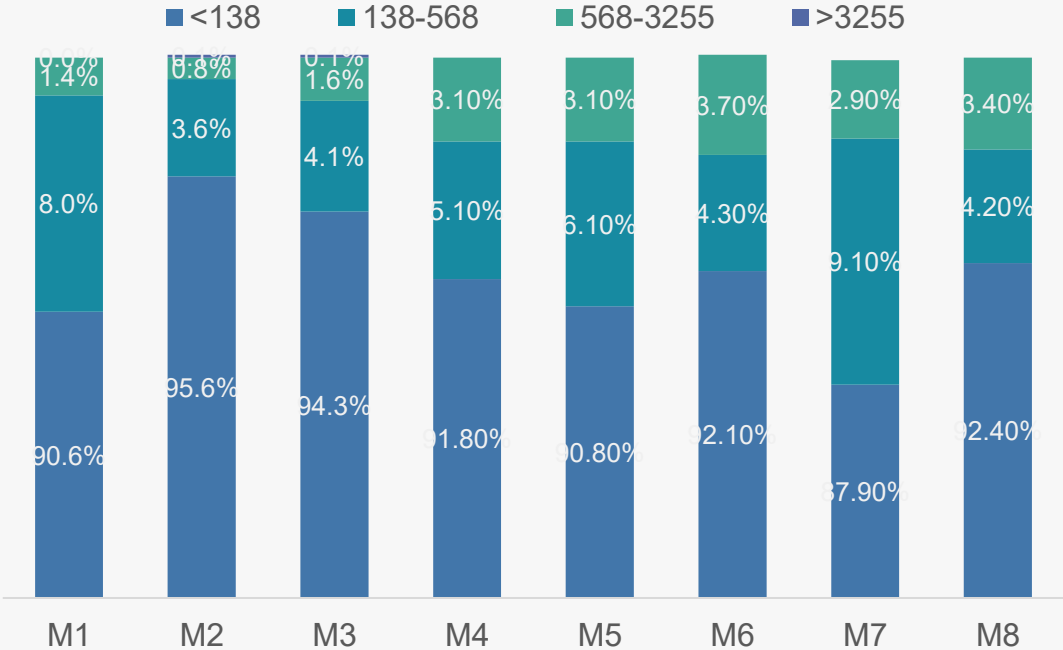
# 低价走量中高端创收结构优化

- ◆从价格区间结构看，抖音平台呈现典型的金字塔分布：<138元低价产品贡献92.3%销量但仅占30.7%销售额，而568-3255元中高端产品以2.4%销量创造37.1%销售额，显示低价走量、中高端创收的二元格局。138-568元区间销量占比5.3%与销售额占比30.3%基本匹配，是平台利润的关键支撑点。
- ◆月度销量分布显示市场波动显著：M7月<138元区间占比骤降至87.9%，同时138-568元区间跃升至9.1%，反映消费升级趋势。但M8月迅速回归常态，表明短期促销或季节性因素驱动。整体看，低价区间占比稳定在90%左右，中高端区间占比缓慢提升，市场结构渐进优化。

2025年1月~8月抖音平台监控系统不同价格区间销售趋势



抖音平台监控系统价格区间-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** 监控系统消费行为、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年内购买过监控系统的消费者；
- 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

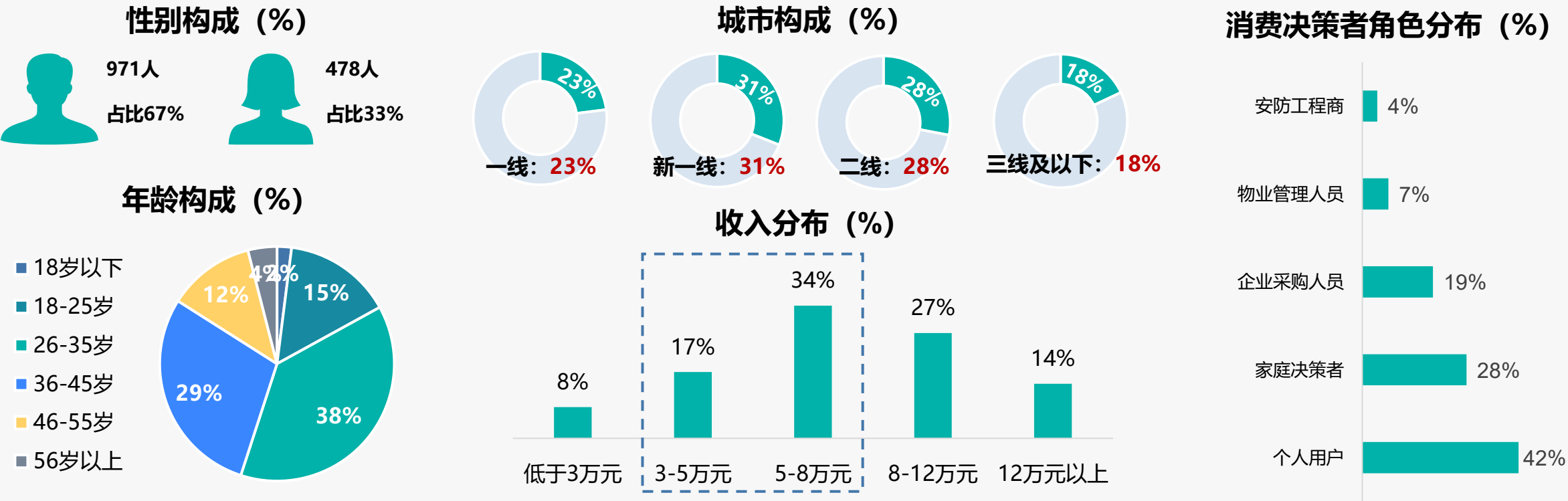
Research Method

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=1449

# 监控系统消费 男性中青年主导 家庭个人为主

- ◆监控系统消费群体以男性为主占67%，中青年26-45岁为核心人群占67%，中等收入5-12万元群体为主要消费者占61%。
- ◆家庭和个人决策者占消费主体70%，市场在新一线和二线城市集中度较高，合计占59%。

## 2025年中国监控系统消费者画像

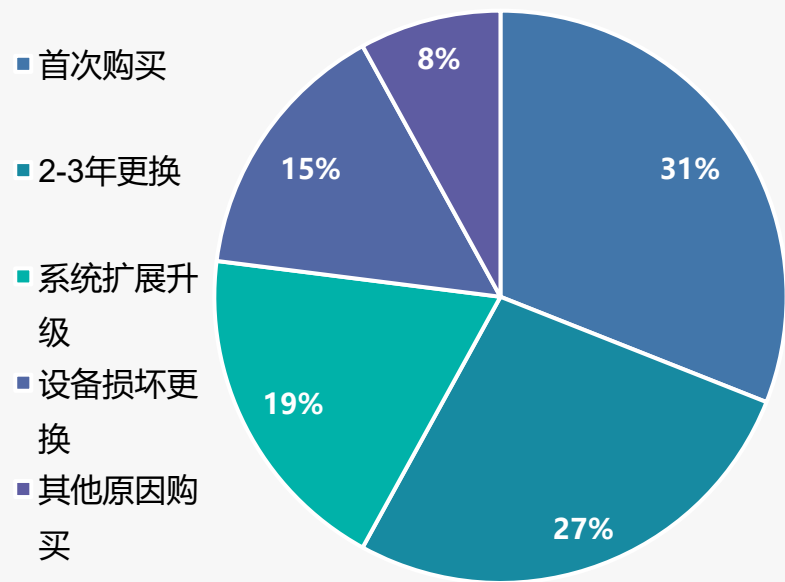


样本：监控系统行业市场调研样本量N=1449，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

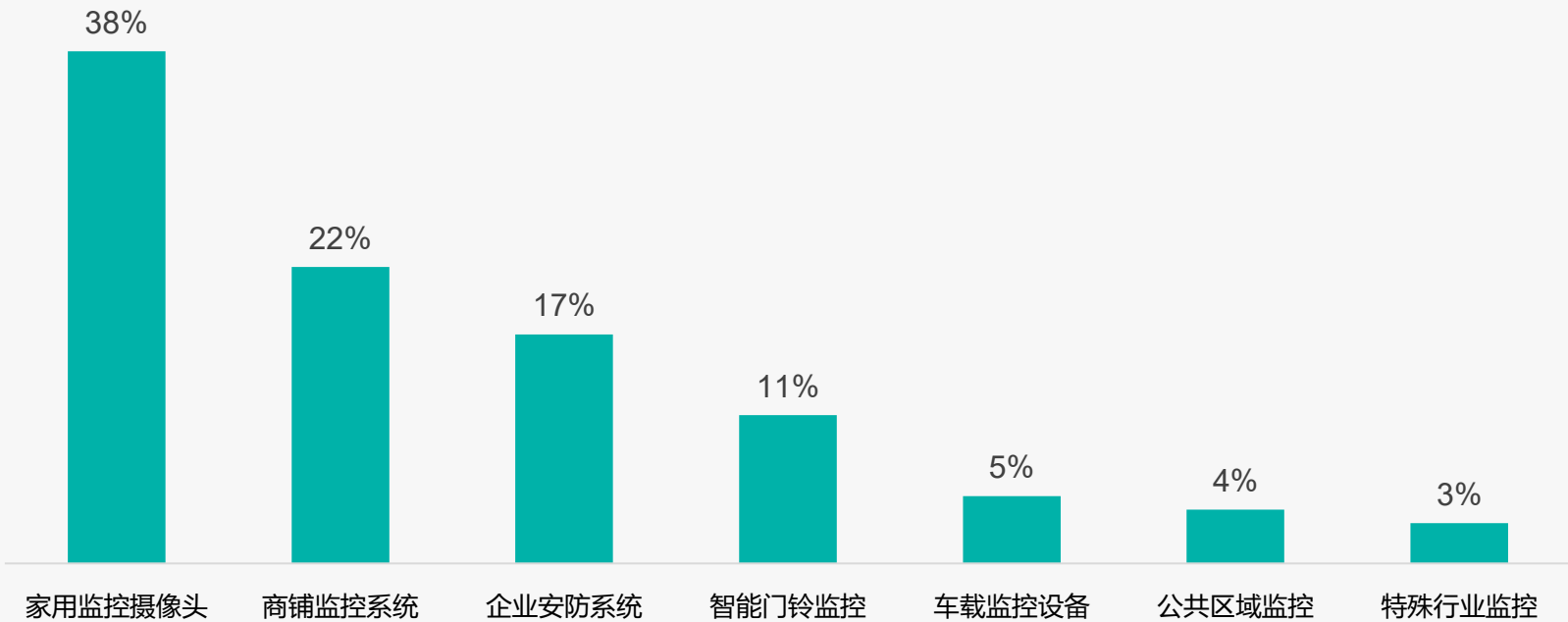
# 监控市场扩张 家用主导 商业稳定

- ◆首次购买占比31%，2-3年更换占比27%，系统扩展升级占比19%，显示市场处于扩张期且产品更新需求旺盛。
- ◆家用监控摄像头占比38%，商铺监控系统占比22%，企业安防系统占比17%，表明家用市场主导，商业应用需求稳定。

2025年中国监控系统购买频率分布



2025年中国监控系统类型分布

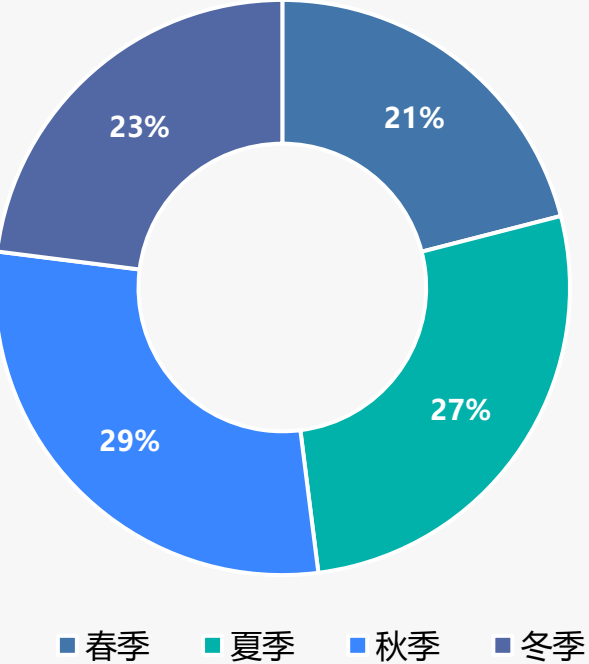


样本：监控系统行业市场调研样本量N=1449，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

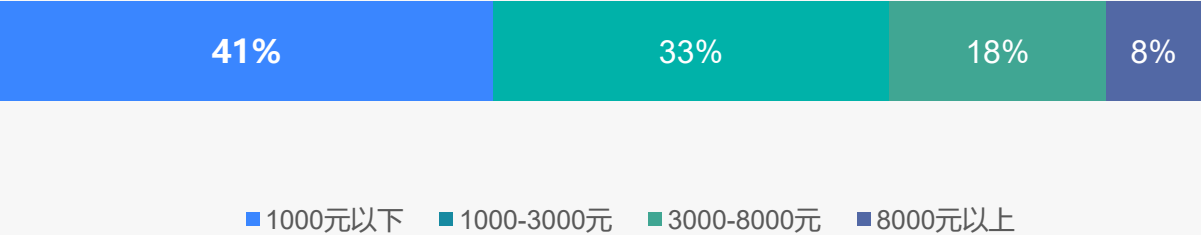
# 监控系统消费中低端为主 安装偏好自行操作

- ◆ 单次消费支出以1000元以下为主占41%，1000-3000元占33%，显示市场偏向中低端消费，高端消费仅占8%。
- ◆ 安装方式中自行安装占52%，远高于专业人员安装的31%，表明产品易用性高，消费者偏好自主操作。

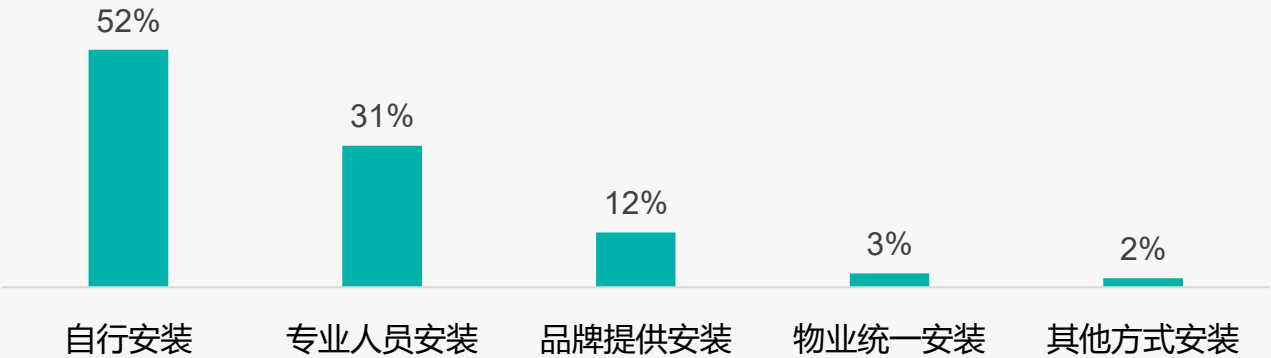
2025年中国监控系统购买季节分布



2025年中国监控系统单次消费支出分布



2025年中国监控系统安装方式分布

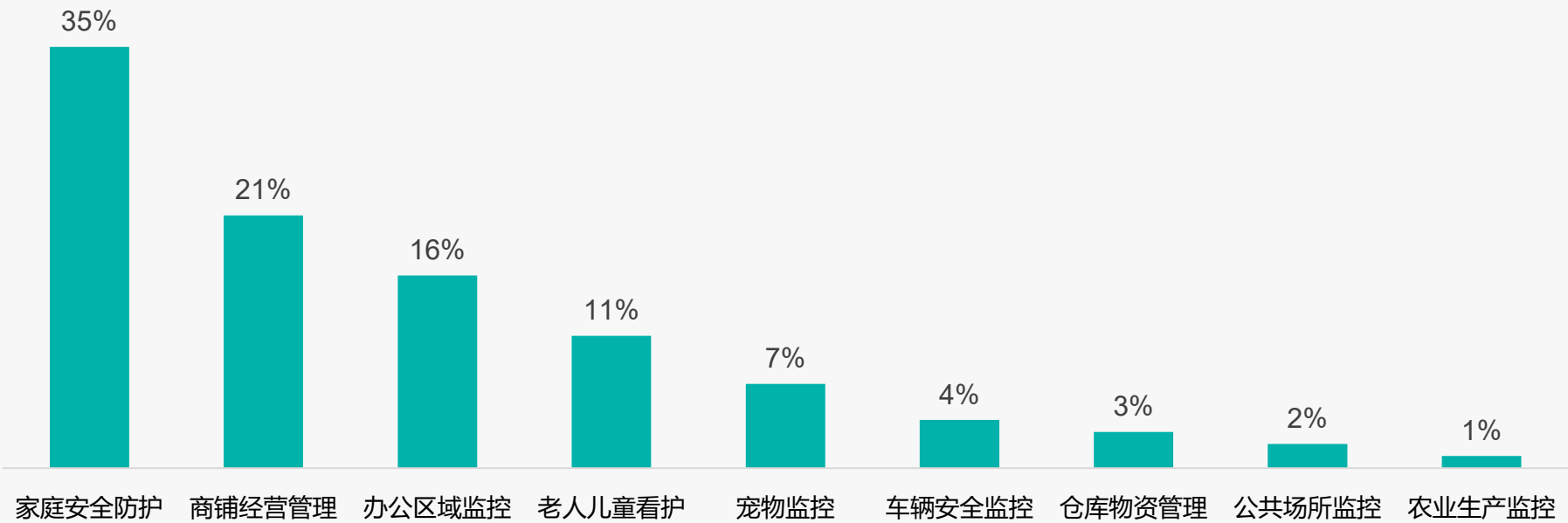


样本：监控系统行业市场调研样本量N=1449，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

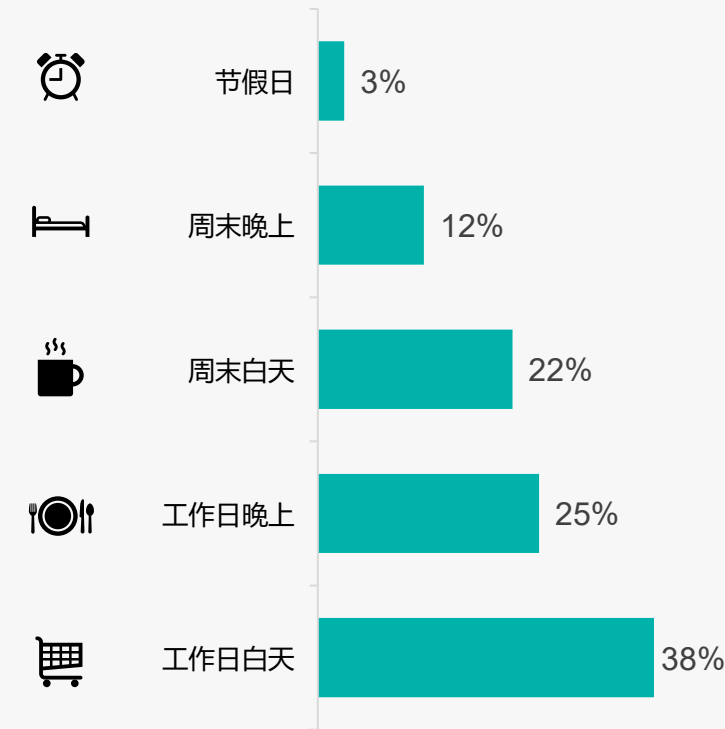
# 家庭商业监控主导 工作日购买集中

- ◆监控系统使用场景以家庭安全防护为主，占比35%，商铺经营管理占21%，显示家庭和商业应用是核心需求。
- ◆购买时段集中在工作日白天，占比38%，工作日晚上占25%，反映消费者偏好在工作时间进行购买决策。

2025年中国监控系统使用场景分布



2025年中国监控系统购买时段分布

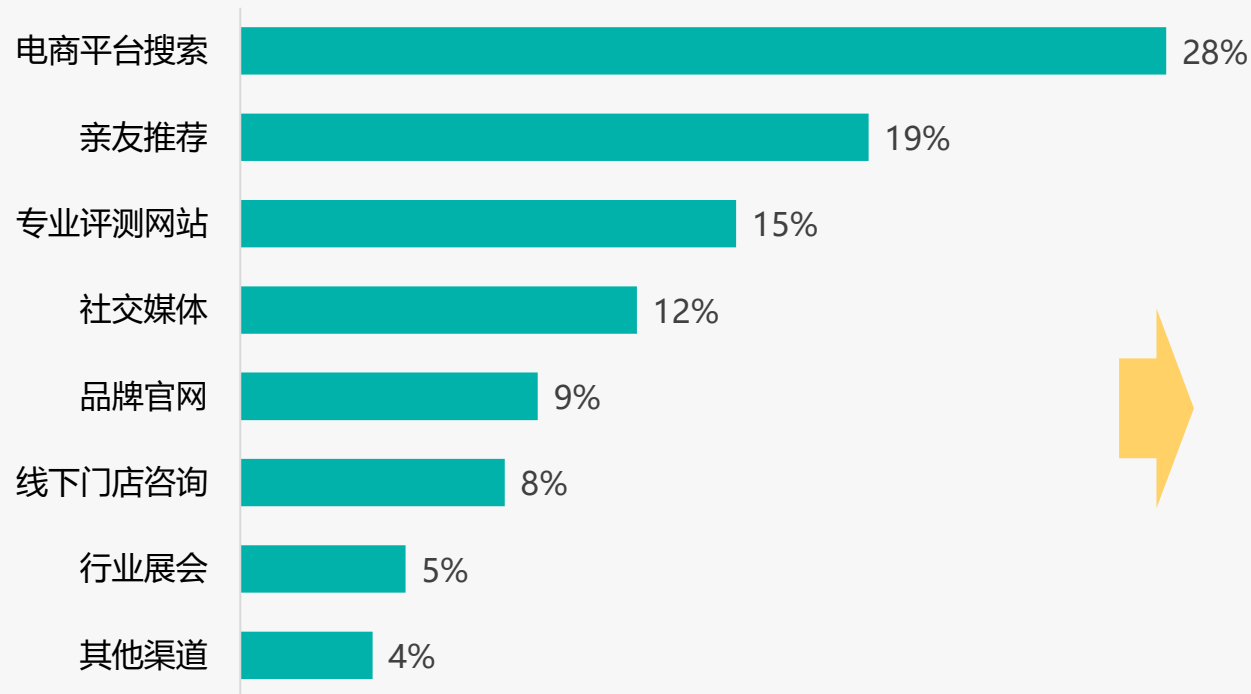


样本：监控系统行业市场调研样本量N=1449，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

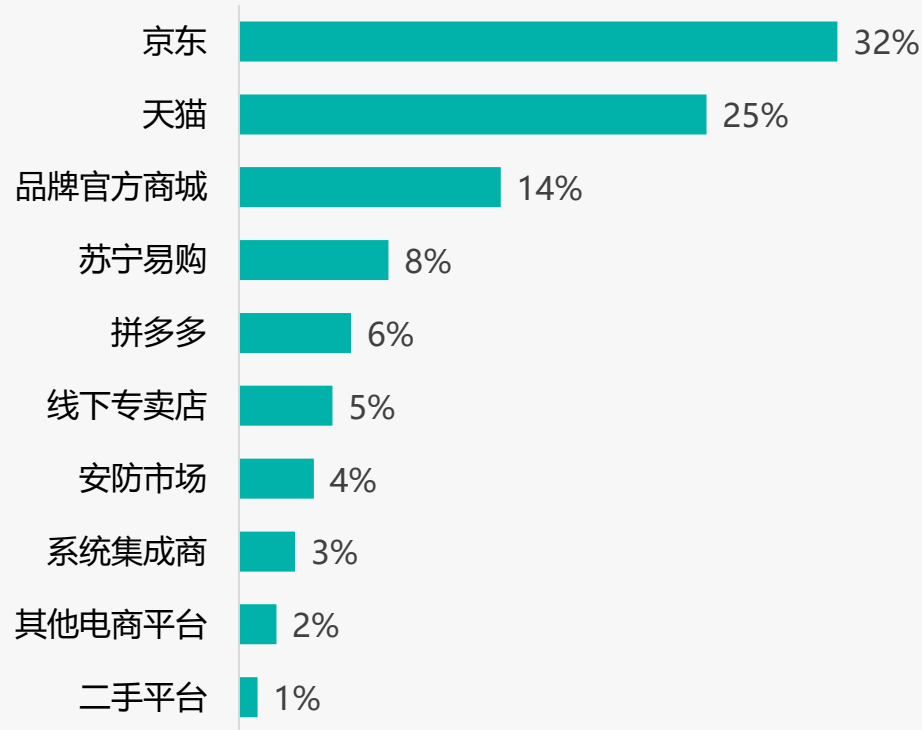
# 电商主导监控系统消费渠道

- ◆信息获取渠道中，电商平台搜索28%、亲友推荐19%、专业评测网站15%合计超六成，显示消费者高度依赖电商和社交关系获取监控系统信息。
- ◆购买渠道京东32%和天猫25%合计57%主导市场，品牌官方商城14%显示品牌直销重要性，拼多多6%和二手平台1%占比低。

## 2025年中国监控系统信息获取渠道分布



## 2025年中国监控系统购买渠道分布

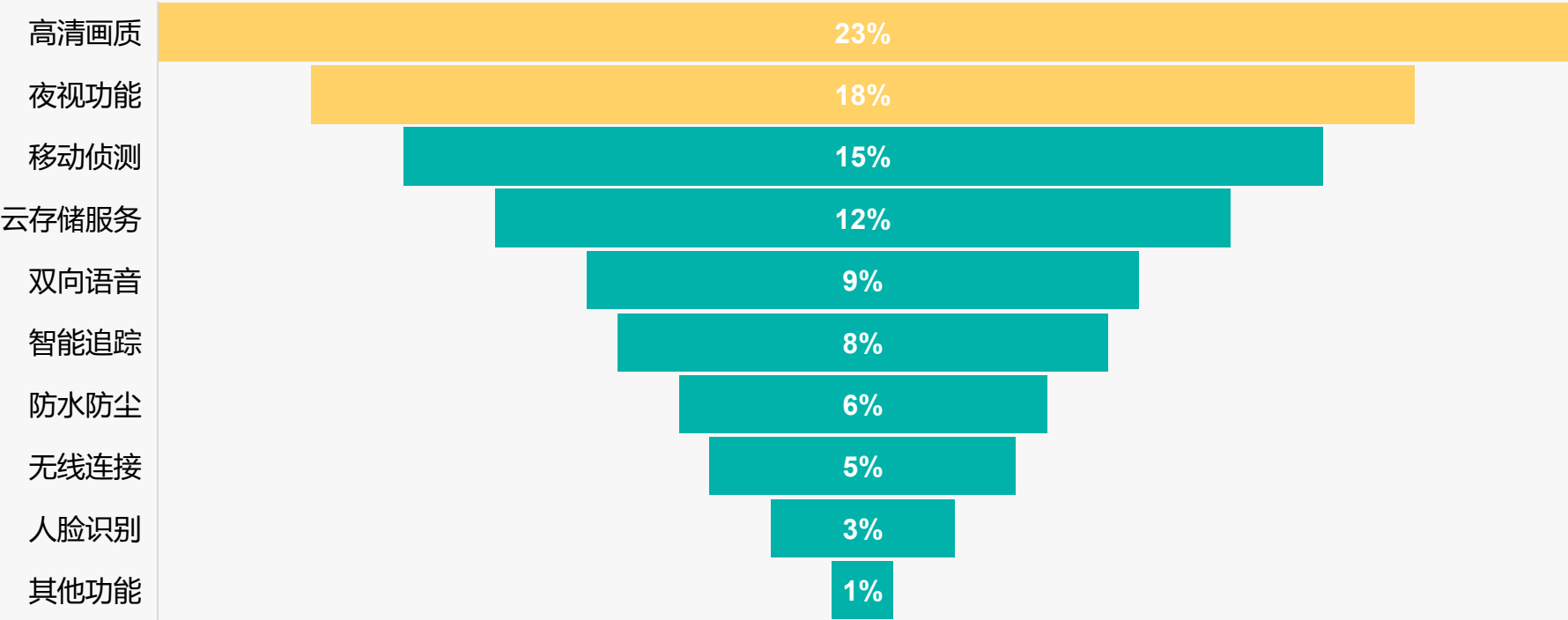


样本：监控系统行业市场调研样本量N=1449，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 高清夜视主导 智能功能薄弱

- ◆高清画质（23%）和夜视功能（18%）是消费者最关注的功能，显示用户对图像清晰度和全天候监控的核心需求。
- ◆移动侦测（15%）和云存储（12%）需求较高，而智能追踪（8%）和人脸识别（3%）等高端功能相对薄弱。

2025年中国监控系统功能偏好分布

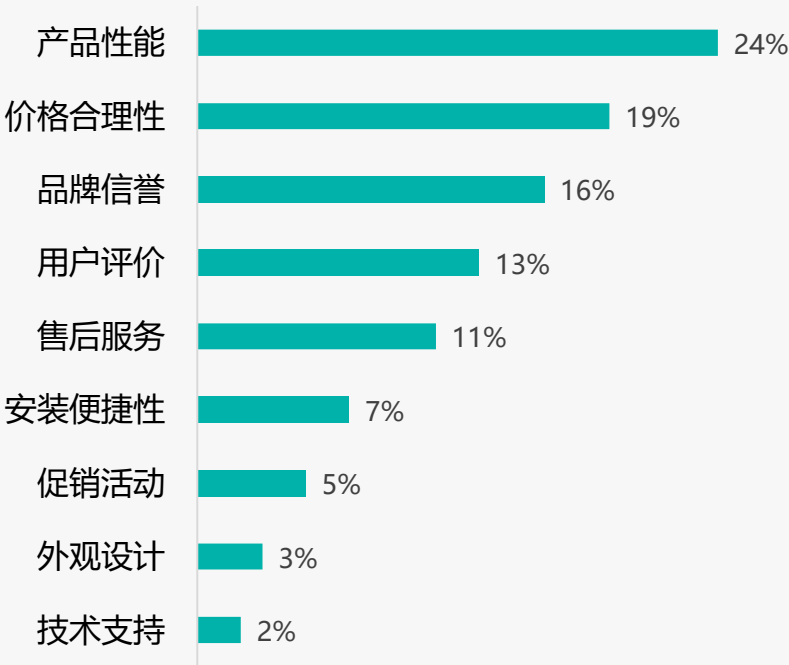


样本：监控系统行业市场调研样本量N=1449，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 性能价格主导决策 安全需求驱动购买

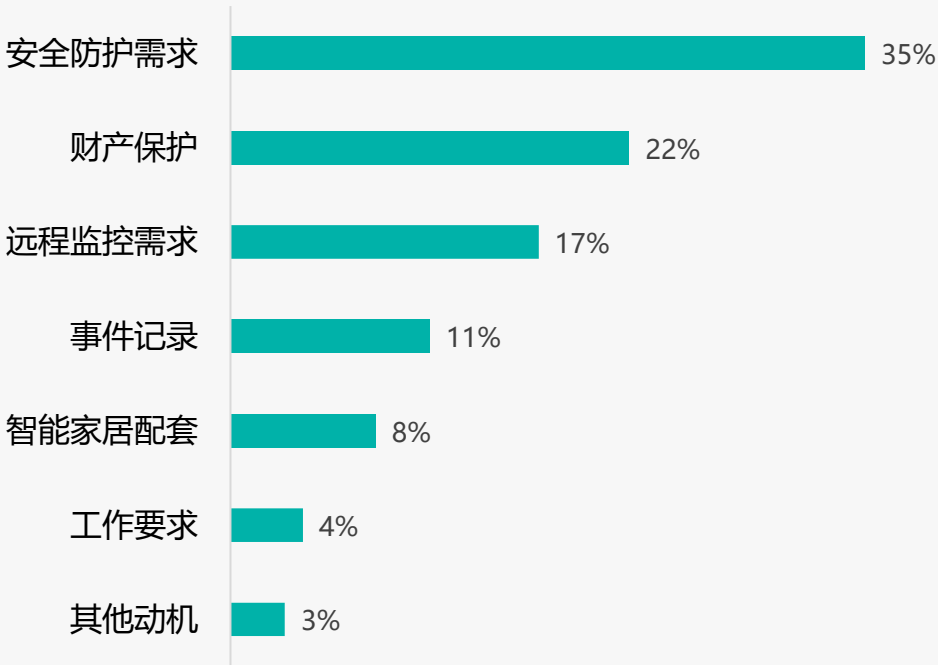
- ◆监控系统消费决策中，产品性能（24%）和价格合理性（19%）是主要驱动因素，品牌信誉（16%）和用户评价（13%）也显著影响购买选择。
- ◆购买动机以安全防护需求（35%）为主导，财产保护（22%）和远程监控需求（17%）紧随其后，凸显消费者对安全性和实用性的高度关注。

2025年中国监控系统购买决策因素分布



样本：监控系统行业市场调研样本量N=1449，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

2025年中国监控系统购买动机分布

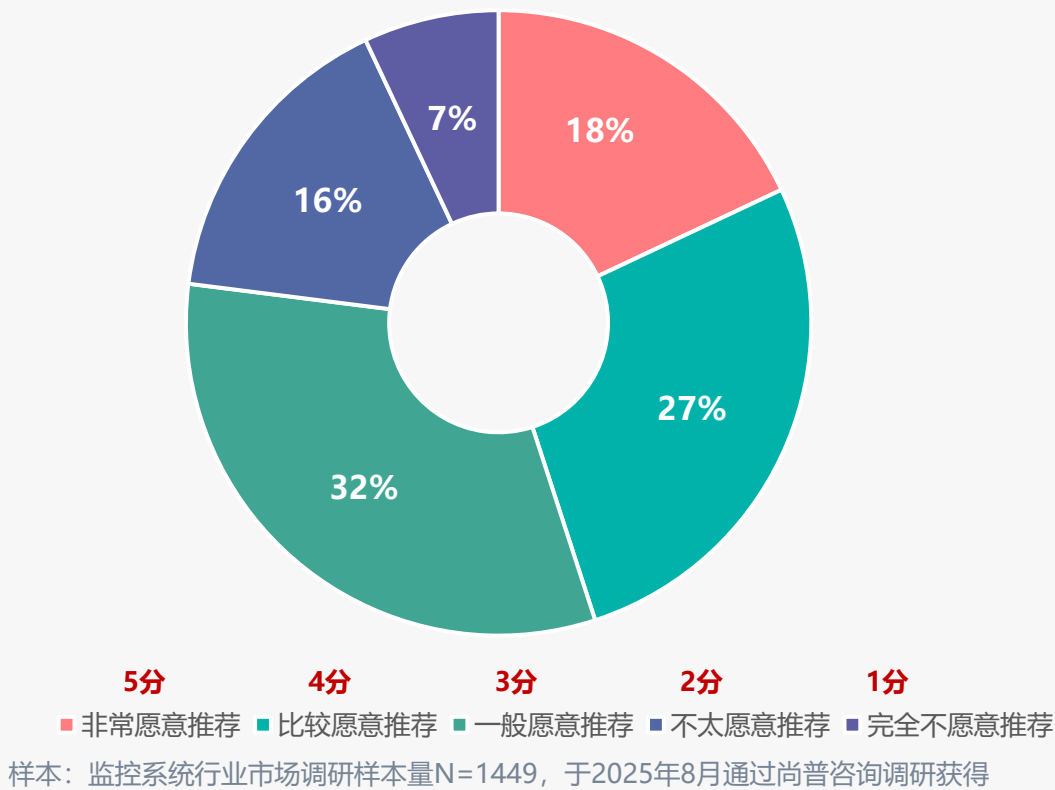




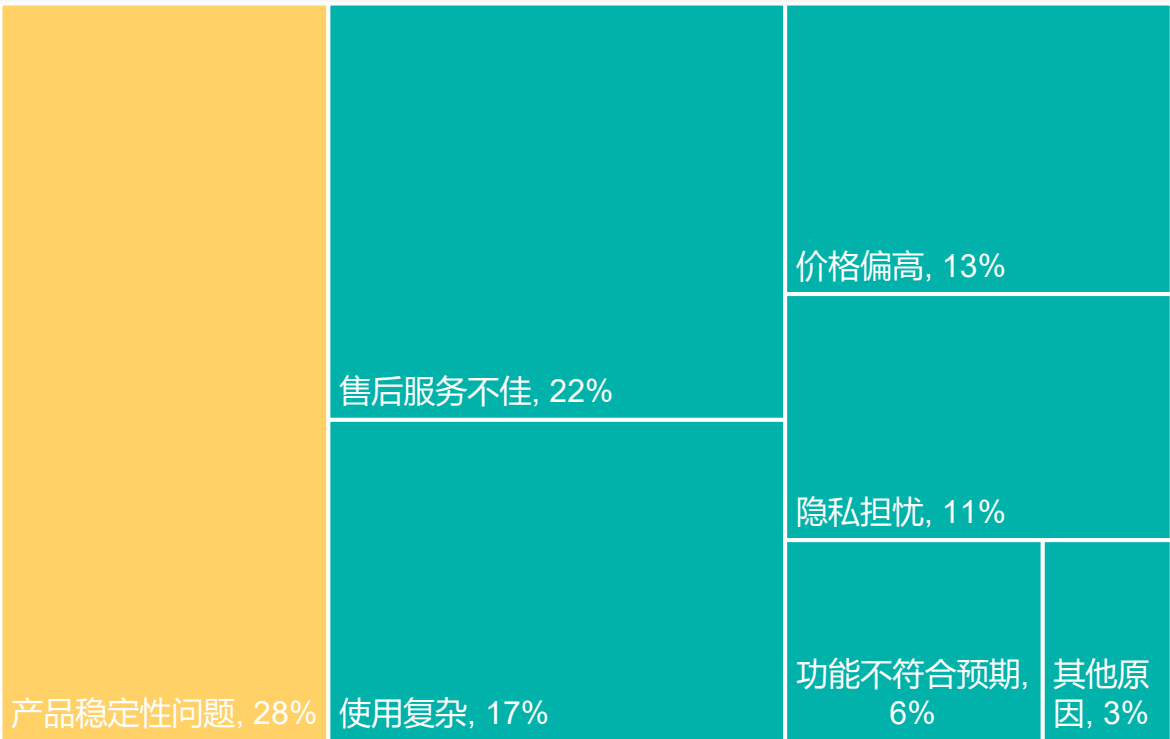
# 推荐意愿积极 质量服务关键

- ◆用户推荐意愿整体积极，非常愿意和比较愿意推荐合计45%，但一般愿意推荐占32%，显示推荐意愿有提升空间。
- ◆不愿推荐主因是产品稳定性问题28%和售后服务不佳22%，两者合计50%，凸显质量和服务是关键改进点。

2025年中国监控系统推荐意愿分布



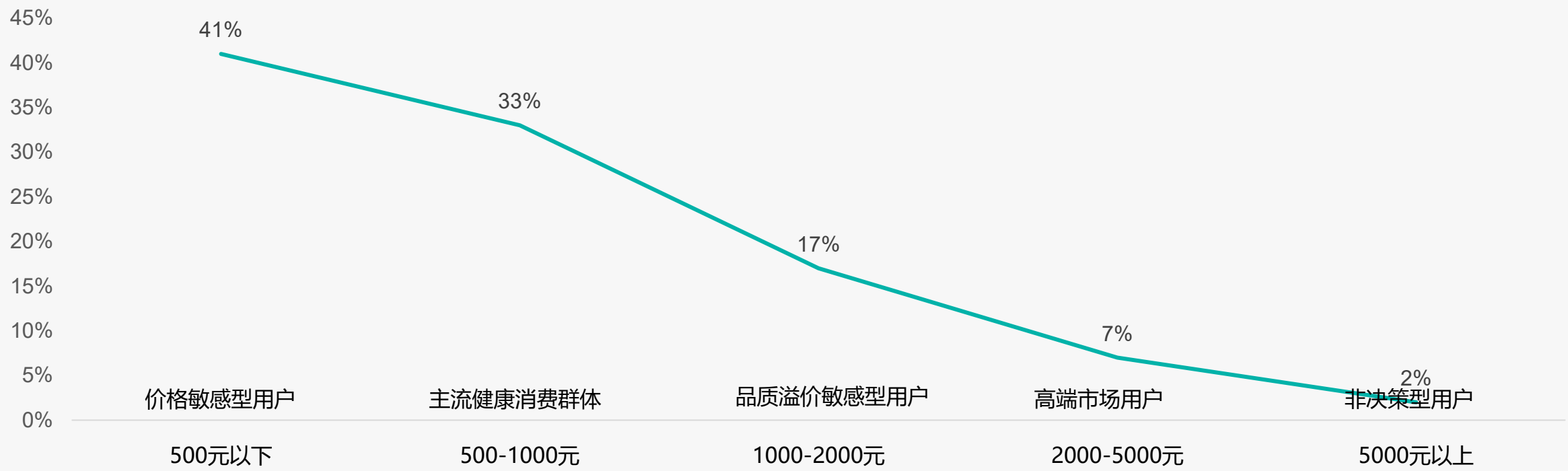
2025年中国监控系统不愿推荐原因分布



# 监控系统消费集中中低端市场

- ◆监控系统消费者价格接受度高度集中在中低端市场，500元以下产品接受度达41%，500-1000元区间为33%，两者合计占比74%。
- ◆高端市场接受度显著偏低，2000-5000元仅7%，5000元以上仅2%，显示消费者偏好经济型产品，企业应聚焦中低端优化。

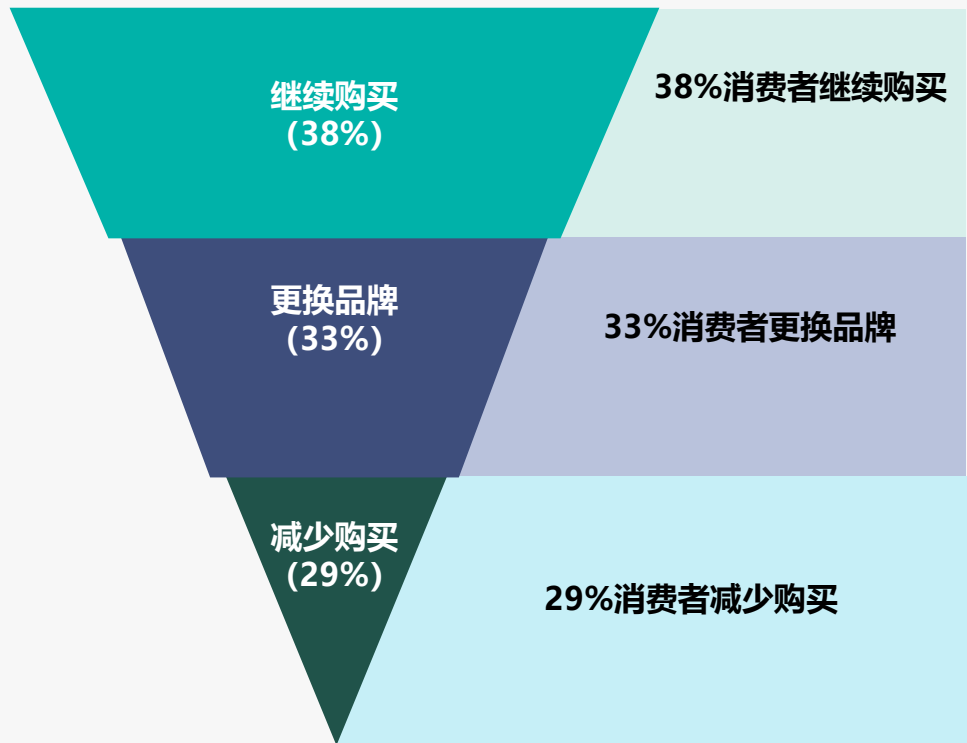
2025年中国监控系统主流产品价格接受度



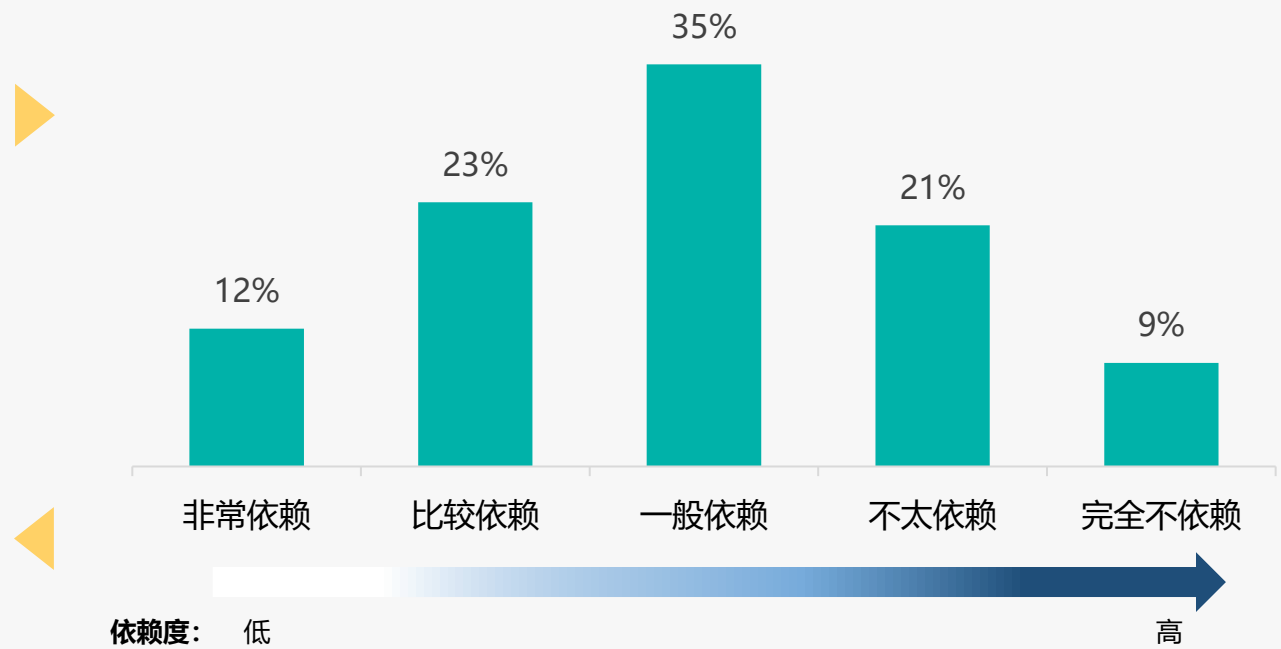
# 价格敏感品牌分化促销依赖中等

- ◆价格上涨应对行为中，继续购买占38%，更换品牌占33%，减少购买占29%，显示消费者对价格敏感，品牌忠诚度分化明显。
- ◆促销活动依赖程度显示，非常依赖和比较依赖合计35%，一般依赖占35%，说明促销对部分消费者吸引力强，但整体依赖度中等。

2025年中国监控系统价格上涨应对行为分布



2025年中国监控系统促销活动依赖程度分布

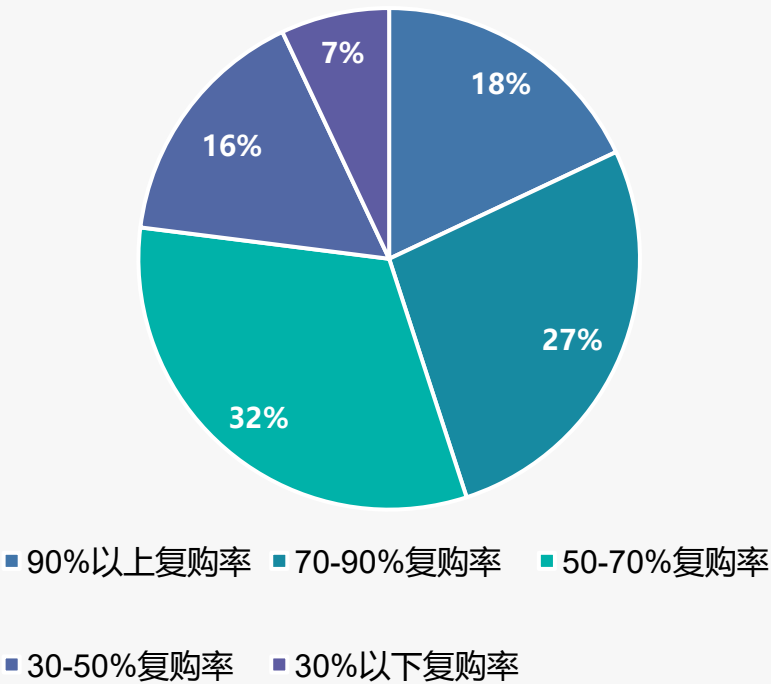


样本：监控系统行业市场调研样本量N=1449，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

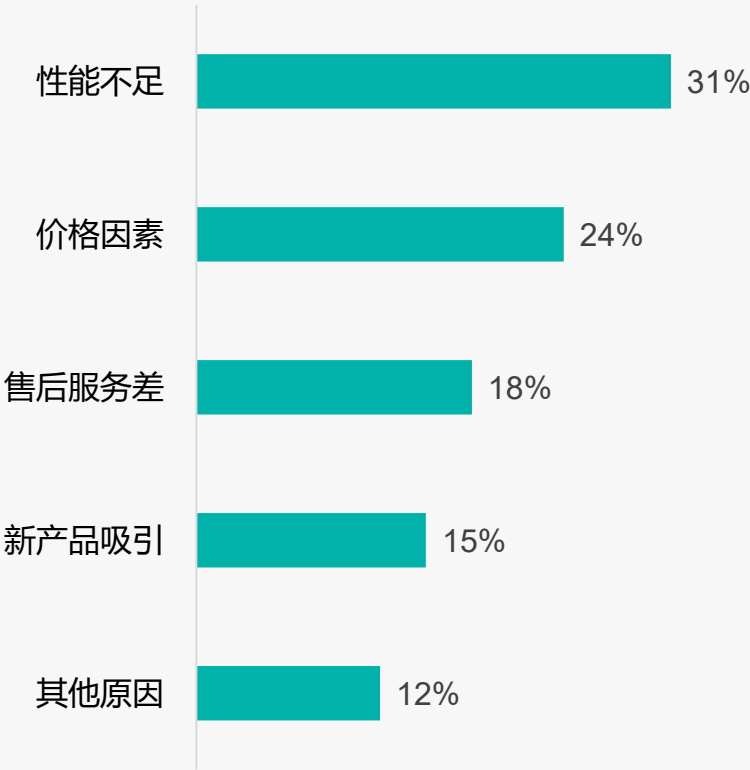
# 性能不足是更换品牌主因

- ◆监控系统行业品牌复购率分布显示，50-70%复购率占32%，70-90%复购率占27%，表明多数用户对品牌有中等至较高忠诚度。
- ◆更换品牌原因中，性能不足占31%，是主要驱动因素；价格因素占24%，售后服务差占18%，提示性能优化和价格策略为竞争焦点。

2025年中国监控系统品牌复购率分布



2025年中国监控系统更换品牌原因分布

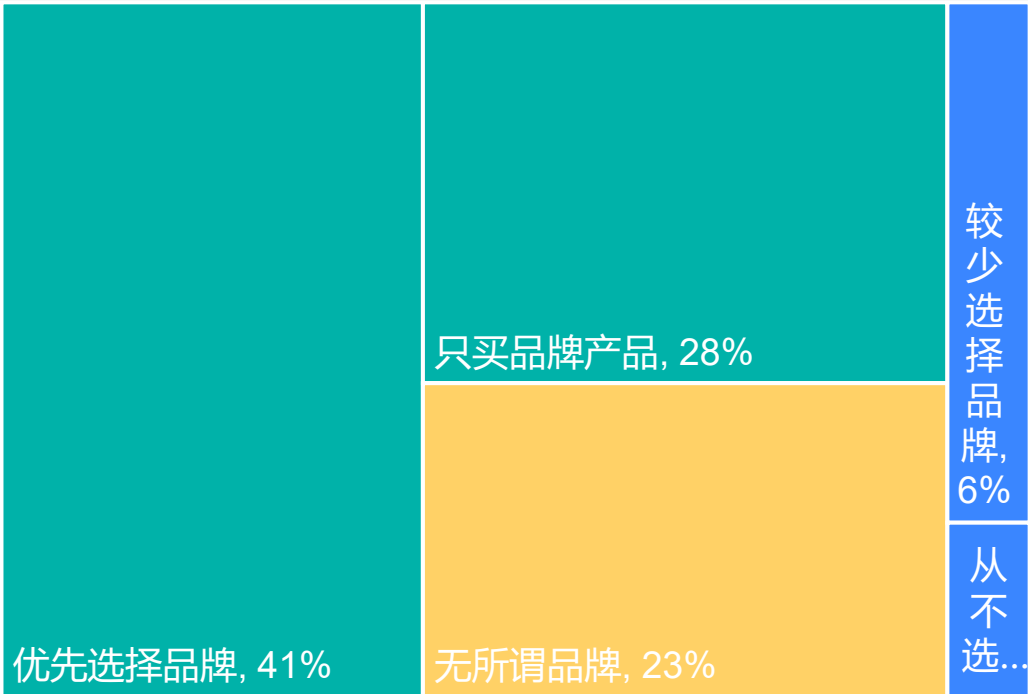


样本：监控系统行业市场调研样本量N=1449，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

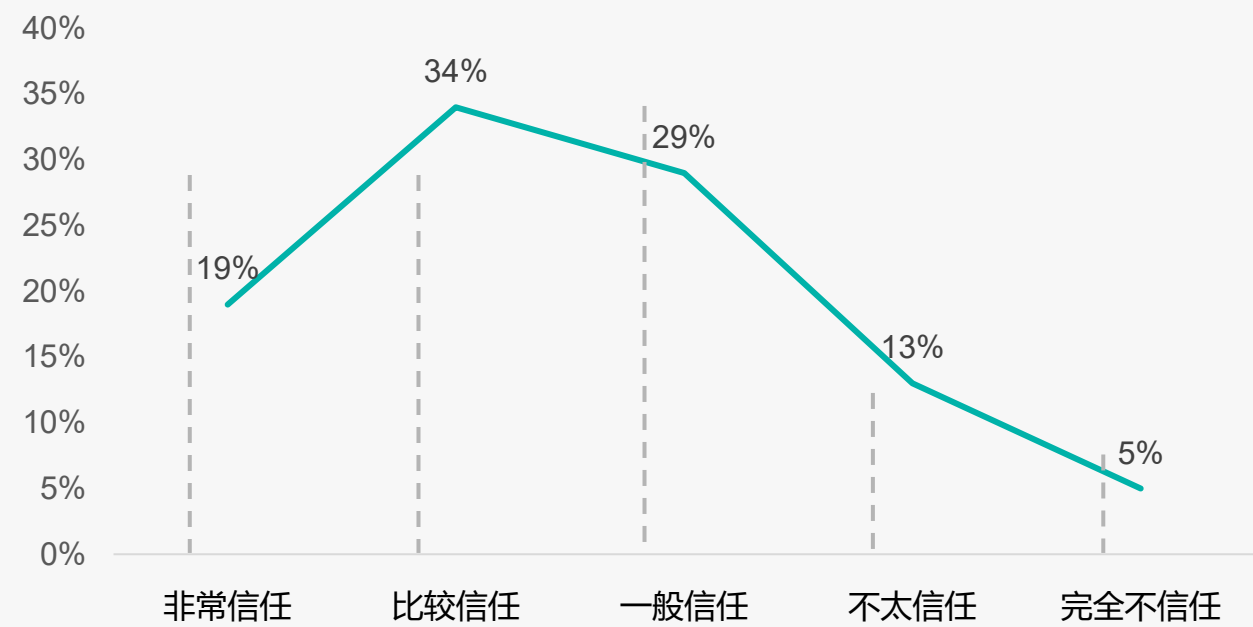
# 品牌主导市场 过半消费者信任

- ◆监控系统行业调查显示，41%消费者优先选择品牌，28%只买品牌产品，品牌购买意愿强烈，凸显品牌在市场中占据主导地位。
- ◆品牌态度中，34%比较信任，19%非常信任，合计53%持正面态度，但29%一般信任，建议企业加强品牌信任度提升竞争力。

2025年中国监控系统品牌产品购买意愿分布



2025年中国监控系统对品牌态度分布

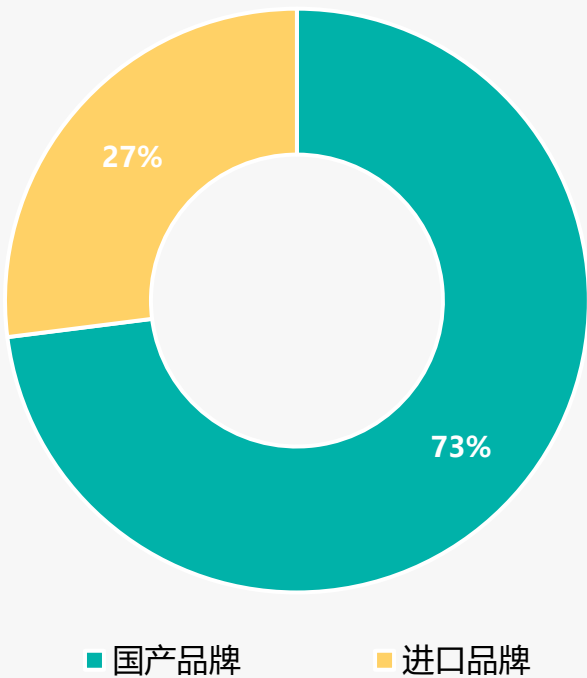


样本：监控系统行业市场调研样本量N=1449，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

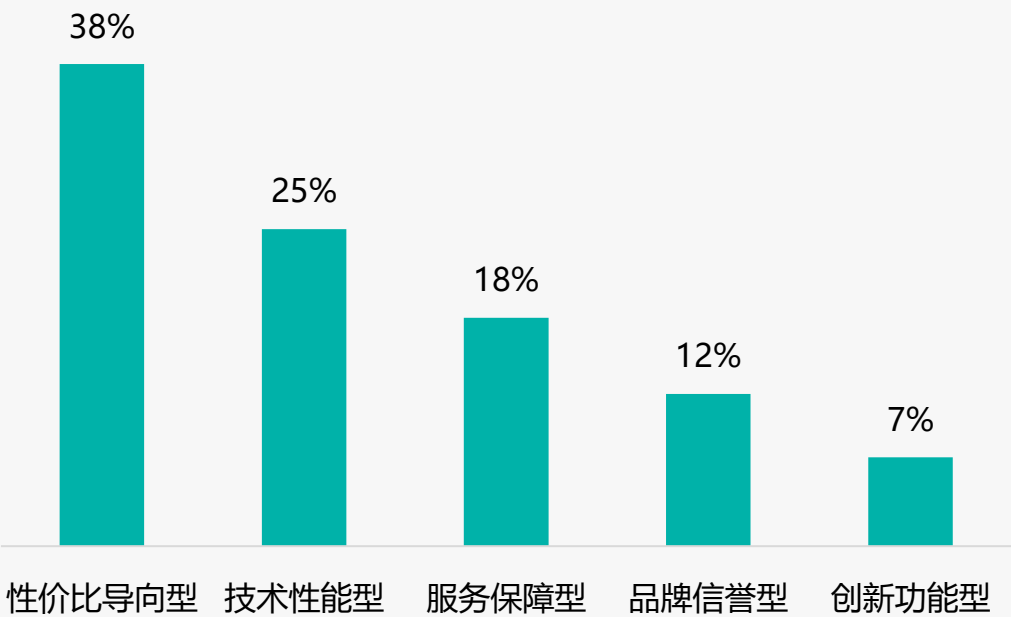
# 国产品牌性价比主导监控系统消费

- ◆国产品牌选择占比73%，远超进口品牌27%。性价比导向型占比38%，技术性能型25%，显示消费者更注重实用性和成本效益。
- ◆服务保障型和品牌信誉型分别占18%和12%，创新功能型仅7%。性价比和国产化是监控系统消费行为的主导因素。

2025年中国监控系统国产品牌与进口品牌选择分布



2025年中国监控系统品牌偏好类型分布

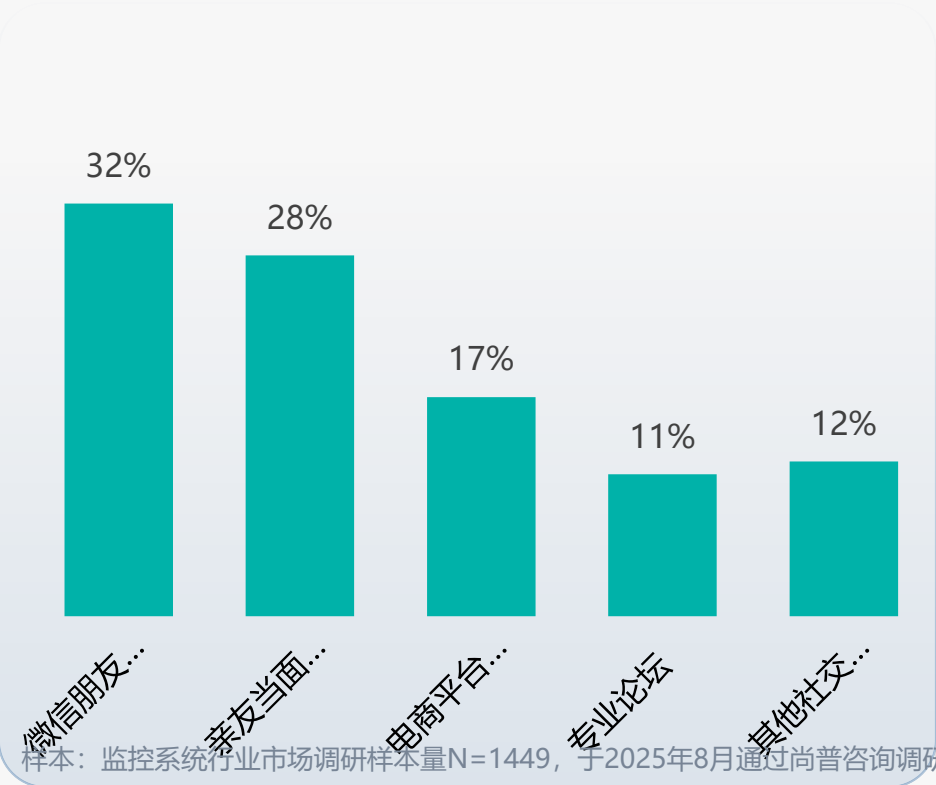


样本：监控系统行业市场调研样本量N=1449，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 口碑传播主导 真实体验优先

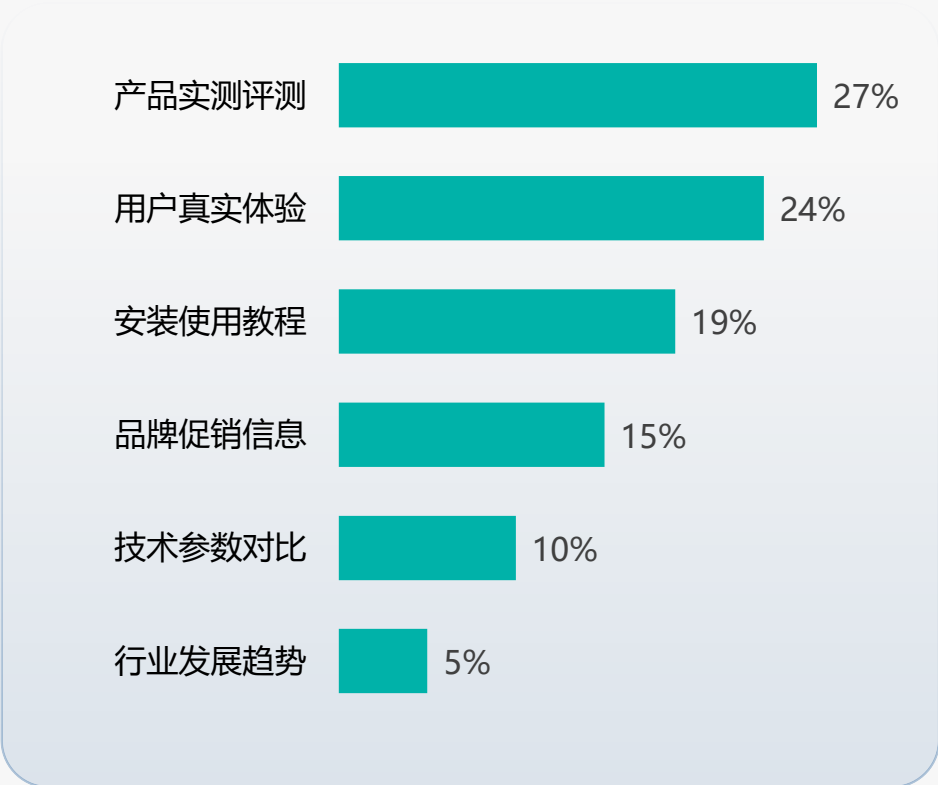
- ◆监控系统消费中，微信朋友圈（32%）和亲友推荐（28%）是主要经验分享渠道，合计占60%，显示口碑传播对购买决策影响显著。
- ◆消费者最关注产品实测评测（27%）和用户真实体验（24%），安装教程（19%）需求高，反映对实用性和可靠性的重视。

## 2025年中国监控系统使用经验分享渠道分布



2025年中国监控系统使用经验分享渠道分布

## 2025年中国监控系统关注内容类型分布

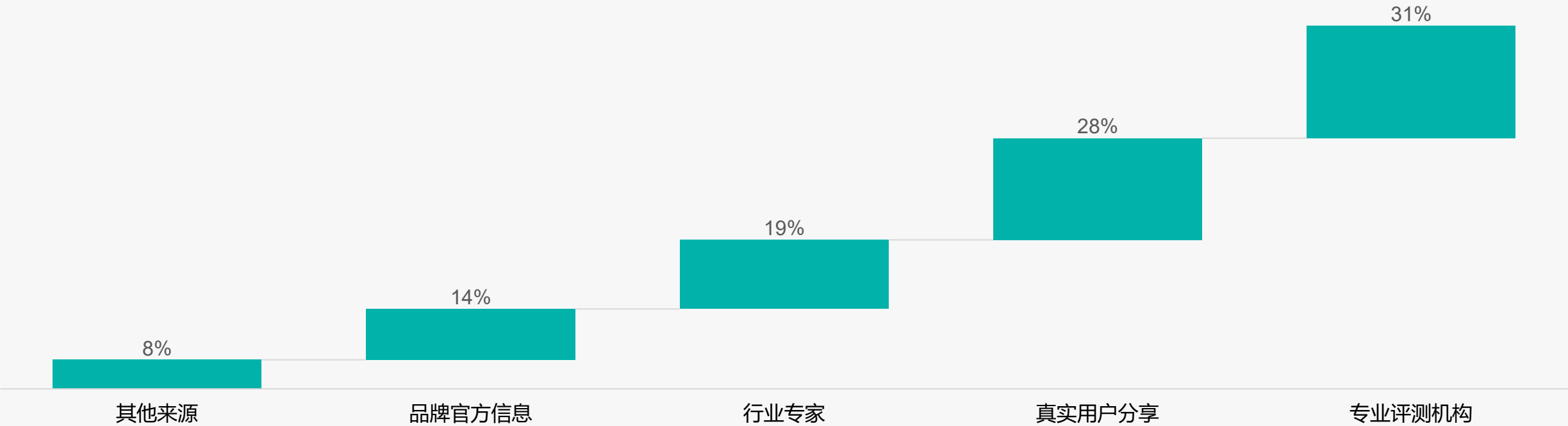


2025年中国监控系统关注内容类型分布

# 专业评测真实分享主导信息来源

- ◆专业评测机构以31%占比成为最受信任信息来源，真实用户分享以28%紧随其后，显示消费者高度依赖独立客观信息进行决策。
- ◆行业专家19%和品牌官方信息14%的信任度差异明显，表明专业意见更受重视，而品牌营销信息可信度相对较低。

2025年中国监控系统信任的信息来源分布



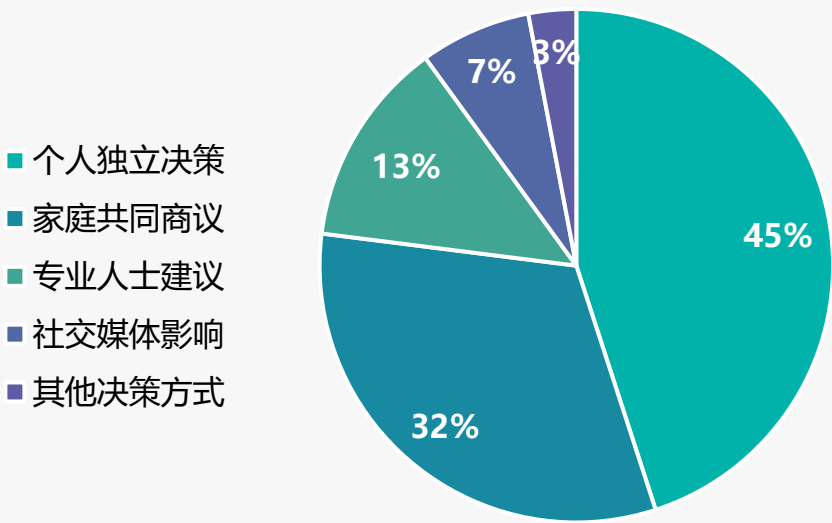
样本：监控系统行业市场调研样本量N=1449，于2025年8月通过尚普咨询调研获得



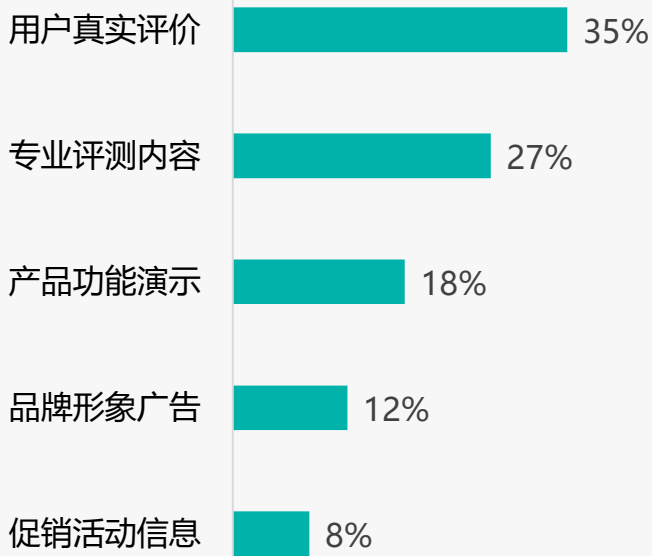
# 真实评价主导监控消费决策

- ◆监控系统消费者广告偏好中，用户真实评价占比最高达35%，专业评测内容占27%，显示真实性和专业性是影响消费决策的关键因素。
- ◆产品功能演示占18%，品牌形象广告和促销活动信息分别占12%和8%，表明消费者更关注产品实质性能而非品牌宣传或短期优惠。

2025年中国监控系统购买决策模式分布



2025年中国监控系统广告接受偏好分布

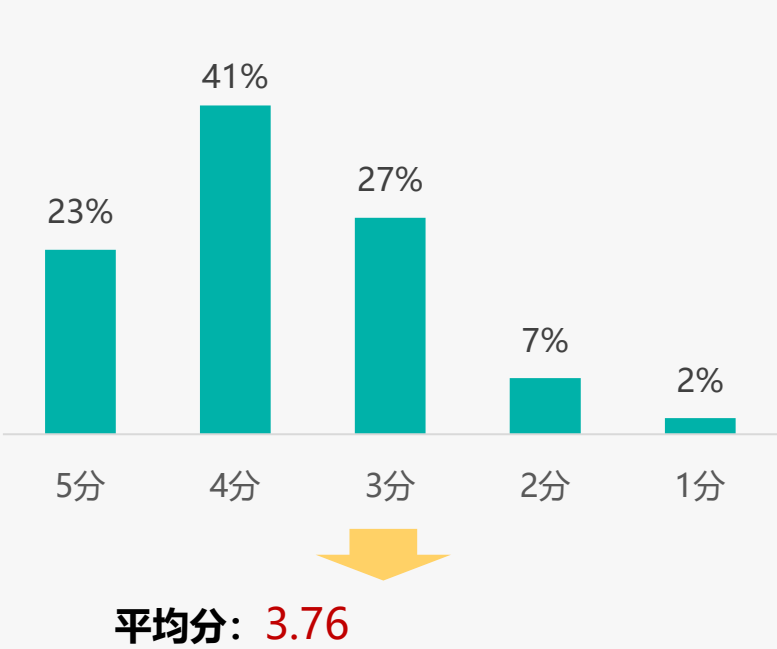


样本：监控系统行业市场调研样本量N=1449，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

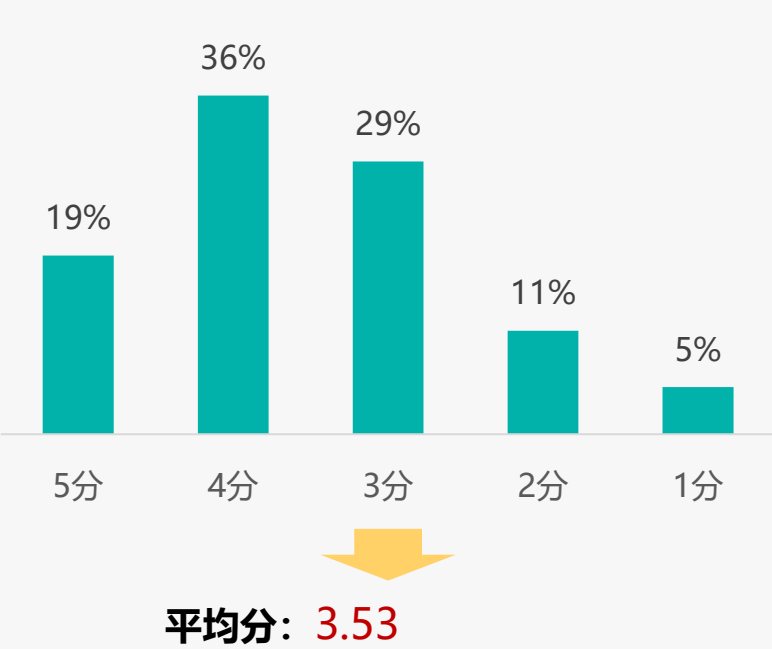
# 购买流程最优 售后服务需优化

- ◆线上购买流程满意度较高，5分和4分合计达64%，售后服务5分和4分合计为55%，客服服务为59%。购买流程表现最佳。
- ◆售后服务1分和2分合计16%，客服服务为13%，显示售后服务需优先优化以提升整体满意度。

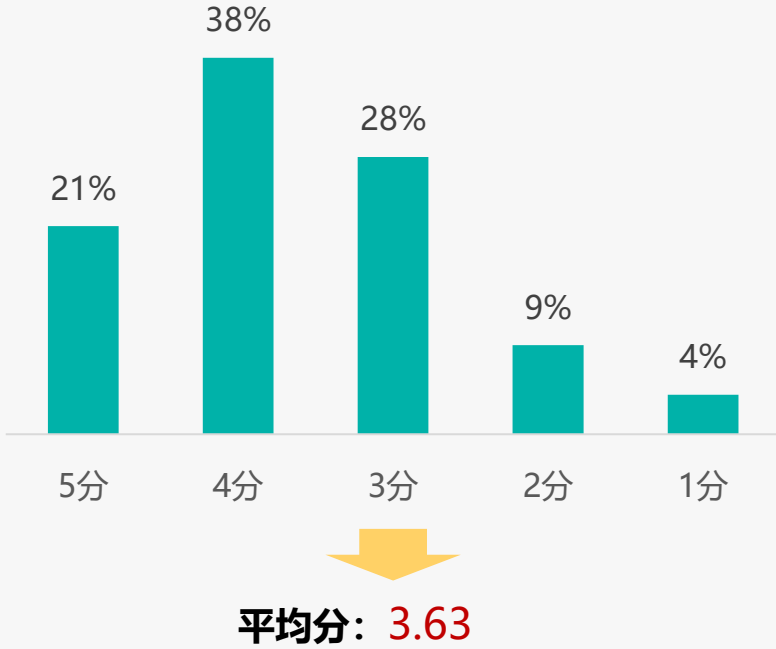
2025年中国监控系统线上购买流程满意度分布



2025年中国监控系统售后服务满意度分布



2025年中国监控系统客服服务满意度分布

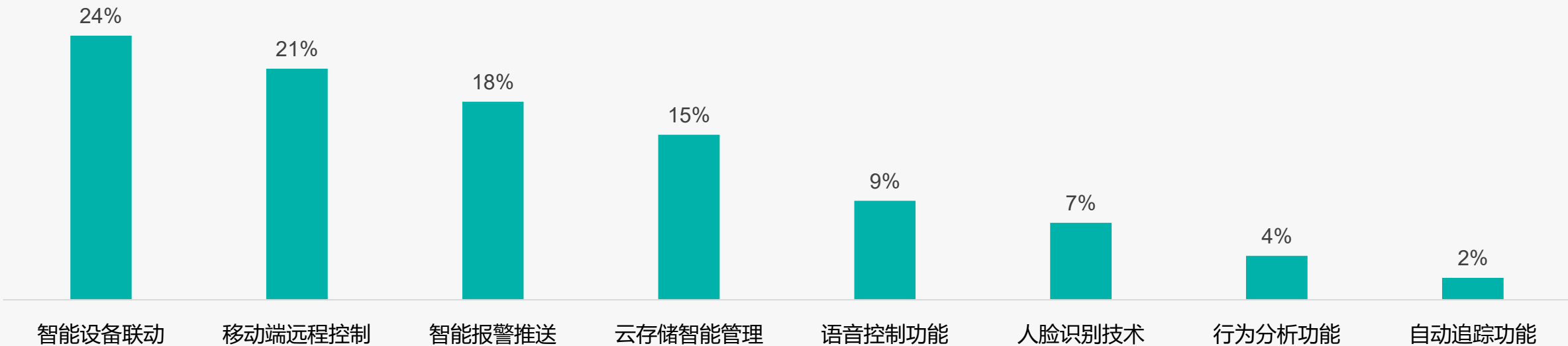


样本：监控系统行业市场调研样本量N=1449，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 智能联动远程控制主导监控需求

- ◆智能设备联动(24%)、移动端远程控制(21%)和智能报警推送(18%)是用户最关注的三大智能服务，合计占比超过60%，构成核心需求。
- ◆云存储智能管理(15%)和语音控制(9%)需求稳定，而人脸识别(7%)、行为分析(4%)等高级功能占比偏低，市场渗透率有待提升。

2025年中国监控系统智能服务体验分布



样本：监控系统行业市场调研样本量N=1449，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