

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年1月~8月路由器市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to August 2025 Router 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。

CONTENTS

目 录

- 1 核心发现
- 2 品类洞察
- 3 消费洞察

核心发现1：路由器消费以中青年男性为主

 男性消费者占比68%，年龄26-35岁占39%，是核心群体。

 中等收入人群（5-12万元）占比60%，是主要购买力。

 消费决策多由家庭或个人主导，企业IT采购影响小。

启示

✓ 聚焦中青年男性市场

品牌应针对26-35岁男性用户设计营销策略，强调产品性能与家庭网络升级需求，提升市场渗透率。

✓ 优化中端产品线

开发价格在300-800元区间的产品，满足中等收入群体对性价比的追求，增强市场竞争力。

核心发现2：消费频率适中，Wi-Fi 6技术普及领先

 41%消费者每2-3年更换路由器，市场以替换需求为主。

 Wi-Fi 6产品占比38%，反映新技术普及趋势。

 Wi-Fi 7占比14%，显示高端市场增长潜力。

启示

✓ 强化技术迭代营销

品牌需突出Wi-Fi 6等新技术优势，教育消费者升级必要性，驱动更换周期缩短。

✓ 布局高端细分市场

针对Wi-Fi 7等高端产品，开发差异化功能，吸引追求性能的用户，提升品牌溢价。

核心发现3：消费者偏好中低价位，注重性能与性价比

尚普咨询集团
SHANGPU GROUP

- 单次支出200-500元占比43%，偏好中低端产品。
- 性能优先型消费者占34%，性价平衡型占28%。
- 网络传输速度（27%）和信号覆盖（21%）是关键购买因素。

启示

✓ 优化中低价位产品性能

在200-500元区间强化产品性能，如提升速度和覆盖，满足消费者对性价比的高需求。

✓ 加强性能与价格沟通

通过营销突出产品性能参数与价格优势，利用专业测评和用户分享增强购买信心。

核心逻辑：性能价格驱动路由器消费升级



1、产品端

- ✓ 强化Wi-Fi 6产品性能与覆盖
- ✓ 优化中低端产品性价比



2、营销端

- ✓ 利用电商平台和口碑传播
- ✓ 加强专业评测和用户分享



3、服务端

- ✓ 提升售后服务和退货体验
- ✓ 提供智能推荐和即时客服

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** 路由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路由器品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对路由器的购买行为；
- 路由器市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

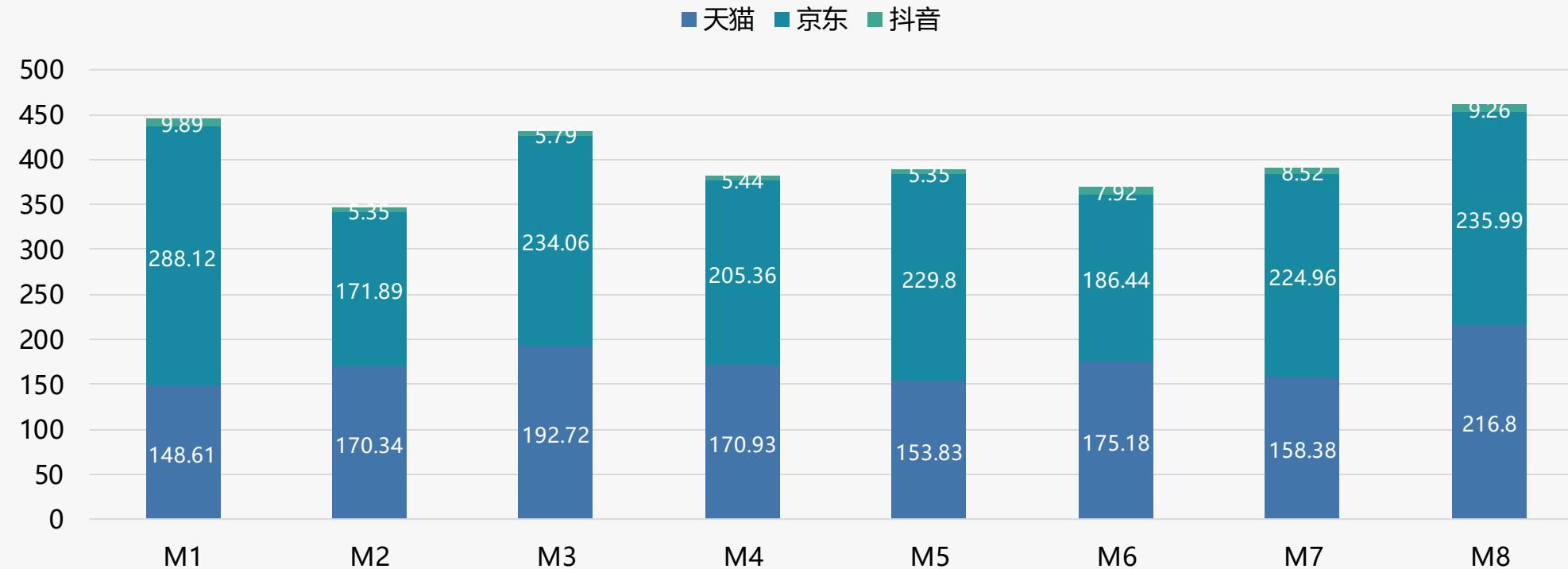
Research Method

- **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，计算路由器品类销售额、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、不同平台路由器品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

京东领跑 抖音增长 八月销售峰值

- ◆ 从渠道结构看，京东以1.78亿元总销售额领跑，天猫1.39亿元次之，抖音0.06亿元份额较小。京东在M1、M3、M7等月份表现强势，显示其在高客单价路由器市场的渠道优势；抖音虽基数低但M6-M8增速达17%，反映新兴渠道的成长潜力。
- ◆ 月度趋势分析显示，销售额在M2、M4出现环比下滑，可能与春节后消费淡季及618前观望有关；M8达峰值0.54亿元，环比增长36%，受益于开学季及新品发布。整体波动反映季节性需求对周转率的影响。

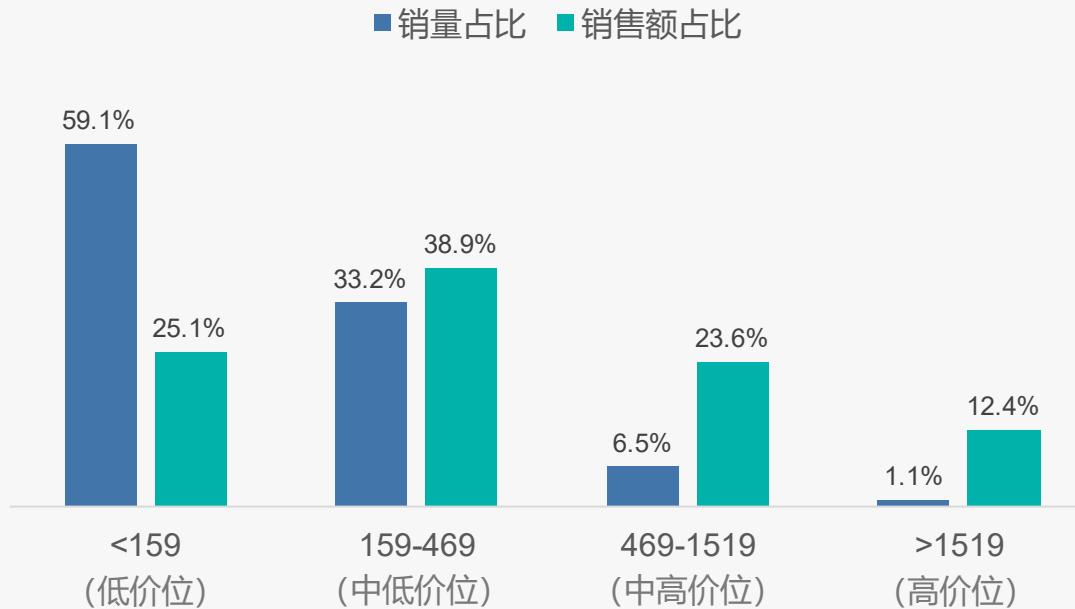
2025年1月~8月路由器品类线上销售规模（百万元）



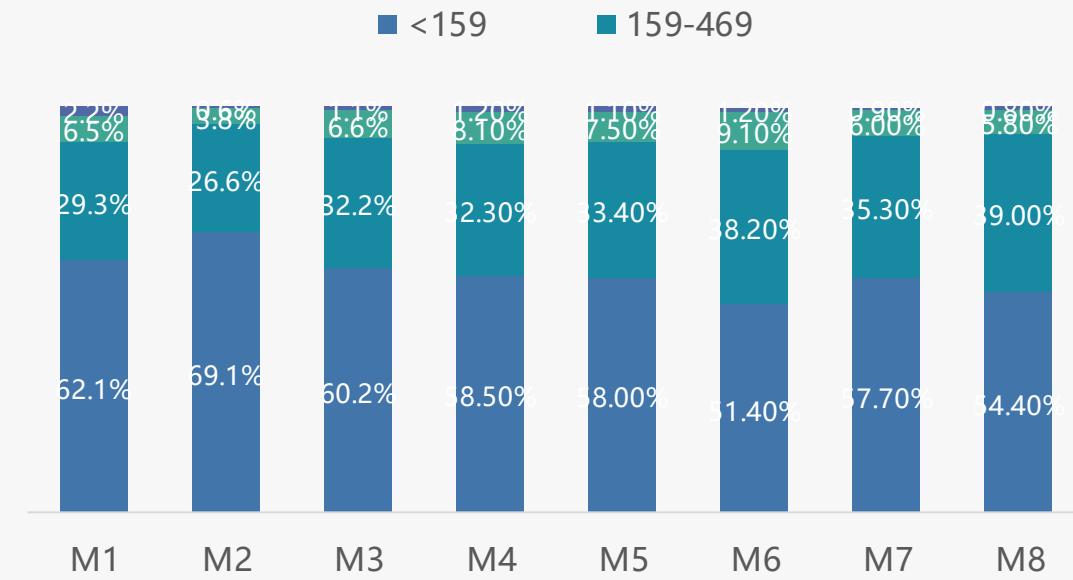
路由器市场消费升级中端主导

- ◆ 从价格区间销售趋势看，159元以下产品销量占比59.1%但销售额仅占25.1%，显示该区间产品单价低、周转快但利润率有限；159-469元区间销量占比33.2%贡献38.9%销售额，是核心利润来源。月度销量分布显示，159元以下产品占比从M1的62.1%波动下降至M8的54.4%，而159-469元产品从29.3%上升至39.0%，表明消费升级趋势明显。
- ◆ 业务层面，低端市场以量取胜但ROI较低，中端市场是增长引擎需加强产品差异化，高端市场虽销售额占比高但销量稳定性差，建议优化库存周转率并关注同比变化以应对季节性波动。

2025年1月~8月路由器线上不同价格区间销售趋势



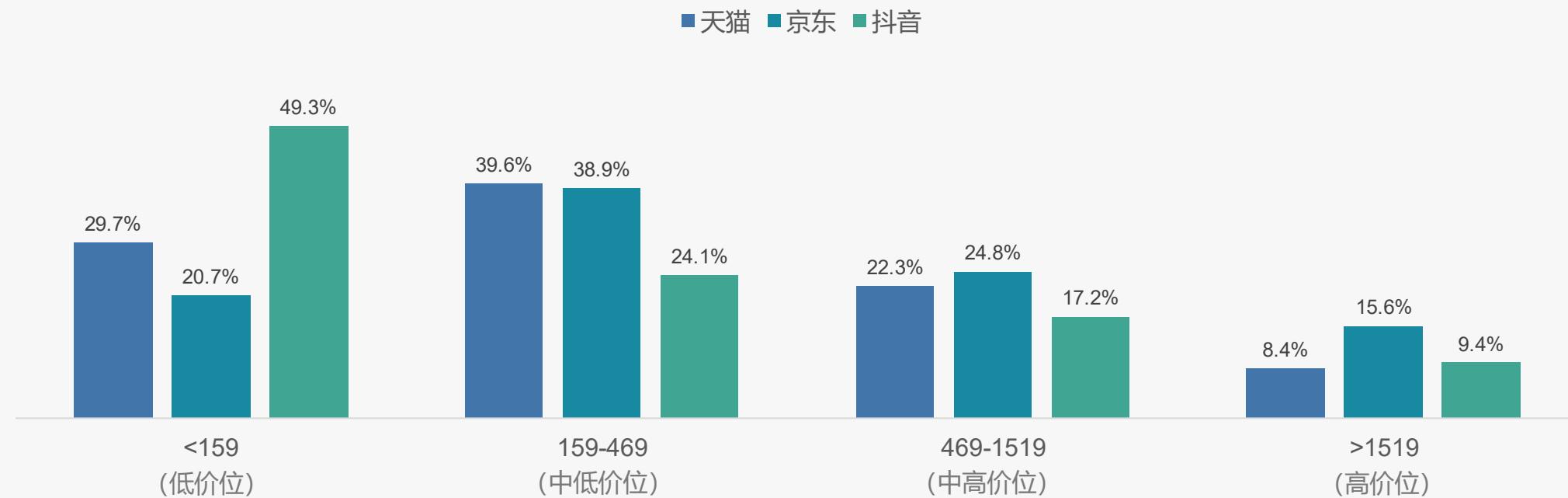
路由器线上价格区间-销量分布



平台价格定位差异显著 抖音低价京东高端

- ◆ 从价格区间分布看，天猫和京东在159-469元中端市场占比最高（39.6%、38.9%），体现主流消费需求；抖音在<159元低价格占比49.3%，显示其价格敏感用户集中。京东在>1519元高端市场占比15.6%，显著高于其他平台，反映其高净值用户优势。
- ◆ 平台定位差异明显：抖音以低价引流为主（<159元占比近半），天猫中端均衡，京东高端渗透力强（>1519元占比为抖音1.66倍）。这要求品牌商需差异化铺货：抖音主打性价比，京东布局高端提升ARPU值。市场结构风险分析：抖音过度依赖低价产品（<469元合计73.4%），抗风险能力弱；京东高端占比虽高但需关注库存周转；天猫分布相对健康。建议抖音拓展中高端以优化产品组合，防范价格战侵蚀利润率。

2025年1月~8月各平台路由器不同价格区间销售趋势

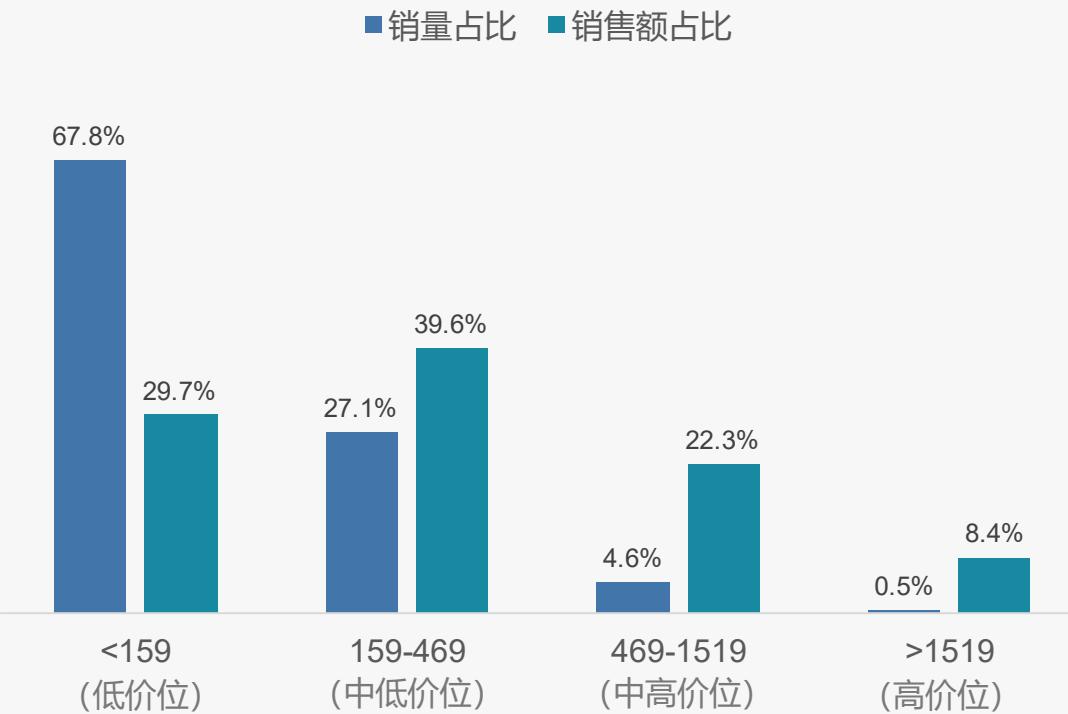


路由器市场 低价主导 中端高效 高端溢价

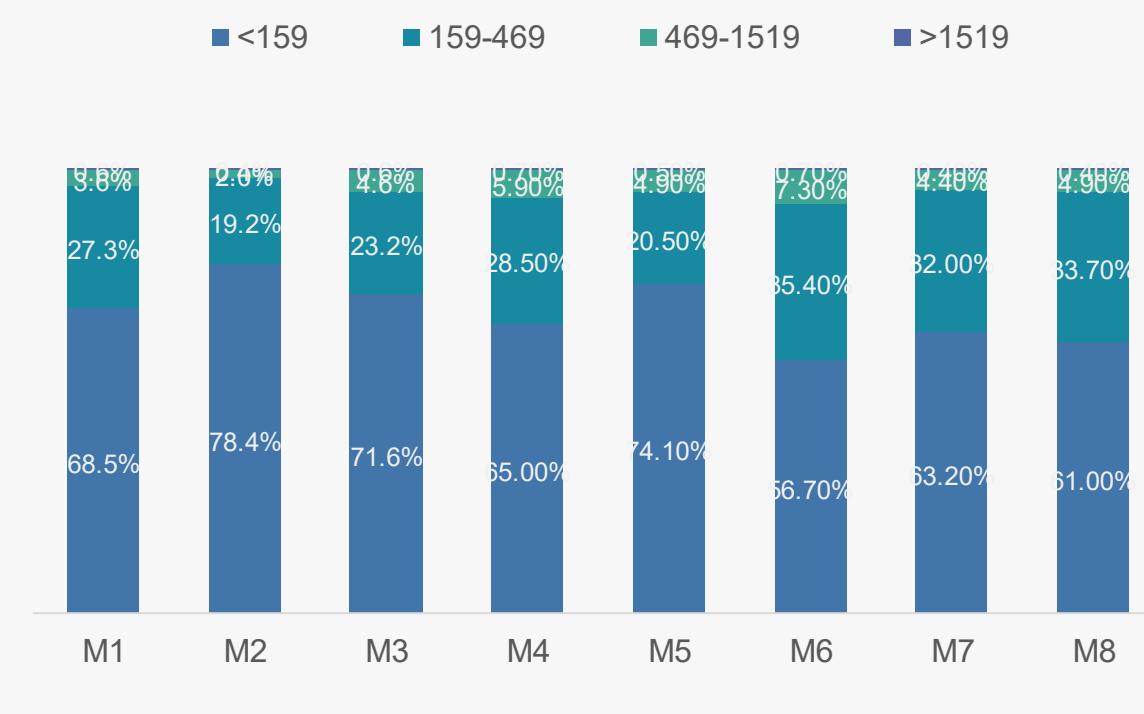
尚普咨询集团
SHANGPU GROUP

- ◆ 从价格区间结构分析，天猫路由器市场呈现典型的金字塔结构。低价位段 (<159元) 贡献了67.8%的销量但仅占29.7%的销售额，说明该区间产品周转率高但毛利率偏低。中价位段 (159-469元) 以27.1%的销量贡献39.6%的销售额，显示出更好的价值贡献。高价产品 (>1519元) 虽销量占比仅0.5%，但销售额占比达8.4%，表明高端市场存在溢价空间。
- ◆ 从月度销量分布趋势看，市场存在明显波动。M2月低价产品销量占比达峰值78.4%，随后在M6月降至56.7%，显示促销活动对低价产品拉动显著。中高端产品在M4-M6期间占比提升，159-469元区间在M6达到35.4%的高点，表明消费者在特定时期对品质需求上升。整体呈现价格敏感型市场特征，需关注季节性

2025年1月~8月天猫平台路由器不同价格区间销售趋势



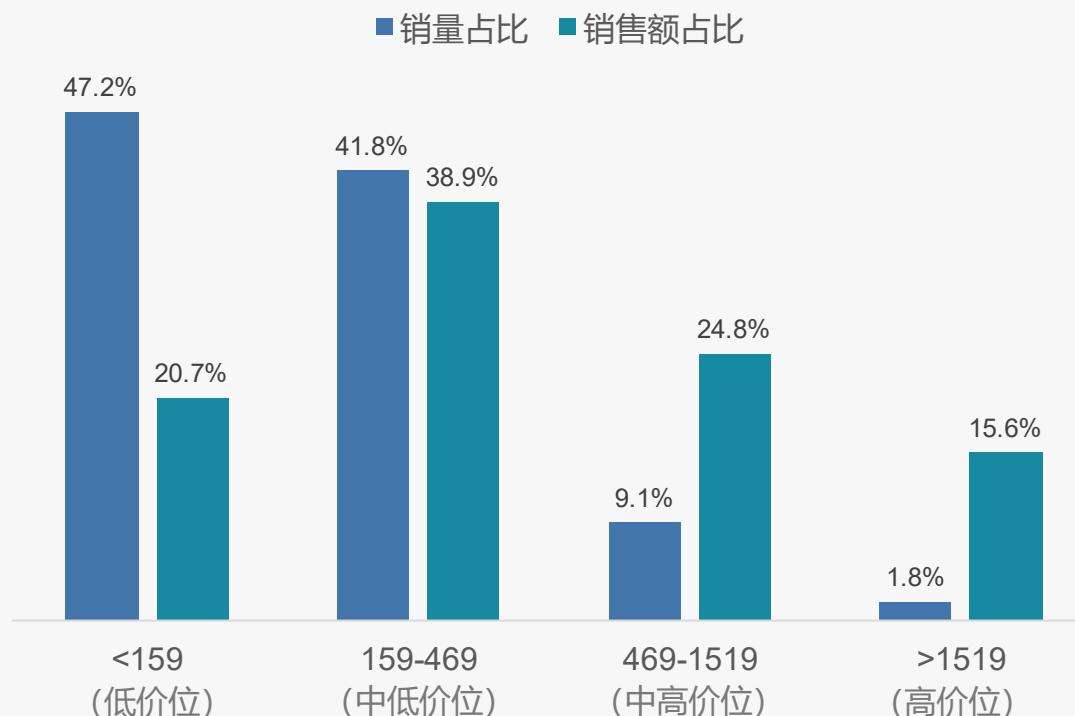
天猫平台路由器价格区间-销量分布



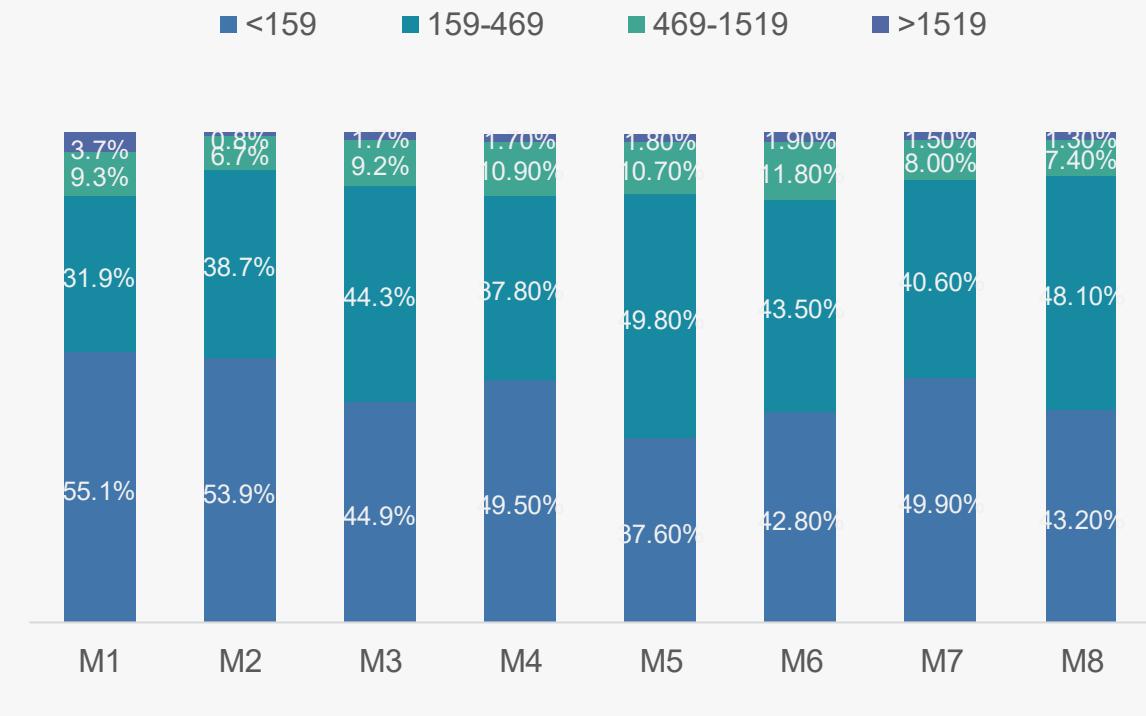
低端主导 中端盈利 高端待开发

- ◆ 从价格区间销售结构看，京东路由器市场呈现明显的低端主导特征。159元以下产品销量占比47.2%，但销售额占比仅20.7%，表明该区间产品单价偏低、利润空间有限。而469-1519元中高端产品虽销量占比仅9.1%，却贡献24.8%销售额，显示出更高的单客价值和盈利潜力。
- ◆ 月度销量分布显示市场存在明显波动。1月低端产品占比达55.1%，5月降至37.6%，同期中端产品从31.9%升至49.8%，反映季节性促销对价格敏感度的影响。高端产品(>1519元)占比持续低于2%，表明消费升级趋势在该品类中尚未显现。

2025年1月~8月京东平台路由器不同价格区间销售趋势



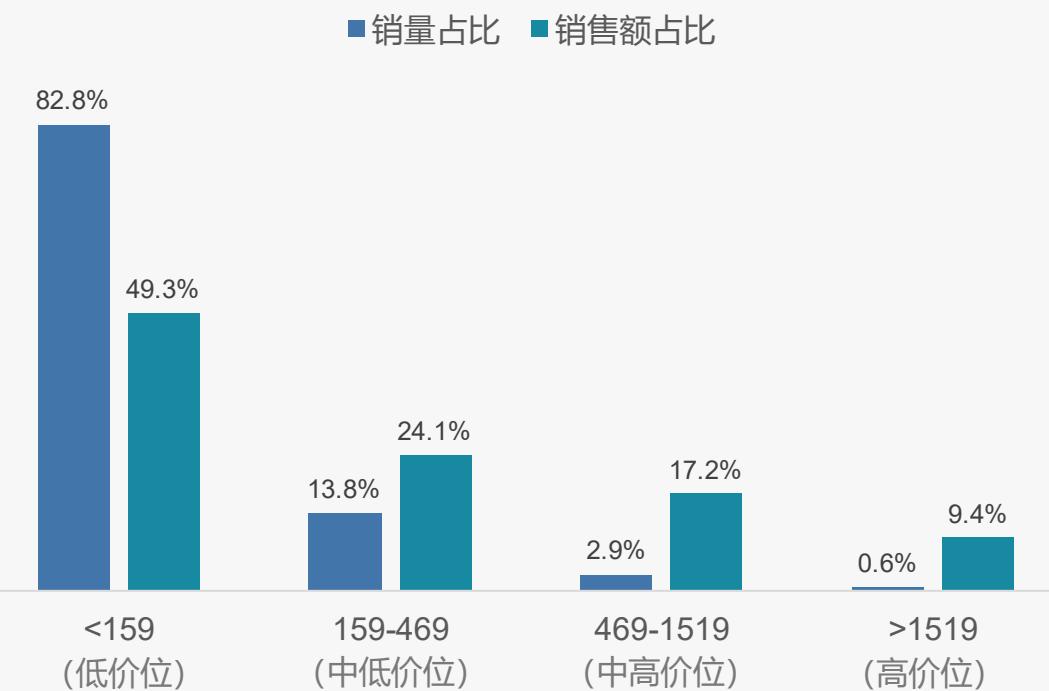
京东平台路由器价格区间-销量分布



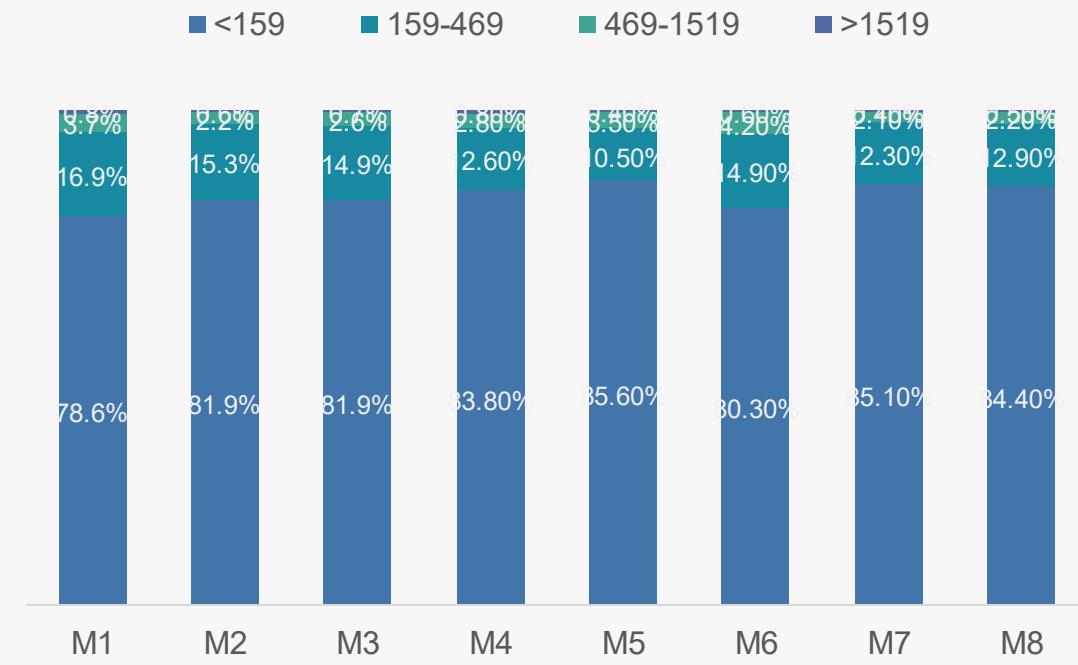
低价主导 中端受压 高端价值凸显

- ◆ 从价格区间销售结构看，抖音平台路由器市场呈现明显的低价主导特征。低于159元价格带销量占比高达82.8%，但销售额占比仅49.3%，表明该平台以高周转率、低客单价产品为主流。整体呈现销量集中、销售额分散的结构特点。
- ◆ 月度销量分布趋势显示，低价产品市场份额持续扩大。低于159元价格带占比从78.6%上升至84.4%，增长5.8个百分点。同期159至469元价格带从16.9%下降至12.9%，中端市场受到挤压。高价值产品表现分析显示，高于1519元高端路由器销量占比仅0.6%，但贡献9.4%销售额，单产品价值贡献显著。高端市场虽规模有限，但利润贡献能力突出，是差异化竞争的关键领域。

2025年1月~8月抖音平台路由器不同价格区间销售趋势



抖音平台路由器价格区间-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**路由器消费行为、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年内购买过路由器的消费者；
- 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

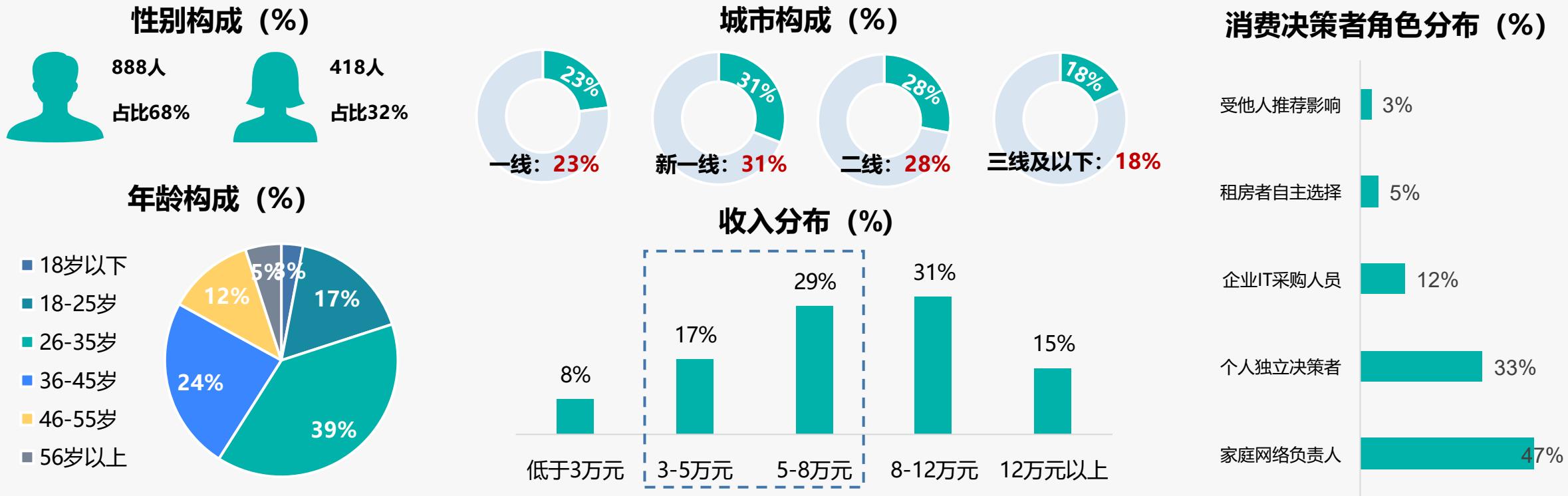
样本数量

N=1306

路由器消费 中青年主导 中等收入为主

- ◆ 调查显示路由器消费群体以男性为主（68%），核心年龄为26-35岁（39%），中等收入者（5-12万元）占比达60%，消费决策多由家庭或个人主导。
- ◆ 城市分布中新一线城市占比最高（31%），企业IT采购影响较小（12%），整体消费集中于中青年中等收入群体，反映市场以个人和家庭需求为主。

2025年中国路由器消费者画像

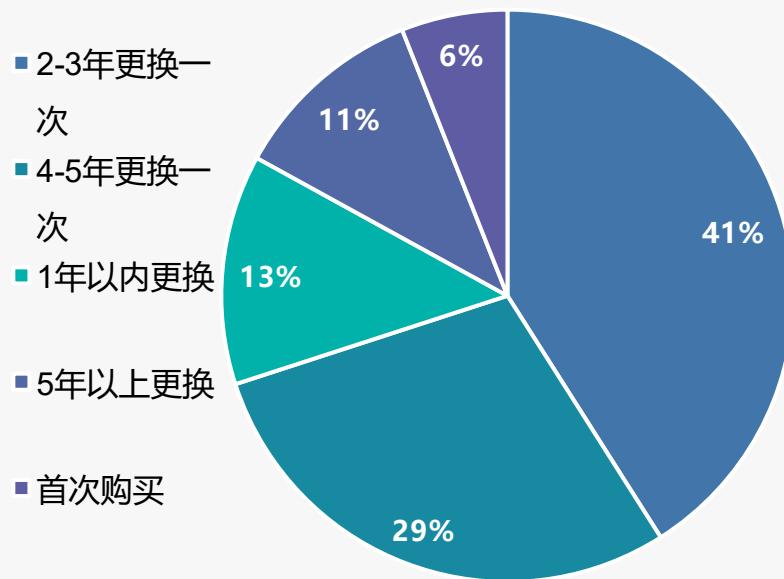


样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

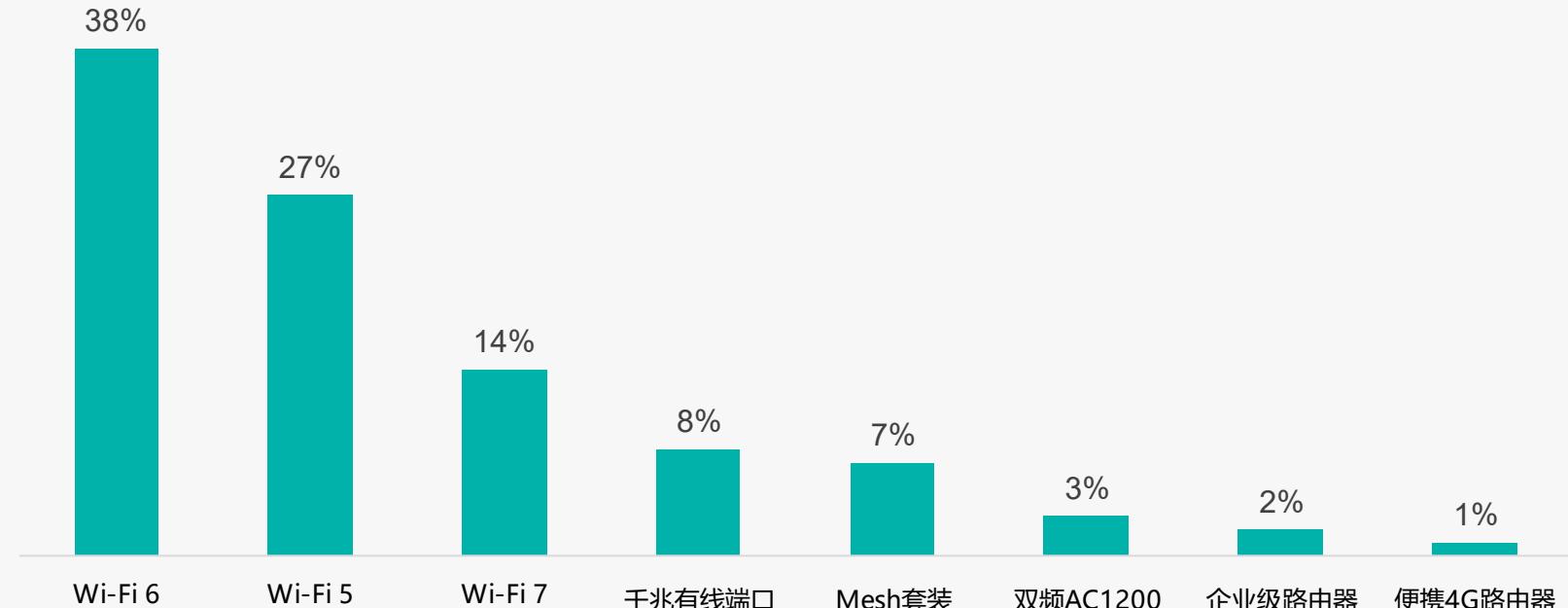
路由器更新周期适中 Wi-Fi6普及领先

- ◆ 路由器消费频率以2-3年更换为主（41%），4-5年次之（29%），首次购买仅6%，显示市场以替换需求驱动。
- ◆ 产品规格中Wi-Fi 6占比最高（38%），Wi-Fi 5为27%，Wi-Fi 7占14%，反映新技术普及和高端市场潜力。

2025年中国路由器消费频率分布



2025年中国路由器产品规格分布

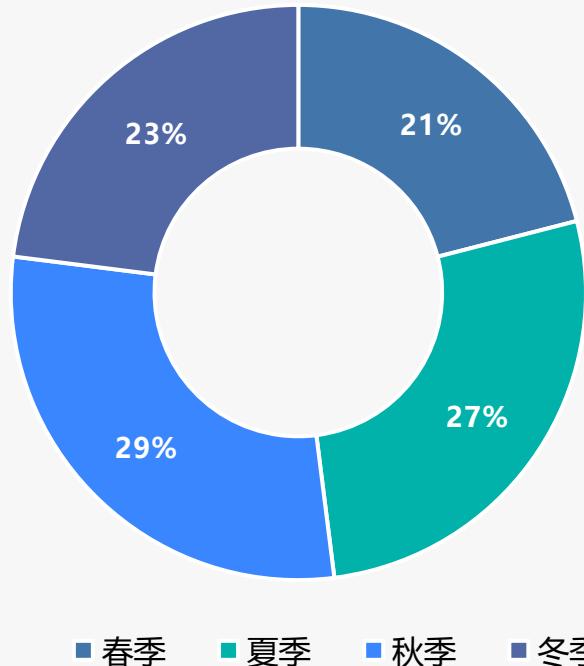


样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

秋季消费高峰 彩盒包装主导

- ◆单次消费支出中，200-500元占比43%，500-1000元占比31%，显示消费者偏好中低价位路由器，支出分布较为集中。
- ◆季节分布中，秋季消费占比29%为全年最高；包装类型中，彩盒包装占比52%主导市场，环保简装占比24%。

2025年中国路由器消费季节分布



2025年中国路由器单次支出分布



2025年中国路由器包装类型分布



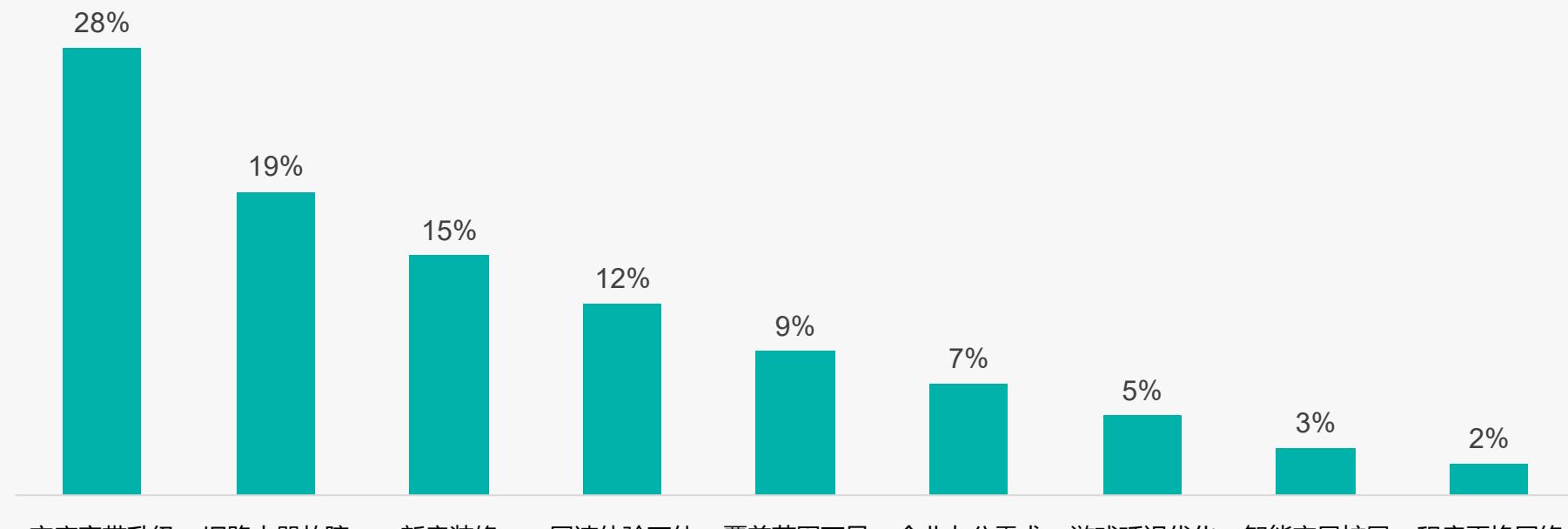
样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

家庭升级主导 晚间消费高峰

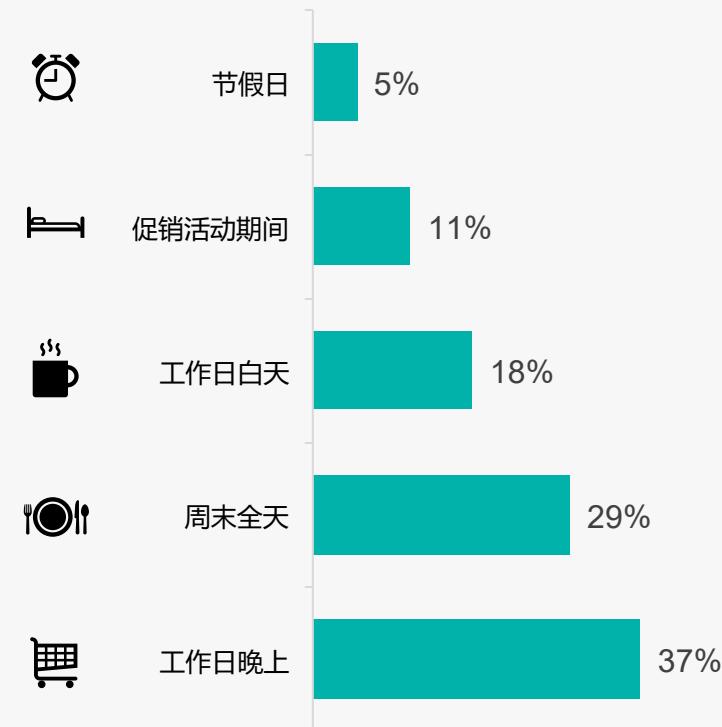
尚普咨询集团
SHANGPU GROUP

- ◆家庭宽带升级（28%）和旧路由器故障（19%）是路由器消费主要场景，工作日晚上（37%）和周末全天（29%）为高频购买时段。
- ◆游戏延迟优化（5%）和智能家居扩展（3%）需求增长，促销活动（11%）影响有限，用户更关注性能提升。

2025年中国路由器消费场景分布



2025年中国路由器消费时段分布

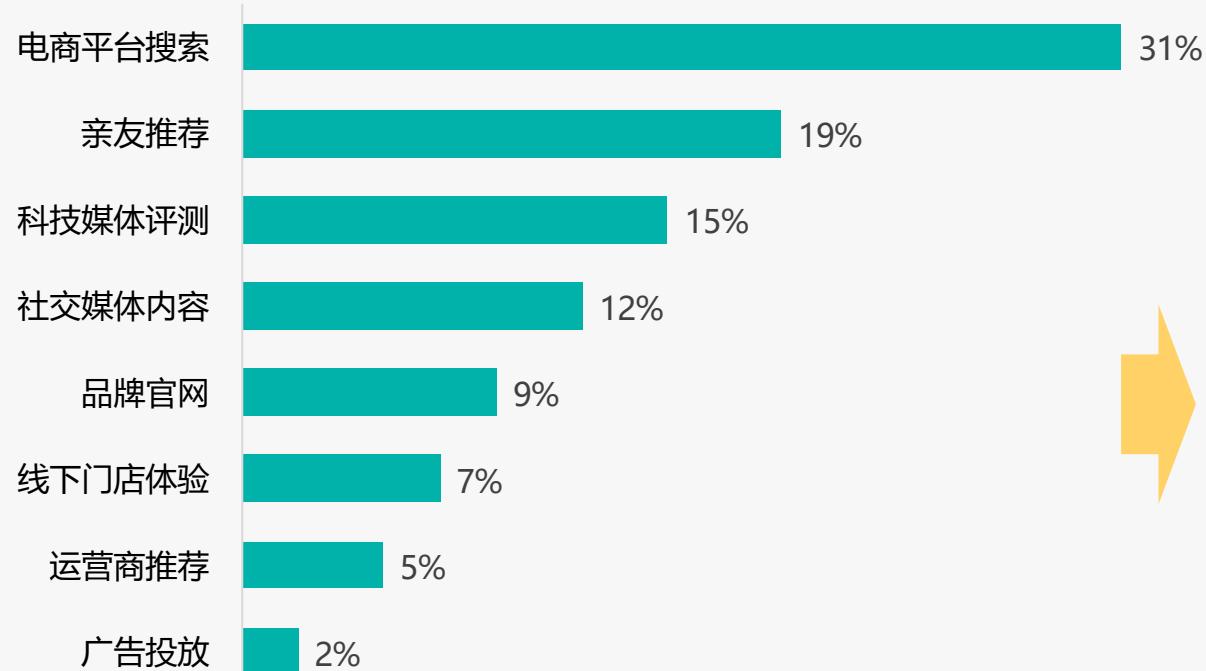


样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

电商主导路由器选购 口碑传播影响显著

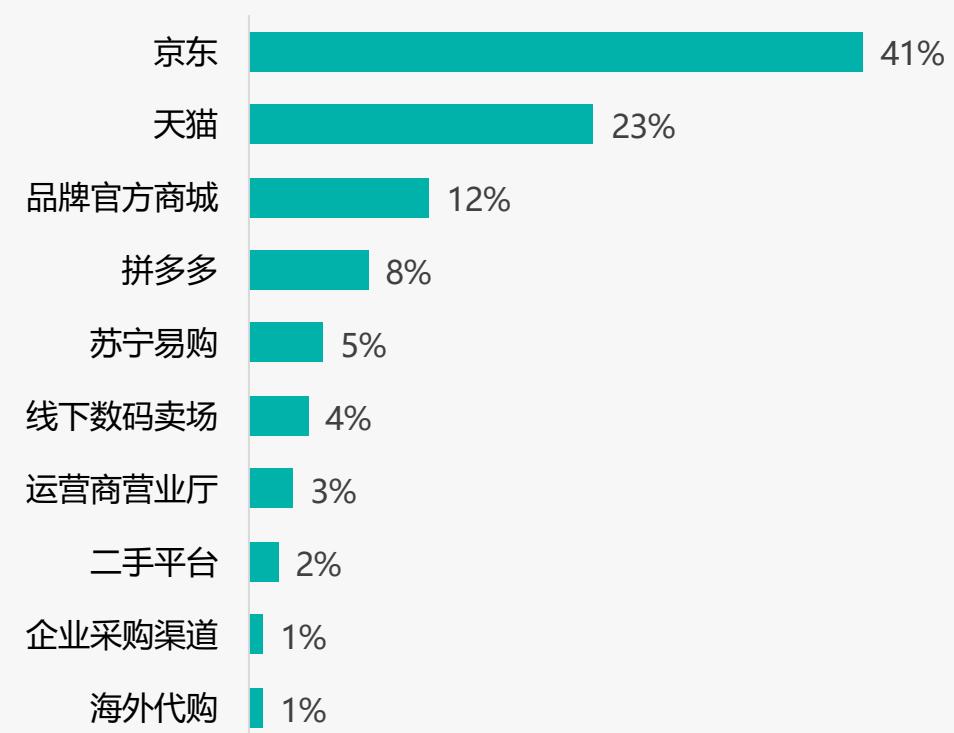
- ◆ 消费者了解路由器主要通过电商平台搜索（31%）和亲友推荐（19%），科技媒体评测（15%）和社交媒体内容（12%）也较重要，反映线上和口碑传播的关键作用。
- ◆ 购买渠道中京东（41%）和天猫（23%）主导，合计64%，品牌官方商城（12%）和拼多多（8%）也突出，显示电商平台和品牌直销在销售中的核心地位。

2025年中国路由器了解渠道分布



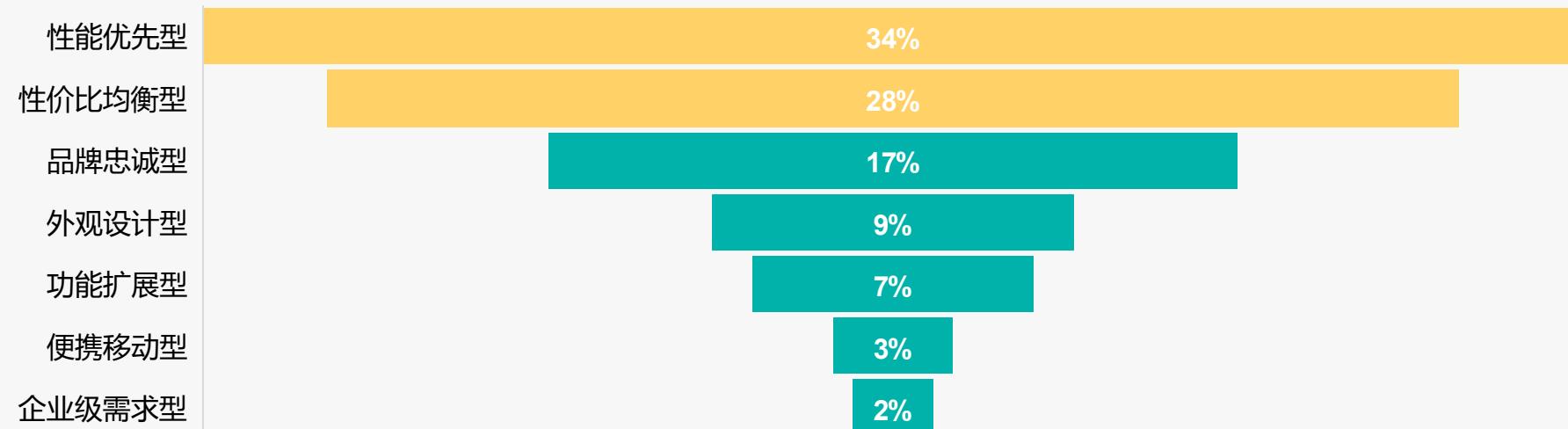
样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

2025年中国路由器购买渠道分布



- ◆路由器消费者中性能优先型占比最高达34%，性价比均衡型占28%，显示性能与价格平衡是市场主要关注点。
- ◆品牌忠诚型占17%，外观设计和功能扩展型分别占9%和7%，便携和企业级需求占比最低，市场细分明显。

2025年中国路由器偏好类型分布

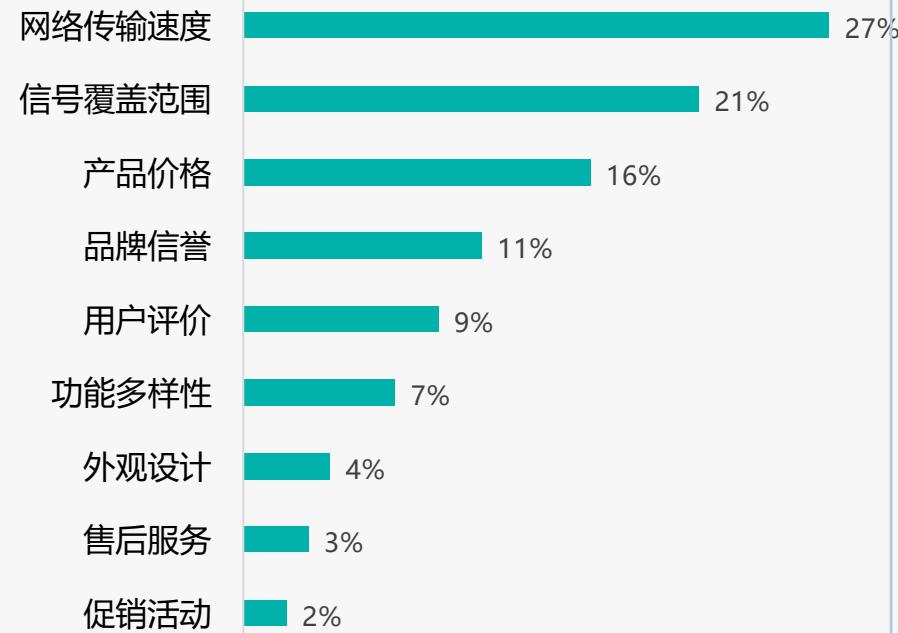


样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

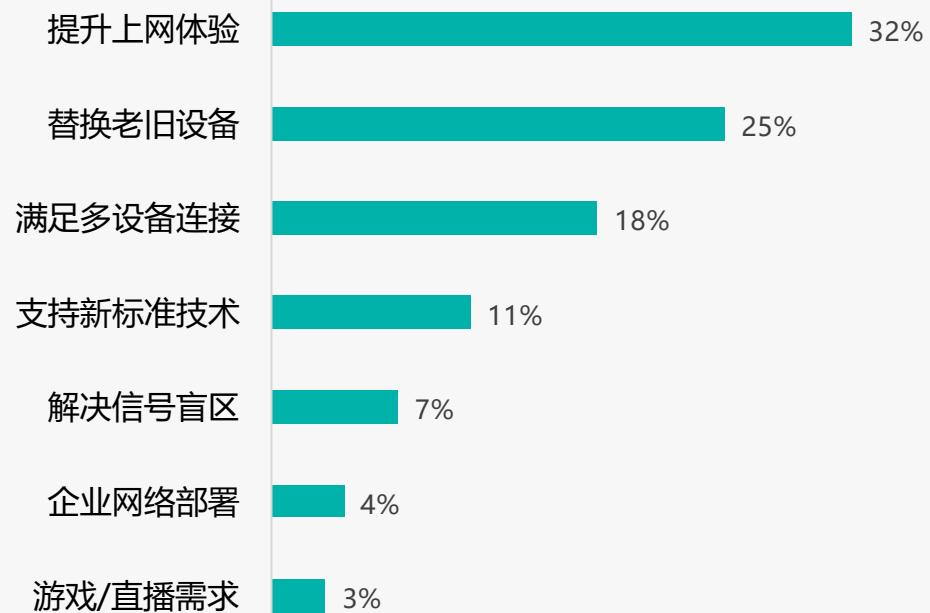
性能价格驱动路由器消费升级

- ◆ 网络传输速度（27%）和信号覆盖范围（21%）是吸引消费的关键因素，产品价格（16%）和品牌信誉（11%）也较重要，显示消费者优先考虑性能与性价比。
- ◆ 消费主要原因为提升上网体验（32%）和替换老旧设备（25%），满足多设备连接（18%）次之，强调体验升级和设备更新是核心驱动力。

2025年中国路由器吸引因素分布



2025年中国路由器消费原因分布

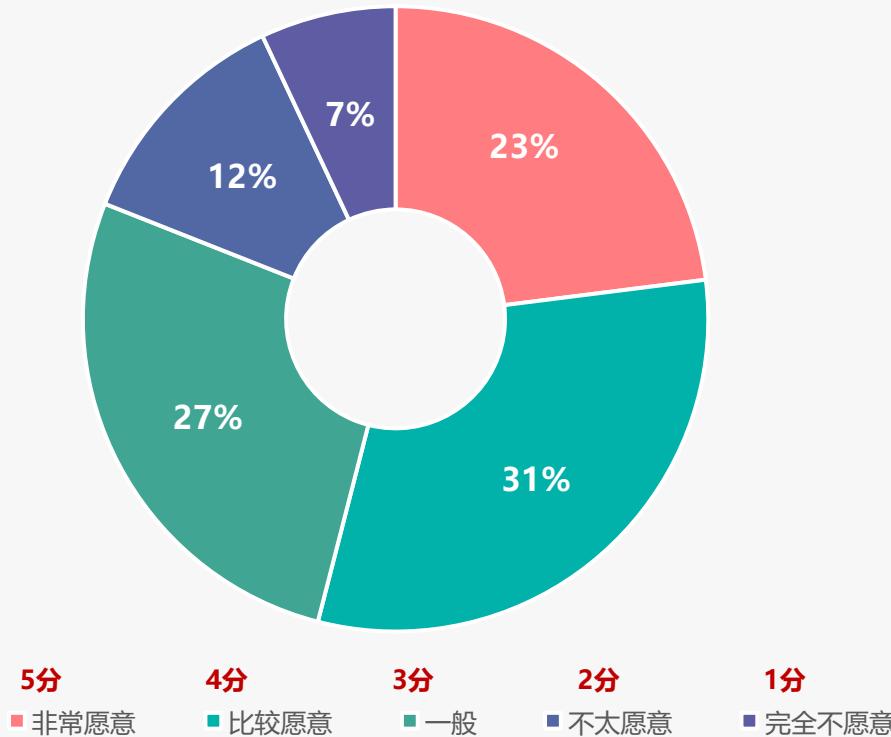


样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

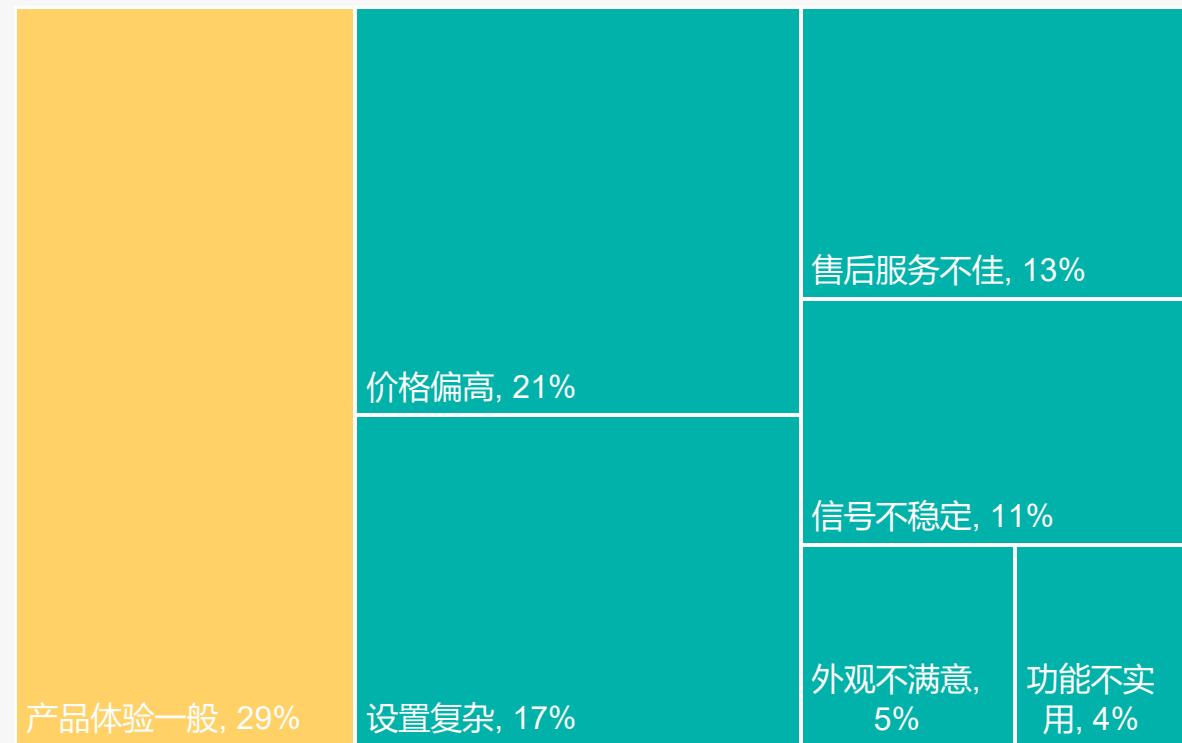
多数用户推荐路由器体验价格需优化

- ◆超过半数用户（54%）对路由器产品持积极推荐态度，其中比较愿意和非常愿意分别占比31%和23%，显示产品在用户中具有较高认可度。
- ◆不愿推荐的主要原因为产品体验一般（29%）、价格偏高（21%）和设置复杂（17%），提示企业需优化体验、定价和易用性以提升满意度。

2025年中国路由器推荐意愿分布



2025年中国路由器不推荐原因分布

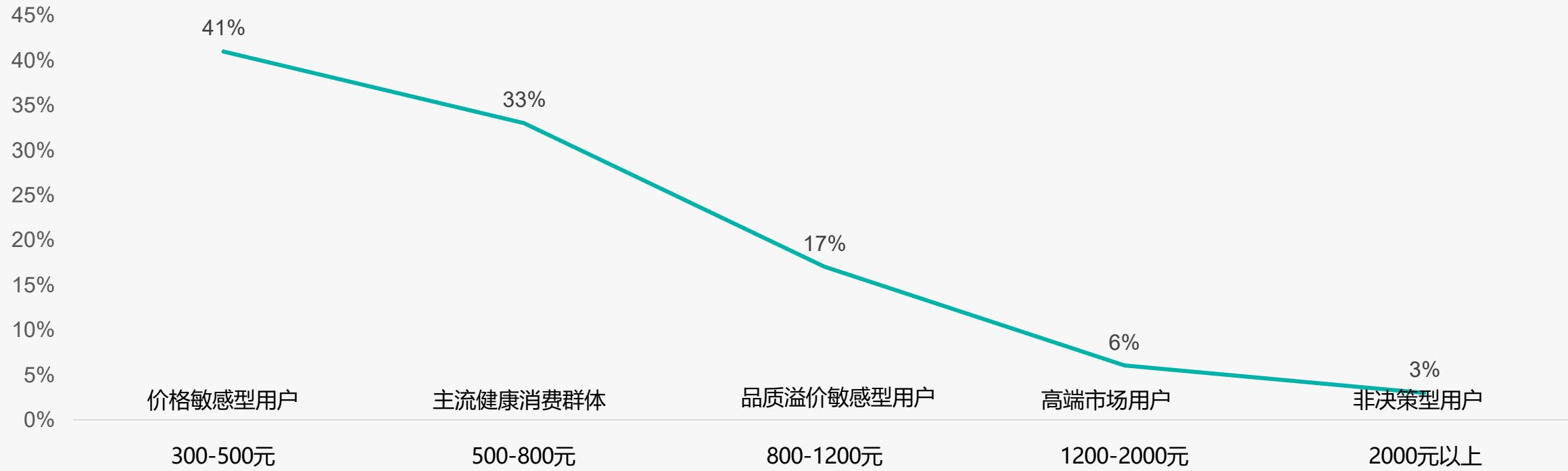


样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

路由器消费偏好中低端市场

- ◆ 路由器价格接受度集中在300-800元区间，其中300-500元占比41%，500-800元占比33%，显示消费者偏好中低端产品，注重性价比。
- ◆ 高端路由器市场接受度低，800-1200元占比17%，1200元以上仅占9%，反映价格敏感性强，高端需求有限，市场小众化。

2025年中国路由器主流规格价格接受度



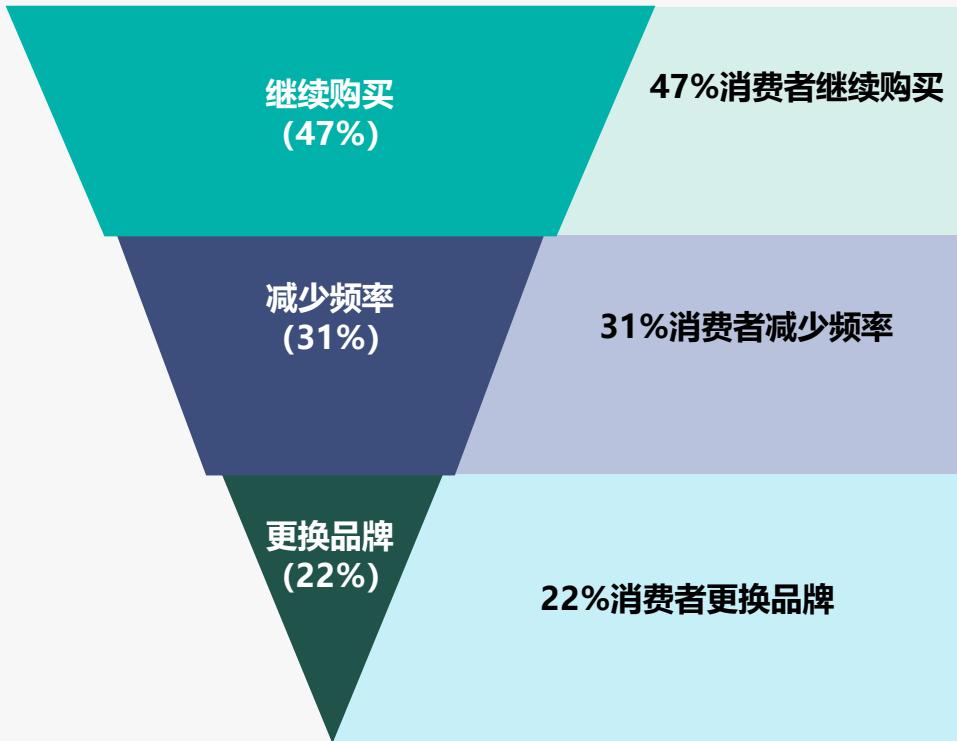
样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

注：以Wi-Fi 6规格路由器为标准核定价格区间

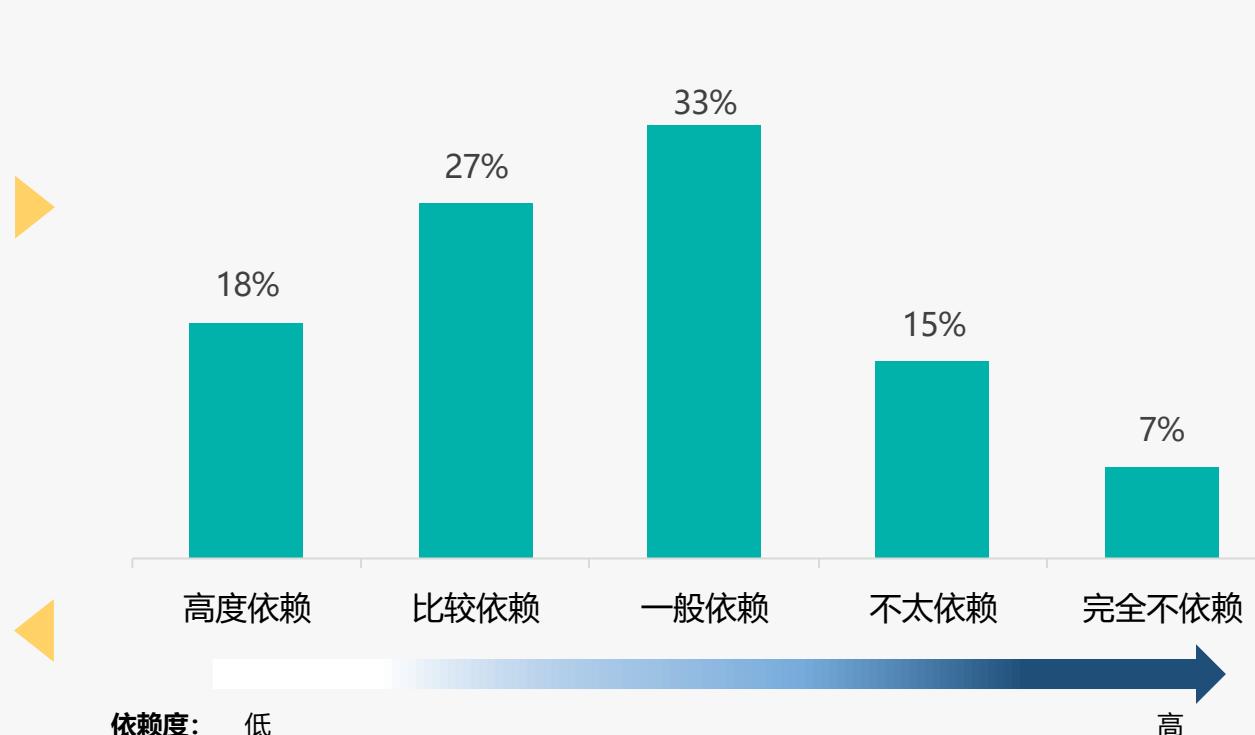
价格敏感度低 促销影响显著

- ◆价格上涨10%后，47%消费者继续购买，31%减少频率，22%更换品牌，显示近半用户对价格不敏感，品牌忠诚度较高。
- ◆促销活动依赖方面，45%用户高度或比较依赖，33%一般依赖，22%不太或完全不依赖，表明促销对近半数消费者有重要影响。

2025年中国路由器涨价10%购买行为分布



2025年中国路由器促销依赖程度分布

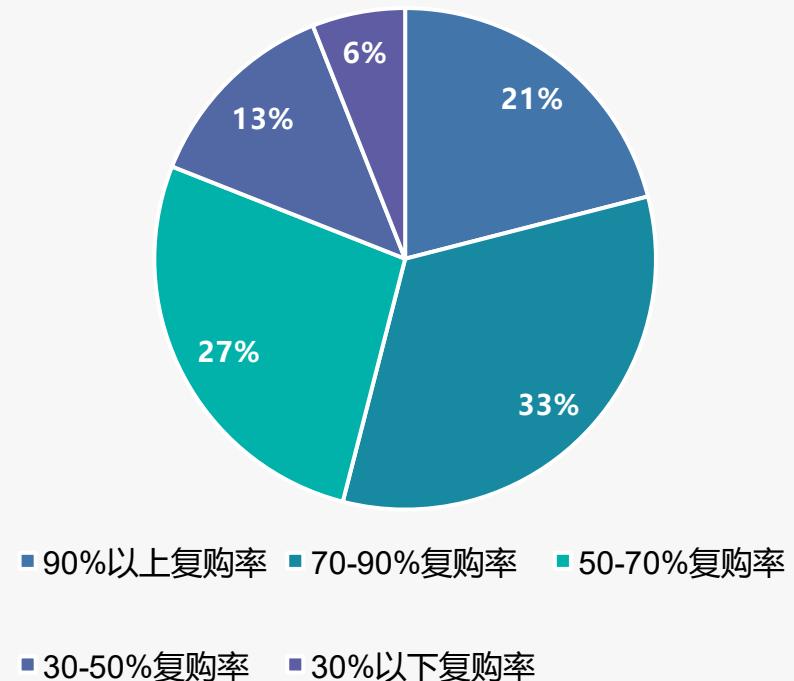


样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

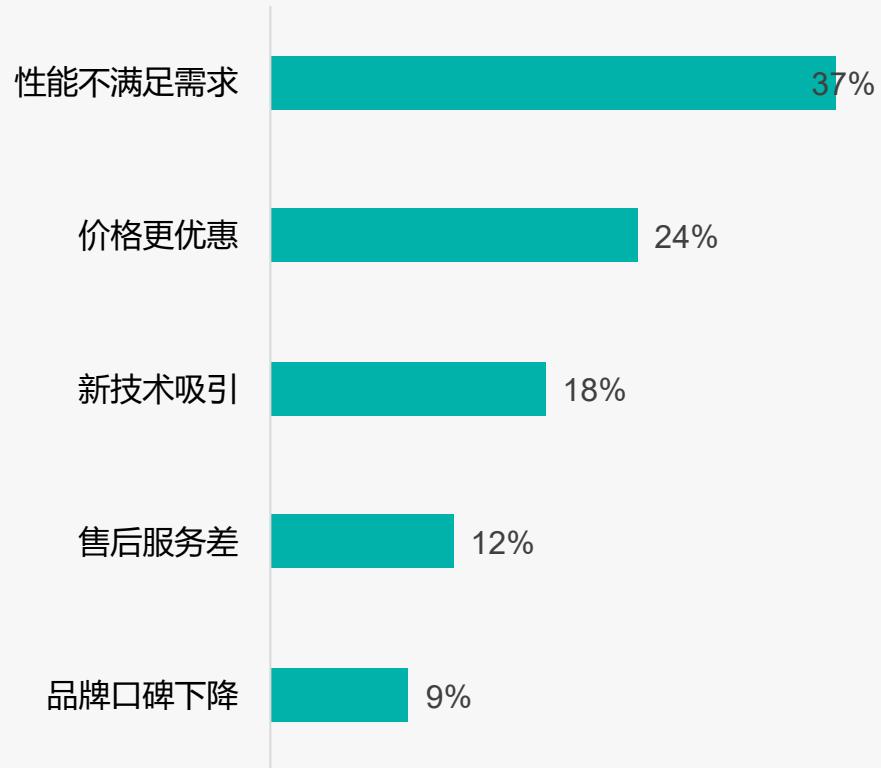
路由器用户忠诚度高 性能是换品牌主因

- ◆ 路由器用户对现有品牌忠诚度较高，70-90%复购率占比33%，90%以上复购率占比21%，显示多数用户倾向于长期使用同一品牌。
- ◆ 性能不满足需求是更换品牌主因，占比37%；价格更优惠占24%，新技术吸引占18%，反映用户对性能和价格敏感。

2025年中国路由器品牌复购率分布



2025年中国路由器更换品牌原因分布

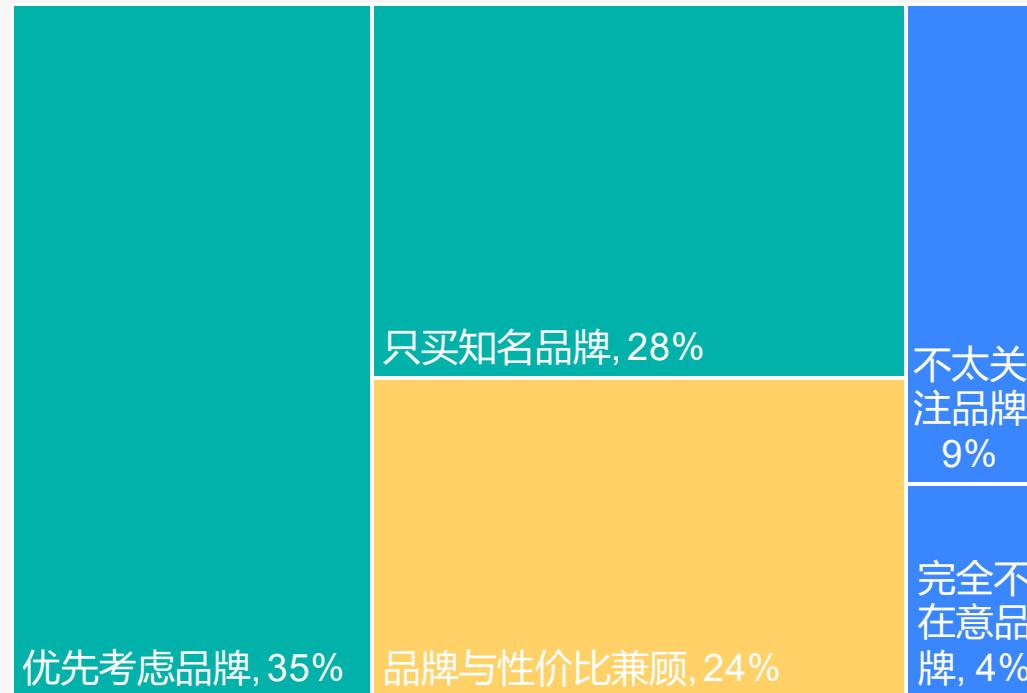


样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

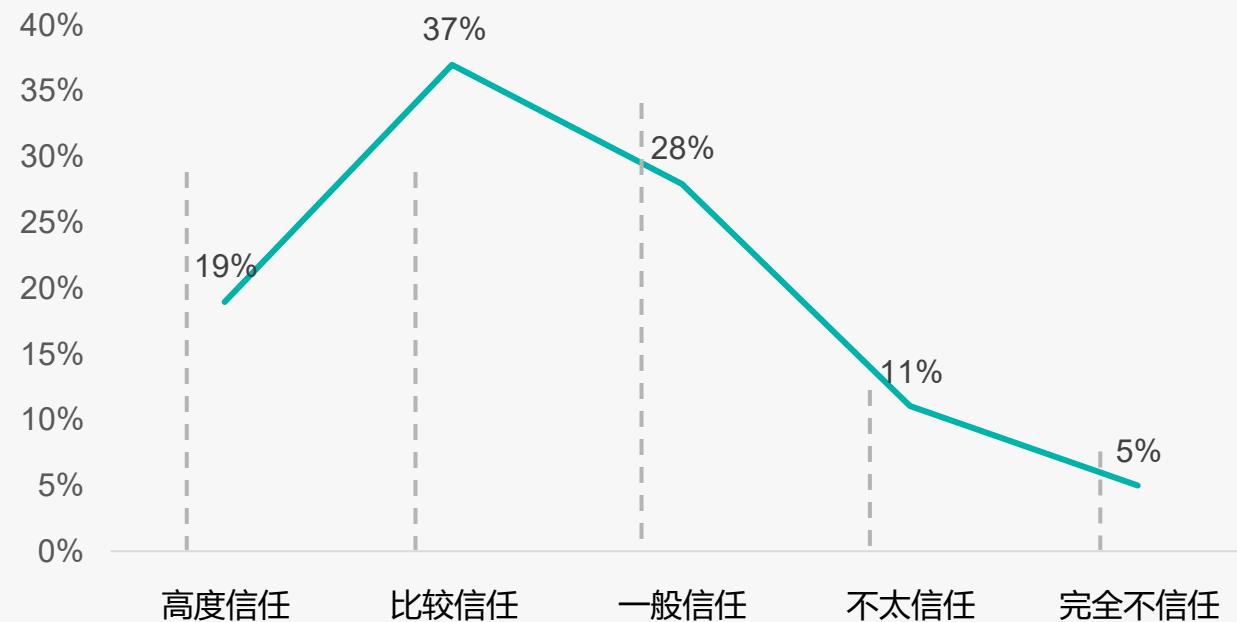
品牌主导路由器消费信任度分化

- ◆ 路由器消费者高度关注品牌，63%优先或只买知名品牌，仅13%不太关注或完全不在意品牌，显示品牌在消费决策中占主导地位。
- ◆ 品牌信任度较高，56%持高度或比较信任态度，但16%持不太信任或完全不信任，表明部分消费者对品牌产品持保留态度。

2025年中国路由器品牌产品消费意愿分布



2025年中国路由器品牌产品态度分布

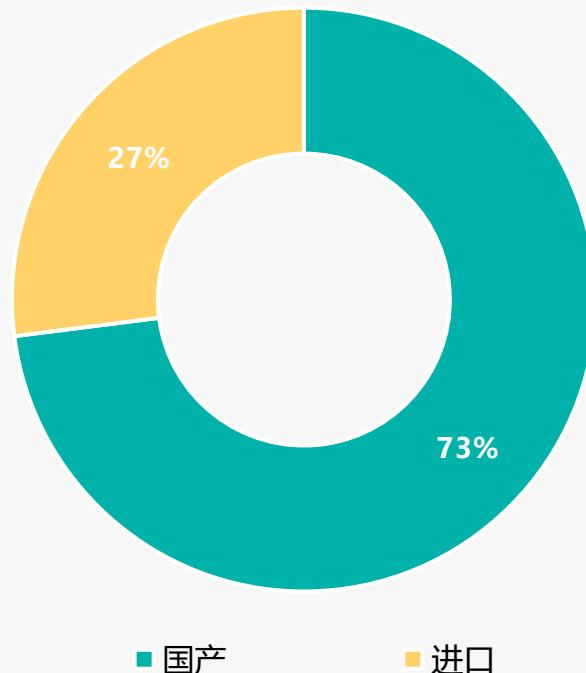


样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

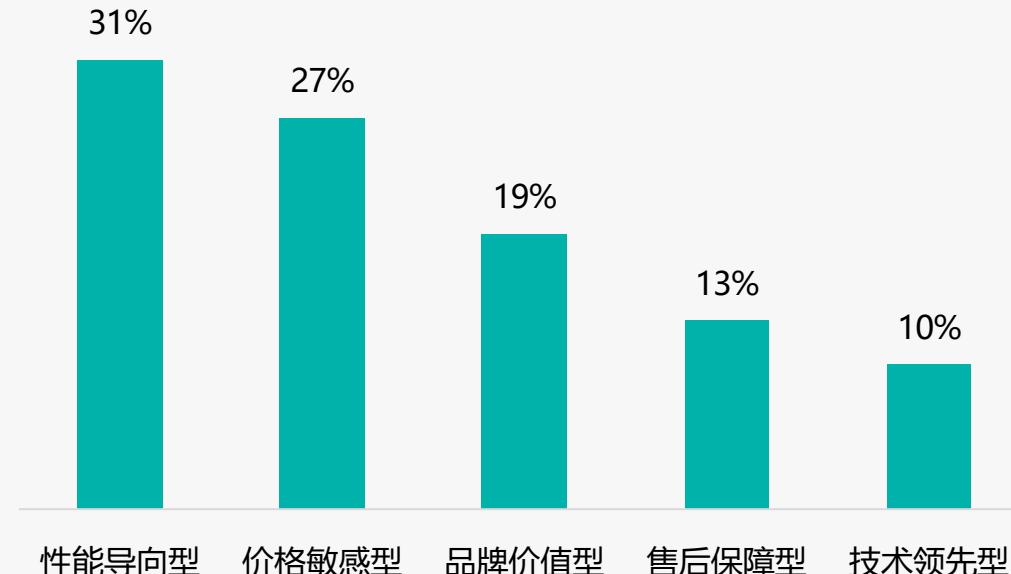
国产品牌主导 性能价格关键

- ◆ 国产路由器品牌市场份额达73%，远超进口品牌的27%，显示消费者对国产品牌有较高接受度。
- ◆ 性能导向型偏好占比最高，达31%，价格敏感型占27%，技术领先型仅10%，反映性能与价格是关键因素。

2025年中国路由器国产与进口品牌消费分布



2025年中国路由器品牌偏好类型分布

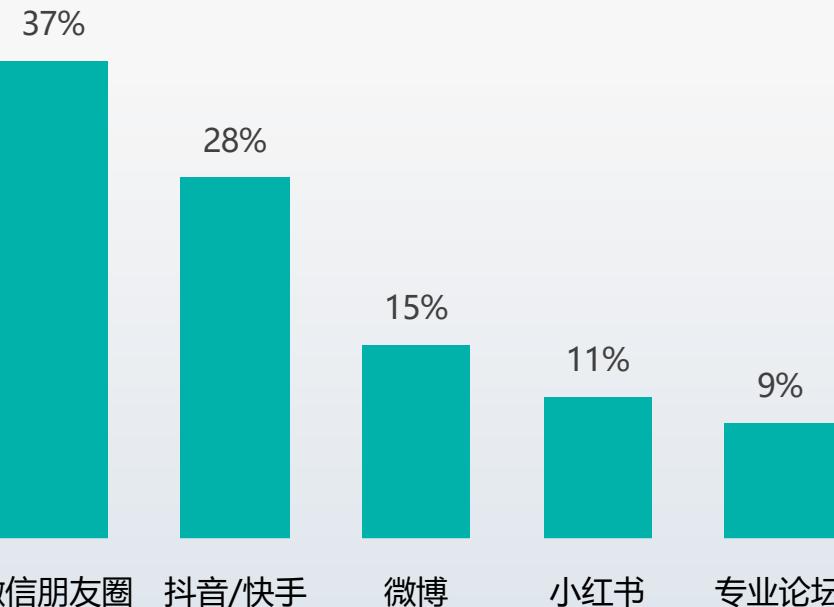


样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

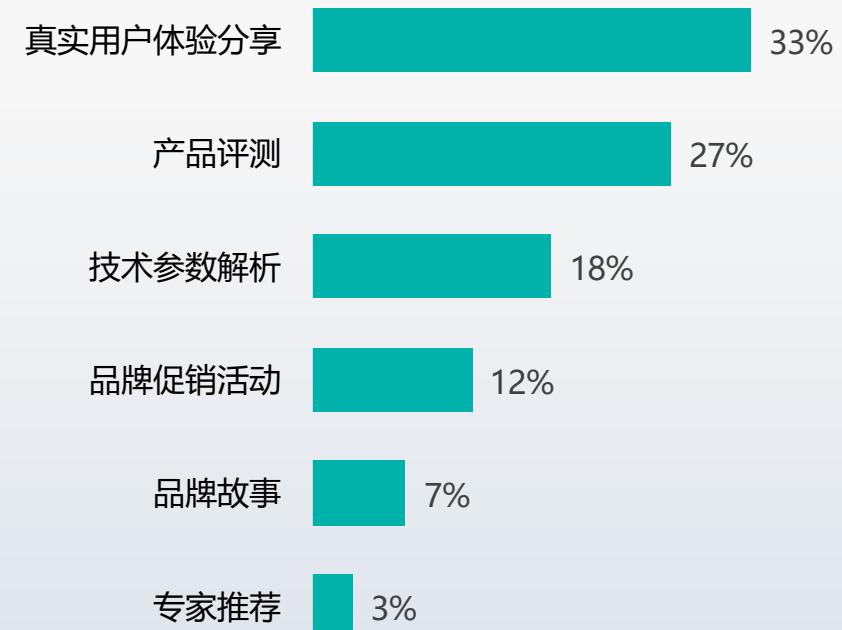
社交分享主导用户关注实用反馈

- ◆微信朋友圈和抖音/快手是路由器信息分享的主要渠道，分别占37%和28%，合计超过六成，显示大众社交平台的主导地位。
- ◆真实用户体验分享和产品评测是用户最关注的内容类型，分别占33%和27%，强调用户对实用反馈和客观评价的高度依赖。

2025年中国路由器社交分享渠道分布



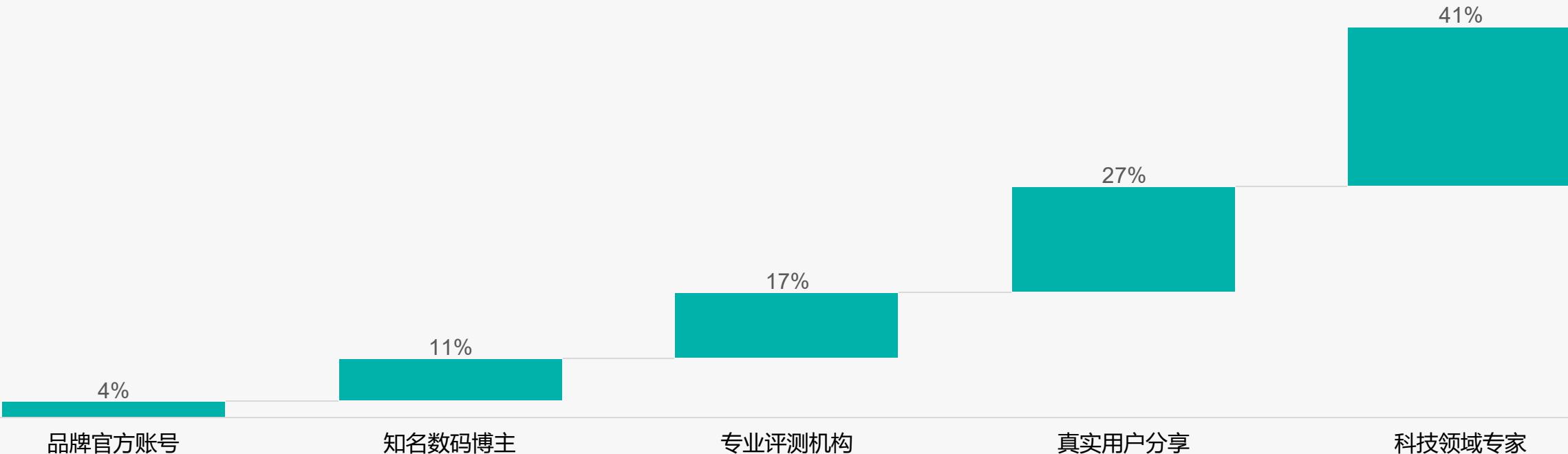
2025年中国路由器社交内容类型分布



样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

- ◆路由器消费者最信任科技领域专家（41%）和真实用户分享（27%），专业评测机构占17%。这表明专业性和实际体验是决策关键因素。
- ◆知名数码博主（11%）和品牌官方账号（4%）信任度较低，消费者可能对商业推广持谨慎态度，偏好客观信息。

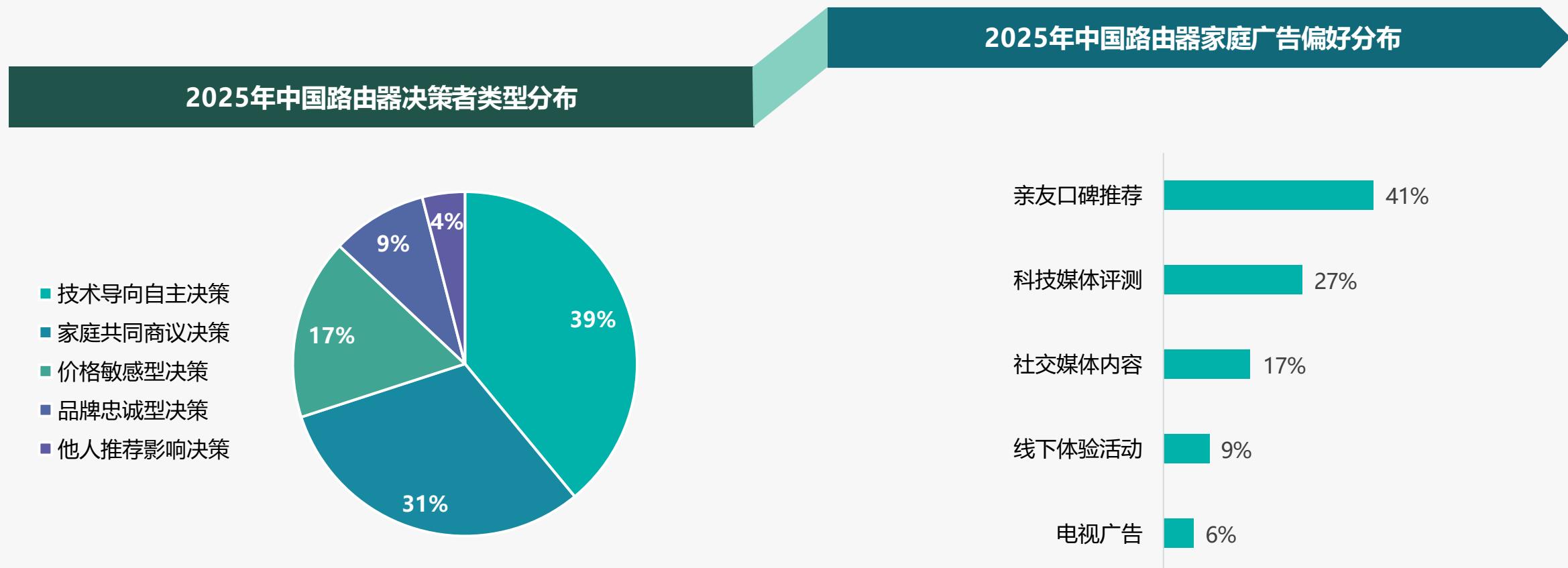
2025年中国路由器社交博主信任类型分布



样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

口碑专业评测主导消费行为

- ◆ 亲友口碑推荐以41%的占比成为家庭广告偏好主导，科技媒体评测占27%，显示消费者高度依赖信任和专业信息。
- ◆ 社交媒体内容占17%，线下体验和电视广告分别占9%和6%，表明传统广告吸引力减弱，口碑和专业评测是关键。

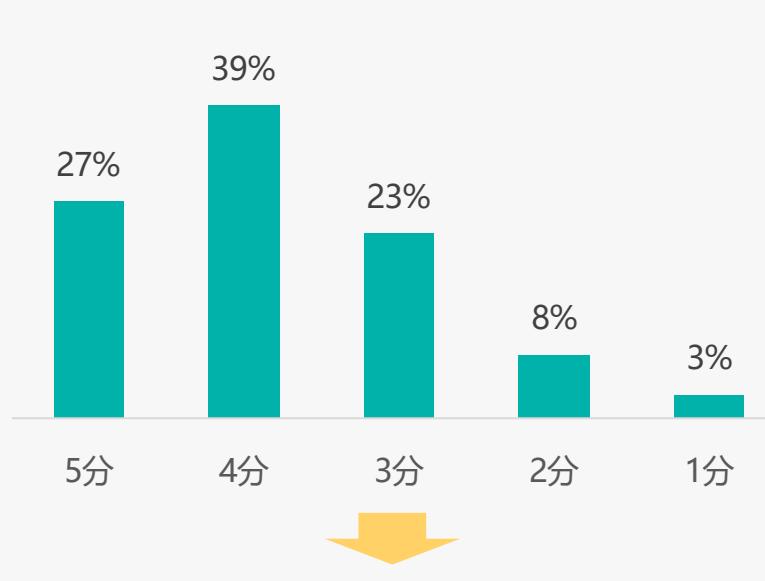


样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

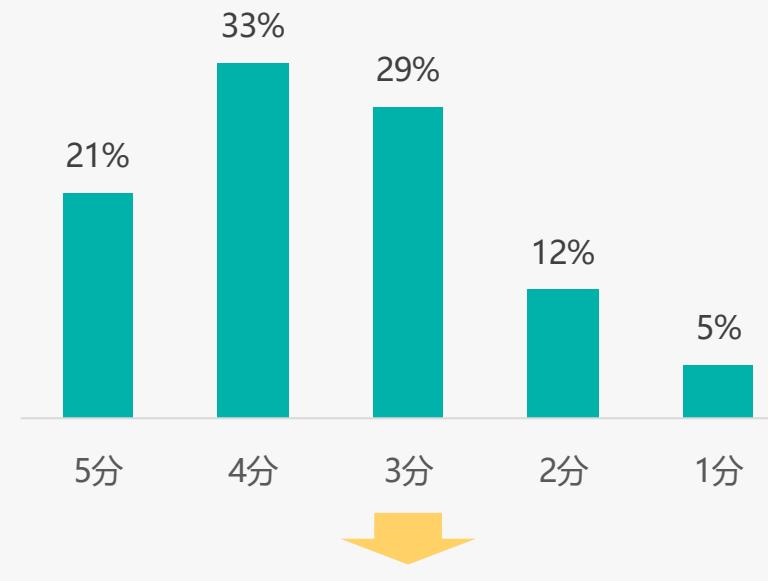
线上消费体验优 售后环节需改进

- ◆线上消费流程满意度较高，5分和4分占比合计66%，其中4分占比39%为最高，显示多数用户认可流程顺畅性。
- ◆退货和客服环节需改进，退货5分和4分占比合计54%，客服5分仅19%，建议优化服务以提升用户忠诚度。

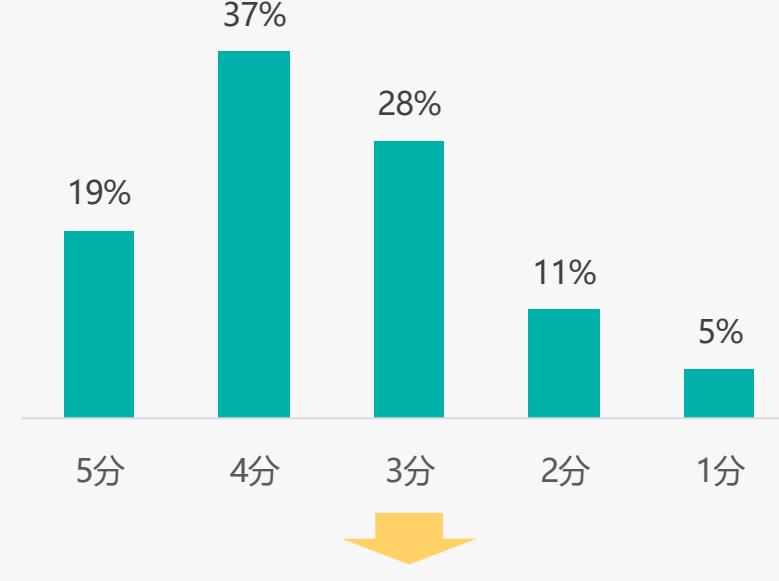
2025年中国路由器线上流程满意度分布
(满分5分)



2025年中国路由器退货体验满意度分布 (满分5分)



2025年中国路由器客服满意度分布 (满分5分)

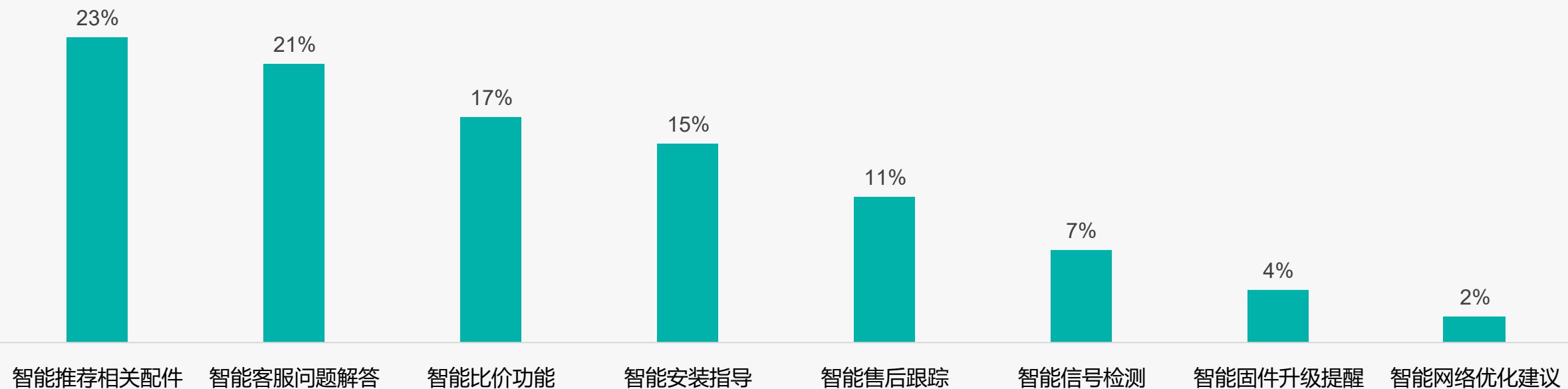


样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

智能推荐客服主导 网络优化需求最低

- ◆智能推荐相关配件（23%）和智能客服问题解答（21%）是消费者最关注的智能服务体验，显示个性化推荐和即时问题解决的重要性。
- ◆智能网络优化建议仅占2%，需求最低，而智能比价功能占17%，突显价格比较在购买决策中的关键作用。

2025年中国路由器智能服务体验分布



样本：路由器行业市场调研样本量N=1306，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，其版权归尚普咨询集团所有。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