

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年1月~8月手机贴膜市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to August 2025 Mobile Phone Screen Protector 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：年轻用户主导手机贴膜消费市场



26-35岁群体占比最高达37%，18-25岁群体占31%，显示年轻用户为主力。



个人自主决策占比高达73%，用户偏好独立选择，亲友推荐影响仅17%。



中低收入用户主导市场，5-8万元收入群体占32%，3-5万元占28%。

启示

✓ **聚焦年轻用户群体**

针对26-35岁用户开发产品，强调个性化与自主选择，增强品牌吸引力。

✓ **优化中低价位产品线**

加强10-20元区间产品推广，满足中低收入用户需求，提升市场份额。

核心发现2：贴膜更换频率高，高清膜最受欢迎



35%用户每6-12个月更换贴膜，28%每年更换一次，显示中频更换为主流。



高清膜占比32%最受欢迎，防窥膜21%和钢化膜18%紧随其后。



防刮擦需求占28%，用户重视屏幕保护和视觉体验。

启示

✓ 强化高清膜产品创新

提升高清膜清晰度和耐用性，满足用户对视觉质量和保护的核心需求。

✓ 推广定期更换服务

推出订阅或提醒服务，鼓励用户定期更新贴膜，增加复购率。

核心发现3：线上电商平台主导购买渠道



电商平台搜索占信息获取35%，淘宝/天猫占购买渠道32%，京东25%。



微信朋友圈和抖音是主要分享平台，分别占32%和25%。



工作日晚间购买占32%，工作日白天28%，显示购买与日常作息相关。

启示

✓ 深化电商平台合作

加强与淘宝、京东等平台合作，优化搜索和推荐，提升线上销售。

✓ 利用社交平台营销

在微信、抖音推广真实使用体验，增强用户信任和购买转化。

核心逻辑：中低价位主导市场，用户重性价比与实用



1、产品端

- ✓ 强化高清膜与防刮擦功能
- ✓ 优化中低价位产品线



2、营销端

- ✓ 聚焦电商平台与工作日晚间推广
- ✓ 利用亲友推荐和社交媒体口碑



3、服务端

- ✓ 提升售后服务质量
- ✓ 加强智能推荐和在线客服

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** 手机贴膜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手机贴膜品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对手机贴膜的购买行为；
- 手机贴膜市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

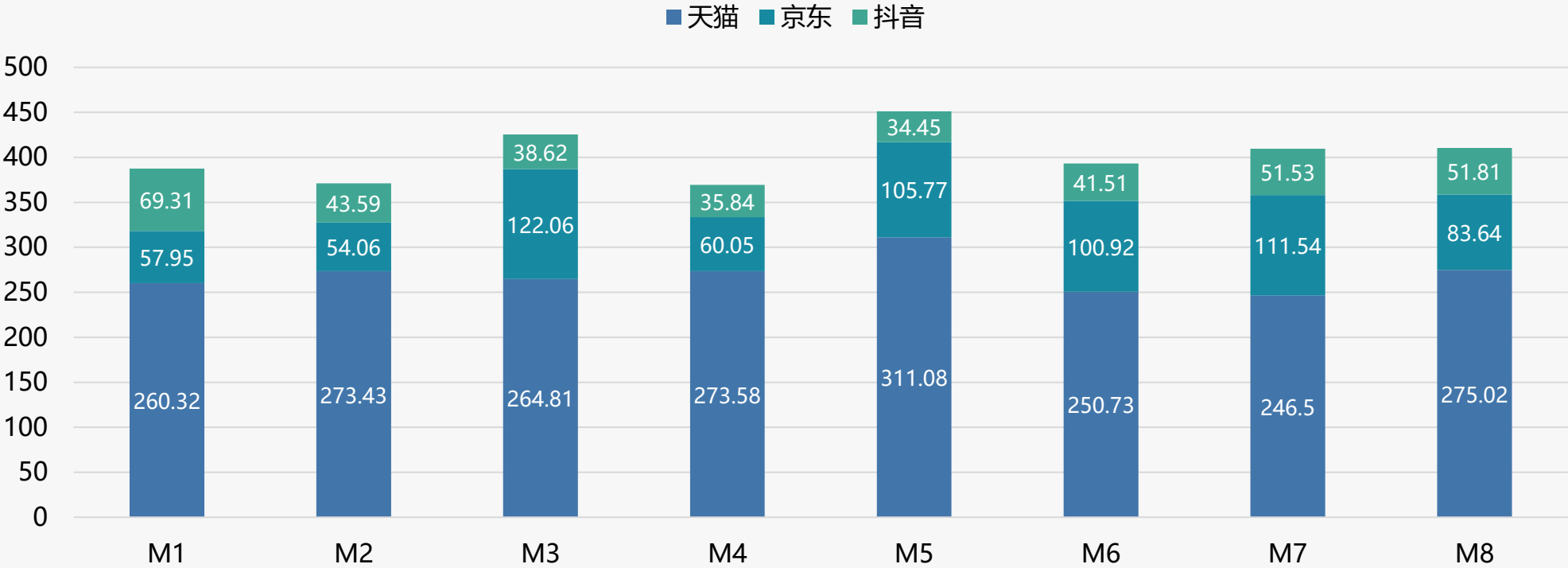
Research Method

- **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，计算手机贴膜品类销售额、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、不同平台手机贴膜品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

天猫主导 抖音增长 市场波动

- ◆从平台销售额占比看，天猫稳居主导地位，1-8月累计销售额达19.57亿元，占比约61.2%；京东为6.37亿元，占比19.9%；抖音为3.47亿元，占比10.8%。天猫的稳定高占比反映了其在手机配件领域的渠道优势和用户信任度，建议品牌方优先优化天猫店铺运营以提升ROI。
- ◆月度销售额波动分析显示，整体市场在5月达到峰值3.52亿元，主要受促销活动拉动；7月跌至2.41亿元，可能与季节性消费疲软有关。平台增长趋势差异明显：抖音销售额从1月0.69亿元增至8月0.52亿元，虽略有波动但保持活跃；京东在3月达1.22亿元峰值后回落，显示促销依赖性强；天猫整体稳健，建议多渠道均衡布局，利用抖音流量红利提升整体市场份额。

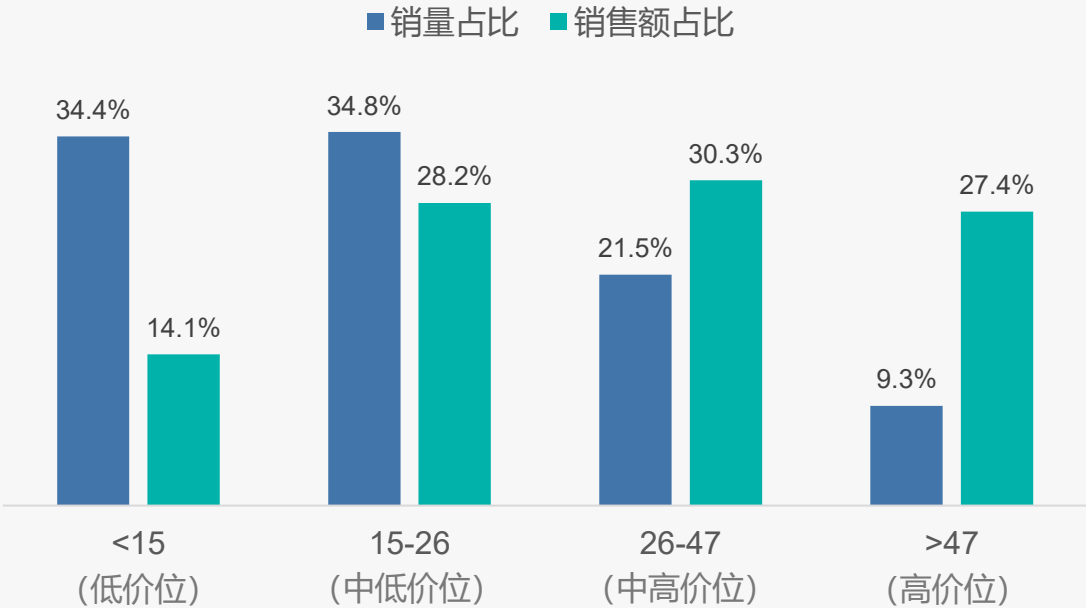
2025年1月~8月手机贴膜品类线上销售规模（百万元）



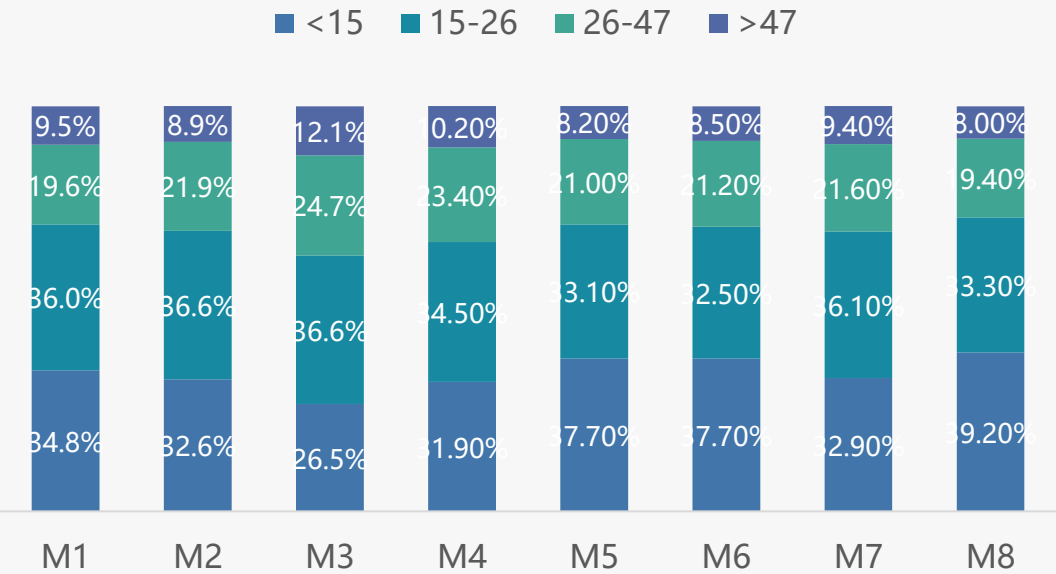
中端主导市场 高端利润下滑

- ◆从价格区间销售趋势看，15-26元和26-47元区间贡献了58.5%的销售额，是核心利润来源；<15元区间销量占比34.4%但销售额仅14.1%，周转率高但ROI低，表明低价产品引流作用强但盈利性不足。
- ◆价格带结构分析：中端市场（15-47元）销量占比56.3%，销售额占比58.5%，是市场稳定支柱；高端市场（>47元）以9.3%销量贡献27.4%销售额，毛利率最高，但需关注其销量下滑对整体营收的影响。

2025年1月~8月手机贴膜线上不同价格区间销售趋势



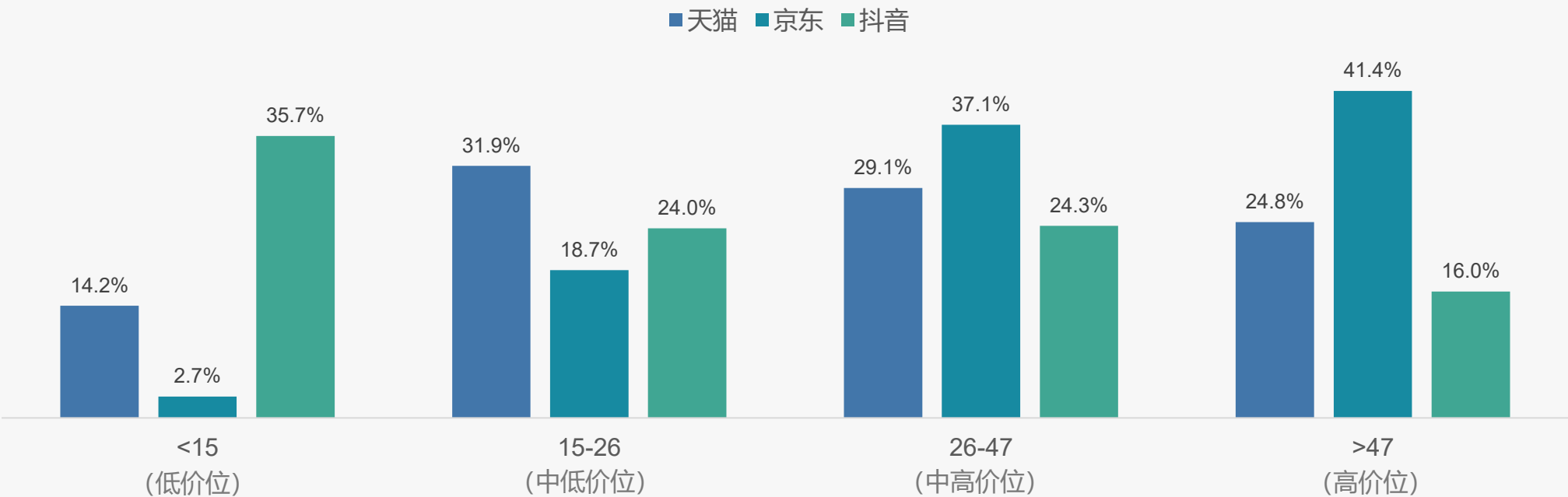
手机贴膜线上价格区间-销量分布



手机贴膜价格定位差异显著 优化渠道策略

- ◆从价格区间分布看，天猫平台中端价格带（15-26元）占比最高（31.9%），呈现均衡消费结构；京东平台高价区间（>47元）占比达41.4%，显示高端化趋势。各平台价格定位差异显著，需针对性优化产品组合与营销策略。
- ◆京东集中度最高，反映用户对高价产品接受度高，市场细分明确；抖音分散度较高，需警惕低价竞争导致的利润率压力。整体需关注价格带与平台用户画像的匹配度，以提升ROI。

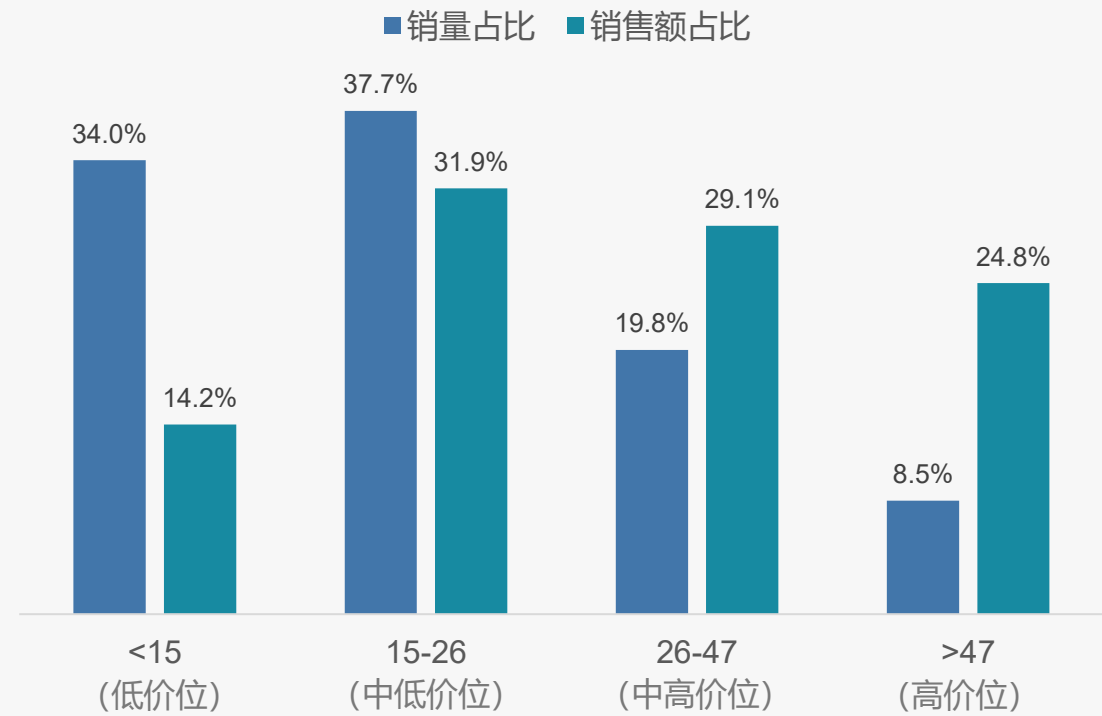
2025年1月~8月各平台手机贴膜不同价格区间销售趋势



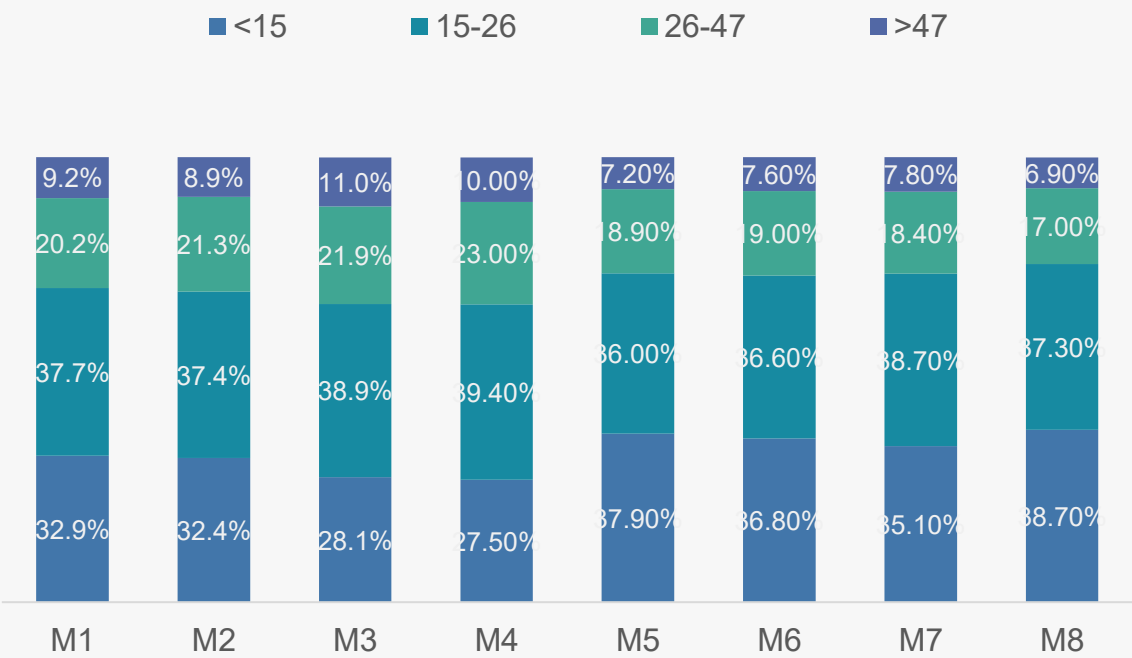
中高端贴膜价值优 低价销量增 结构需优化

- ◆从价格区间结构看，15-26元区间销量占比37.7%最高，但26-47元区间销售额贡献率（销售额占比/销量占比=1.47）最优，显示中高端产品具有更高的价值创造能力。低价位（<15元）虽销量占比34.0%，但销售额贡献率仅0.42，产品组合需优化以提升整体ROI。
- ◆月度销量分布显示，<15元区间在M5-M8占比显著上升（平均37.1%），较M1-M4（平均30.2%）增长22.8%，可能受促销或低价新品影响；而>47元高端产品占比从M3的11.0%降至M8的6.9%，同比下滑37.3%，反映消费降级趋势，需关注库存周转率。建议强化中高端产品线，以平衡销量与利润结构。

2025年1月~8月天猫平台手机贴膜不同价格区间销售趋势



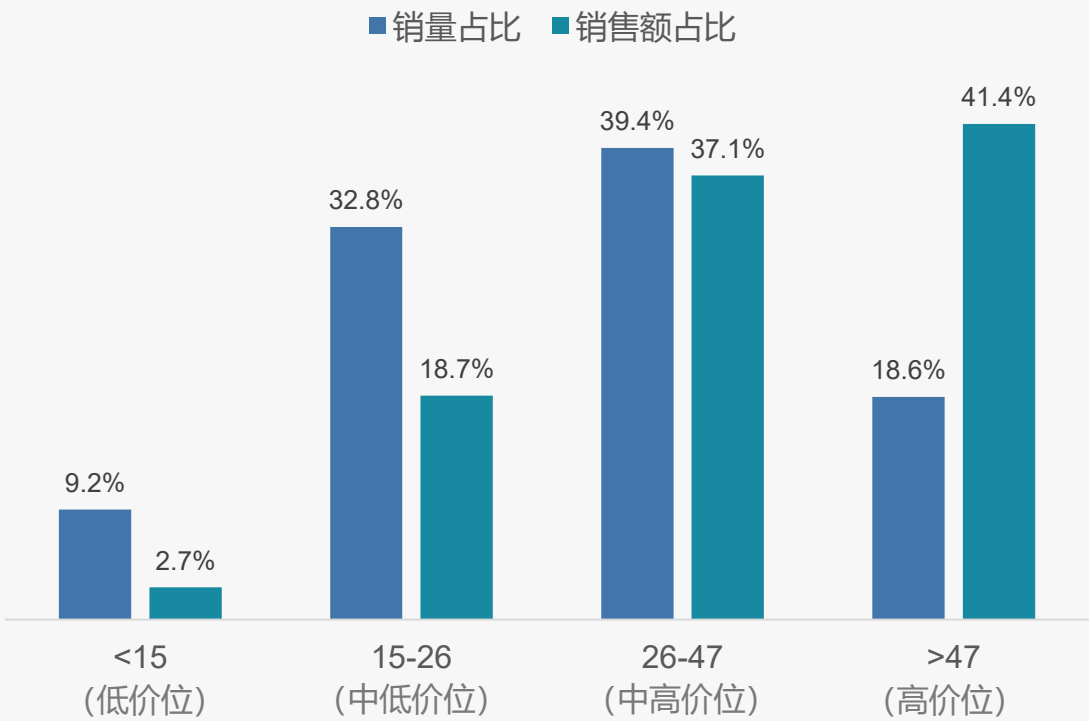
天猫平台手机贴膜价格区间-销量分布



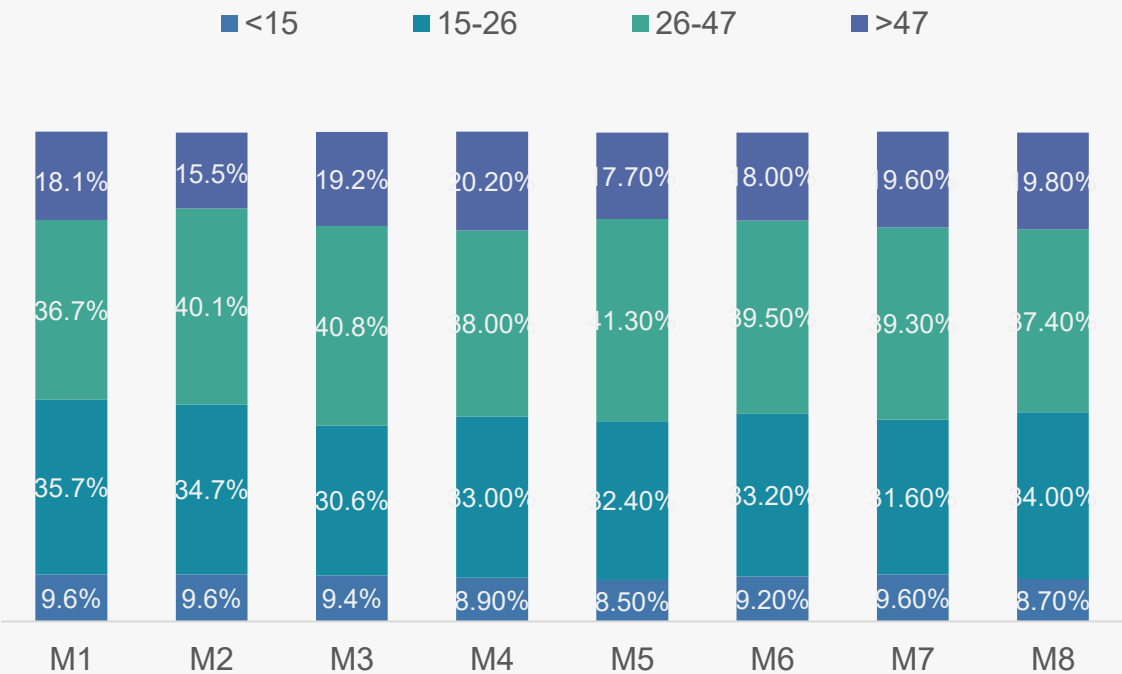
中高端贴膜主导市场 高价位效益突出

- ◆从价格区间结构看，26-47元区间销量占比39.4%最高，>47元区间销售额占比41.4%居首，显示中高端产品贡献主要收入。低价位<15元销量占比9.2%但销售额仅占2.7%，表明薄利多销策略效率低，需优化产品组合提升整体ROI。月度销量分布显示，26-47元区间在M3、M5分别达40.8%、41.3%峰值，>47元区间在M4、M8升至20.2%、19.8%，反映Q2和暑期消费升级趋势。
- ◆价格带对比揭示，>47元区间以18.6%销量贡献41.4%销售额，单价效益突出；15-26元区间销量占比32.8%但销售额仅18.7%，存在价格竞争压力。整体高价位产品周转率更优，应加强高端市场渗透以提升利润率。

2025年1月~8月京东平台手机贴膜不同价格区间销售趋势



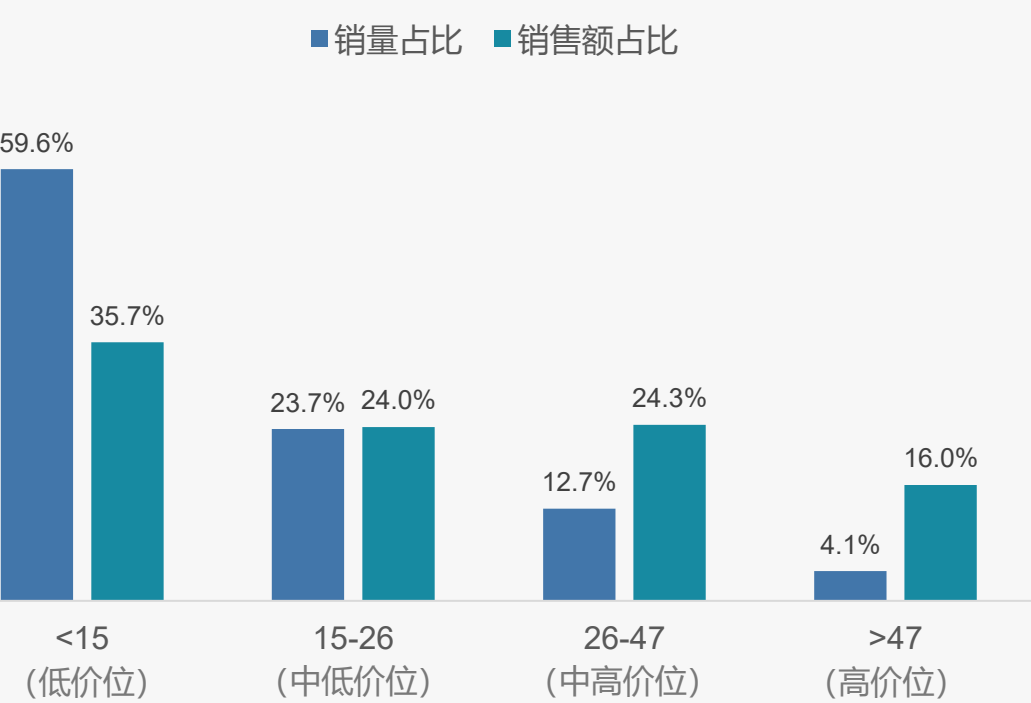
京东平台手机贴膜价格区间-销量分布



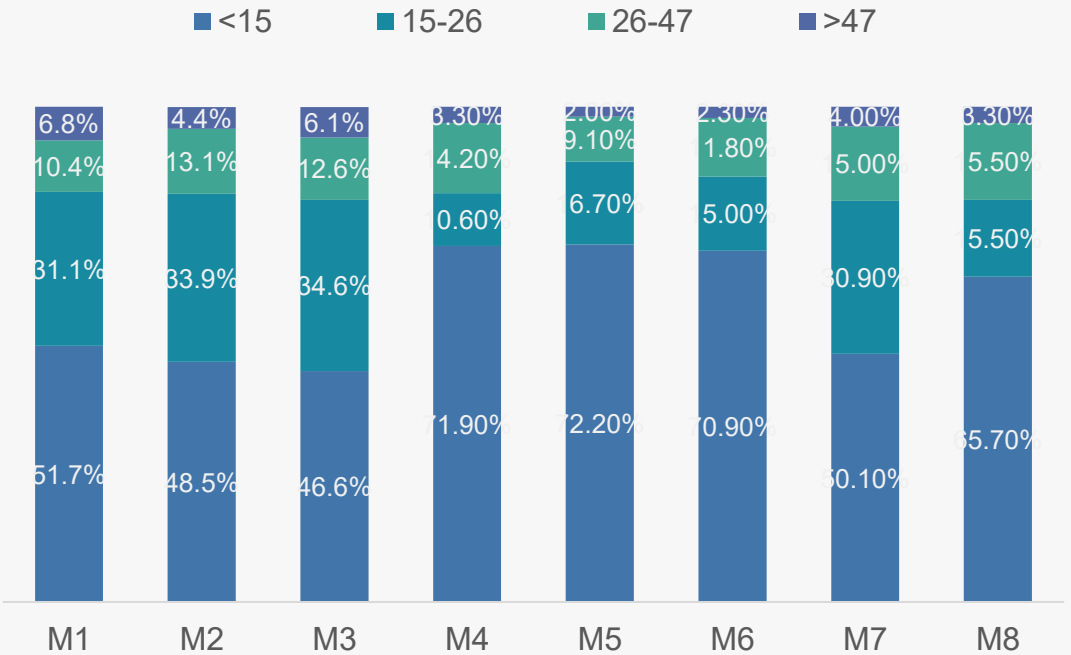
低价主导 中端盈利 高端价值突出

- ◆从价格区间结构看，抖音平台手机贴膜市场呈现明显的低价主导特征。<15元区间销量占比59.6%，但销售额占比仅35.7%，显示该区间产品单价偏低、利润空间有限；而26-47元区间销量占比12.7%却贡献24.3%销售额，表明中端产品具有更高的客单价和盈利潜力。
- ◆月度销量分布显示市场波动显著。M4-M6月<15元区间占比突增至70%以上，较M1-M3提升约20个百分点，可能受平台促销或低价新品上市影响；M7后逐步回落，反映价格策略调整或消费者偏好变化，需关注季节性因素对产品结构的影响。价格带贡献度分析揭示差异化机会。>47元高端区间销量占比仅4.1%，但销售额占比达16.0%，单位产品价值突出；建议优化中高端产品组合，提升整体毛利率和客单价。

2025年1月~8月抖音平台手机贴膜不同价格区间销售趋势



抖音平台手机贴膜价格区间-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** 手机贴膜消费行为、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年内购买过手机贴膜的消费者；
- 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

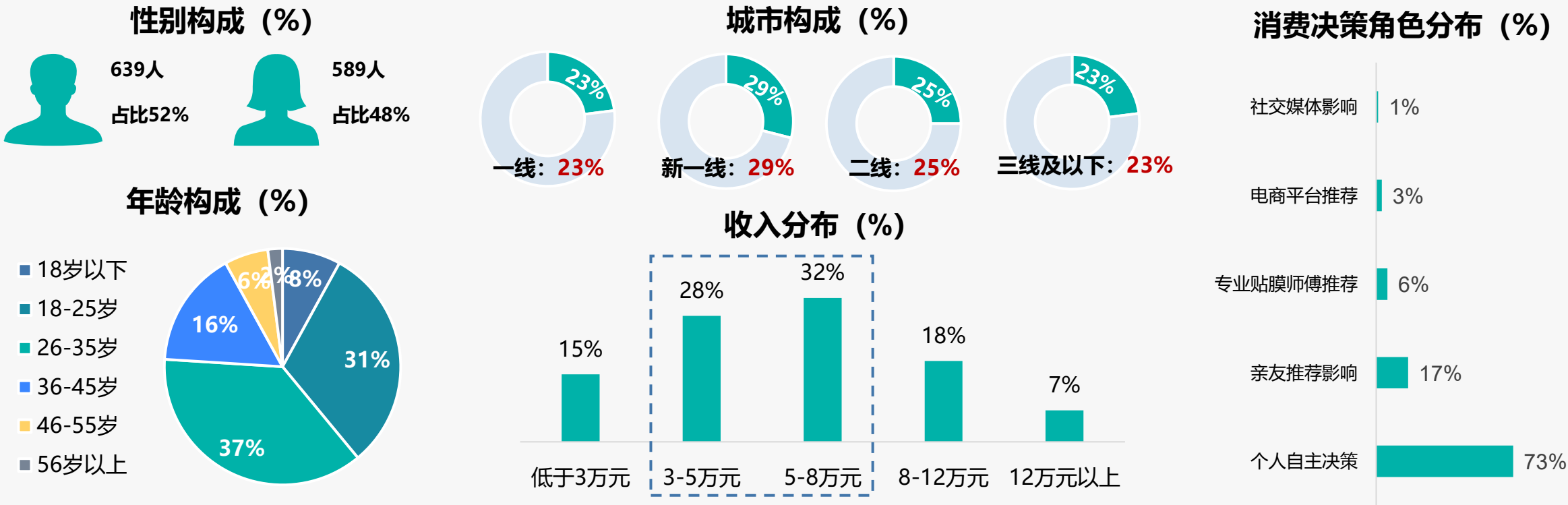
Research Method

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=1228

贴膜消费主力年轻化 自主决策占主导

- ◆手机贴膜消费主力为26-35岁群体，占比37%；个人自主决策占比高达73%，显示用户偏好独立选择。
- ◆中低收入用户主导市场，5-8万元收入群体占比32%；城市分布均匀，新一线城市占比最高为29%。

2025年中国手机贴膜消费者画像

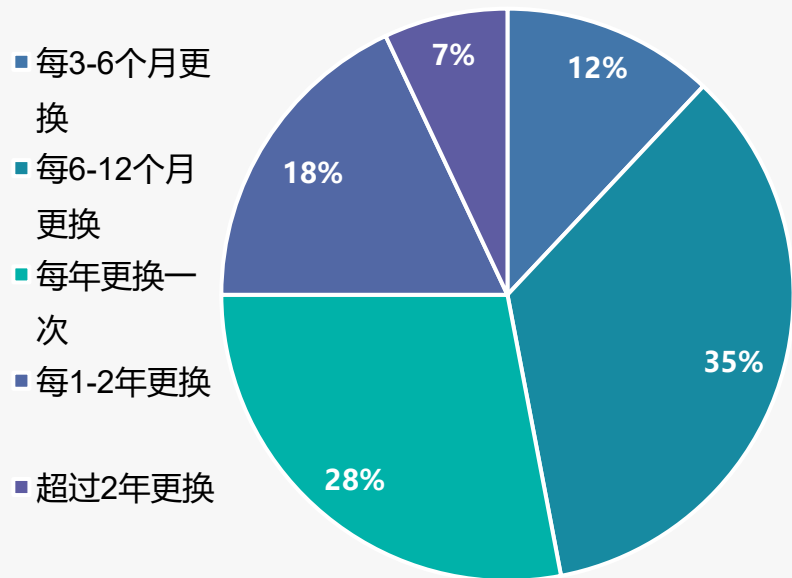


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1228，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

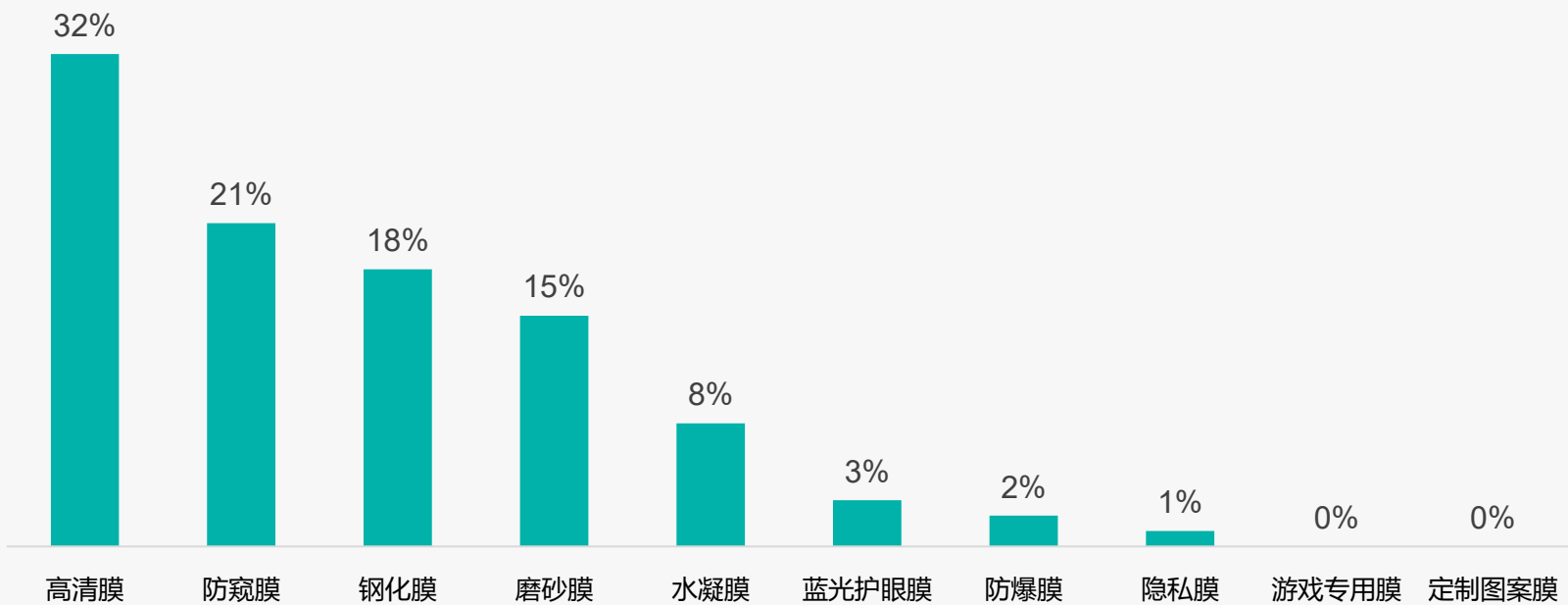
贴膜更换频率高 高清膜最受欢迎

- ◆消费频率分析显示，35%用户每6-12个月更换贴膜，28%每年更换一次，表明中等频率更换是主流趋势，而频繁更换（每3-6个月12%）也占一定比例。
- ◆贴膜类型偏好中，高清膜占比32%最受欢迎，防窥膜21%和钢化膜18%紧随其后，反映用户重视清晰度、隐私和耐用性，其他类型占比均低于5%。

2025年中国手机贴膜消费频率分布



2025年中国手机贴膜类型偏好分布

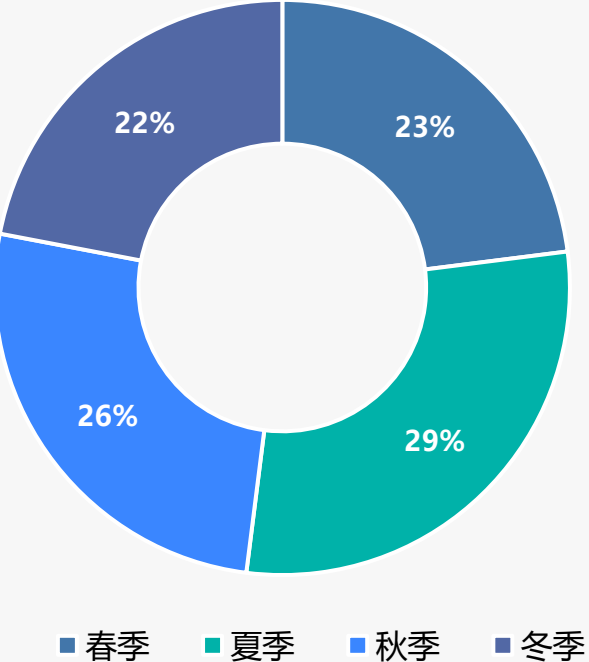


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1228，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

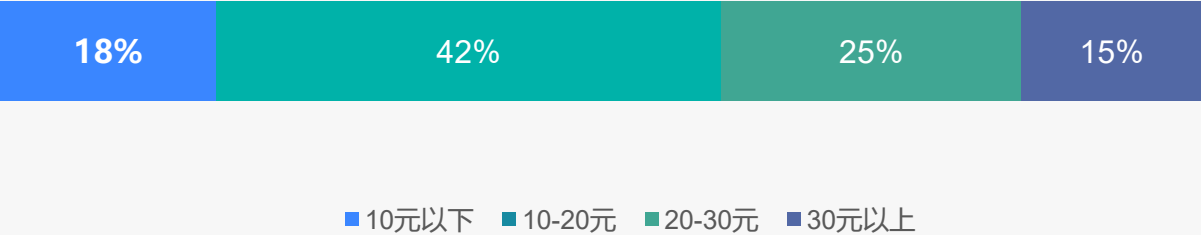
中低价位主导 环保包装待提升

- ◆手机贴膜消费中，42%的单次消费集中在10-20元区间，显示中低价位产品最受欢迎；简易塑料袋包装以38%的占比领先，反映消费者偏好实用性和成本控制。
- ◆夏季消费占比29%，略高于其他季节，可能与户外活动增多相关；环保可降解包装仅占7%，表明环保意识有待提升，市场潜力较大。

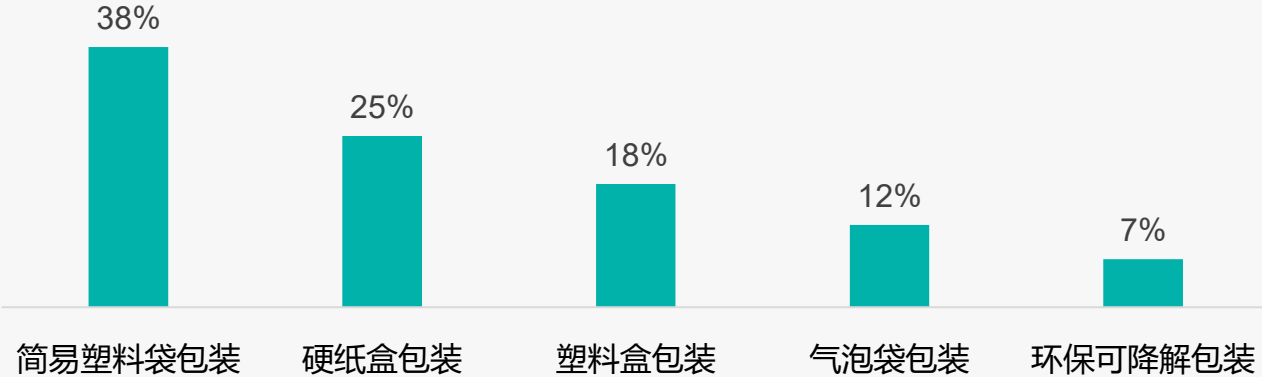
2025年中国手机贴膜消费季节分布



2025年中国手机贴膜单次消费金额分布



2025年中国手机贴膜包装偏好分布

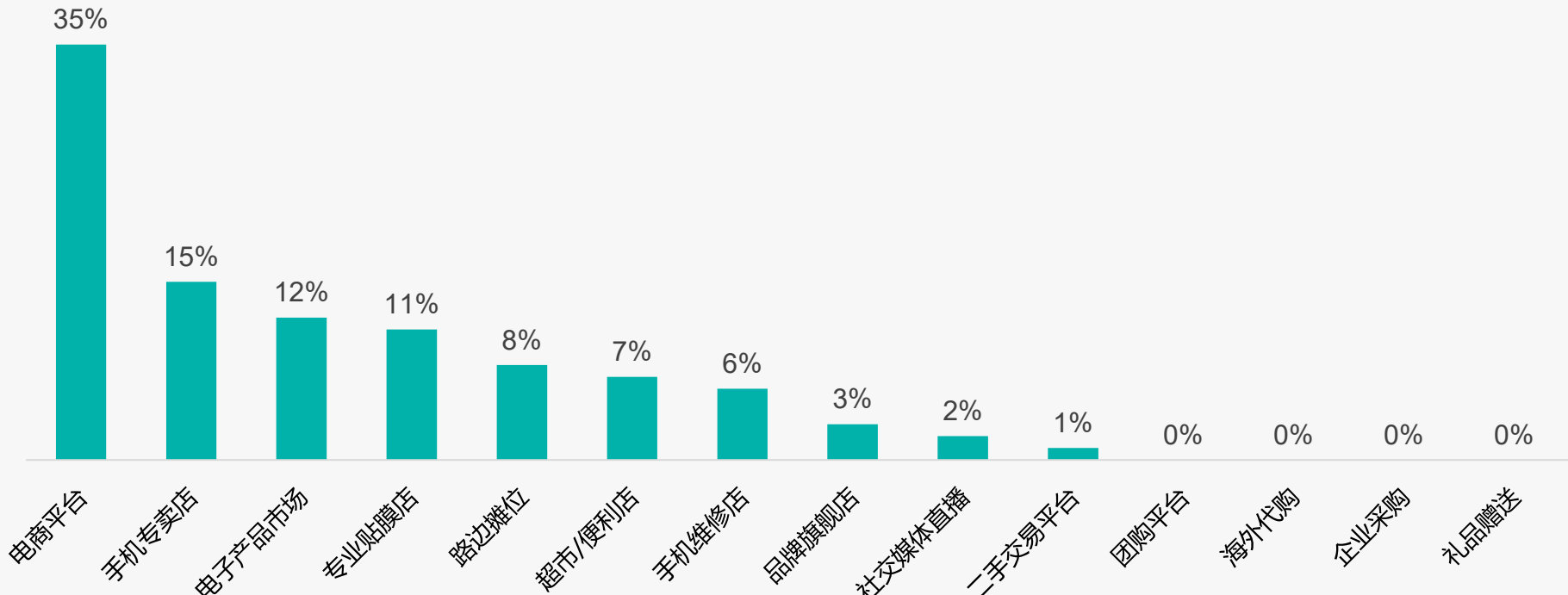


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1228，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

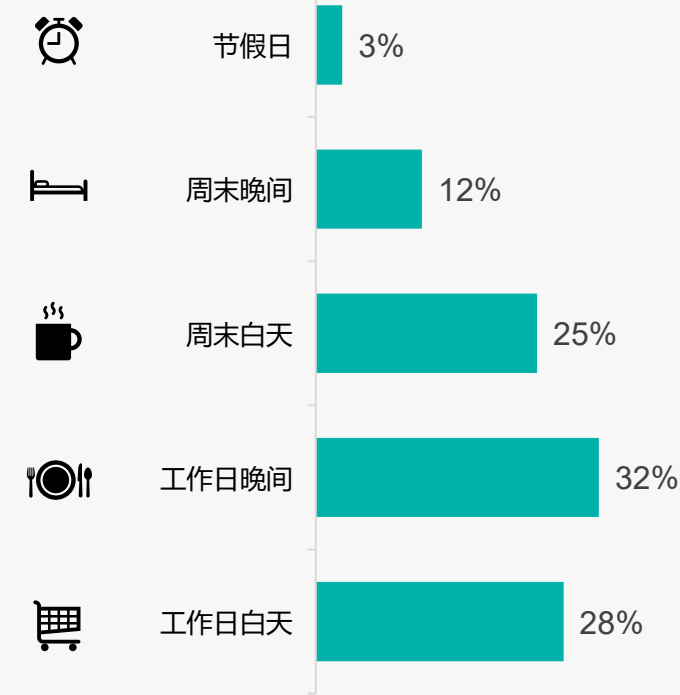
线上首选电商平台 工作日晚间购买高峰

- ◆电商平台是手机贴膜购买首选渠道，占比35%；工作日晚间是主要购买时段，占比32%，显示消费者偏好线上购物与工作日消费。
- ◆线下实体店如手机专卖店占比15%，电子产品市场12%；周末白天购买占比25%，节假日仅3%，反映购买行为集中于日常时段。

2025年中国手机贴膜购买场景分布



2025年中国手机贴膜购买时段分布

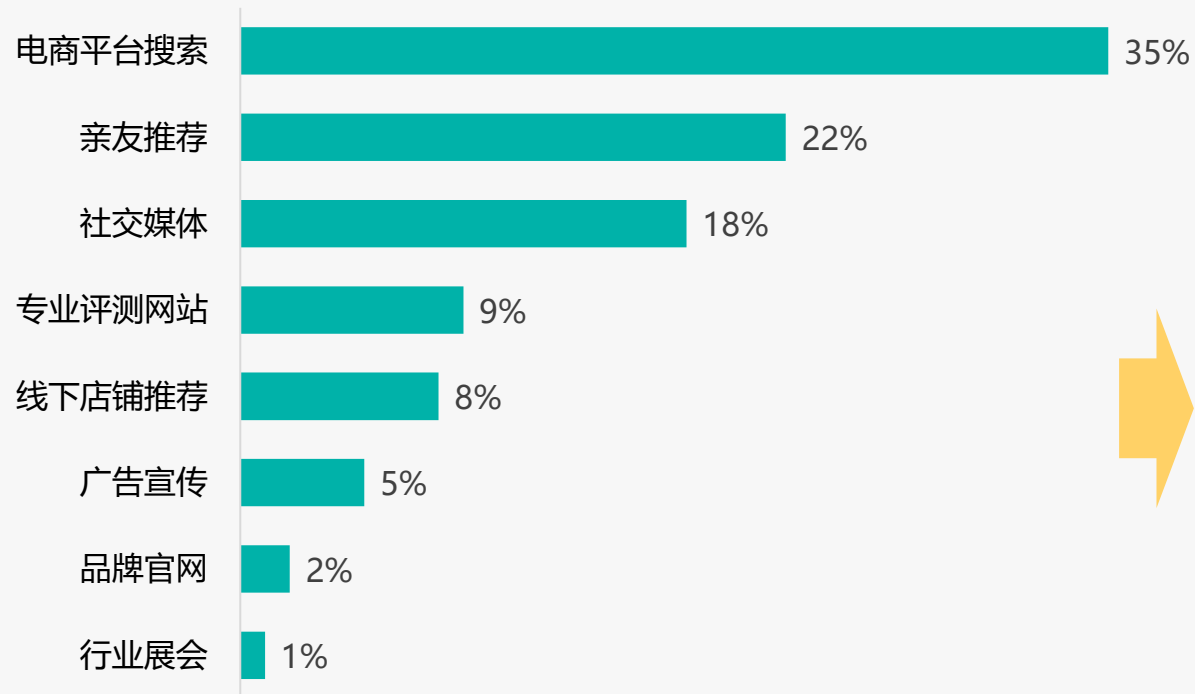


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1228，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

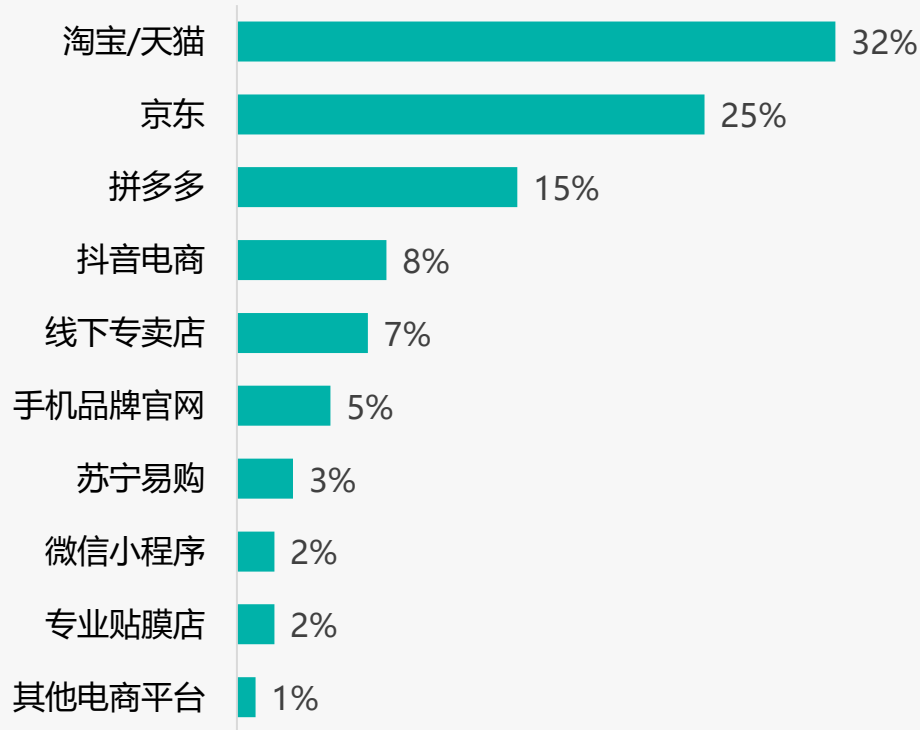
手机贴膜消费依赖线上电商

- ◆信息获取渠道中，电商平台搜索占35%，亲友推荐占22%，社交媒体占18%，显示消费者主要依赖线上渠道和社交关系获取信息。
- ◆购买渠道方面，淘宝/天猫占32%，京东占25%，拼多多占15%，合计72%，表明电商平台是主要购买渠道，消费者偏好便捷购物。

2025年中国手机贴膜信息获取渠道分布



2025年中国手机贴膜购买渠道分布

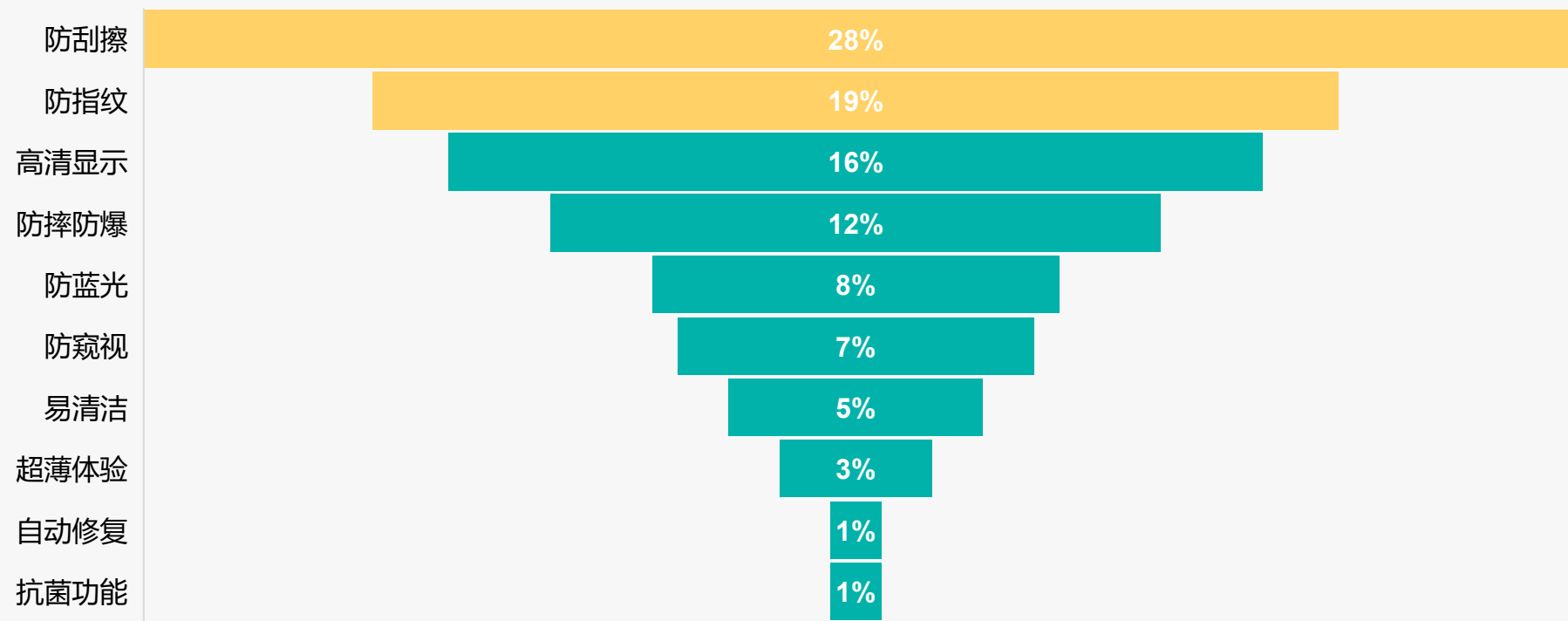


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1228，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

手机贴膜基础防护主导创新功能小众

- ◆手机贴膜功能需求以基础防护为主，防刮擦占28%，防指纹占19%，高清显示占16%，防摔防爆占12%，显示用户对屏幕保护和视觉体验的重视。
- ◆防蓝光占8%，防窥视占7%，易清洁占5%，超薄体验占3%，自动修复和抗菌功能各占1%，表明创新功能需求相对小众，市场渗透率较低。

2025年中国手机贴膜功能需求分布

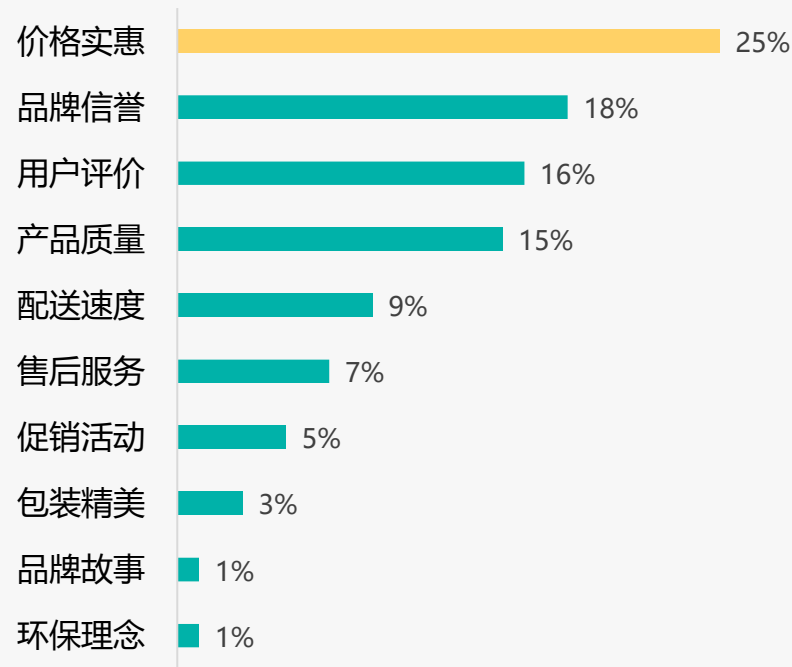


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1228，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

价格口碑主导决策 屏幕保护驱动消费

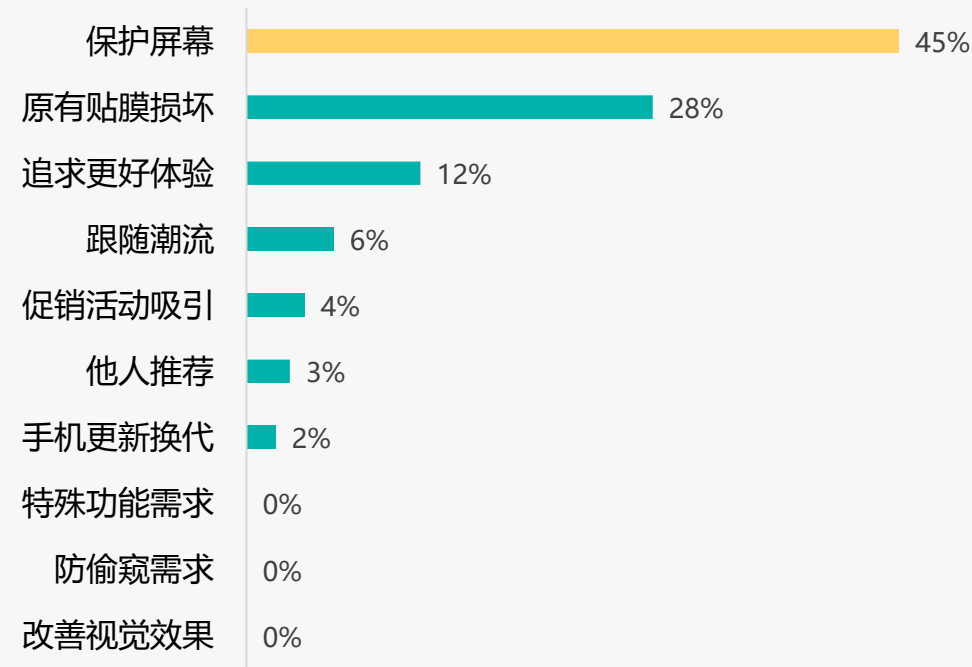
- ◆购买决策中，价格实惠占25%为首要因素，品牌信誉18%和用户评价16%紧随其后，产品质量15%，显示消费者注重性价比和口碑。
- ◆购买动机以保护屏幕45%为主导，原有贴膜损坏28%次之，追求更好体验12%，表明实用性和保护需求驱动消费行为。

2025年中国手机贴膜购买决策因素分布



样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1228，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

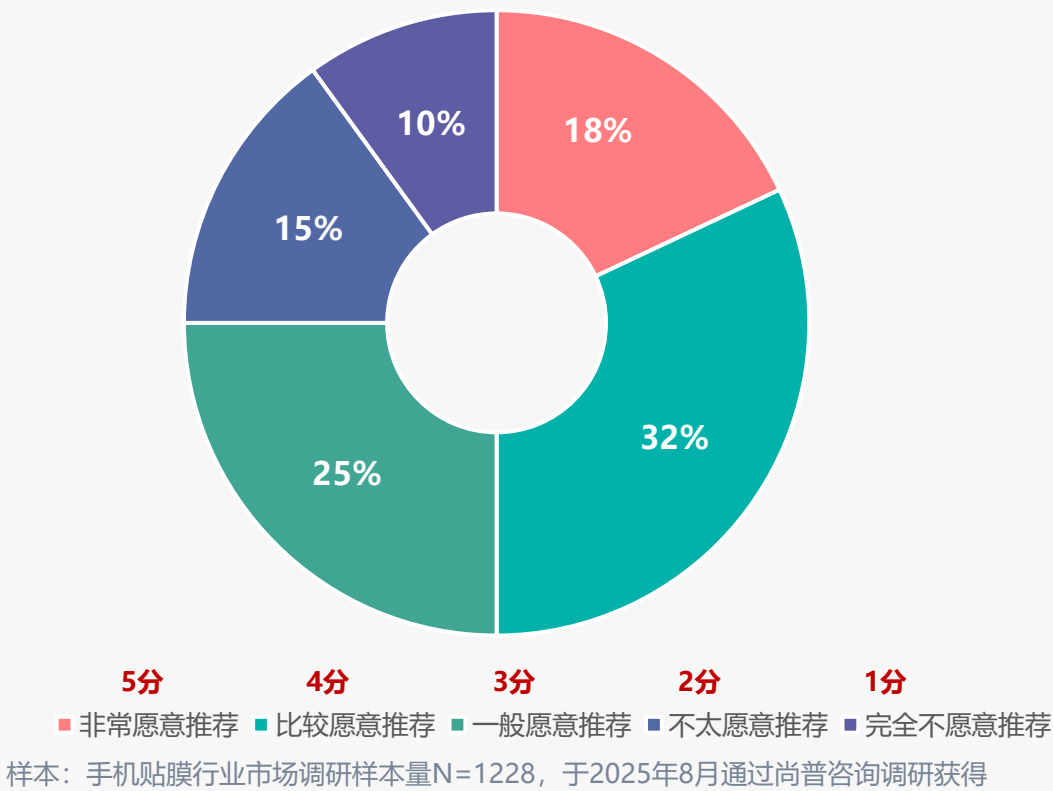
2025年中国手机贴膜购买动机分布



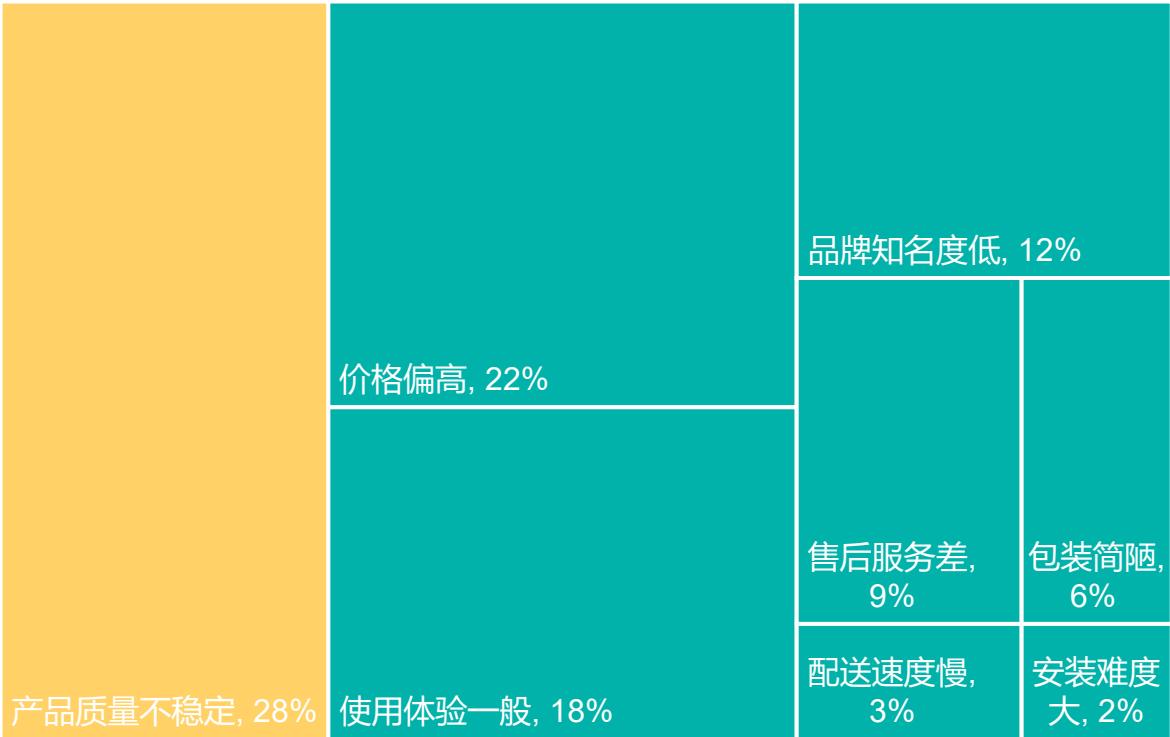
半数用户推荐 质量价格是关键

- ◆手机贴膜推荐意愿整体积极，非常愿意和比较愿意推荐的消费者占比分别为18%和32%，合计达50%，表明半数用户对产品持正面态度。
- ◆不愿推荐原因中，产品质量不稳定占比最高，为28%，价格偏高占22%，是主要负面因素，提示质量与价格是改进关键。

2025年中国手机贴膜推荐意愿分布



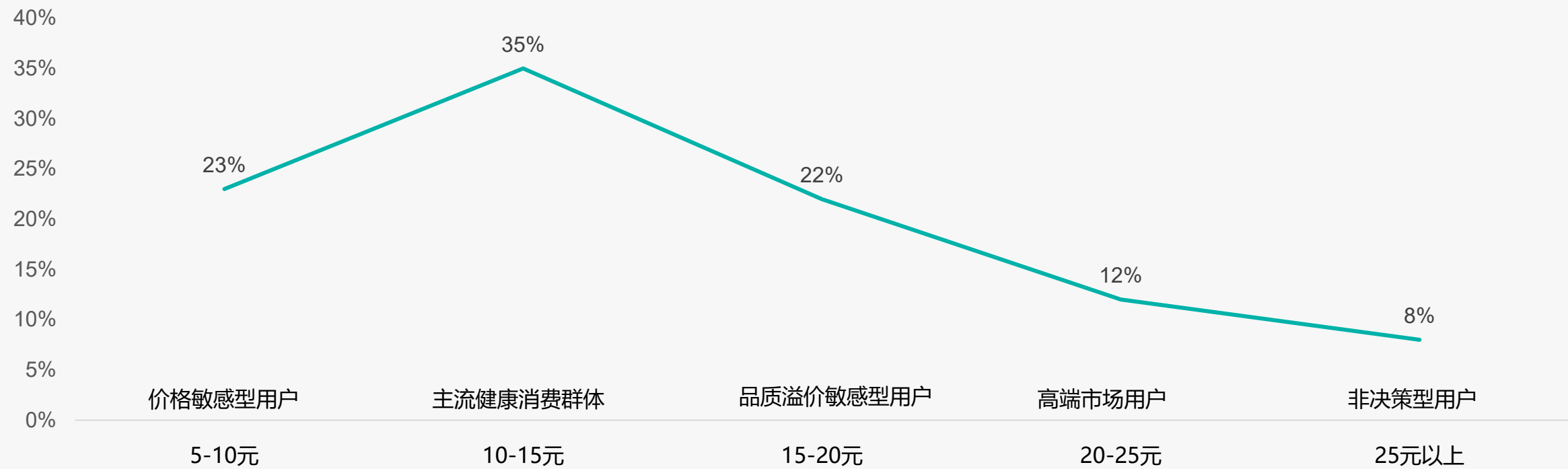
2025年中国手机贴膜不愿推荐原因分布



手机贴膜价格敏感 中低价位主导市场

- ◆手机贴膜主流价格接受度集中在10-15元（35%）和5-10元（23%），显示中等价位最受欢迎，低价市场仍有较大份额。
- ◆15-20元区间占比22%，与低价接近；高端市场（20元以上）仅占20%，表明消费者价格敏感度高，竞争焦点在中低价位。

2025年中国手机贴膜主流价格接受度分布



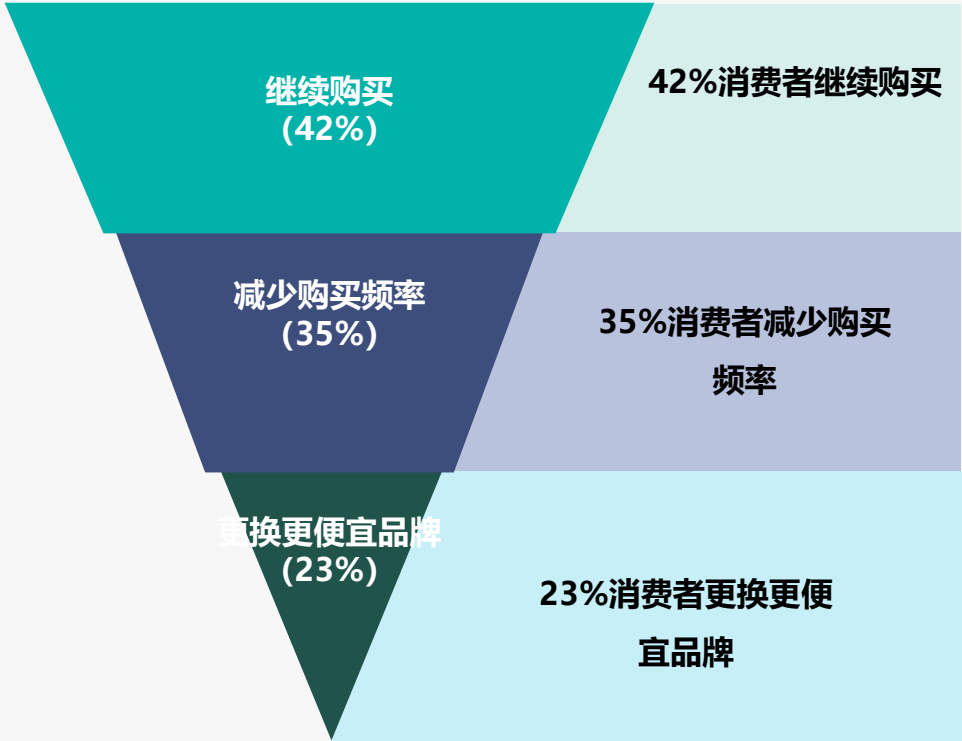
样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1228，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

注：以高清膜规格手机贴膜为标准核定价格区间

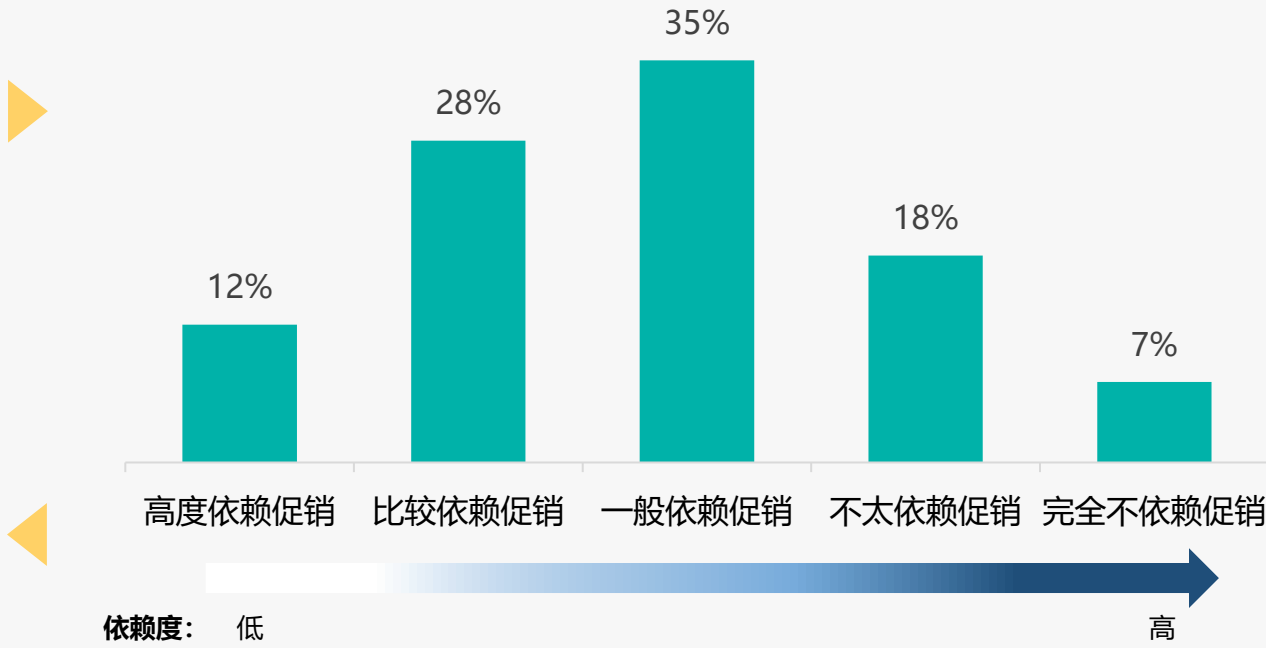
价格敏感并存 促销非主导

- ◆价格上涨时，42%消费者继续购买，35%减少频率，23%更换品牌，显示品牌忠诚度与价格敏感度并存。
- ◆促销依赖中，35%一般依赖，12%高度依赖，28%比较依赖，表明促销对多数消费者有吸引力但非绝对主导。

2025年中国手机贴膜价格上涨应对分布



2025年中国手机贴膜促销依赖程度分布

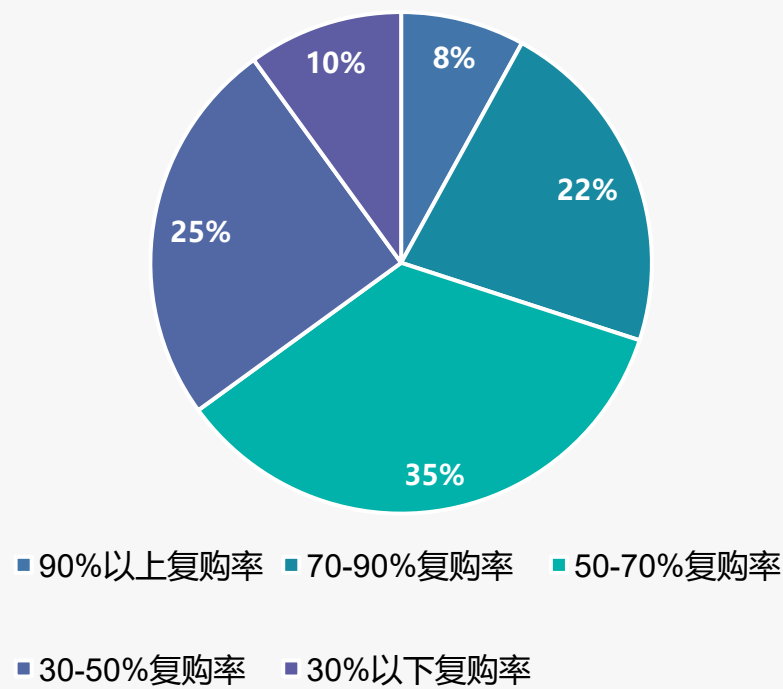


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1228，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

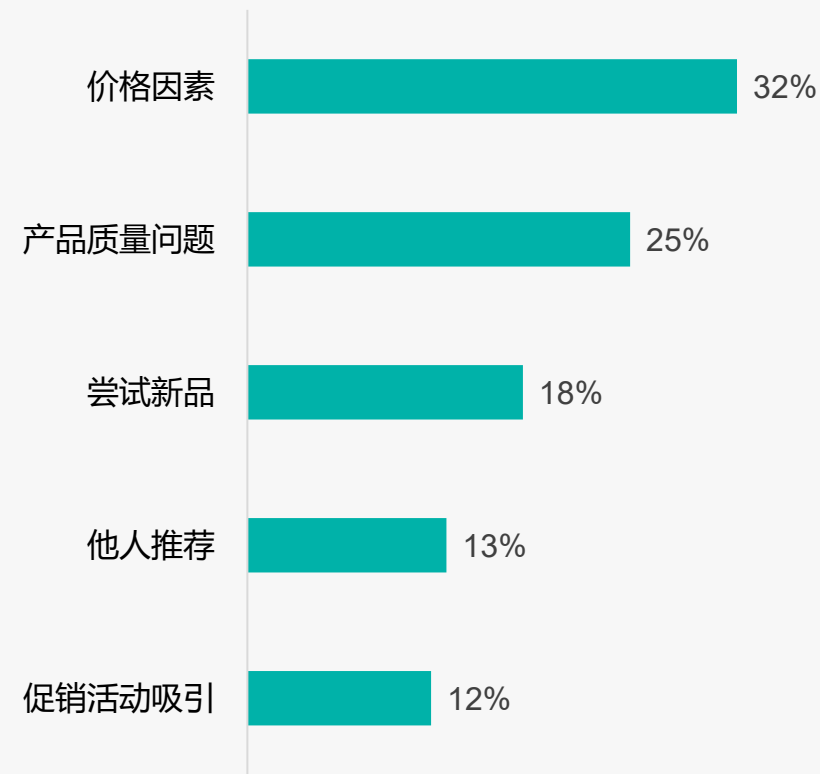
性价比品质主导手机贴膜消费决策

- ◆品牌忠诚度调查显示，50%以上复购率用户占比65%，其中50-70%复购率占35%，表明多数消费者对品牌有中等偏好。
- ◆品牌更换原因中，价格因素占32%，产品质量问题占25%，两者合计57%，凸显性价比和品质是消费者决策的关键因素。

2025年中国手机贴膜品牌忠诚度分布



2025年中国手机贴膜品牌更换原因分布

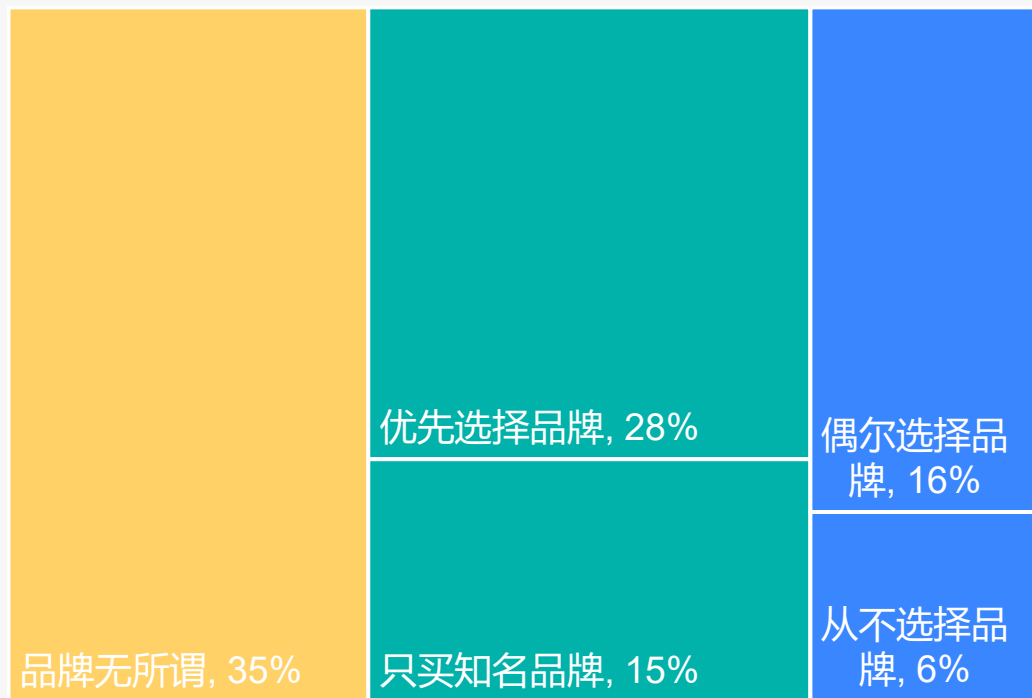


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1228，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

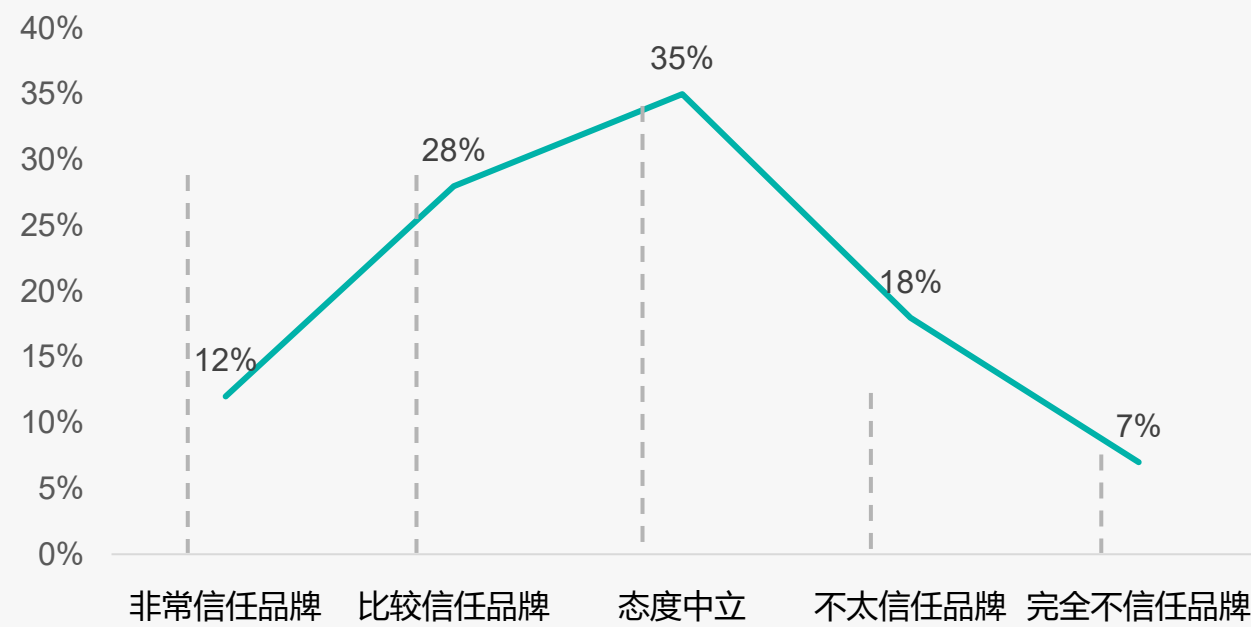
手机贴膜品牌敏感度低市场重实用

- ◆手机贴膜消费中，品牌无所谓和态度中立均占比35%，显示多数消费者对品牌敏感度低且持中性立场，市场更注重实用性。
- ◆比较信任品牌与优先选择品牌均占28%，行为态度一致；高度品牌忠诚用户较少，完全排斥品牌者占少数，市场推广灵活。

2025年中国手机贴膜品牌购买意愿分布



2025年中国手机贴膜品牌态度分布

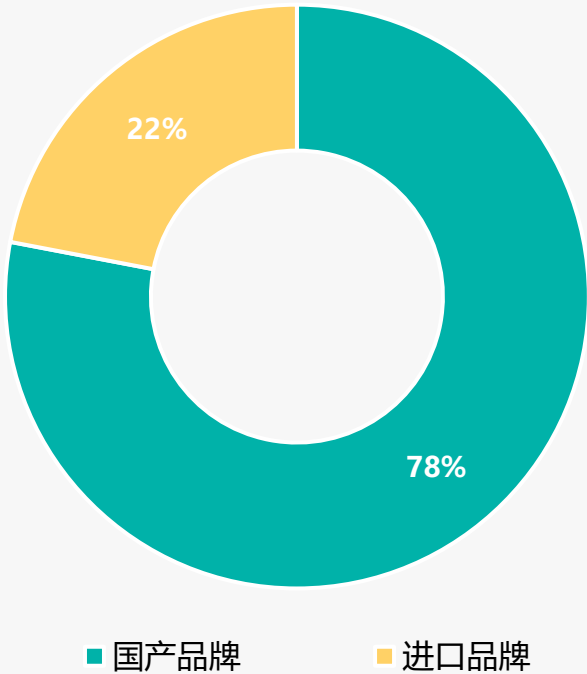


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1228，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

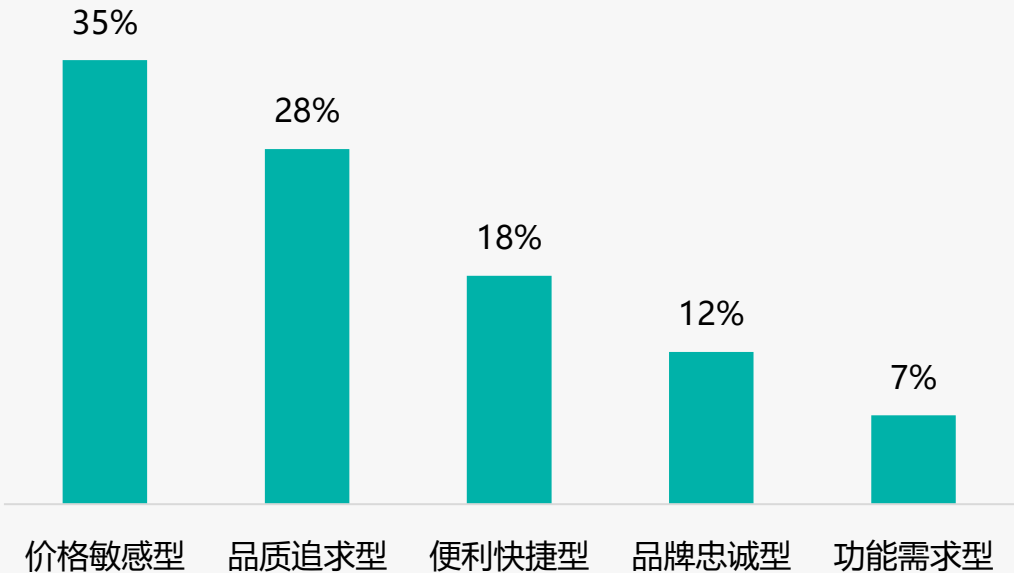
国产品牌主导 价格品质驱动

- ◆手机贴膜消费中，国产品牌偏好占78%，进口品牌仅22%，显示消费者高度倾向本土产品，可能受价格和便利因素驱动。
- ◆价格敏感型占35%，品质追求型占28%，两者主导市场；便利快捷型18%，品牌忠诚型12%，功能需求型7%，创新需求较弱。

2025年中国手机贴膜品牌产地偏好分布



2025年中国手机贴膜消费偏好类型分布

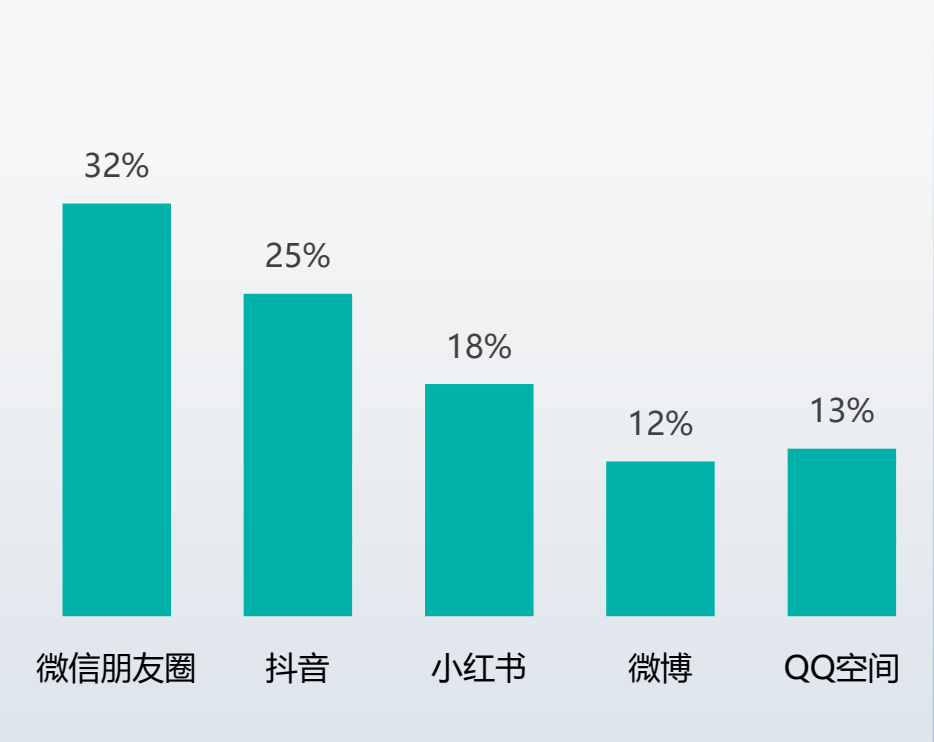


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1228，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

贴膜分享重体验 用户偏好微信抖音

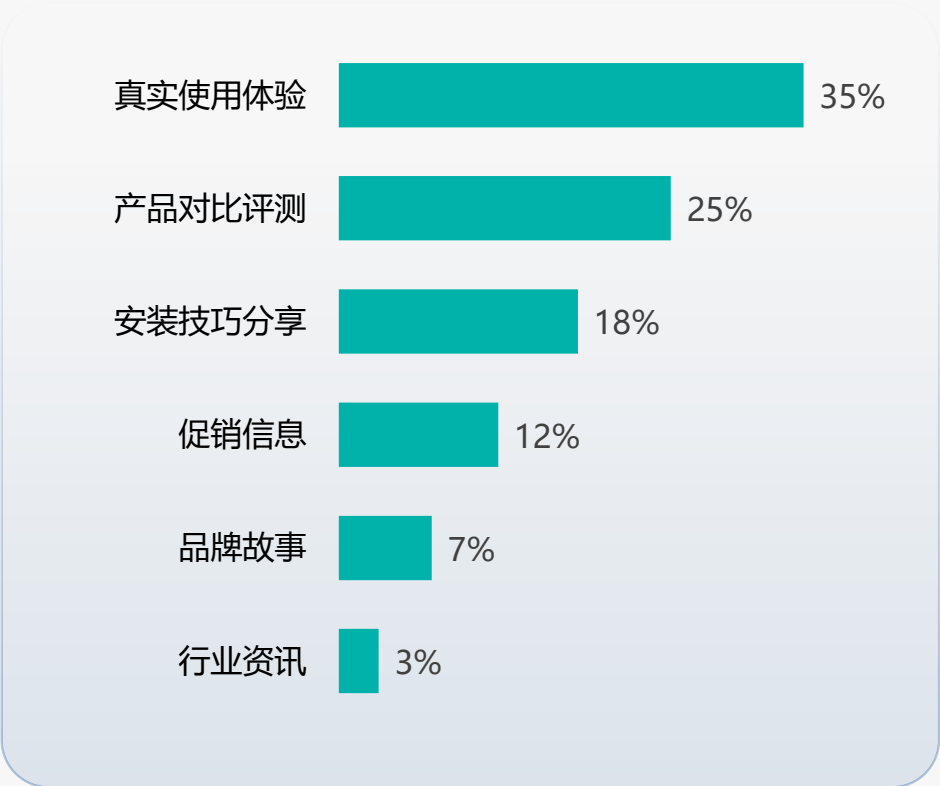
- ◆微信朋友圈占比32%、抖音占比25%是手机贴膜内容分享的主要平台，用户偏好通过社交渠道传播使用体验。
- ◆真实使用体验占比35%、产品对比评测占比25%主导内容偏好，消费者更关注实用性和客观比较。

2025年中国手机贴膜社交分享平台分布



样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1228，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

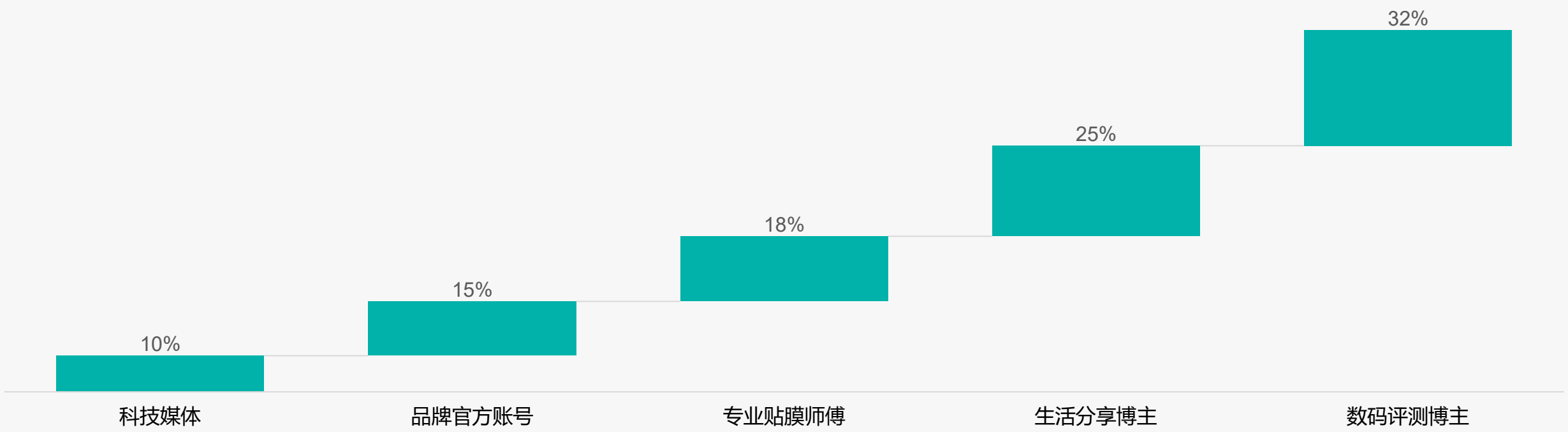
2025年中国手机贴膜社交内容类型偏好分布



数码生活博主主导贴膜消费信任

- ◆调查显示，消费者最信任数码评测博主（32%）和生活分享博主（25%），表明专业评估和真实体验是购买决策的关键影响因素。
- ◆专业贴膜师傅（18%）和品牌官方账号（15%）信任度相对较低，建议营销策略优先聚焦高信任度博主以提升效果。

2025年中国手机贴膜信任博主类型分布

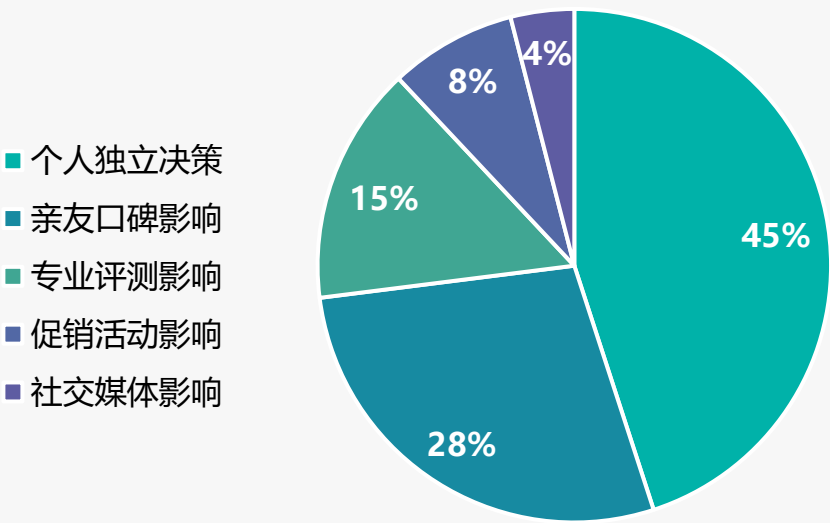


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1228，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

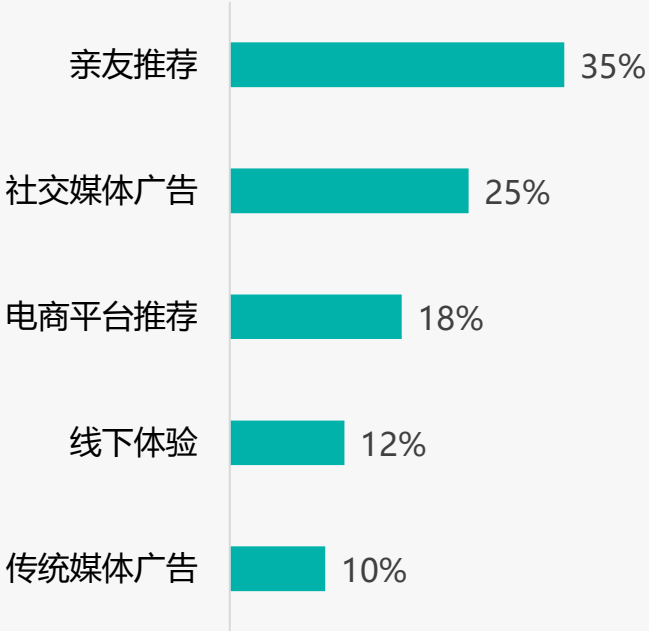
口碑主导手机贴膜消费决策

- ◆亲友推荐是手机贴膜消费决策的首要广告类型，占比35%，社交媒体广告以25%位居第二，显示口碑和数字渠道主导消费者选择。
- ◆电商平台推荐占18%，线下体验和传统媒体广告分别占12%和10%，表明便捷性和社交影响力远高于传统营销方式。

2025年中国手机贴膜决策影响类型分布



2025年中国手机贴膜广告接受类型分布

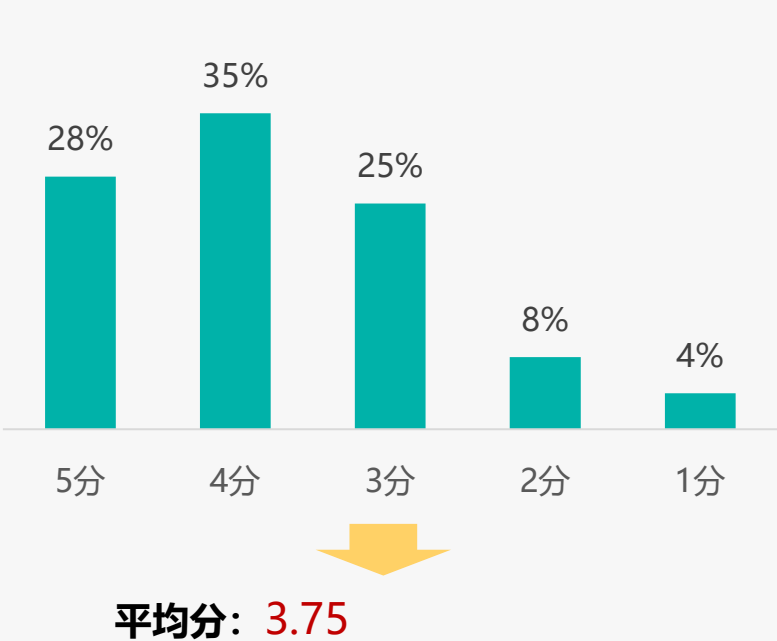


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1228，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

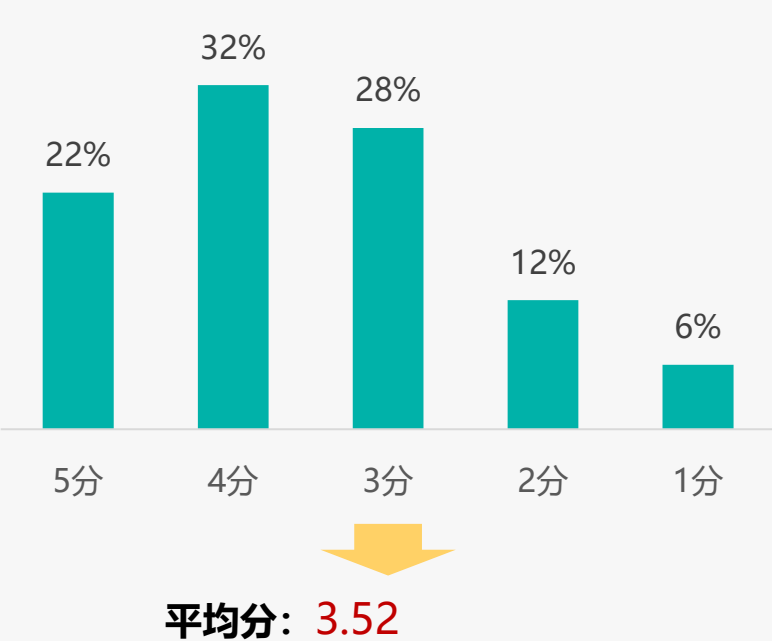
售后服务满意度低 需优先优化

- ◆线上购买流程满意度中4分和5分合计占比63%，售后服务满意度中4分和5分合计占比54%，在线客服满意度中4分和5分合计占比58%。
- ◆售后服务满意度最低，4分和5分合计占比54%，且1分和2分合计占比18%，表明售后服务是主要短板，需优先优化。

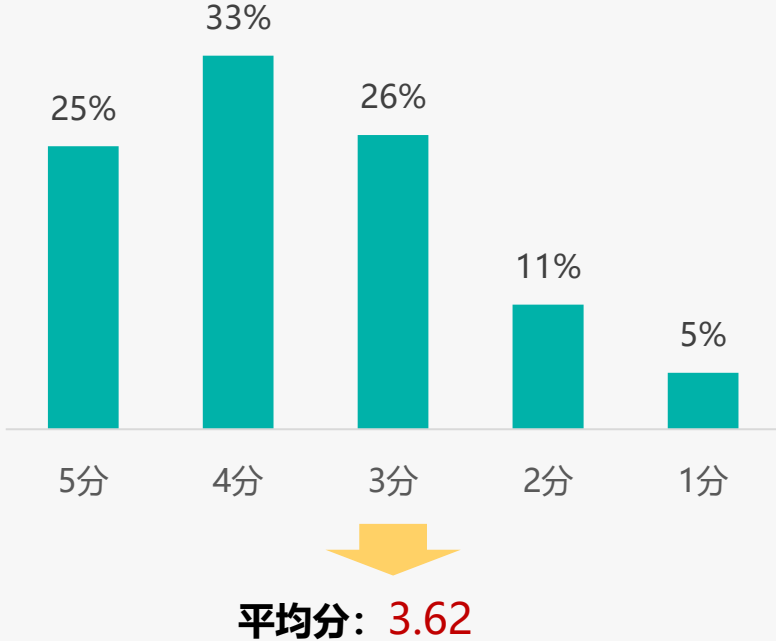
2025年中国手机贴膜线上购买流程满意度



2025年中国手机贴膜售后服务满意度



2025年中国手机贴膜在线客服满意度

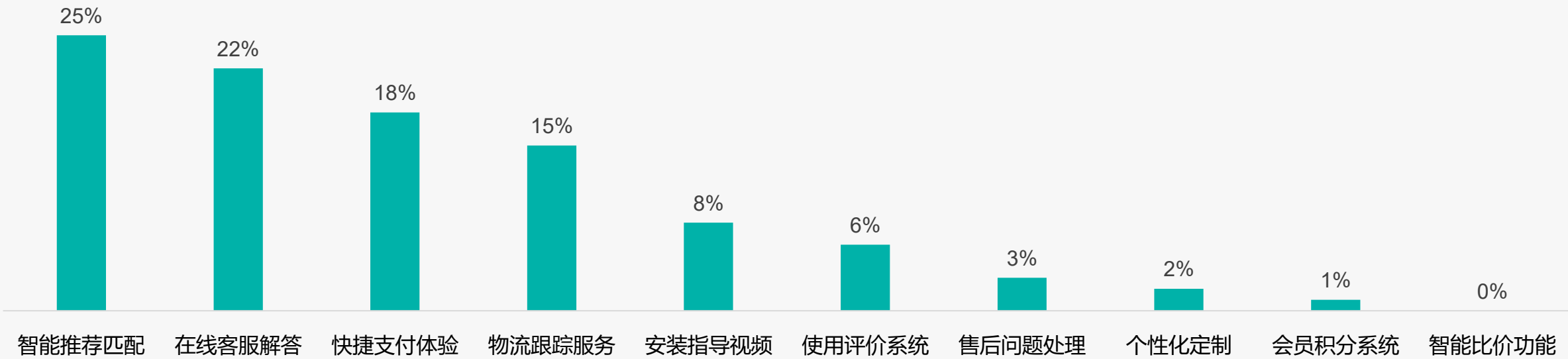


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1228，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

智能推荐客服主导 支付物流需求集中

- ◆智能推荐匹配（25%）和在线客服解答（22%）是消费者最关注的智能服务，快捷支付体验（18%）和物流跟踪服务（15%）也占据重要地位。
- ◆安装指导视频（8%）及以下服务占比显著偏低，如使用评价系统（6%）和售后问题处理（3%），显示服务需求高度集中于前四项。

2025年中国手机贴膜智能服务体验分布



样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1228，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