

华信人咨询 · 洞察2025

HXR 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

华信人咨询
HXN CONSULTING

华信人咨询作为中国领先的市场研究机构，自2016年成立以来，始终深耕市场研究领域，并成为市场地位背书权威部门推荐单位，累计完成各类专业咨询项目600+逾项，以深厚积淀持续赋能企业战略决策。

9年来，依托对超过15,000个消费品类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，华信人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，华信人咨询发布《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：年轻群体主导手机贴膜消费市场

-  26-35岁用户占比37%，18-25岁占比31%，年轻用户为核心消费力量。
-  中低收入人群更倾向于购买，5-8万元收入者占32%，3-5万元占27%。
-  消费决策高度自主，自己决策购买占78%，远高于家人推荐的12%。

启示

✓ 聚焦年轻用户营销

针对26-35岁和18-25岁年轻群体，设计符合其审美和需求的营销活动，利用社交媒体和短视频平台增强互动。

✓ 强化自主决策支持

提供详细产品信息和用户评价，减少外部干扰，增强消费者自主选择信心，提升购买转化率。

核心发现2：价格敏感度高，中低端市场主导

-  10-20元价格区间占43%，是主流消费水平，显示消费者偏好中低端价格。
-  5-10元接受度最高占37%，20元以上仅5%，高端市场渗透率低。
-  价格因素在购买决策中占31%，显著高于其他因素，消费者对成本敏感。

启示

✓ 优化中低端产品线

重点发展10-20元价格带产品，确保性价比，满足大多数消费者需求，避免过度高端化。

✓ 实施灵活定价策略

利用促销和捆绑销售应对价格敏感度，同时探索小幅溢价可能，但保持整体可负担性。

核心发现3：功能需求驱动消费，保护功能最受关注



防刮擦功能关注度27%最高，高清显示23%次之，构成市场主流偏好。



保护手机屏幕是核心驱动因素，占购买动机42%，强化保护功能重要性。



防蓝光、隐私保护等功能需求低于5%，显示用户更注重实用性和耐用性。

启示

✓ 强化核心保护功能

优先提升防刮擦和高清显示性能，突出产品实用价值，满足消费者基本保护需求。

✓ 简化产品功能创新

避免过度添加小众功能，聚焦主流需求，降低成本，提高市场接受度和竞争力。

核心逻辑：年轻群体主导，价格敏感，功能需求驱动



1、产品端

- ✓ 强化防刮擦高清膜，满足主流保护需求
- ✓ 优化中低端产品性价比，提升实用性



2、营销端

- ✓ 利用社交平台口碑传播，增强信任
- ✓ 聚焦短视频和电商平台，精准触达



3、服务端

- ✓ 简化退货流程，提升客户满意度
- ✓ 加强在线客服响应，解决购买疑问

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

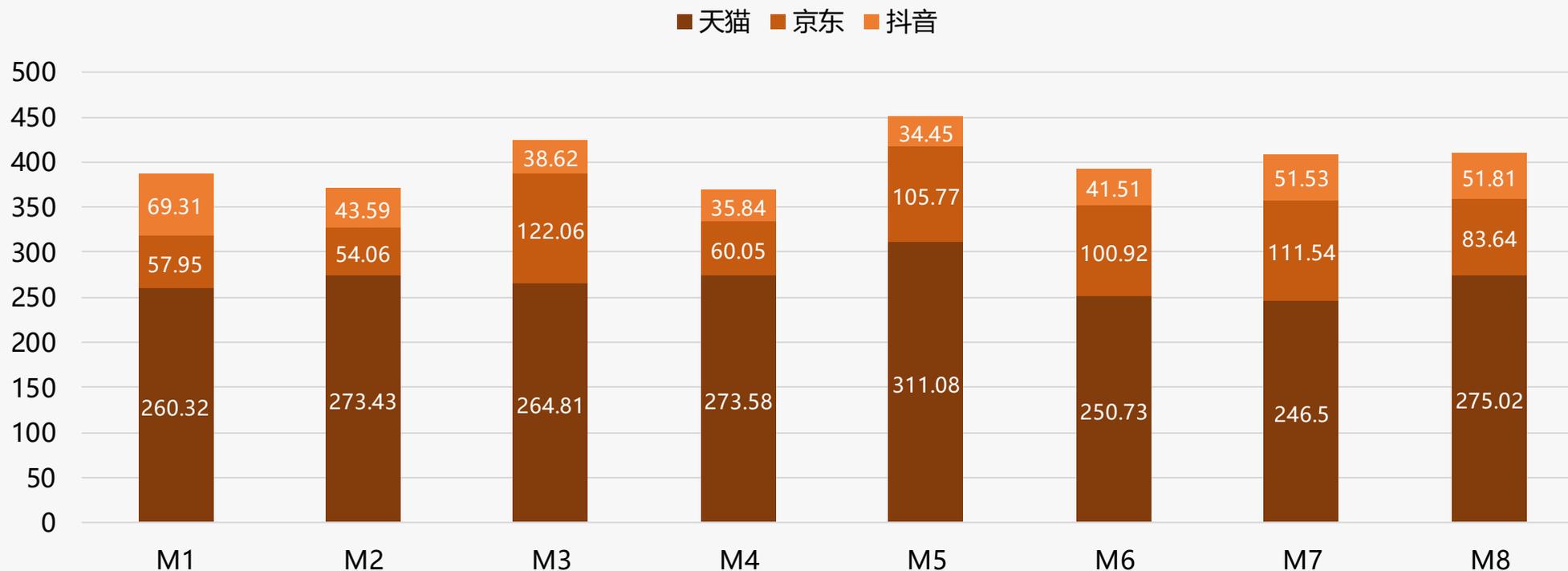
Research Method

- 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

天猫主导贴膜市场 抖音增长潜力显著

- ◆从平台份额看，天猫以18.56亿元（占比61.2%）主导市场，京东（6.79亿元，22.4%）和抖音（3.47亿元，11.4%）次之。天猫份额稳定但面临抖音增速挑战，建议优化ROI以巩固领导地位。月度趋势显示，5月为销售峰值（4.52亿元），6-7月回落（3.93亿、4.09亿），8月反弹至4.12亿。波动反映促销周期影响，需加强库存周转率管理以应对季节性需求。
- ◆抖音平台增长显著，1月销售额0.69亿元，8月升至0.52亿元，虽略降但整体活跃。同比其他平台，抖音渗透率提升，建议加大投入以捕捉新兴渠道红利。

2025年1月~8月手机贴膜品类线上销售规模（百万元）

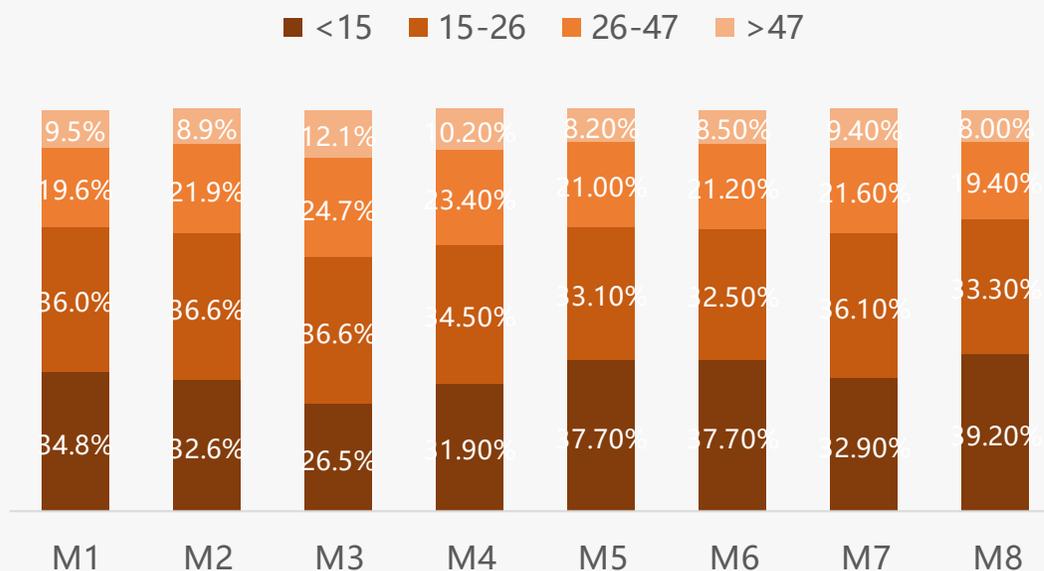
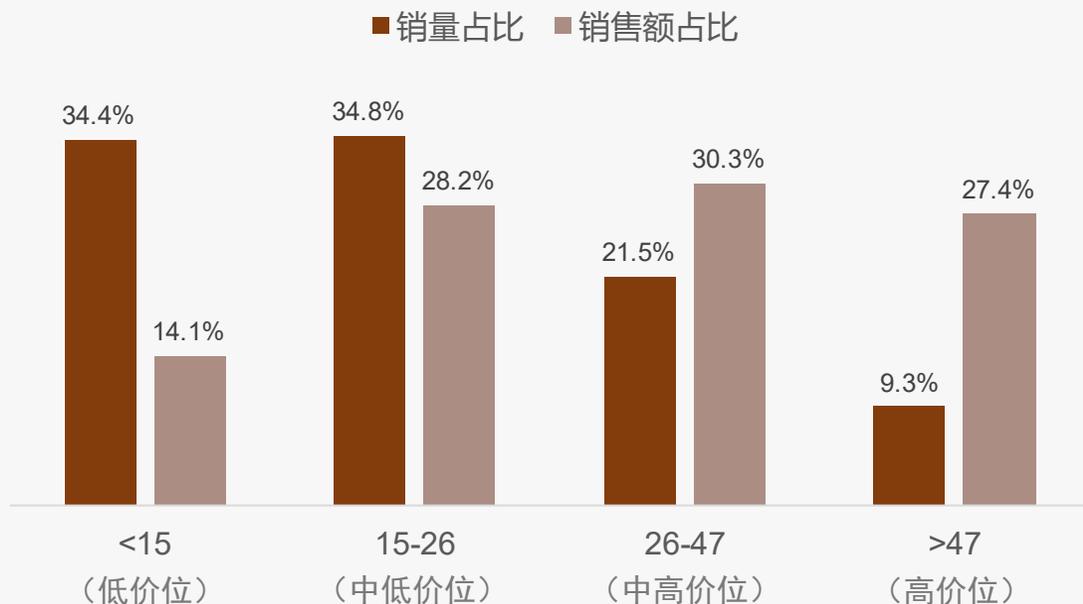


中端主导盈利 高端高毛利 优化产品结构

- ◆从价格区间结构看，15-26元和26-47元中端价位贡献了58.5%的销售额，是核心盈利区间；<15元低价位销量占比34.4%但销售额仅14.1%，显示薄利多销但利润贡献有限；>47元高价位销量占比9.3%却贡献27.4%销售额，表明高端产品具有高毛利特性，建议优化产品组合提升整体ROI。
- ◆月度销量分布显示，<15元低价位在M5、M6、M8销量占比超37%，呈现周期性波动，可能与促销活动相关；15-26元价位占比稳定在32%-36%，是消费基本盘；26-47元价位在M3达到峰值24.7%，反映季节性升级需求；整体价格带结构需关注库存周转率，避免低价积压。

2025年1月~8月手机贴膜线上不同价格区间销售趋势

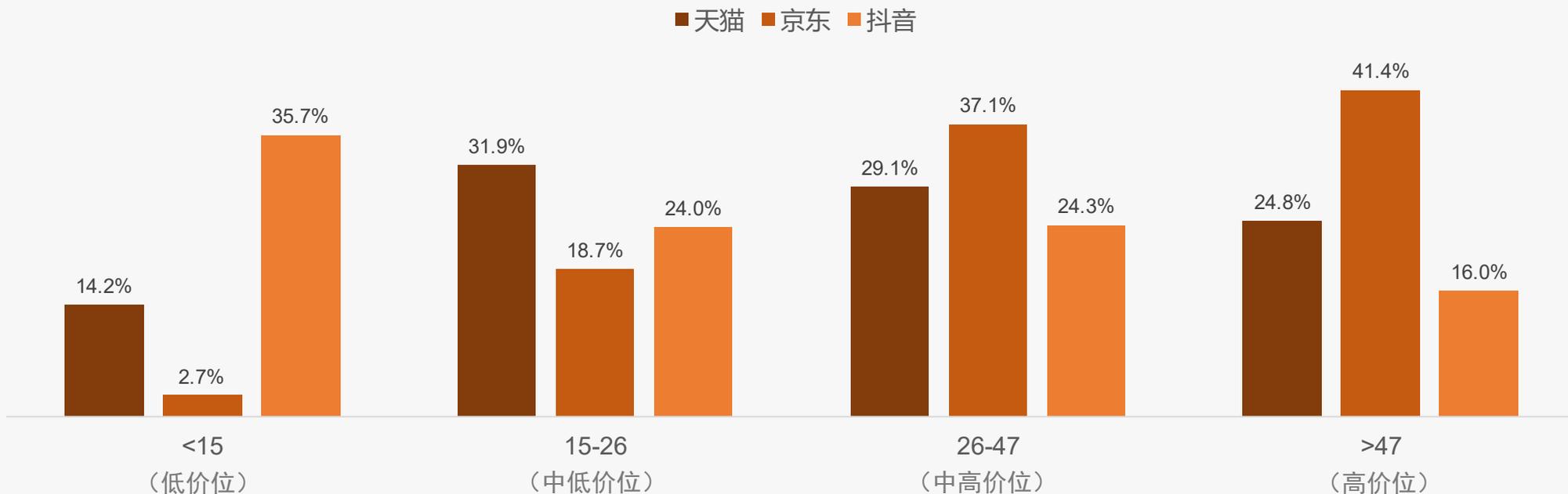
手机贴膜线上价格区间-销量分布



京东高端天猫中端抖音低价主导

- ◆从价格区间分布看，天猫平台中端价位（15-47元）占比最高达61%，京东平台高端价位（>47元）占比最高达41.4%，抖音平台低价位（<15元）占比最高达35.7%，反映出天猫用户偏好性价比，京东用户注重品质，抖音用户价格敏感度高，建议各平台优化SKU结构以匹配目标客群。
- ◆对比平台间高端市场渗透率：京东高端（>47元）占比41.4%显著高于天猫24.8%和抖音16.0%，结合中端占比，京东在高端市场具垄断优势，天猫需加强高端产品营销以提升同比增速，抖音可借低价引流后逐步升级产品线。

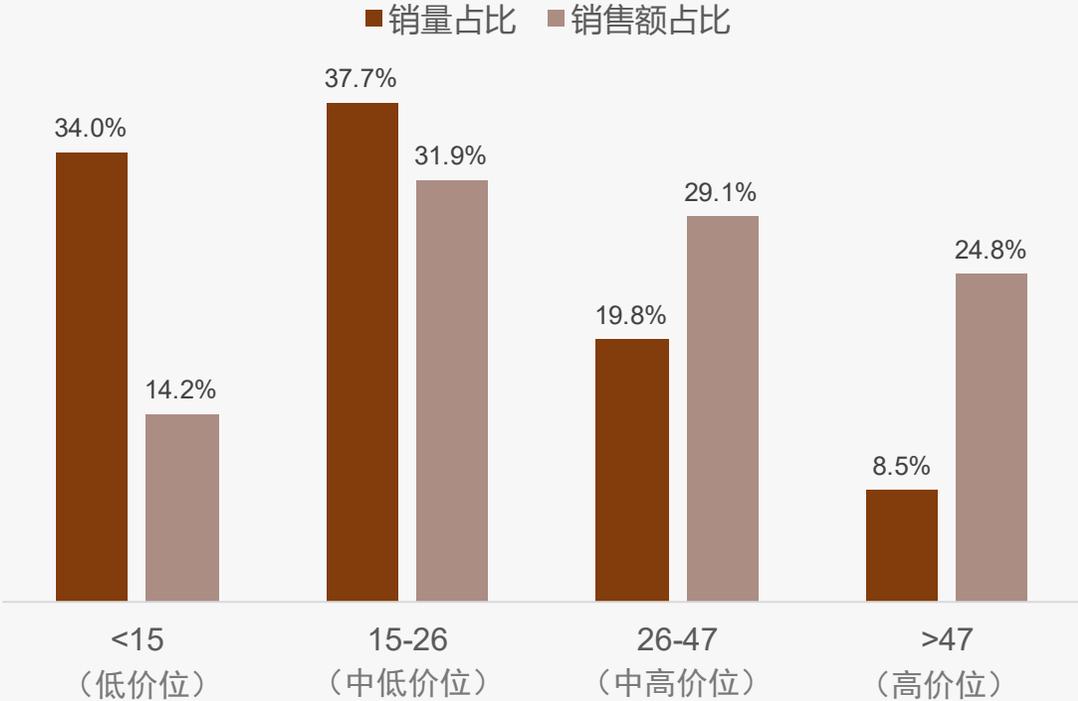
2025年1月~8月各平台手机贴膜不同价格区间销售趋势



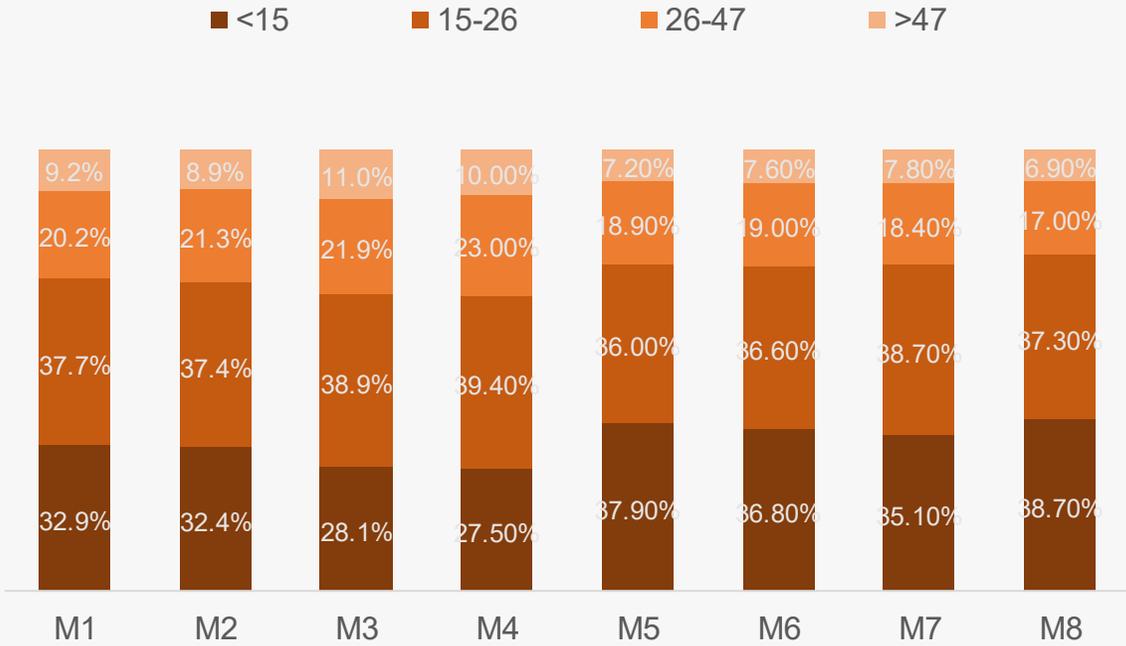
手机贴膜消费降级 低价主导高端承压

- ◆从价格区间结构看，15-26元区间销量占比37.7%最高，贡献31.9%销售额，是核心价格带；<15元区间销量占比34.0%但销售额仅14.2%，显示低价产品周转快但利润贡献低；>47元高端产品销量仅8.5%却贡献24.8%销售额，毛利率优势明显。
- ◆月度销量分布显示，<15元区间在M5-M8占比显著提升（M8达38.7%），而>47元高端产品占比从M3的11.0%持续下滑至M8的6.9%，反映消费降级趋势，消费者更倾向性价比产品，高端市场面临增长压力。

2025年1月~8月天猫平台手机贴膜不同价格区间销售趋势



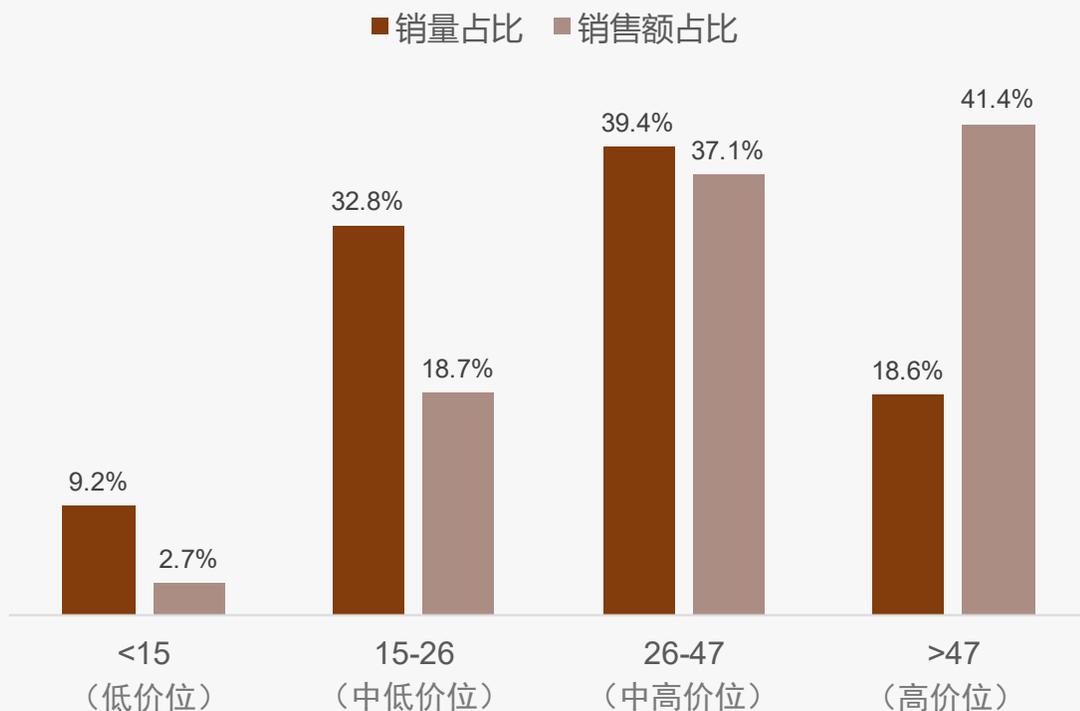
天猫平台手机贴膜价格区间-销量分布



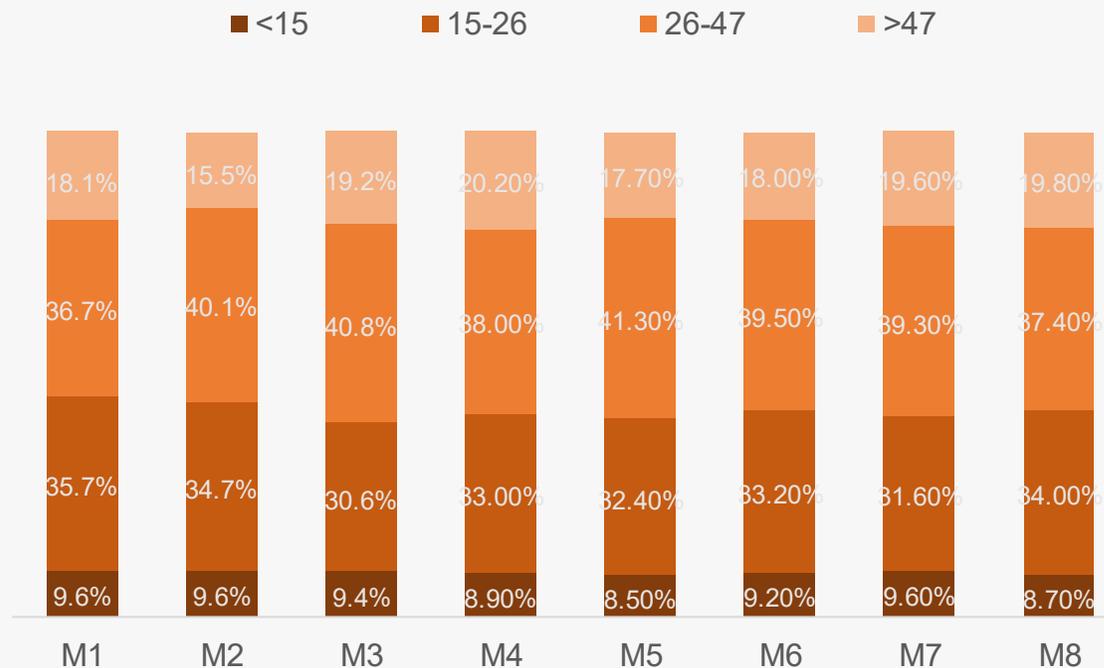
高价贴膜驱动销售额增长

- ◆ 从价格区间销售趋势看，26-47元价格带销量占比39.4%、销售额占比37.1%，是核心价格带；>47元高价位销量占比仅18.6%但销售额占比达41.4%，显示高单价产品对销售额贡献显著。
- ◆ 对比销量与销售额占比，<15元价格带销量占比9.2%但销售额占比仅2.7%，销售额转化率低；>47元价格带销量占比18.6%但销售额占比41.4%，销售额转化率高，反映高价位产品毛利率优势。

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

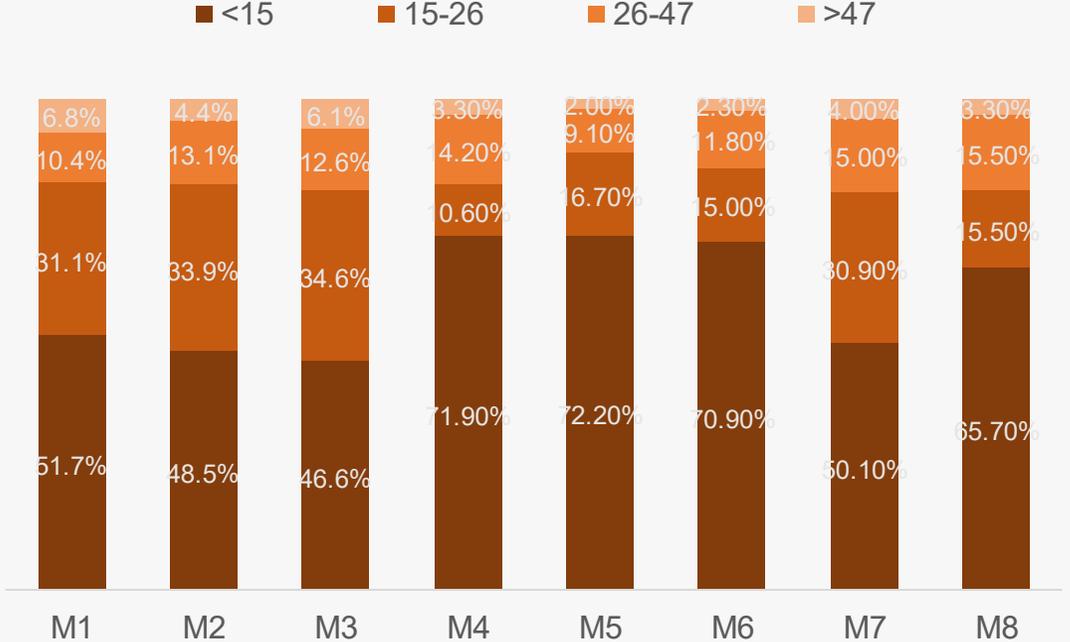
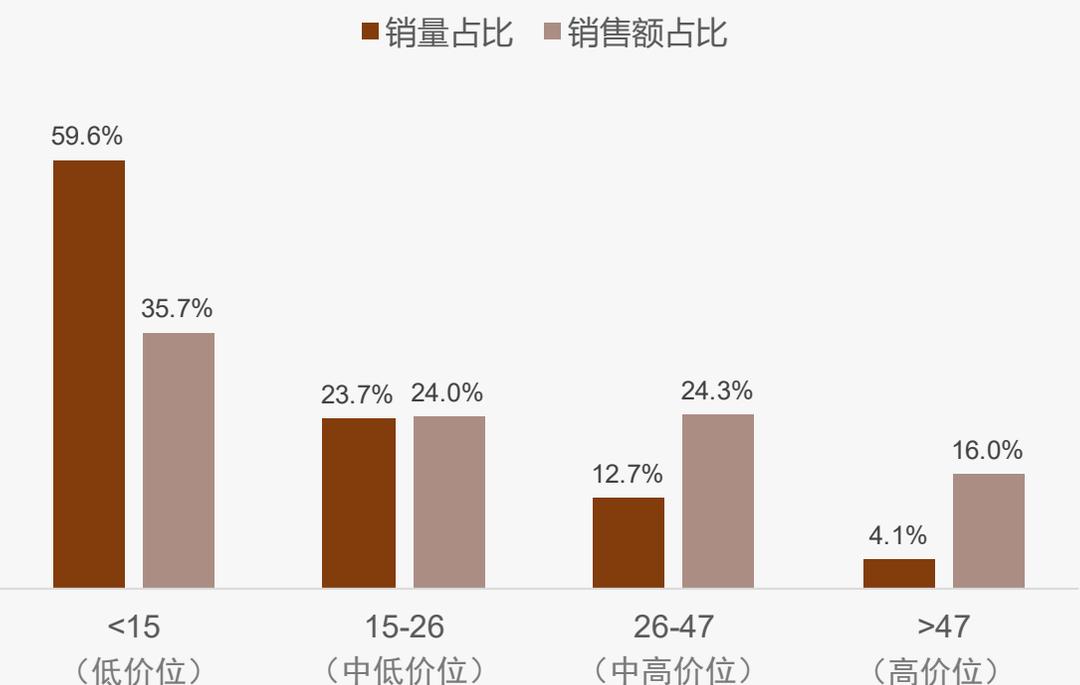


低价主导 中高端利润 结构优化

- ◆从价格结构看，抖音平台手机贴膜呈现明显的低价主导特征。<15元区间销量占比59.6%但销售额仅占35.7%，显示该区间客单价偏低；而26-47元区间销量占比12.7%却贡献24.3%销售额，单位产品价值更高，建议优化产品组合提升整体毛利率。
- ◆月度销量分布显示市场波动剧烈。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，可能与平台促销活动相关；需关注促销对价格体系的冲击。价格带贡献度分析揭示结构性机会。>47元高端产品销量占比仅4.1%但贡献16.0%销售额，单位价值显著；结合15-26元区间24.0%的销售额贡献，中高端市场具备更大利润空间，建议加强产品升级和精准营销以提升整体ROI。

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

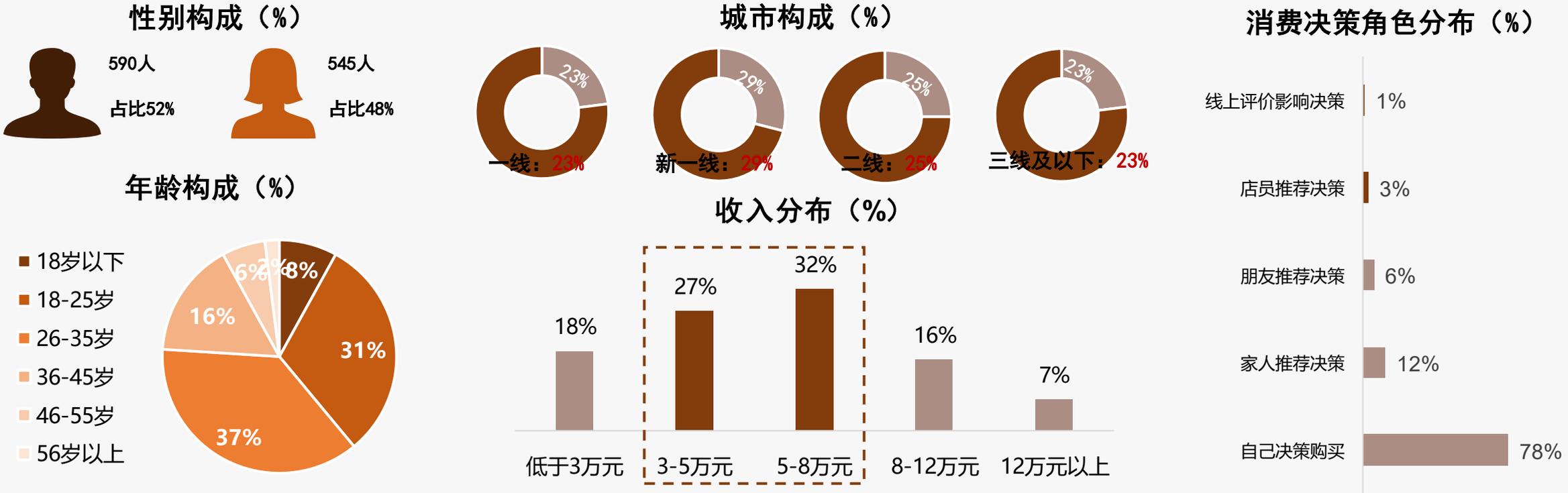
Research Method

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=1135

年轻群体主导 自主决策为主

- ◆手机贴膜消费者中26-35岁群体占比37%，18-25岁占31%，年轻用户是核心消费力量。收入以5-8万元为主占32%，显示中低收入人群更倾向购买。
- ◆消费决策高度自主，自己决策购买占比78%，远高于家人推荐的12%。城市分布均匀，各线城市占比在23%-29%之间，产品普及度高。

2025年中国手机贴膜消费者画像

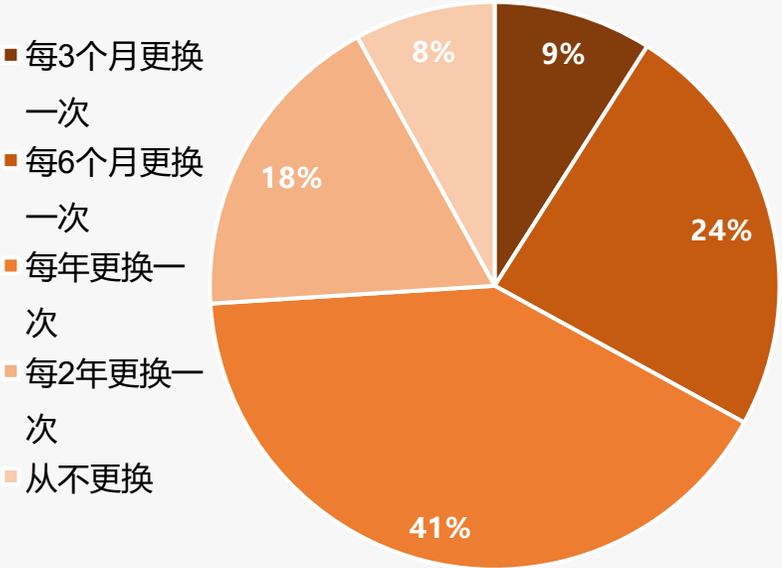


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1135，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

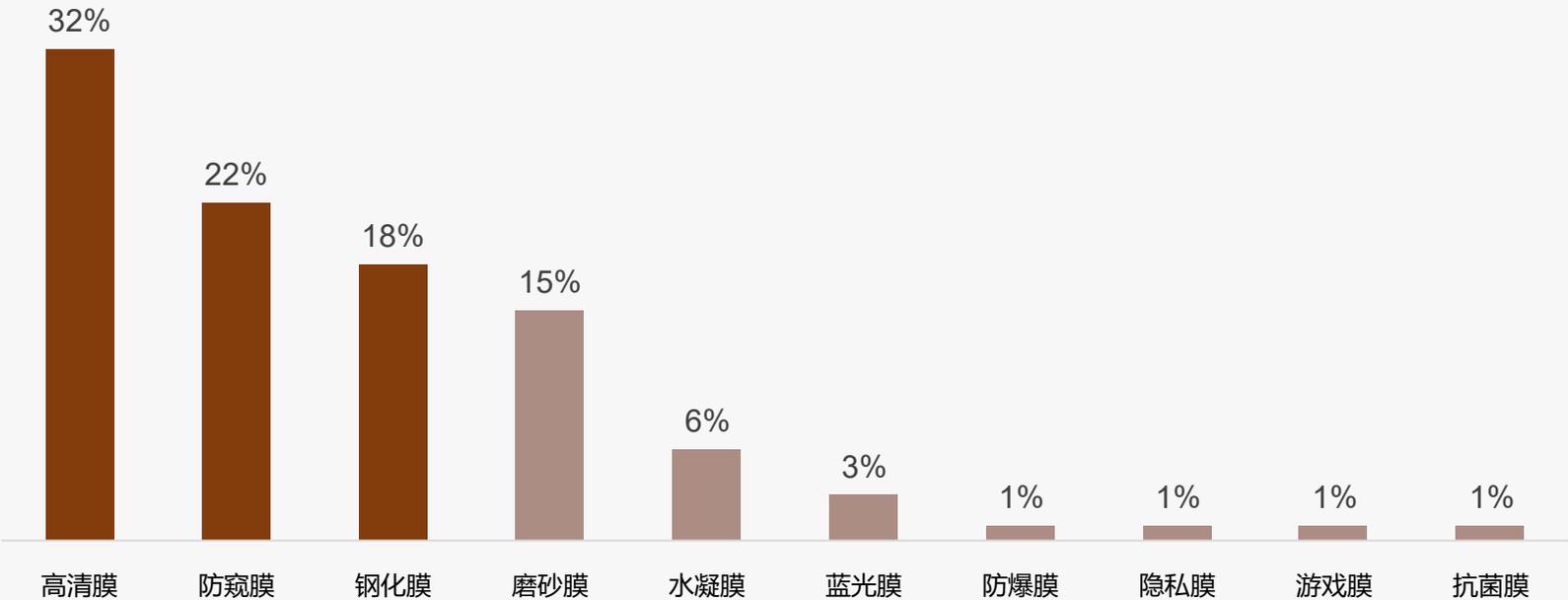
贴膜年换为主 高清膜占主导

- ◆手机贴膜消费频率以每年更换为主，占比41%；每6个月更换占24%，每2年更换占18%。从不更换用户仅8%，显示更换行为普遍。
- ◆贴膜类型偏好中，高清膜占比35%居首，防窥膜22%次之；钢化膜18%，磨砂膜15%。其他类型占比低，隐私膜等未被选择。

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

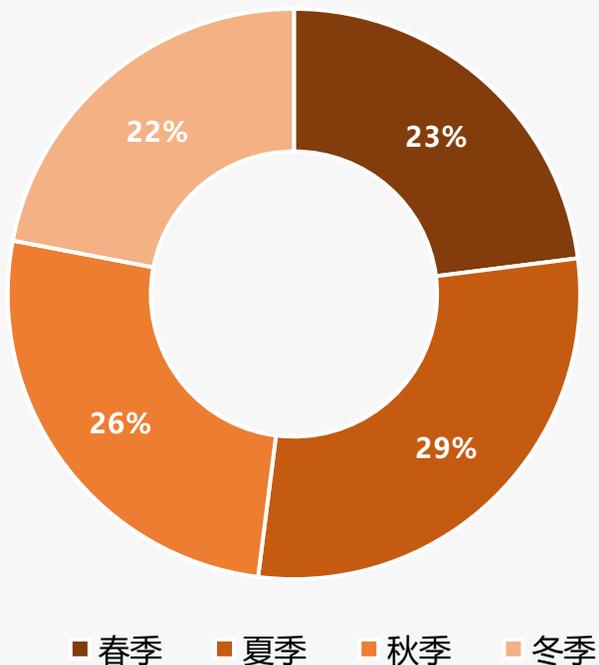


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1135，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

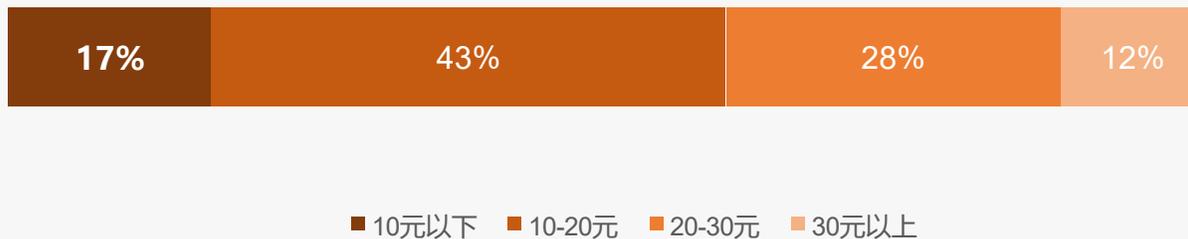
中低端消费主导 简易包装最受欢迎

- ◆手机贴膜消费以10-20元为主，占比43%；夏季购买最活跃，占29%。包装偏好显示简易包装最受欢迎，占比41%，环保包装占15%。
- ◆分析指出中低端价格是主流，高端需求存在；季节因素影响消费，简易包装主导市场，环保意识逐渐兴起。

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支出分布



2025年中国手机贴膜购买包装偏好分布

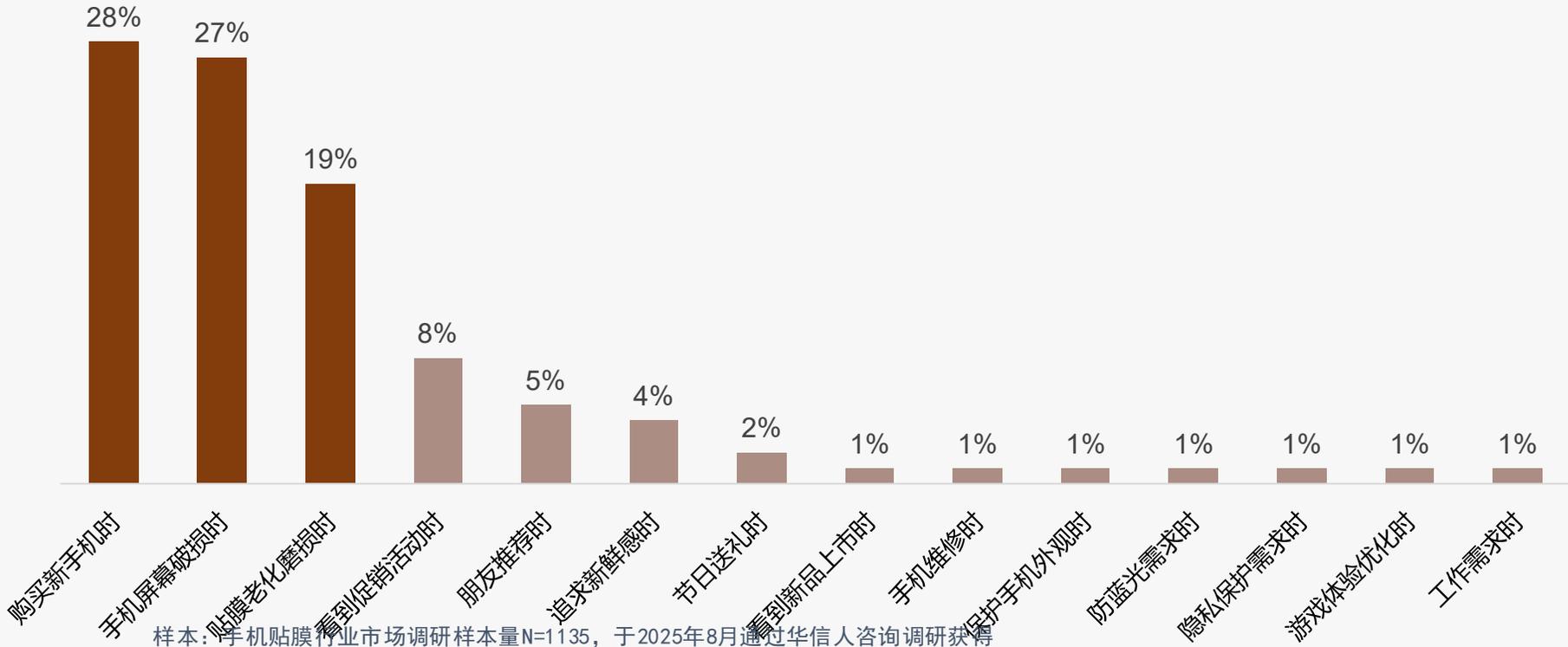


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1135，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

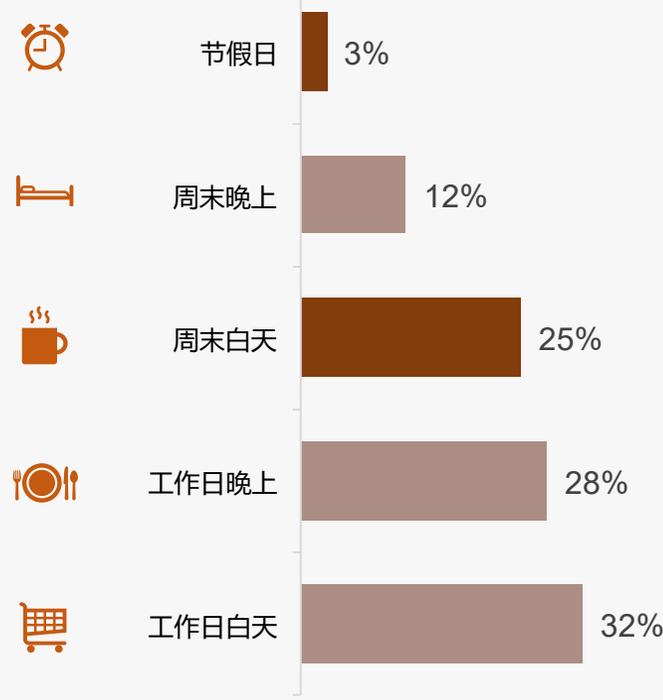
手机贴膜 功能需求驱动 工作日消费主导

- ◆手机贴膜消费主要由功能需求驱动，屏幕破损、新购手机和贴膜老化磨损三大场景合计占比78%，促销和社交推荐影响有限。
- ◆消费时段集中在工作日，白天和晚上分别占比32%和28%，工作日消费主导，与节日关联较弱仅占3%。

2025年中国手机贴膜消费场景分布



2025年中国手机贴膜消费时段分布

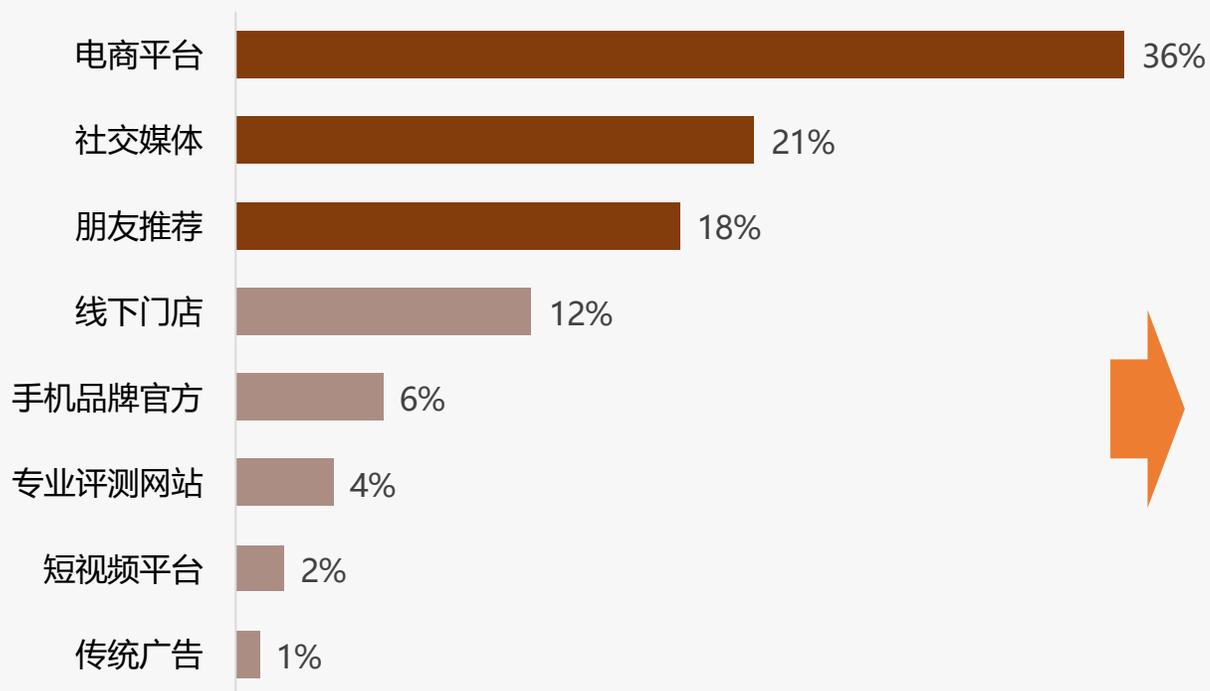


线上主导贴膜消费 口碑传播重要

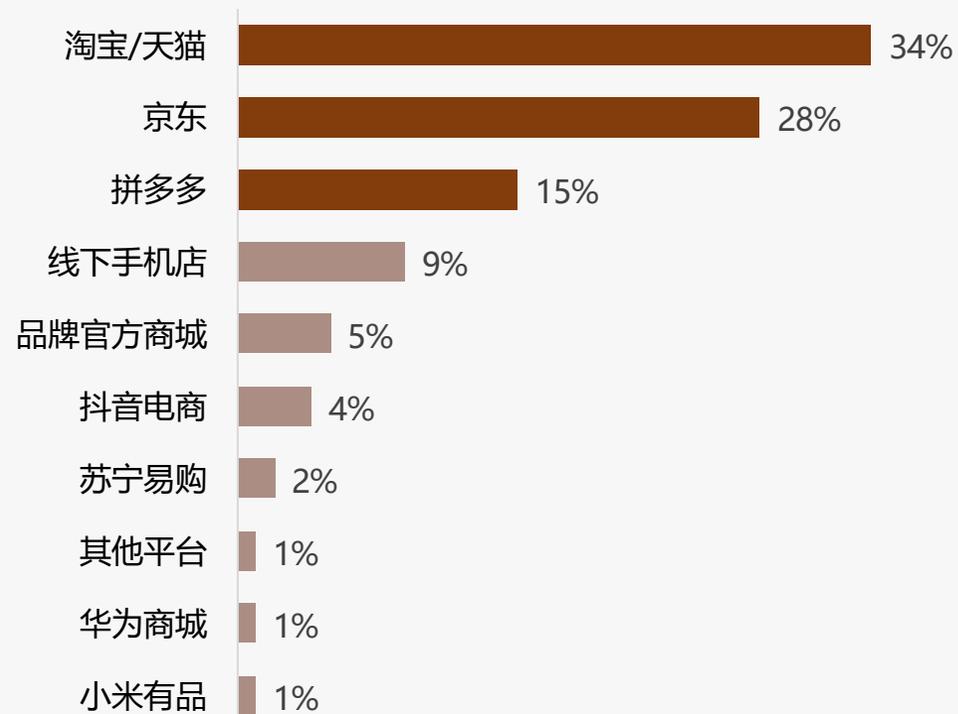
◆消费者主要通过电商平台（37%）和社交媒体（21%）了解手机贴膜，朋友推荐（18%）也占较高比例，凸显口碑传播的重要性。

◆购买渠道以淘宝/天猫（35%）和京东（28%）为主，合计占63%，拼多多（15%）份额显著，线下渠道份额较小。

2025年中国手机贴膜了解产品渠道分布



2025年中国手机贴膜购买渠道分布

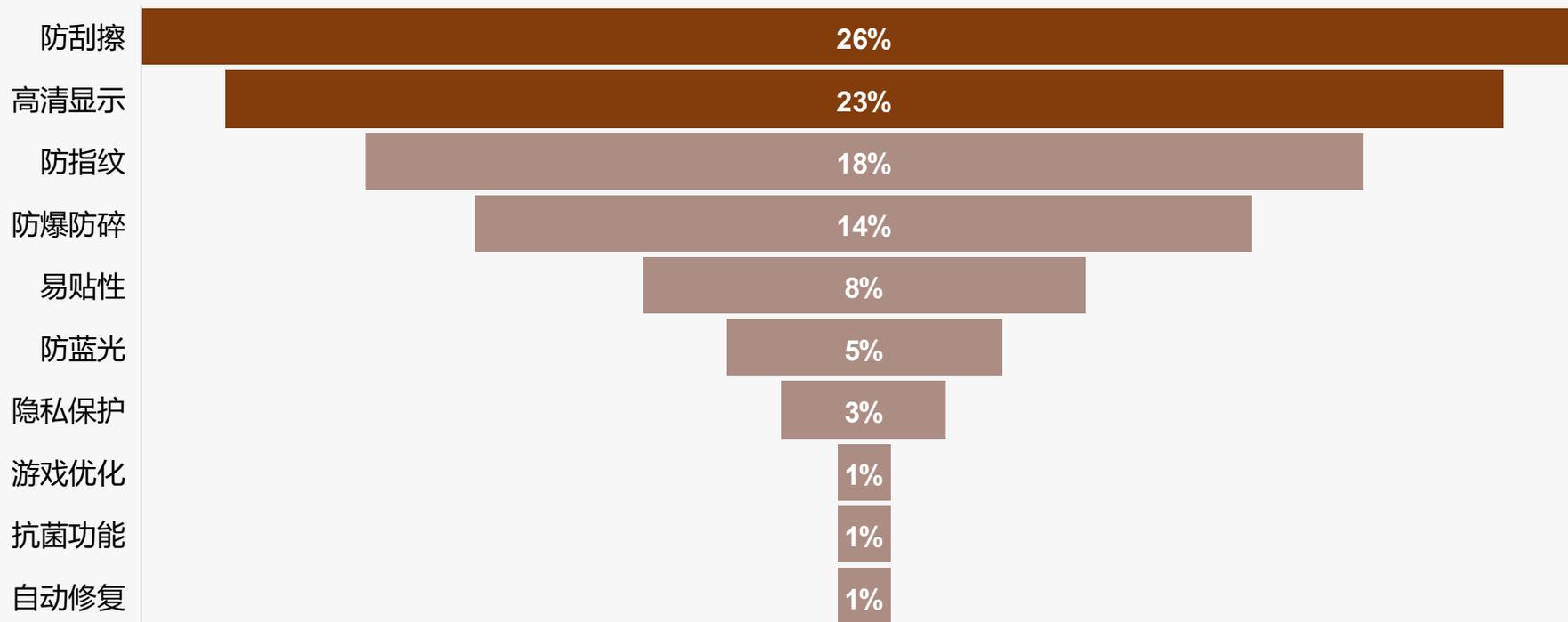


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1135，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

防刮擦高清显示主导手机贴膜市场

- ◆防刮擦(27%)、高清显示(23%)、防指纹(18%)和防爆防碎(14%)是消费者最关注的四大功能，合计占比82%，构成市场主流偏好。
- ◆防蓝光(5%)及以下功能需求较低，自动修复功能为0%，显示创新功能市场接受度有限，消费者更注重实用保护。

2025年中国手机贴膜功能偏好分布

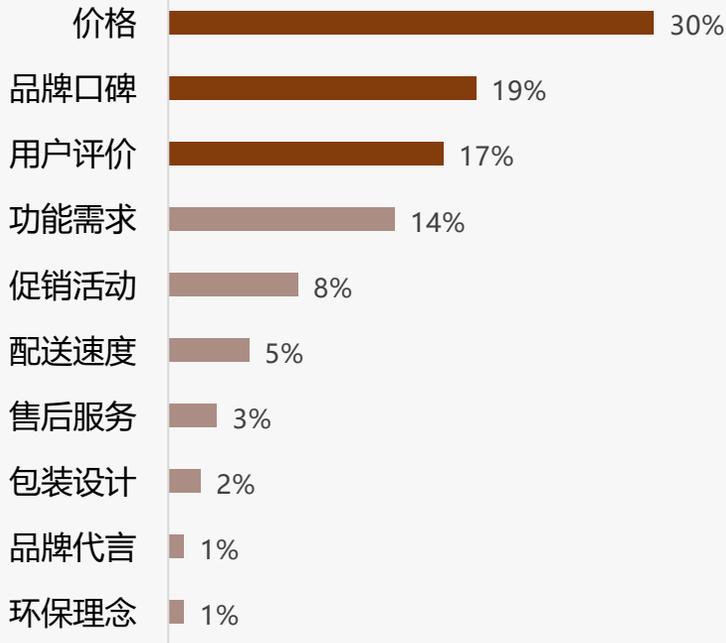


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1135，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

价格主导决策 屏幕保护驱动

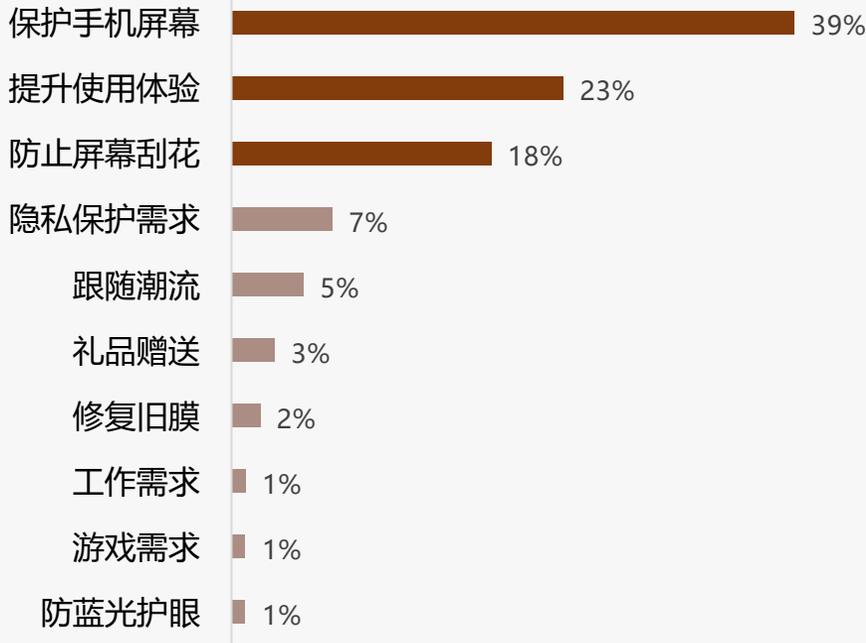
- ◆消费者购买决策以价格因素为主，占比31%；品牌口碑和用户评价合计占比36%，显示口碑营销和用户反馈对购买决策影响较大。
- ◆购买动机中保护手机屏幕占比42%，是核心驱动因素；提升使用体验和防止屏幕刮花合计占比41%，强化了保护功能的重要性。

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=1135，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

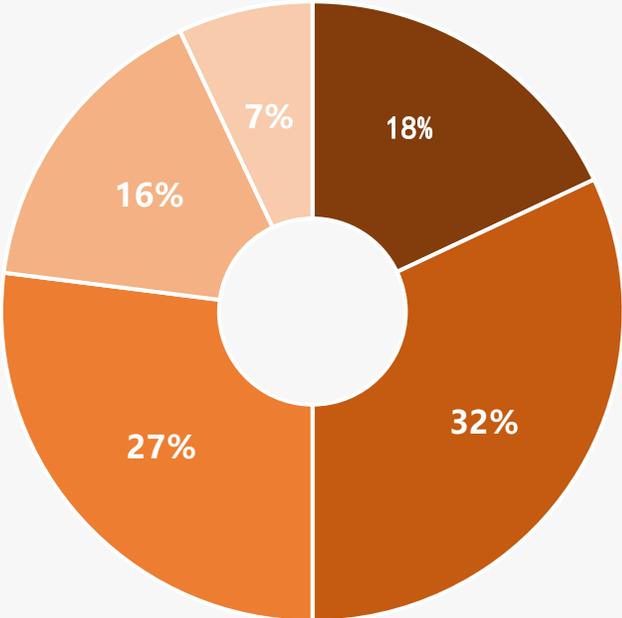
2025年中国手机贴膜购买动机分布



推荐意愿积极 产品质量待提升

- ◆消费者推荐意愿整体积极，非常愿意和比较愿意推荐的比例合计达50%，但仍有23%的消费者不太愿意或完全不愿意推荐。
- ◆不愿推荐的主要原因集中在产品质量一般（31%）、价格不划算（24%）和使用体验不佳（18%），合计占比73%。

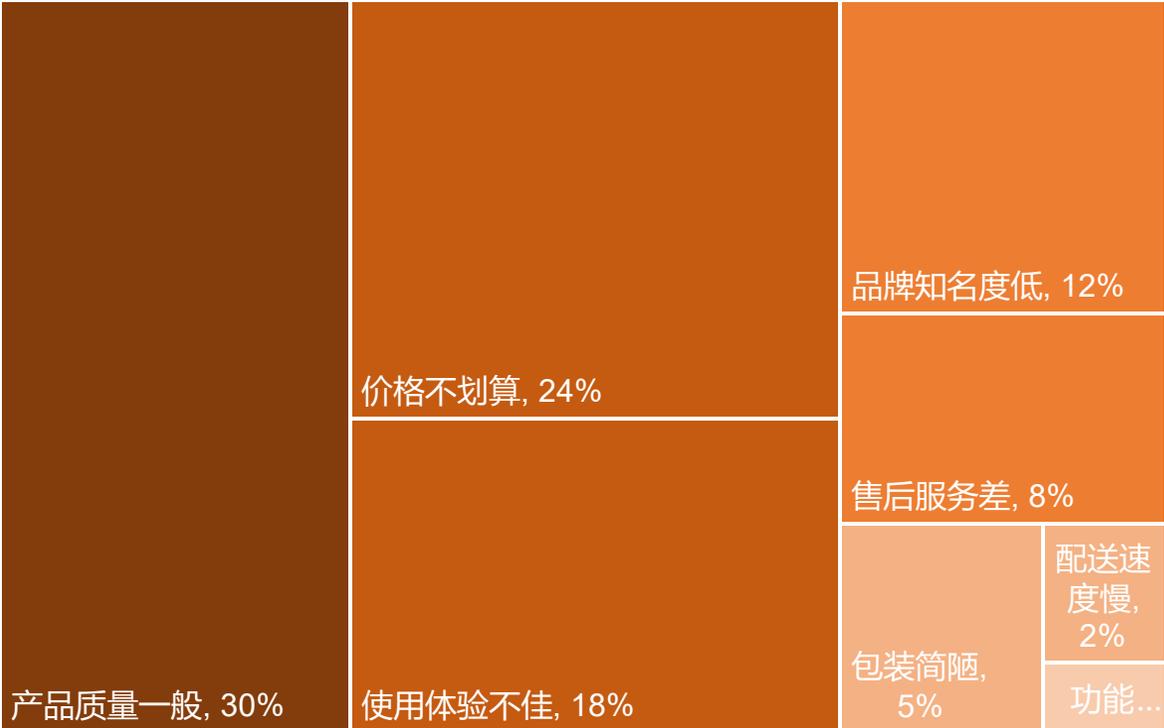
2025年中国手机贴膜推荐意愿分布



5分 4分 3分 2分 1分
 ■非常愿意推荐 ■比较愿意推荐 ■一般愿意推荐 ■不太愿意推荐 ■完全不愿意推荐

样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1135，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

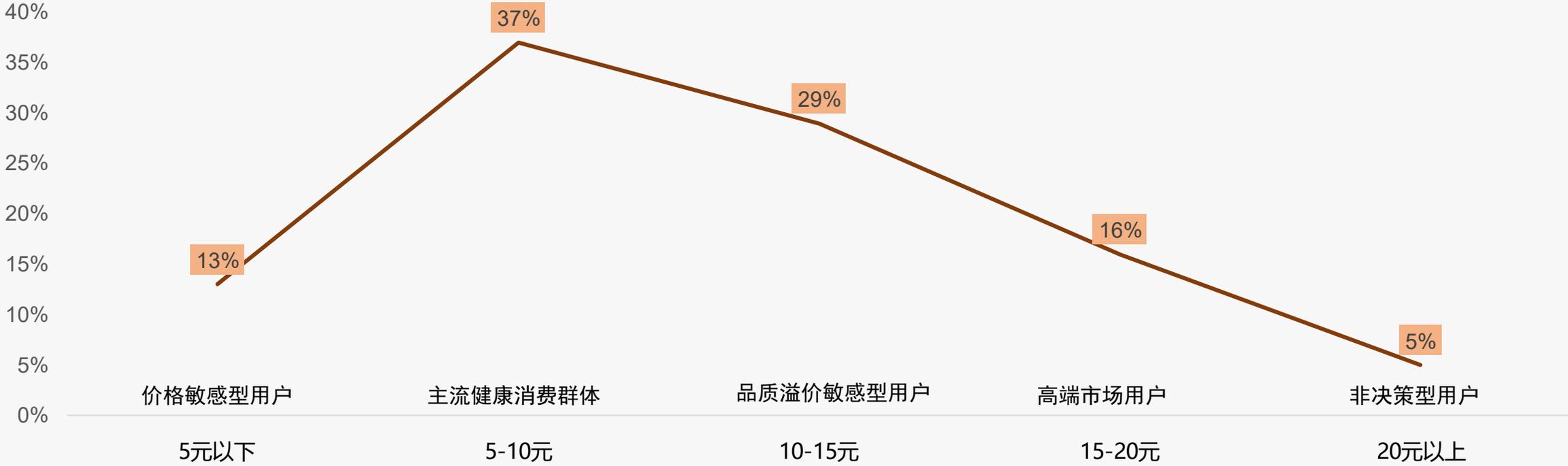
2025年中国手机贴膜不愿推荐原因分布



贴膜价格偏好中低端市场

- ◆手机贴膜价格接受度集中在5-10元区间（37%），中端10-15元占29%，显示消费者偏好经济实惠的中低价位产品。
- ◆高端市场接受度低，20元以上仅占5%，超过80%消费者选择15元以下，价格敏感性突出，指导厂商定价策略。

2025年中国手机贴膜主流价格接受度分布



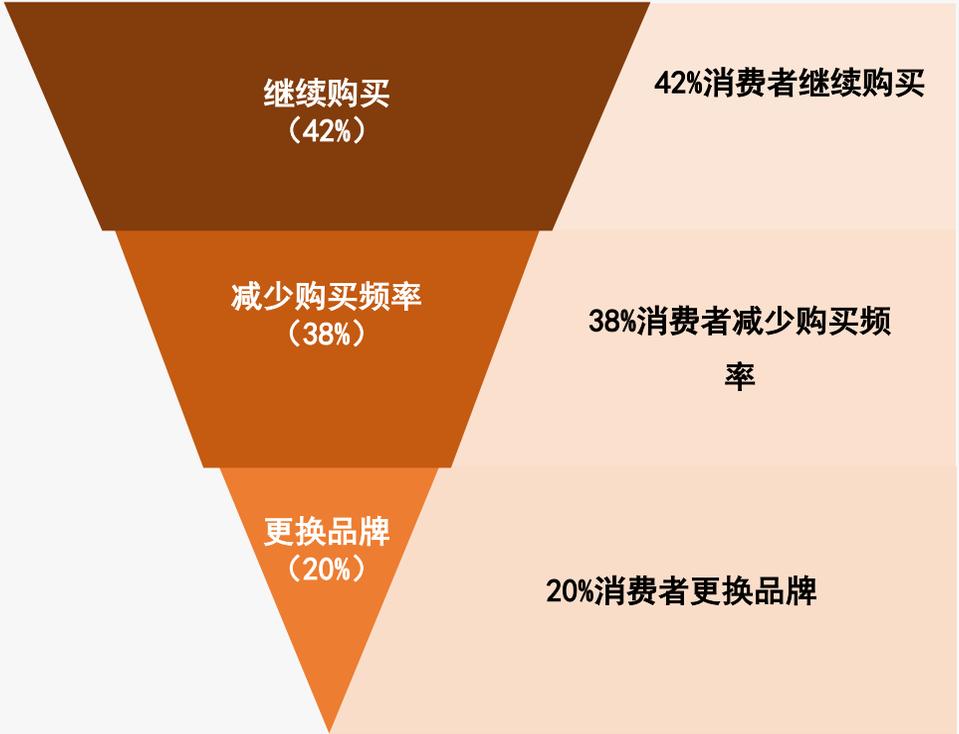
样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1135，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

注：以高清膜规格手机贴膜为标准核定价格区间

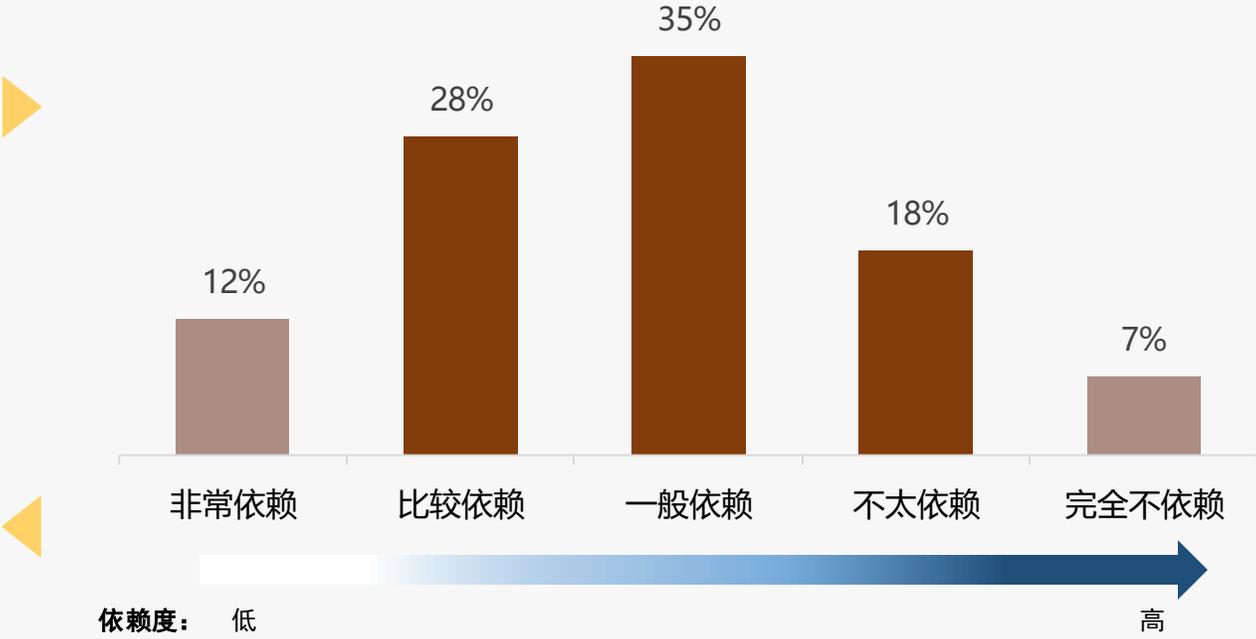
价格敏感促销有效品牌忠诚

- ◆价格上涨10%时，42%消费者继续购买，38%减少购买频率，20%更换品牌，显示较高价格敏感度和品牌替代性。
- ◆促销活动中，35%一般依赖，28%比较依赖，仅7%完全不依赖，表明促销策略对多数消费者有效。

2025年中国手机贴膜价格上涨10%购买行为分布



2025年中国手机贴膜促销活动依赖程度分布

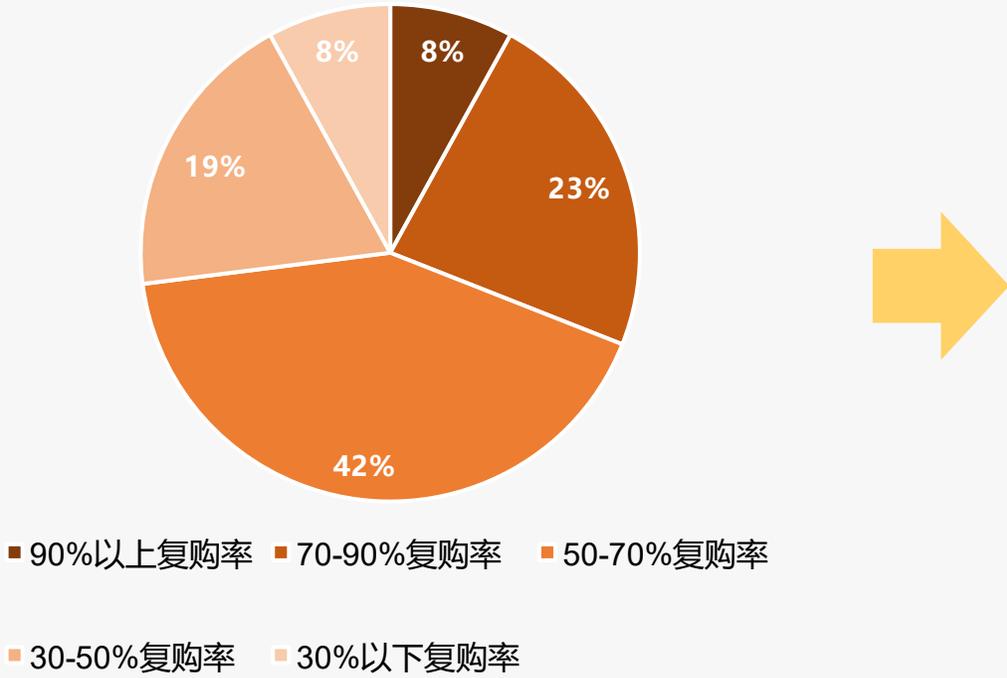


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1135，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

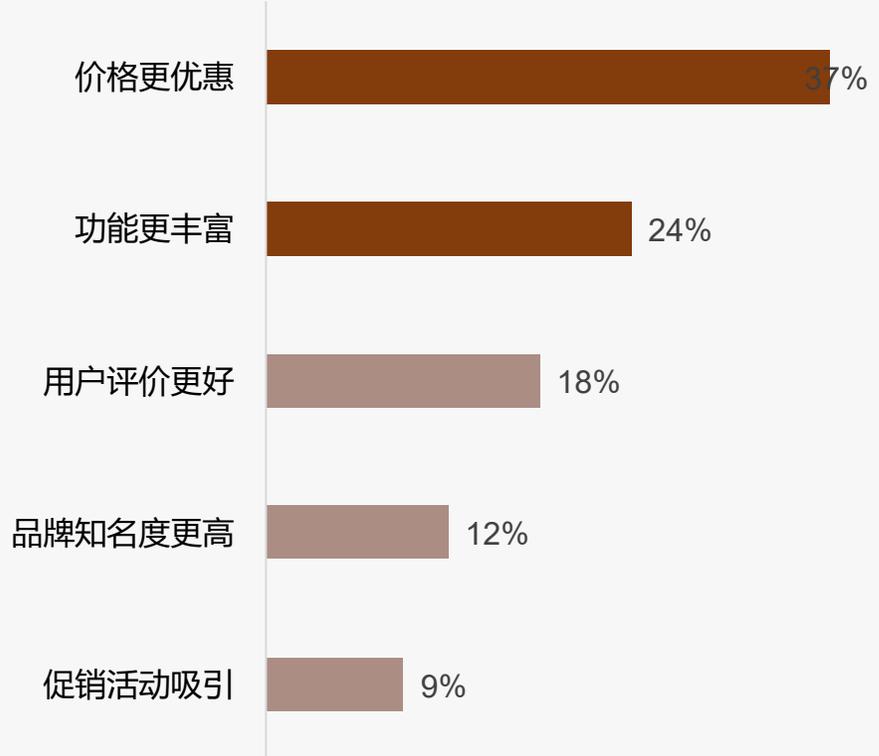
价格驱动品牌转换 复购率中等

- ◆品牌复购率分布显示，50-70%复购率占比最高，达42%，表明多数消费者对现有品牌有中等忠诚度，而70-90%复购率为23%。
- ◆更换品牌原因中，价格更优惠占37%，是主要驱动因素，功能更丰富占24%，显示性价比和产品特性是关键。

2025年中国手机贴膜品牌复购率分布



2025年中国手机贴膜更换品牌原因分布



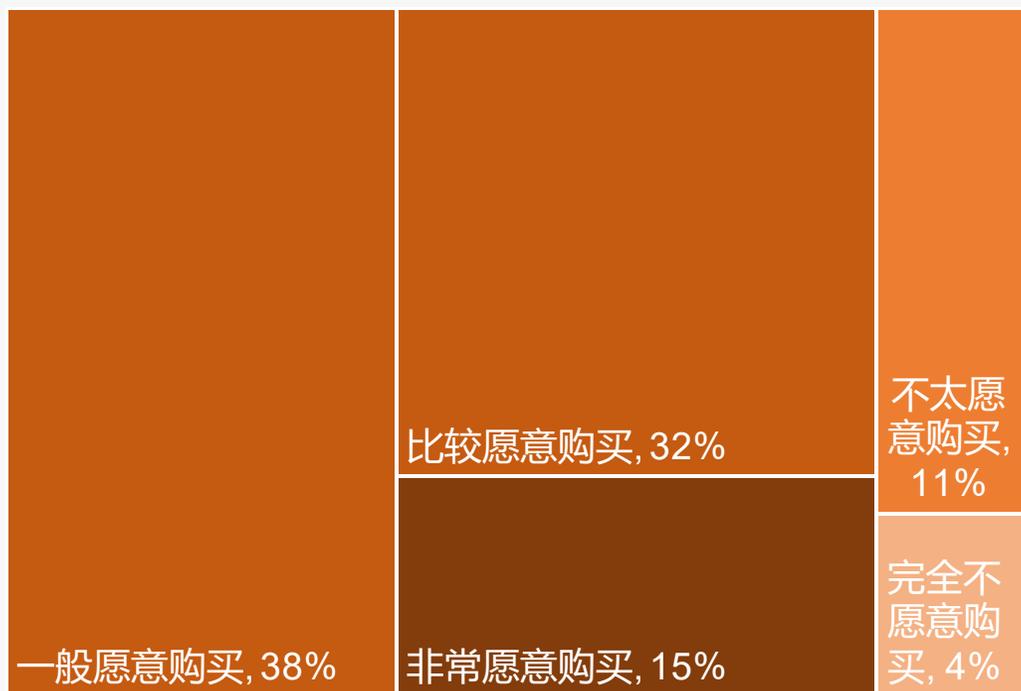
样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1135，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

消费者对品牌产品态度中性

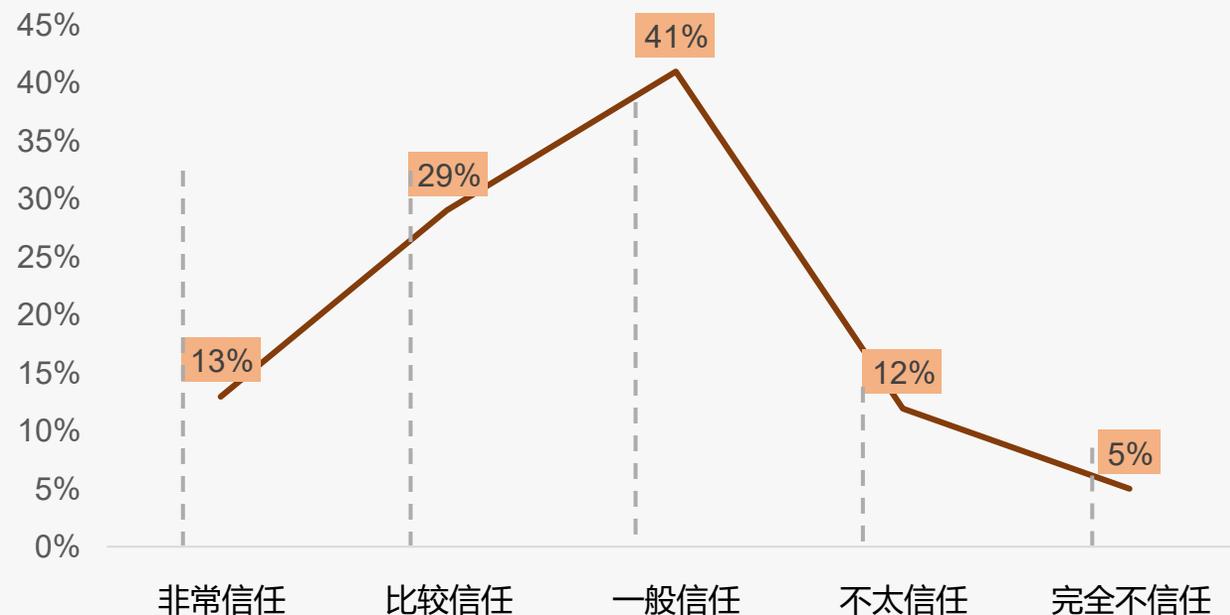
◆消费者对品牌产品购买意愿分布：非常愿意购买15%，比较愿意购买32%，一般愿意购买38%，不太愿意购买11%，完全不愿意购买4%。

◆消费者对品牌产品信任态度分布：非常信任13%，比较信任29%，一般信任41%，不太信任12%，完全不信任5%。

2025年中国手机贴膜品牌产品购买意愿分布



2025年中国手机贴膜对品牌产品态度分布

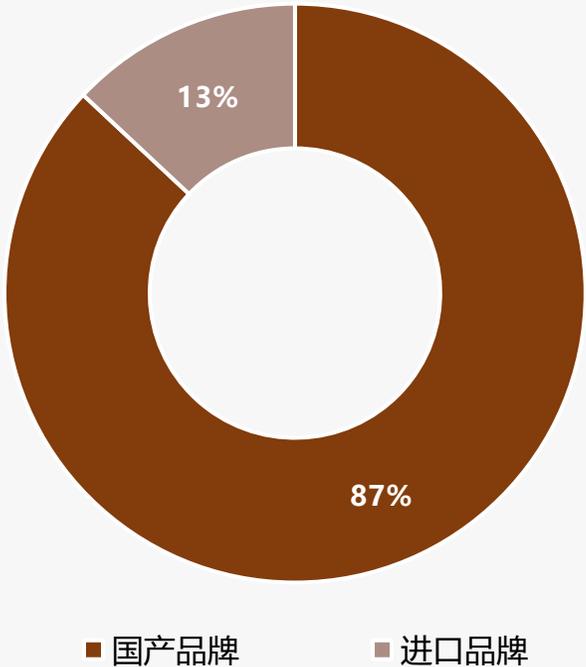


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1135，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

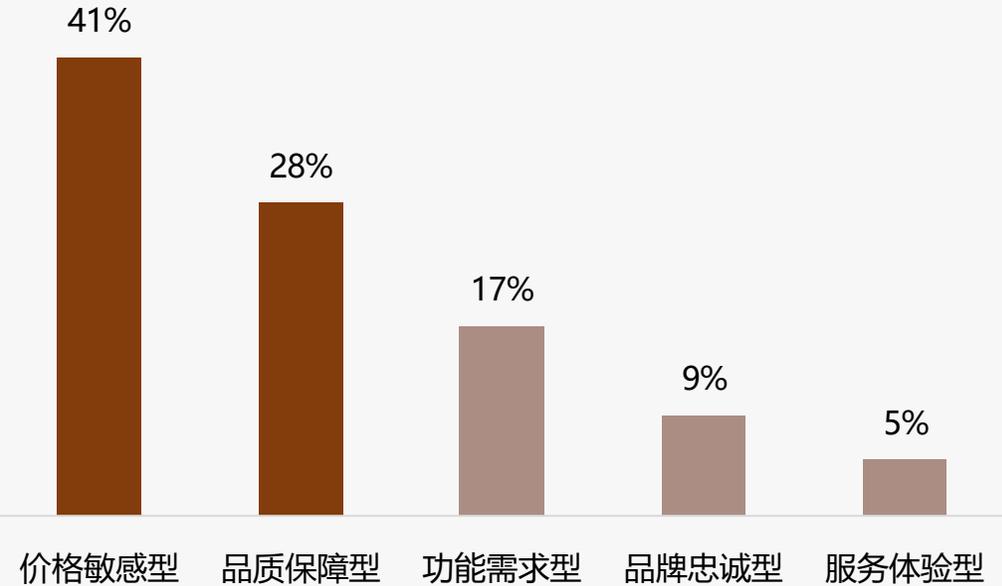
国产品牌主导 价格敏感驱动

- ◆手机贴膜市场中国产品牌占比高达87%，进口品牌仅13%，显示消费者对国产品牌有强烈偏好，市场主导地位稳固。
- ◆消费者偏好类型中，价格敏感型占41%，品质保障型占28%，功能需求型占17%，价格是主要购买驱动力，品牌忠诚度较低。

2025年中国手机贴膜国产进口品牌偏好分布



2025年中国手机贴膜品牌偏好类型分布

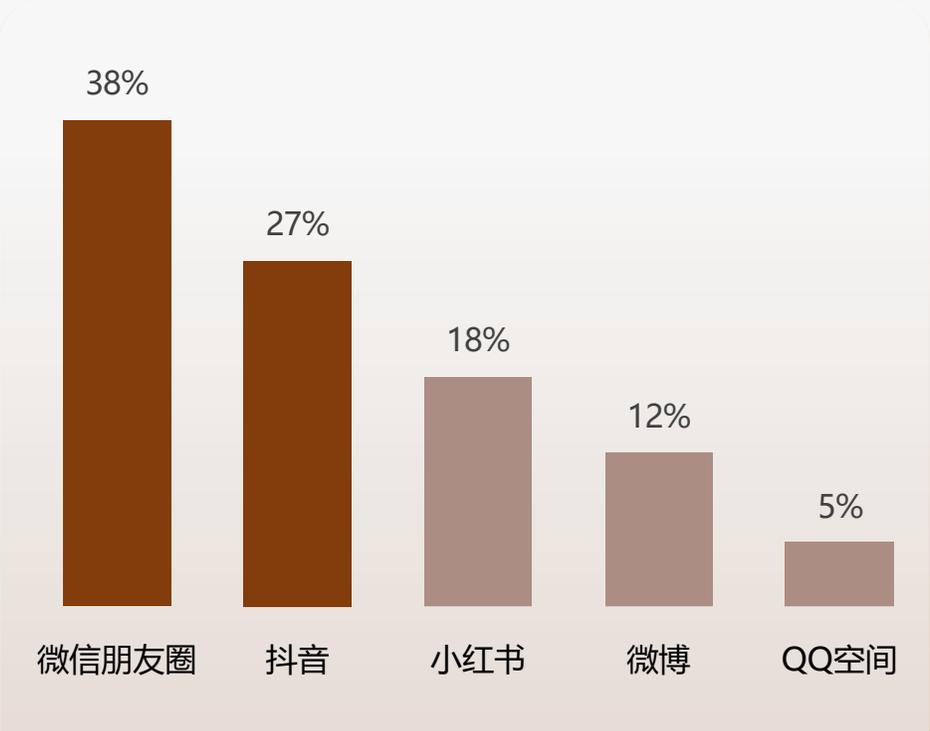


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1135，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

用户偏好真实体验 社交分享微信领先

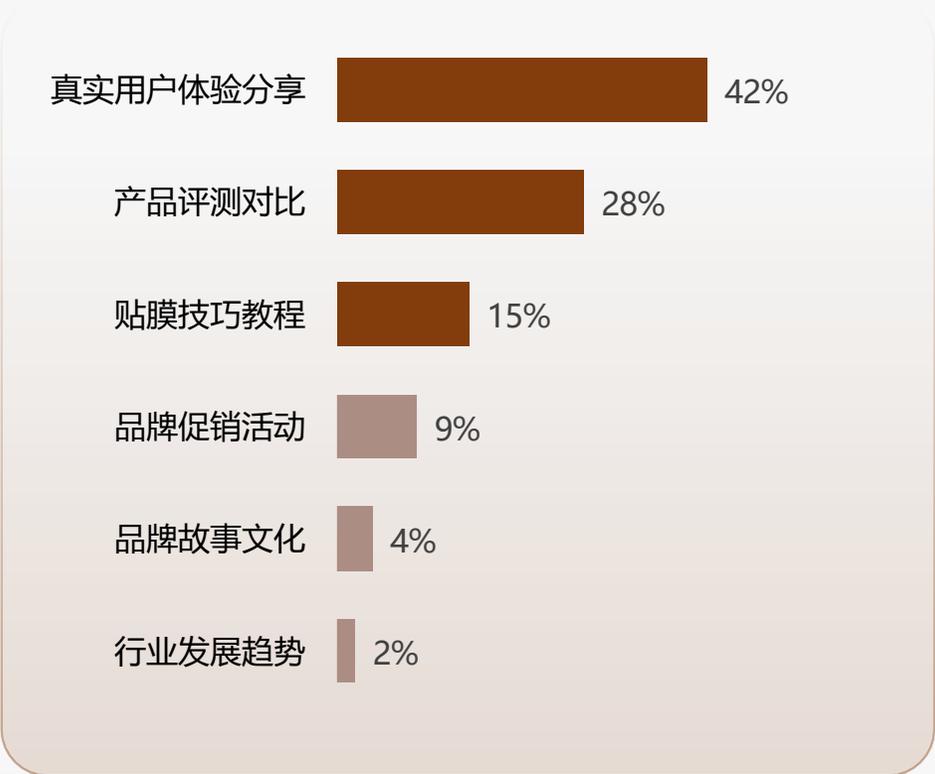
- ◆社交分享渠道中，微信朋友圈占比38%最高，抖音27%次之，小红书18%第三，微博12%和QQ空间5%较低，显示用户偏好熟人社交和短视频平台。
- ◆内容偏好以真实用户体验分享42%和产品评测对比28%为主，贴膜技巧教程15%次之，用户更关注实用性和可靠性，而非品牌营销。

2025年中国手机贴膜社交分享渠道分布



样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1135，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

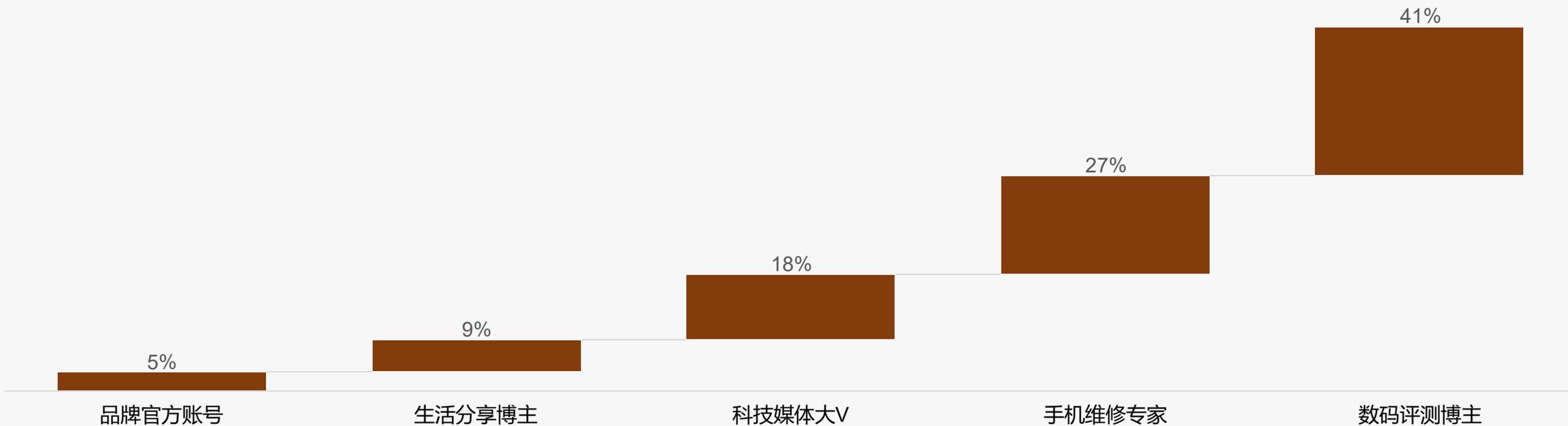
2025年中国手机贴膜社交内容类型偏好分布



专业评测主导手机贴膜消费信任

- ◆数码评测博主以41%的信任度领先，手机维修专家以27%紧随其后，显示消费者高度依赖专业第三方意见进行购买决策。
- ◆科技媒体大V占18%，生活分享博主和品牌官方账号分别仅占9%和5%，表明个人体验和官方宣传影响力相对有限。

2025年中国手机贴膜信任博主类型分布

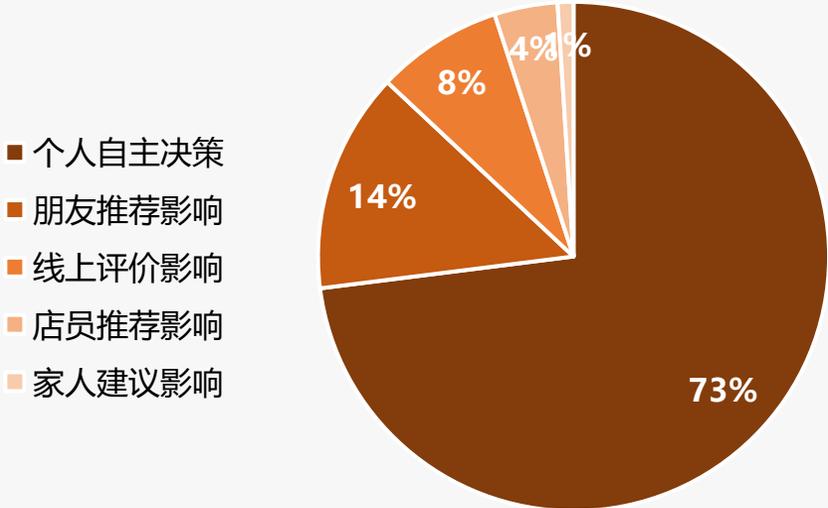


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1135，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

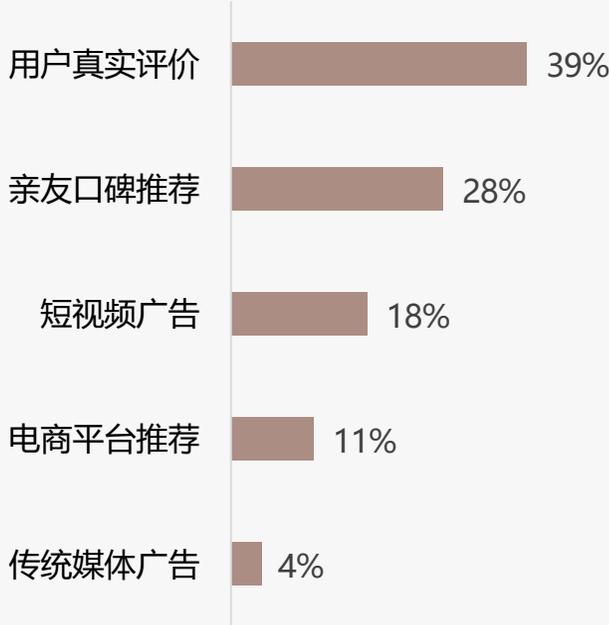
真实评价口碑推荐主导贴膜消费

- ◆手机贴膜消费者最偏好用户真实评价（39%）和亲友口碑推荐（28%），显示真实性和社交信任是购买决策的关键因素。
- ◆短视频广告占比18%，电商平台推荐11%，传统媒体广告仅4%，表明新兴媒体更有效，传统营销方式影响力有限。

2025年中国手机贴膜消费决策类型分布



2025年中国手机贴膜广告偏好类型分布

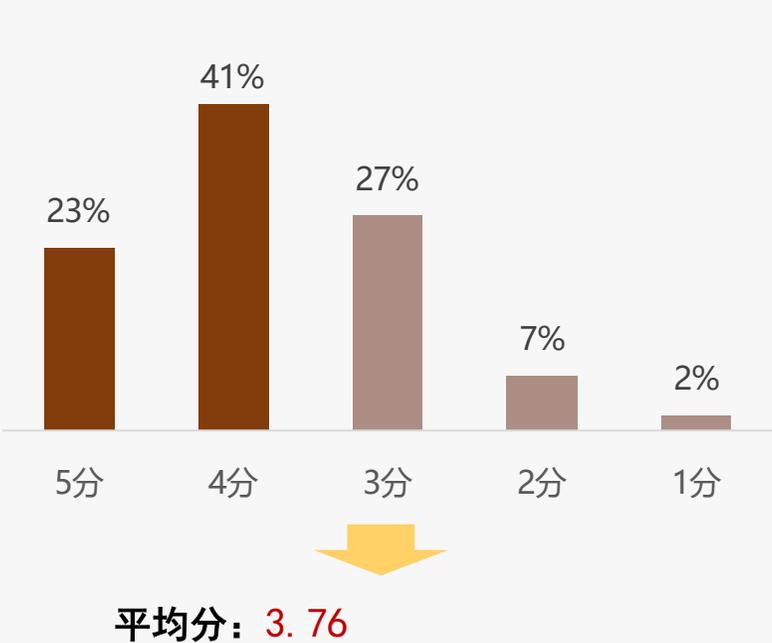


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1135，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

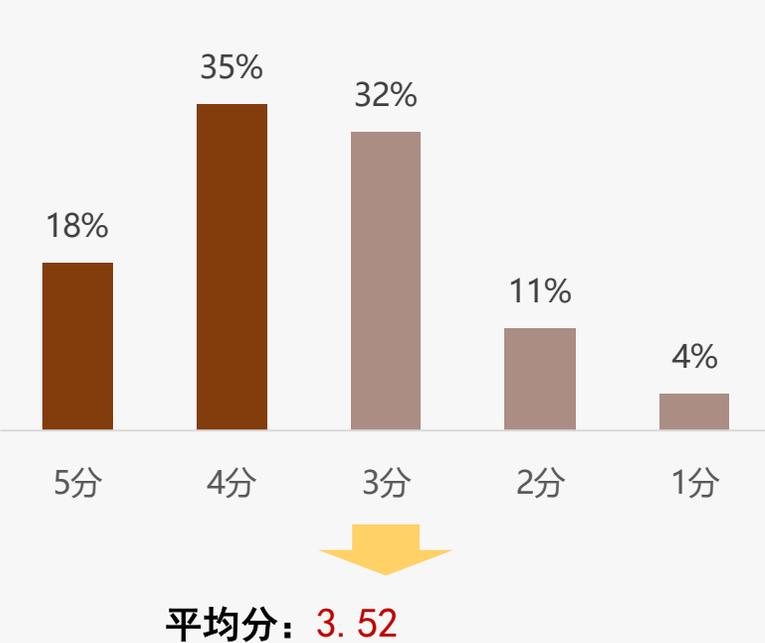
手机贴膜线上体验满意度较高退货需优化

- ◆线上购买流程满意度较高，5分和4分占比合计达64%，但仍有9%的低分，提示优化空间。退货体验满意度相对较低，5分和4分占比合计53%，3分占比32%较高。
- ◆在线客服满意度中，5分和4分占比合计59%，2分和1分占比13%略高，建议关注客服响应和问题解决效率以提升整体体验。

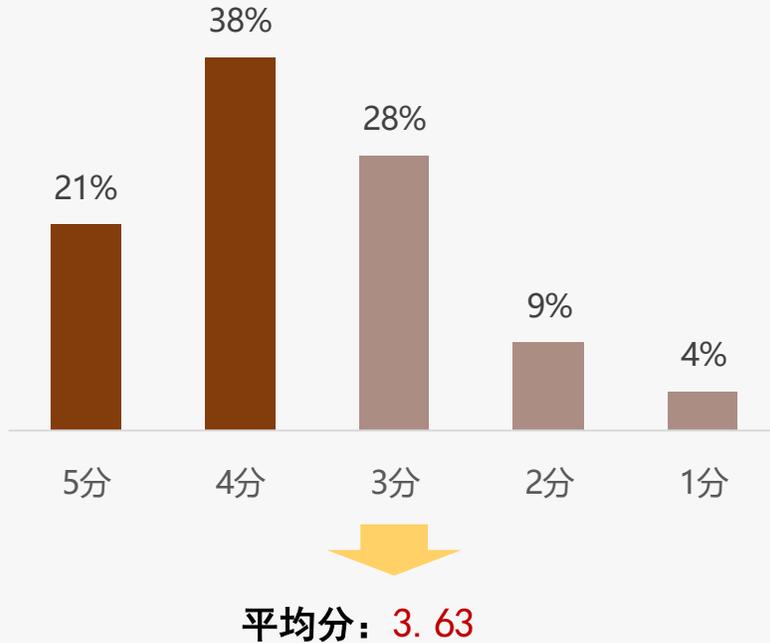
2025年中国手机贴膜线上购买流程满意度分布



2025年中国手机贴膜退货体验满意度分布



2025年中国手机贴膜在线客服满意度分布

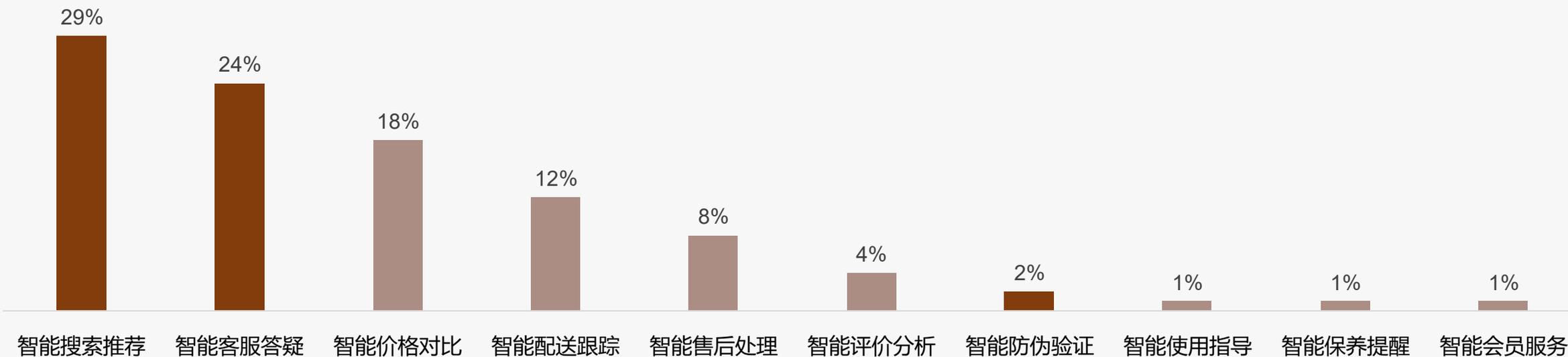


样本：手机贴膜行业市场调研样本量N=1135，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

智能搜索推荐主导 价格敏感度高

- ◆智能搜索推荐(31%)和智能客服答疑(24%)是用户最关注的智能服务，反映出对高效信息获取和决策支持的高度依赖。
- ◆智能价格对比(18%)显示价格敏感度高，而保养提醒和会员服务(0%)等增值服务在当前市场接受度极低。

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=1135，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

2016年，华信人（北京）信息咨询有限公司作为中国领先的市场研究机构成立，通过建立经济、企业、专家和进出口等自有数据库，覆盖全球市场调研范围。获评2017年度中国十佳管理咨询诚信服务机构，2019年荣获“值得信赖的中国管理咨询机构”，被评选为全国企业管理咨询机构推荐名录，2021年度入选科技部中小科技企业库。成立九年以来，华信人已累计服务企业上万家，致力于为企业战略决策提供专业的解决方案。

成立以来，华信人咨询成功帮助一批国企、民企转型改制，在战略转型、文化改革、领导力提升与员工行为改善方面累积了丰富的经验和案例，累计完成各类咨询项目600余项。

 4001812629

 <http://www.hxrcon.com>

 北京市海淀区西三环北路89号2层

版权声明

本报告由华信人咨询制作，其版权归属于华信人咨询。未经华信人咨询书面许可，任何组织和个人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，源自华信人咨询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，并融合华信人独家监测数据，经由华信人咨询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。华信人咨询在信息处理过程中，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，华信人咨询对报告内的数据及观点，不承担任何法律责任。

华信人咨询
HXN CONSULTING

感谢观看

洞察市场快人一步