

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

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：中青年男性主导路由器消费决策



男性决策者占68%，26-35岁群体占41%，中青年男性为核心消费群体。



家庭网络负责人占52%，IT技术人员占18%，凸显家庭应用和技术专业性。



收入5-8万和8-12万者合计58%，中等收入人群为主要购买力。

启示

✓ 聚焦中青年男性营销

针对26-35岁男性群体，开发符合其技术需求和家庭应用场景的产品，强化性能与稳定性宣传。

✓ 强化家庭网络定位

突出产品在家庭网络升级、覆盖扩展方面的优势，吸引家庭网络负责人和IT专业人士。

核心发现2：路由器更换周期长，主流技术偏好Wi-Fi 6



43%用户2-3年更换，31%用户3-5年更换，合计74%，产品耐用性较高。



Wi-Fi 6路由器占37%，Wi-Fi 5占28%，合计65%为主流技术。



Mesh分布式路由器占13%，反映家庭网络覆盖需求增长。

启示

✓ 延长产品生命周期

通过固件升级、兼容性优化提升产品耐用性，减少用户更换频率，增强用户粘性。

✓ 主推Wi-Fi 6技术

重点推广Wi-Fi 6路由器的速度与稳定性优势，结合Mesh技术满足大户型覆盖需求。

核心发现3：消费偏好中低端价位，标准包装主导市场

-  100-300元区间占41%，主导市场；300-500元占29%，中端需求稳定。
-  标准彩盒包装占67%，绝对主流；环保简约包装占18%，显示环保趋势。
-  秋季消费略高为28%，季节分布相对均衡，可能与新品发布相关。

启示

- ✓ **优化中低端产品线**
聚焦100-500元价格带，强化性价比，通过功能差异化吸引价格敏感型消费者。
- ✓ **平衡包装设计与环保**
维持标准包装的主流地位，逐步引入环保元素，提升品牌形象并响应消费者环保意识。

核心逻辑：性能价格主导路由器消费，口碑驱动决策



1、产品端

- ✓ 优化Wi-Fi 6和Mesh技术性能
- ✓ 增强产品稳定性和耐用性



2、营销端

- ✓ 强化私域社交和口碑推荐机制
- ✓ 利用专业测评和用户真实体验



3、服务端

- ✓ 提升售后服务和退货体验
- ✓ 加强智能客服和支付服务

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 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

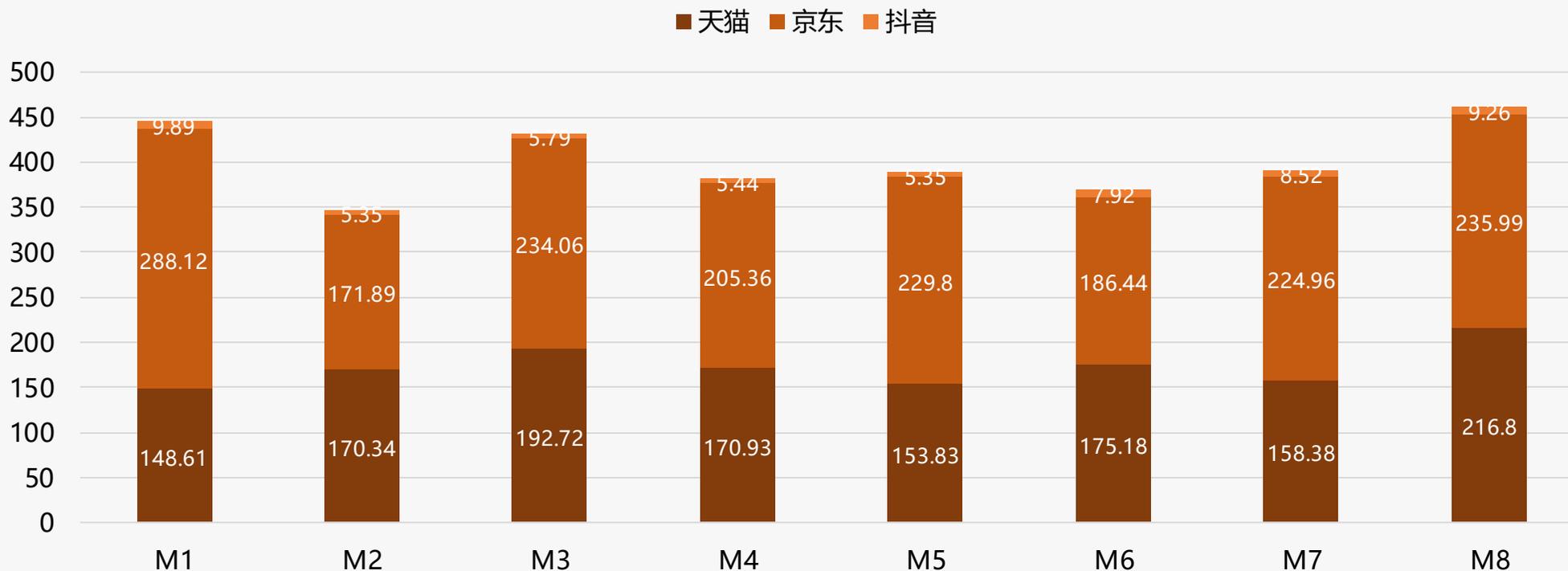
Research Method

- 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

京东主导路由器市场 抖音增长乏力

- ◆从平台销售额占比看，京东以累计约17.8亿元（占线上总销售额的54.1%）领先，天猫约12.4亿元（37.7%），抖音约0.6亿元（8.2%），显示京东在路由器品类中占据主导地位，市场集中度高，品牌商需优化京东渠道的ROI。
- ◆月度销售额波动分析显示，1-8月总销售额约32.8亿元，其中8月达峰值4.6亿元，2月为最低2.9亿元，环比增长显著，可能与促销活动相关；建议加强淡季营销以平滑周转率。抖音平台销售额从1月的989万元增长至8月的926万元，整体呈下降趋势，同比表现疲软，揭示其渠道渗透不足；需评估投放策略，提升转化率以挖掘增长潜力。

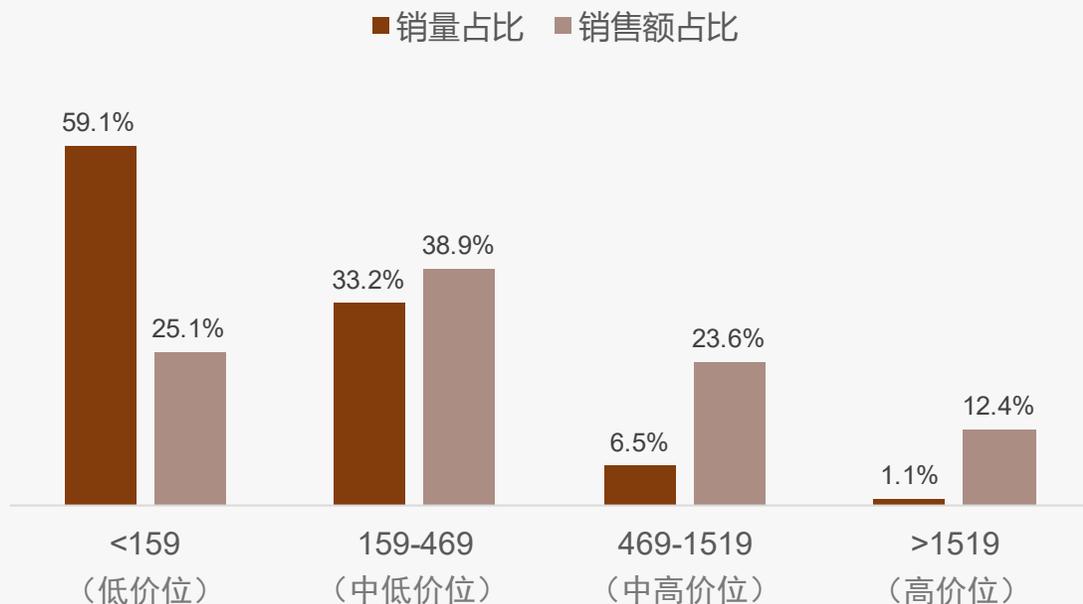
2025年1月~8月路由器品类线上销售规模（百万元）



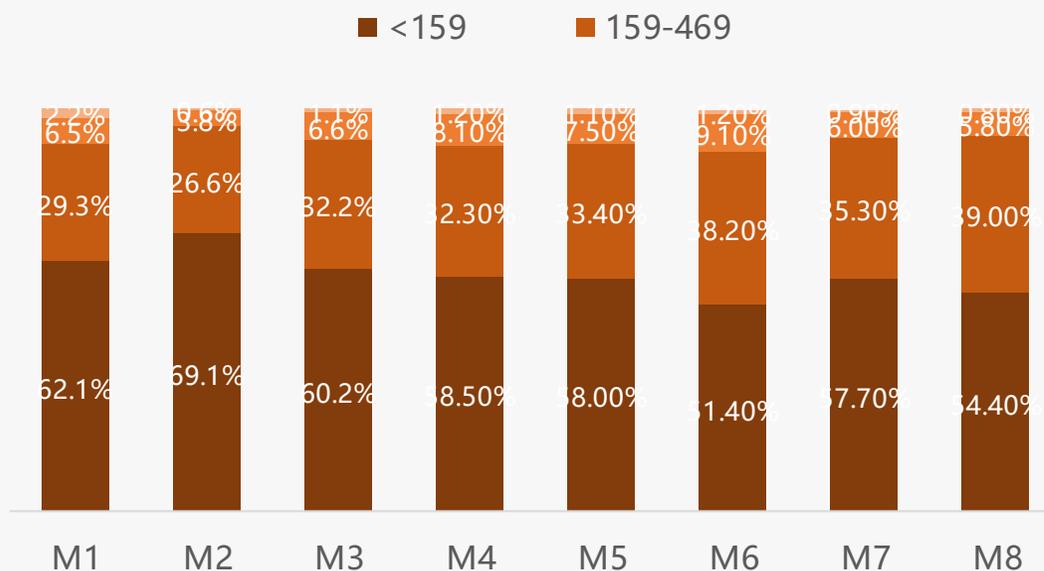
路由器市场消费升级中端主导

- ◆ 从价格区间结构看，<159元低价位段贡献59.1%销量但仅占25.1%销售额，呈现高销量低价值特征；159-469元中端区间以33.2%销量支撑38.9%销售额，成为核心利润来源；469元以上高端产品虽销量占比不足8%，但贡献36%销售额，显示高溢价能力。
- ◆ 月度销量分布显示消费升级趋势：M1至M8期间，<159元份额从62.1%降至54.4%，而159-469元份额从29.3%升至39.0%，反映消费者向中端产品迁移，可能受性能需求提升及促销策略影响。

2025年1月~8月路由器线上不同价格区间销售趋势



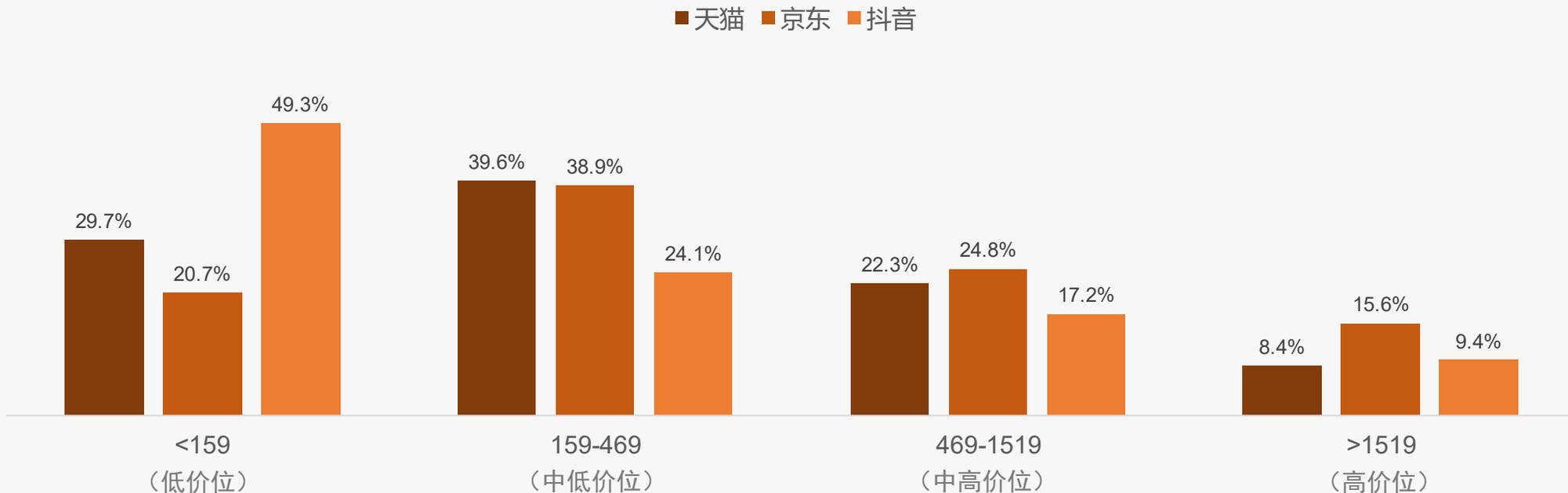
路由器线上价格区间-销量分布



路由器市场平台价格结构差异显著

- ◆从价格区间分布看，各平台消费结构差异显著。天猫和京东以159-469元中端产品为主（分别占39.6%和38.9%），体现成熟电商平台用户对性价比的追求；抖音<159元低价产品占比高达49.3%，反映其流量驱动模式下价格敏感型用户集中。高端市场（>1519元）渗透率分析显示，京东占比15.6%显著高于天猫（8.4%）和抖音（9.4%），表明京东用户对高性能路由器支付意愿更强，平台高客单价属性突出。
- ◆中低价位（<469元）合计占比分析：天猫69.3%、京东59.6%、抖音73.4%，反映路由器品类仍以大众消费为主。抖音低价集中度最高，需警惕价格战对利润率的挤压；京东中高端占比40.4%为三平台最高，显示其消费升级趋势明显。建议厂商平衡销量与利润，通过技术迭代推动产品结构优化。

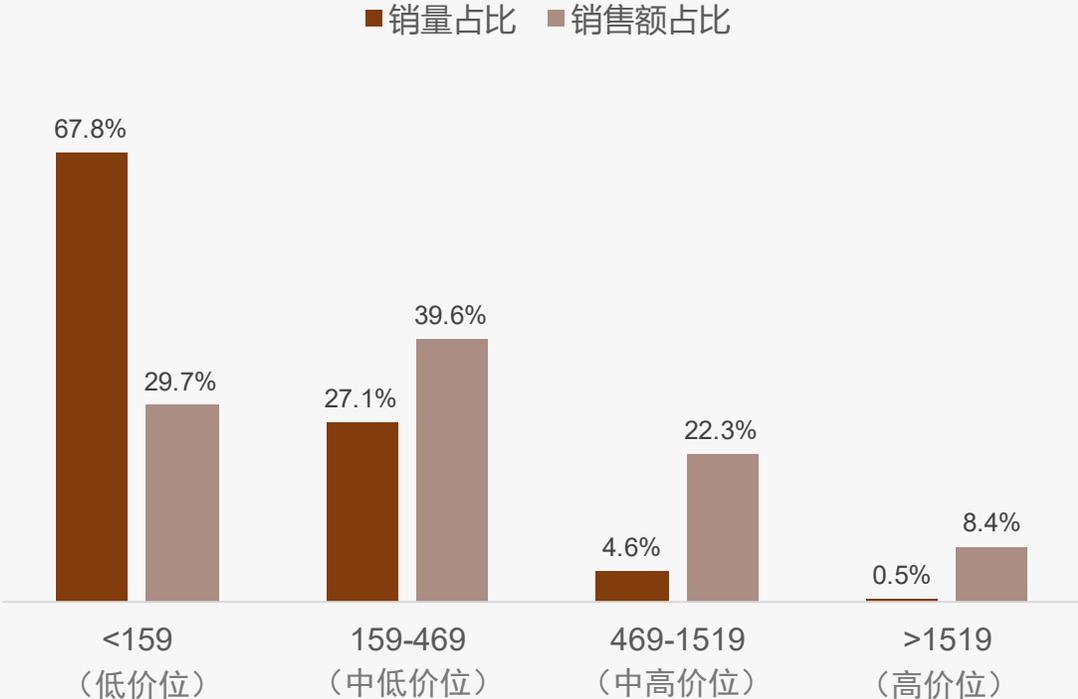
2025年1月~8月各平台路由器不同价格区间销售趋势



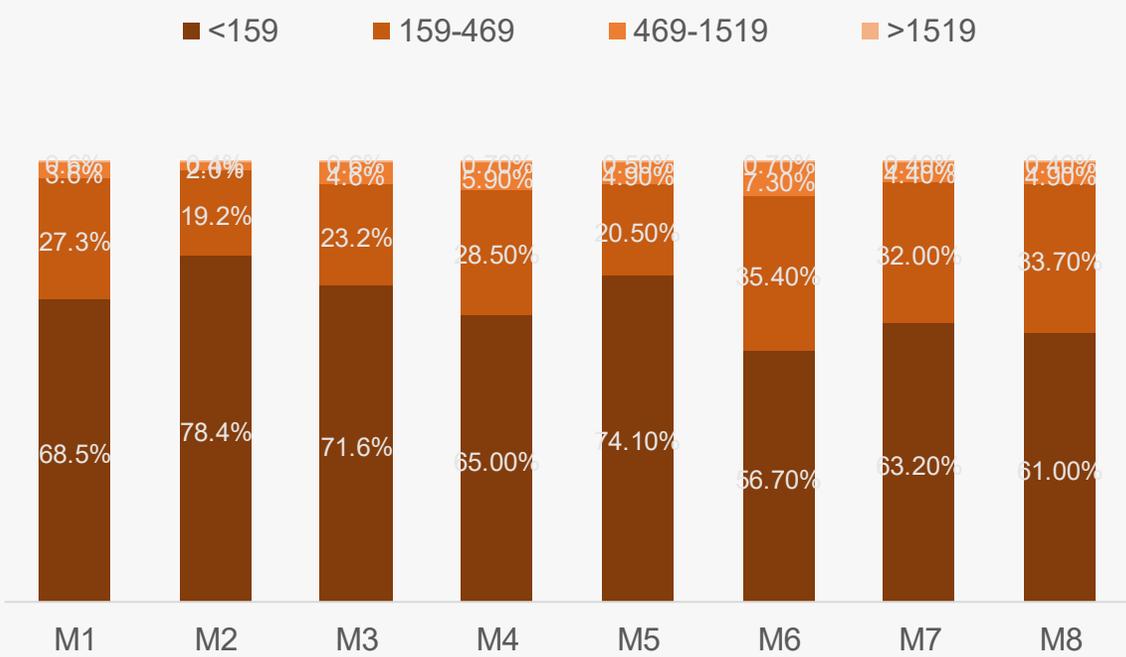
路由器市场低价主导 中高端利润贡献显著

- ◆从价格区间结构看，天猫路由器市场呈现典型的金字塔分布。低价位段（<159元）贡献了67.8%的销量但仅占29.7%的销售额，显示该区间产品周转率高但单价低；中价位段（159-469元）以27.1%的销量贡献39.6%的销售额，是平台的核心利润来源。
- ◆从月度销量趋势和销售效率角度分析，低价位段（<159元）销量占比波动显著（M1的68.5%至M6的56.7%），反映价格敏感用户需求受促销活动影响大；中高价位段（159-469元及469-1519元）在M6出现明显增长（合计42.7%），可能与年中大促推动消费升级相关；整体价格结构在M8趋于稳定（低价61.0%，中价33.7%），显示市场逐步回归理性。

2025年1月~8月天猫平台路由器不同价格区间销售趋势

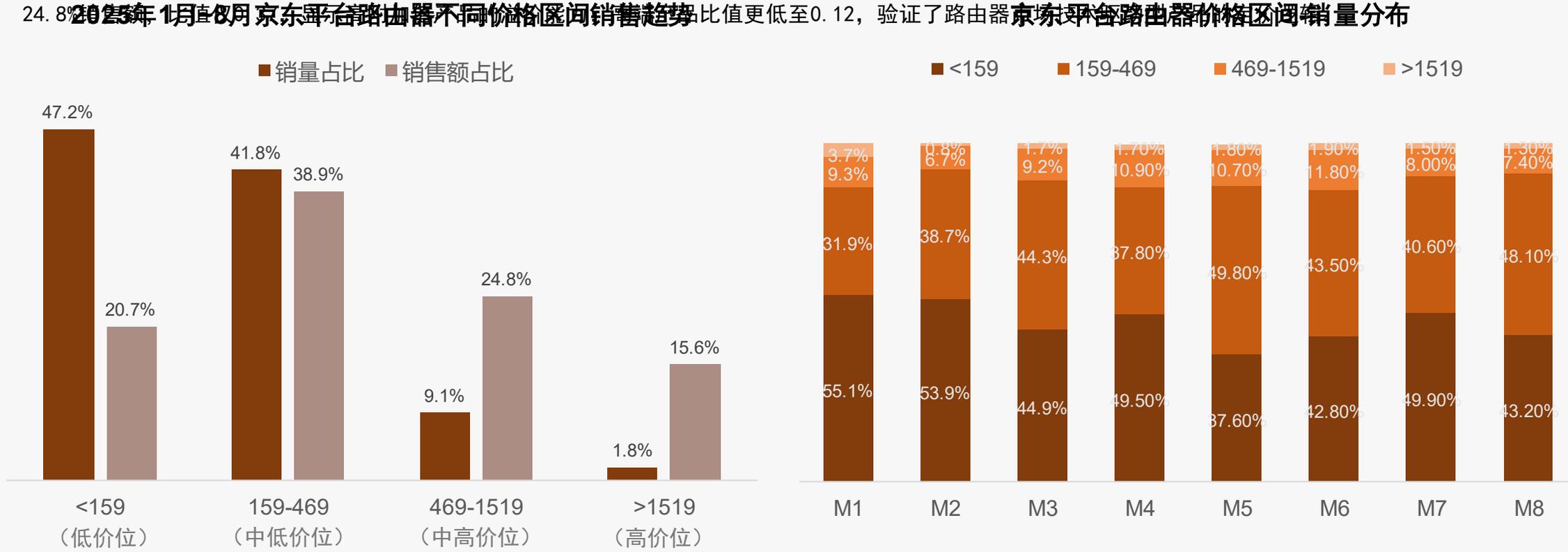


天猫平台路由器价格区间-销量分布



路由器市场 低价走量 中高盈利 结构优化

- ◆从价格区间结构看，京东路由器市场呈现典型的金字塔分布。低价位（<159元）产品贡献了47.2%的销量但仅占20.7%的销售额，显示该区间周转率高但毛利率偏低；中价位（159-469元）销量占比41.8%对应38.9%的销售额，是平台的核心利润来源；高端产品（>1519元）虽销量仅1.8%却贡献15.6%的销售额，表明高客单价策略有效提升整体ROI。
- ◆月度销量分布显示市场存在明显波动。M1低价产品占比高达55.1%，可能受春节促销影响；M5中价位产品占比升至49.8%，反映消费升级趋势；M8各区间占比趋于均衡，显示市场成熟度提升。整体看，中低价位产品销量占比波动较大，需关注库存周转率变化。
- ◆销售额与销量占比的错配揭示不同价格区间的盈利模式差异。低价区间销量/销售额比为2.28，表明薄利多销；中高价位（469-1519元）销量占比9.1%却贡献24.8%的销售额，验证了路由器市场技术溢价高、产品附加值更高的特点；高价区间（>1519元）销量占比更低至0.12，验证了路由器市场技术溢价高、产品附加值更高的特点。

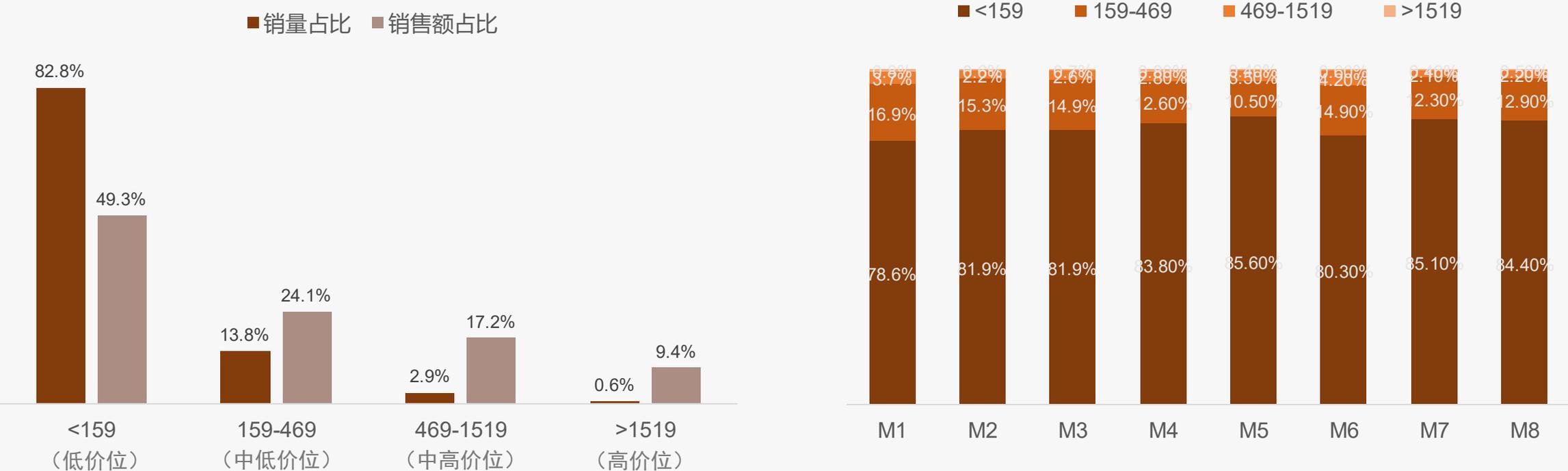


低价主导销量 中高端驱动销售额

- ◆从价格区间结构看，抖音平台路由器销售呈现明显金字塔结构：低价位（<159元）销量占比高达82.8%，但销售额占比仅49.3%，显示该区间产品单价低、周转快；中高价位（469-1519元）销量占比仅2.9%却贡献17.2%销售额，产品溢价能力较强，建议优化产品组合提升整体ROI。
- ◆月度销量分布显示低价位（<159元）占比从M1的78.6%波动上升至M8的84.4%，中价位（159-469元）占比从16.9%下降至12.9%，反映消费降级趋势持续，消费者对价格敏感度提高，需关注库存周转率变化以应对市场需求结构性调整。

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

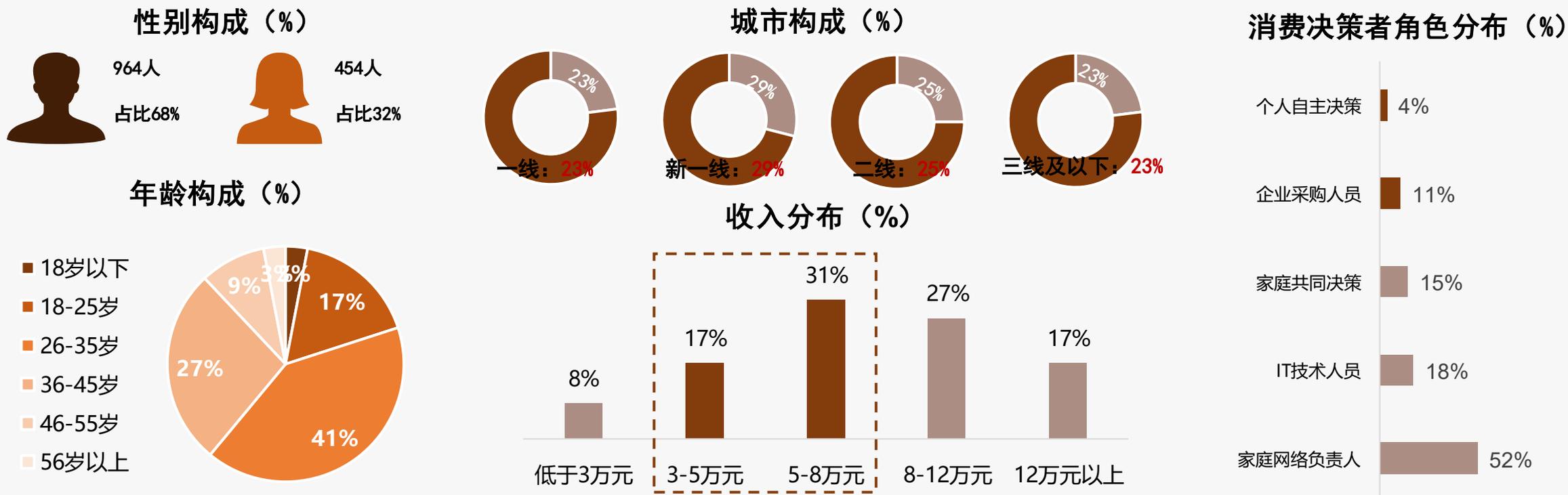
投放形式	在线定量调研
投放区域	中国大陆（不含港澳台），充分覆盖主要城市
投放时间	2025年8月
样本数量	N=1418

中青年男性主导路由器消费

◆路由器消费决策者中男性占68%，26-35岁群体占41%，5-8万元收入者占31%，显示中青年中等收入男性是核心消费群体。

◆家庭网络负责人占52%，IT技术人员占18%，城市分布均衡，一线占23%，新一线占29%，凸显家庭应用和技术专业性。

2025年中国路由器消费者画像

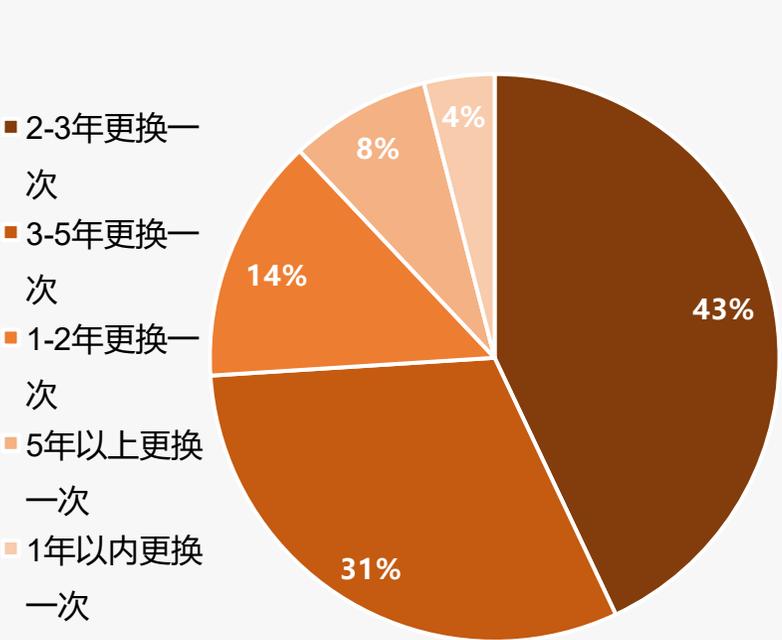


样本：路由器行业市场调研样本量N=1418，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

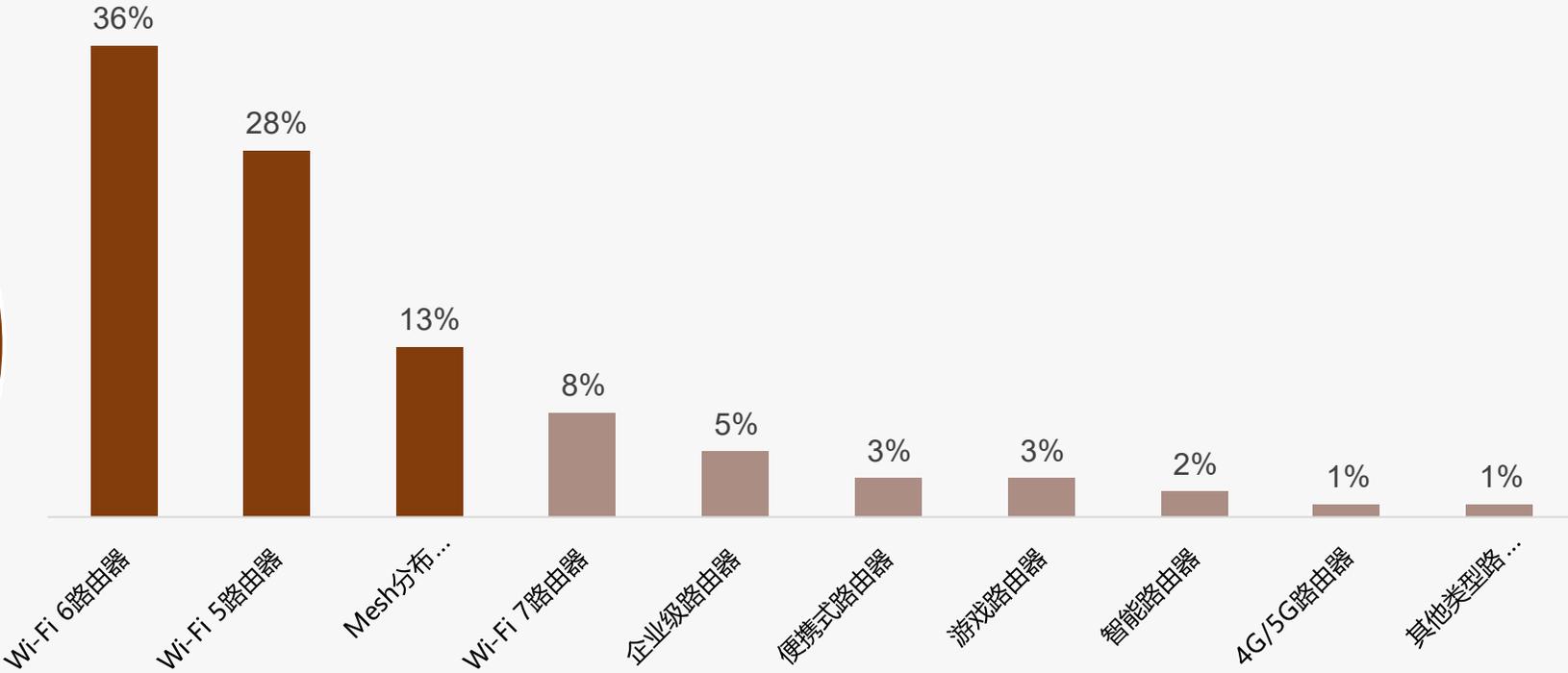
路由器更换周期长 主流技术WiFi6

- ◆路由器更换周期较长，43%用户2-3年更换，31%用户3-5年更换，合计74%用户更换频率较低，反映产品耐用性较高。
- ◆Wi-Fi 6路由器占比37%，Wi-Fi 5路由器28%，合计65%为主流技术；Mesh分布式路由器13%，显示家庭网络覆盖需求增长。

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



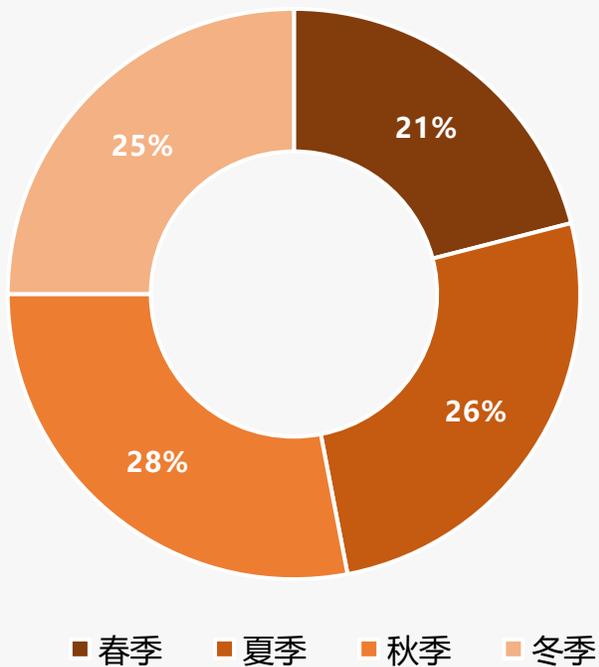
样本：路由器行业市场调研样本量N=1418，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

中低端消费主导 标准包装为主

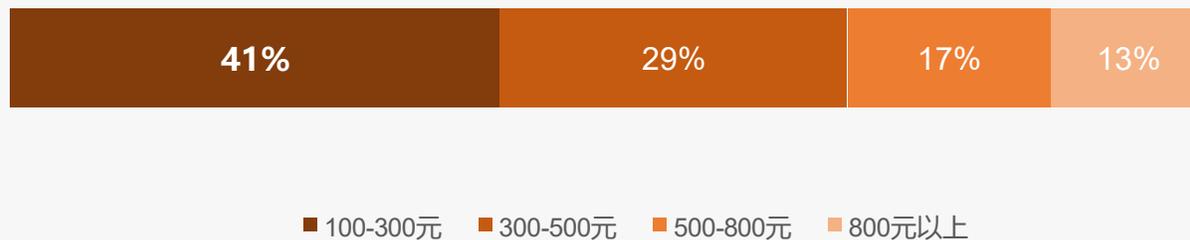
◆ 单次消费100-300元占比41%，主导市场；300-500元占29%。秋季消费占比28%略高，季节分布均衡。

◆ 标准彩盒包装占比67%，绝对主流；环保简约包装占18%，显示环保趋势。包装类型集中度高。

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

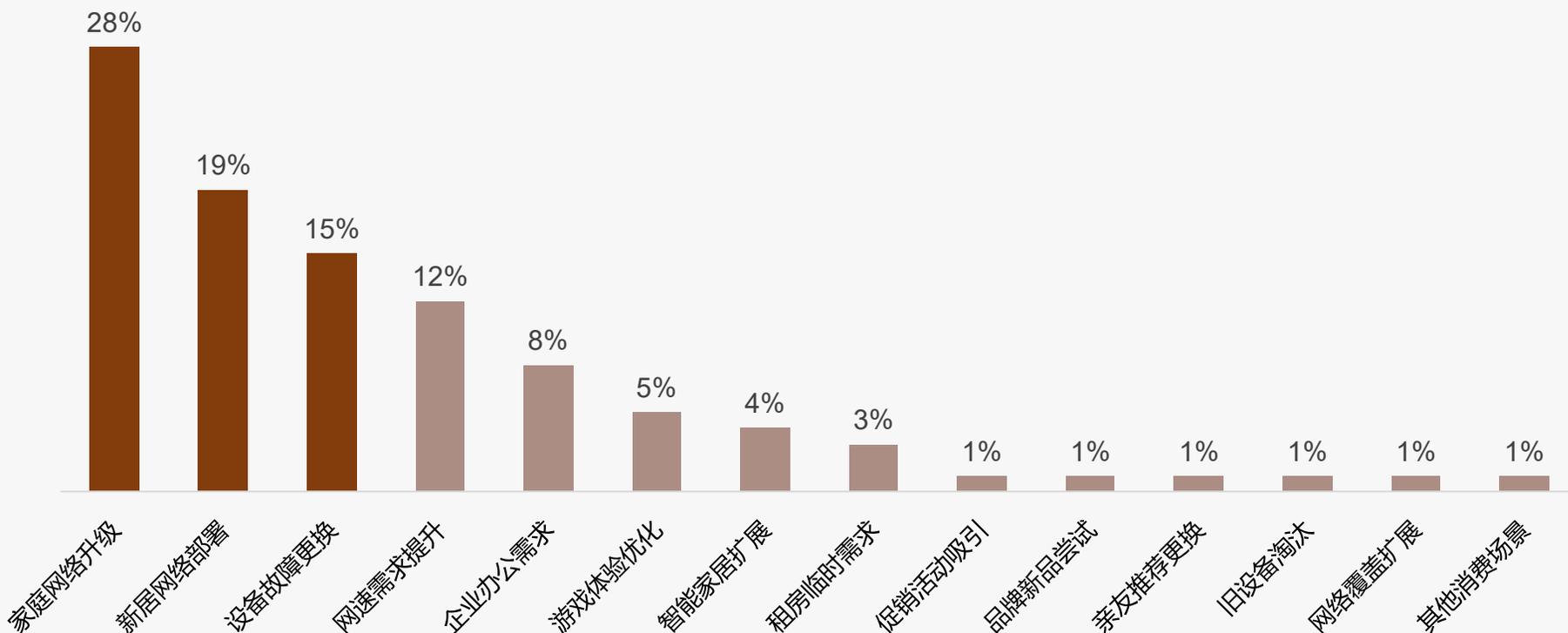


样本：路由器行业市场调研样本量N=1418，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

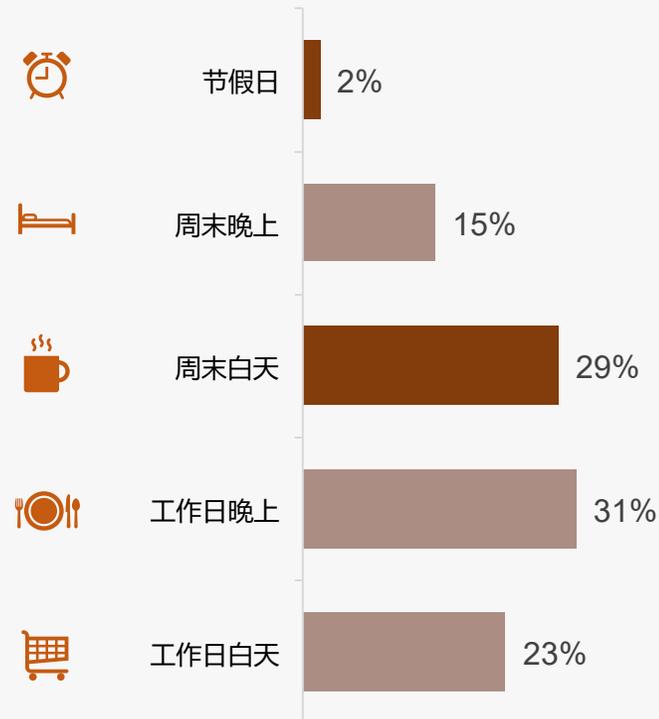
家庭升级主导 晚上周末采购

- ◆消费场景以家庭网络升级为主，占32%，新居部署和故障更换分别占19%和15%，显示实际需求是购买路由器的主要驱动力。
- ◆消费时段集中在工作日晚上和周末白天，分别占31%和29%，表明消费者偏好非高峰时段进行网络设备采购。

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

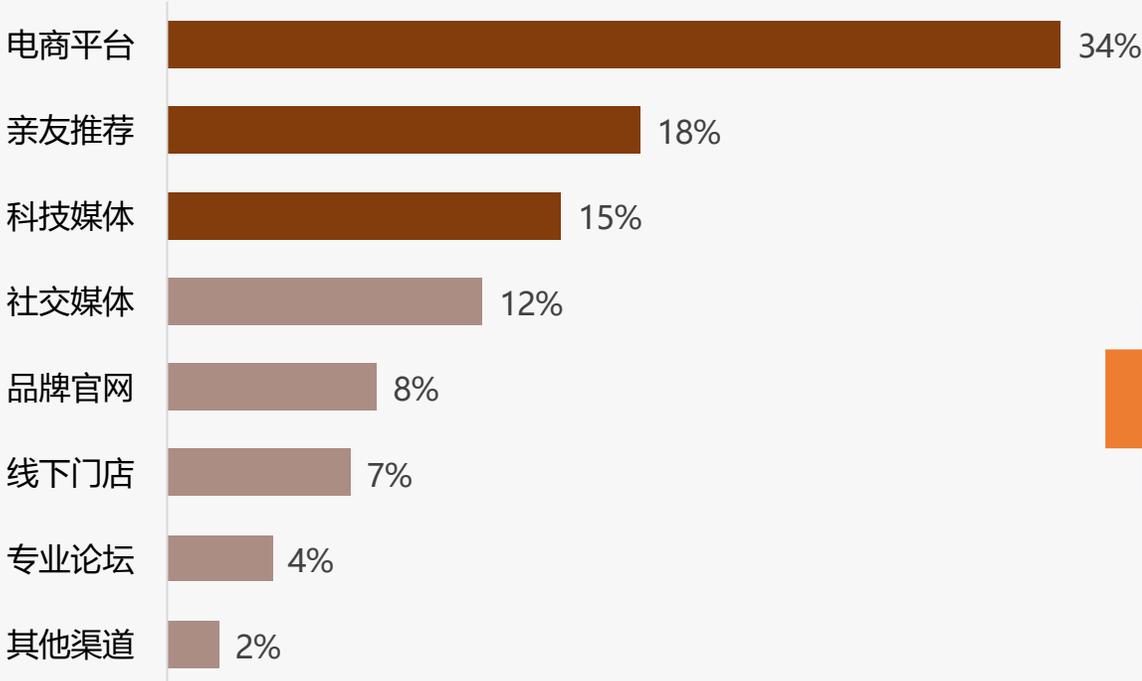


样本：路由器行业市场调研样本量N=1418，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

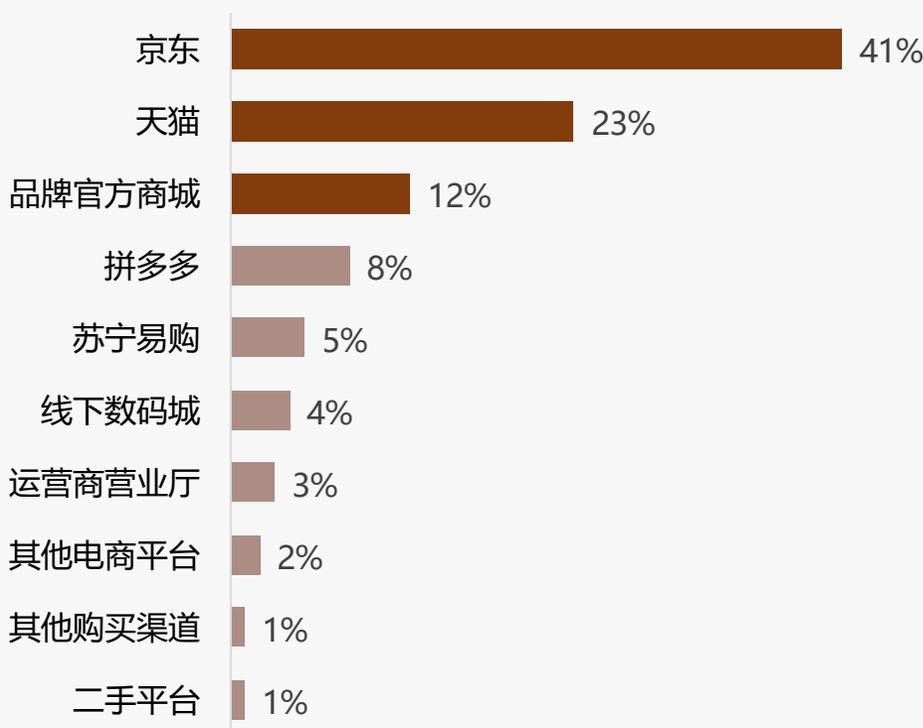
路由器消费线上主导口碑关键

- ◆消费者了解路由器主要通过电商平台（34%）和亲友推荐（18%），科技媒体（15%）和社交媒体（12%）也占重要地位，显示线上和口碑是主要信息源。
- ◆购买渠道由京东（41%）和天猫（23%）主导，品牌官方商城（12%）和拼多多（8%）为补充，线下渠道占比低，凸显消费高度线上化。

2025年中国路由器产品了解渠道分布



2025年中国路由器购买渠道分布

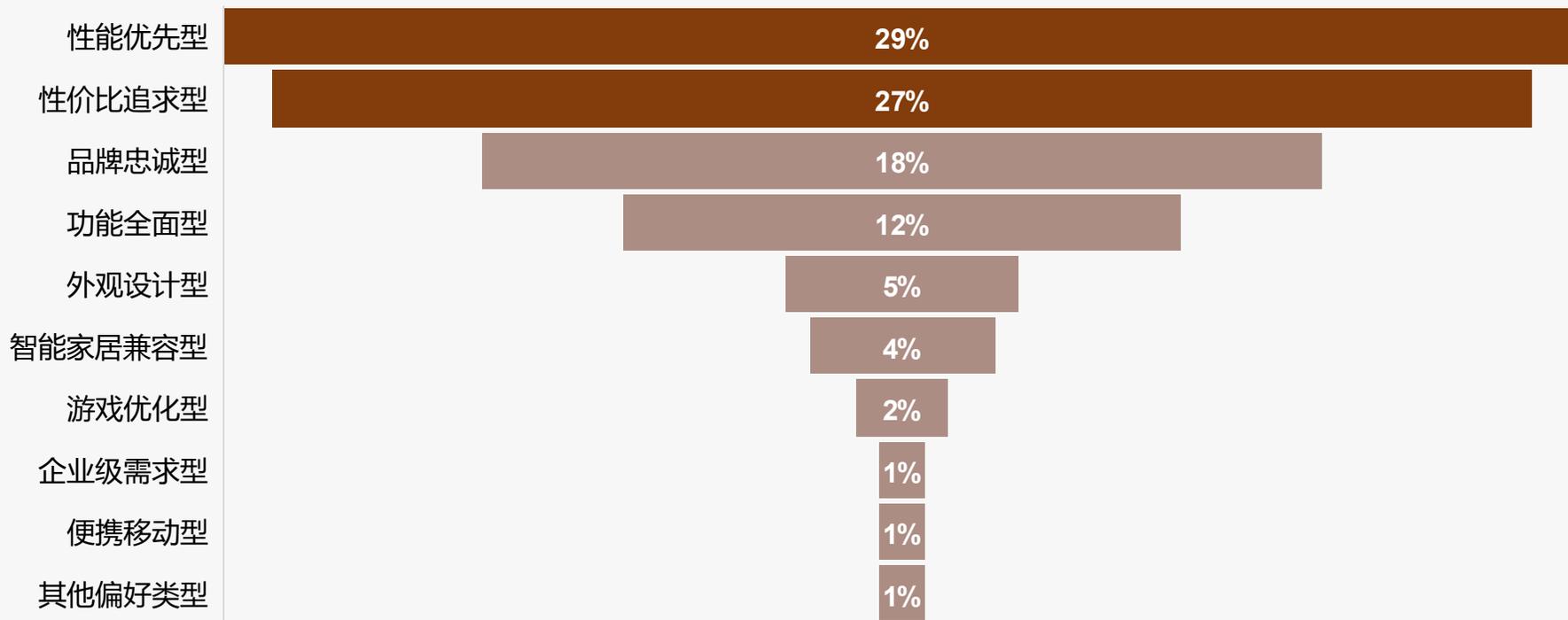


样本：路由器行业市场调研样本量N=1418，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

性能优先性价比主导路由器市场

- ◆路由器消费者偏好中，性能优先型占比31%最高，性价比追求型占27%，品牌忠诚型占18%，显示用户最关注网络性能、价格和品牌信任度。
- ◆功能全面型占12%，外观设计型占5%，智能家居兼容型占4%，游戏优化型占2%，企业级和便携型各占1%或更低，细分市场潜力有限。

2025年中国路由器偏好类型分布

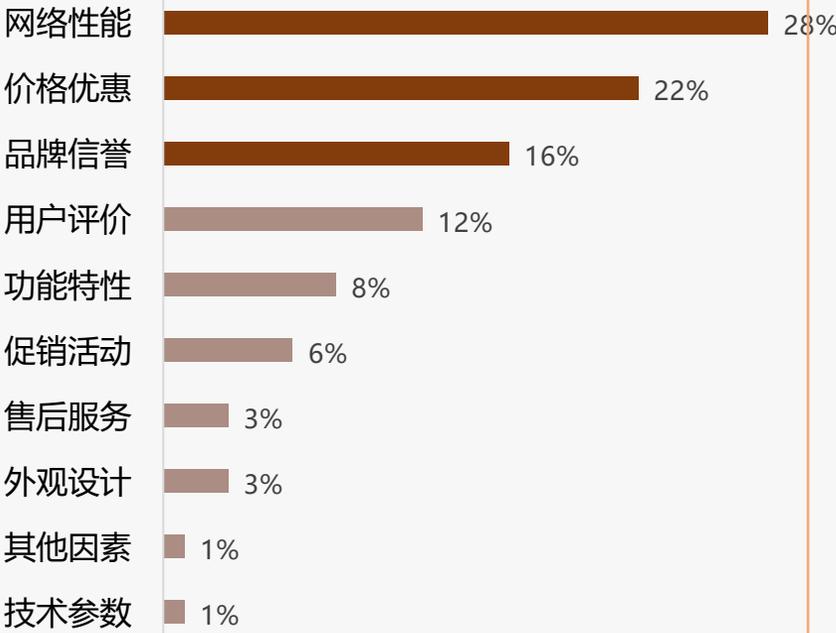


样本：路由器行业市场调研样本量N=1418，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

网络性能价格品牌主导消费

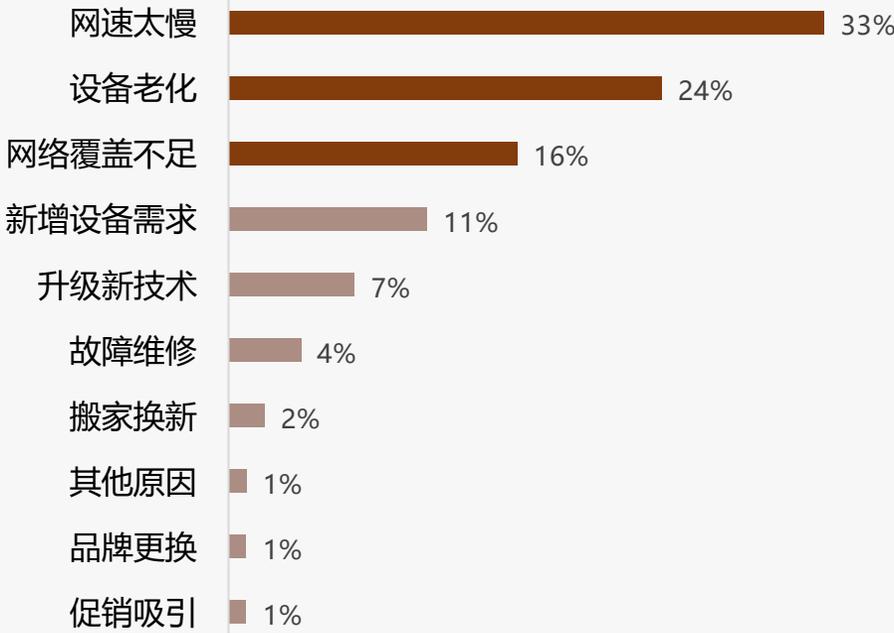
- ◆网络性能、价格优惠和品牌信誉是吸引消费的三大关键因素，合计占比66%，显示消费者高度关注核心性能与成本。
- ◆网速太慢、设备老化和网络覆盖不足是消费的主要驱动力，三者合计占比75%，凸显网络质量问题是更换主因。

2025年中国路由器吸引消费关键因素分布



样本：路由器行业市场调研样本量N=1418，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

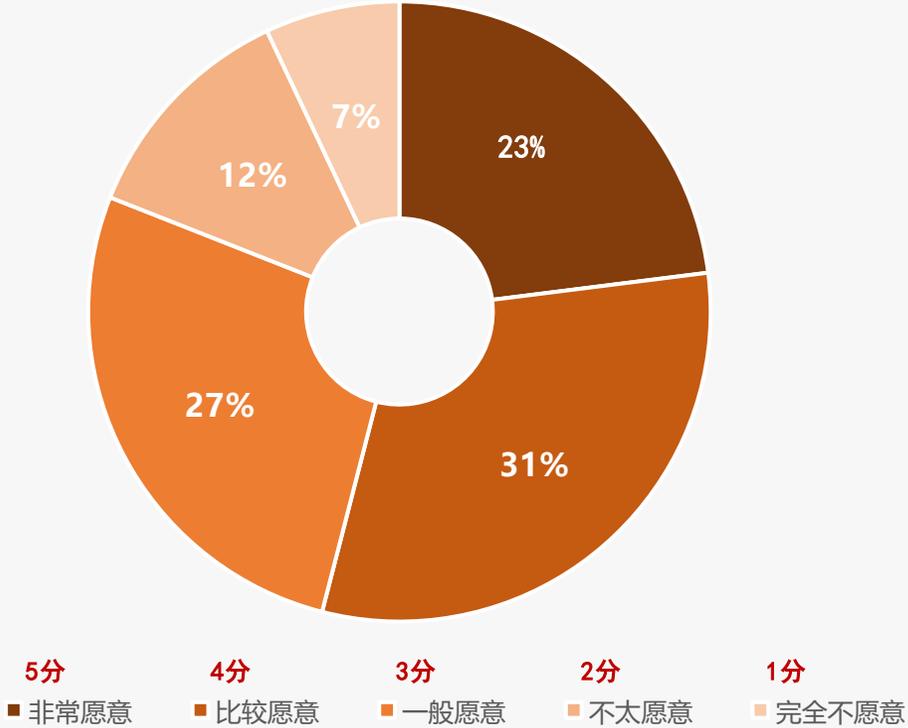
2025年中国路由器消费真正原因分布



多数用户愿推荐 性能服务需改进

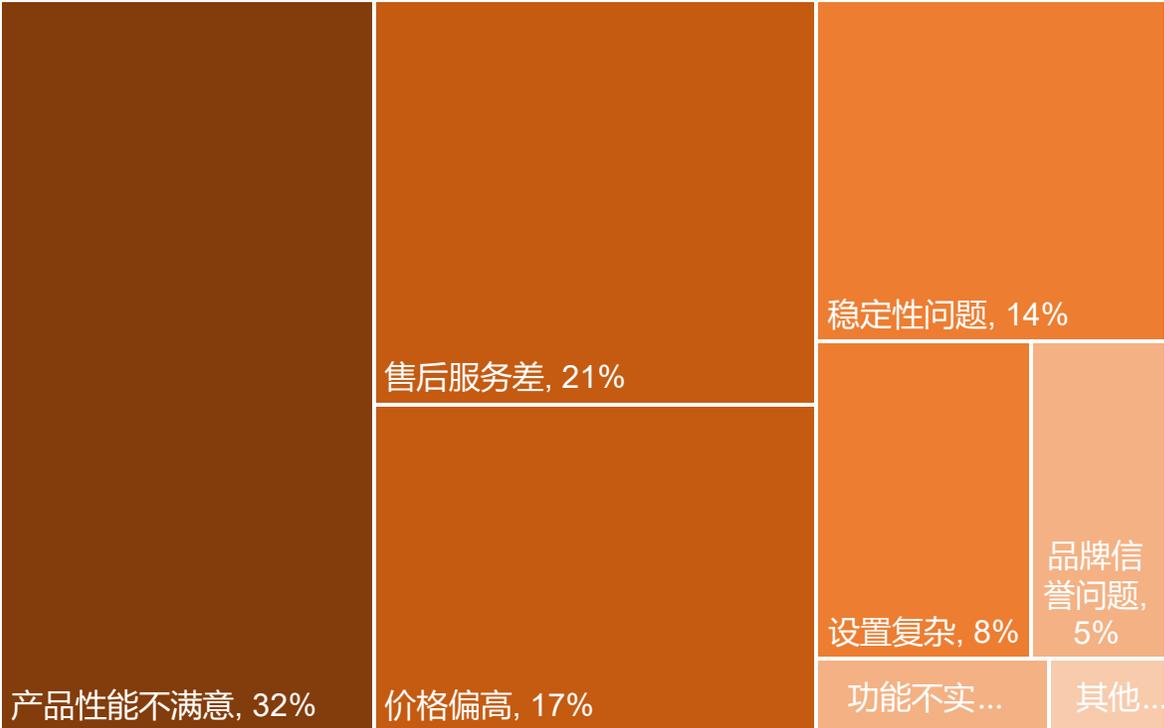
- ◆调查显示，54%的消费者愿意推荐路由器产品，其中非常愿意占23%，比较愿意占31%，表明多数用户对产品持积极态度。
- ◆不愿推荐的主要原因是产品性能不满意（32%）和售后服务差（21%），合计超过一半，提示性能和服务是核心改进点。

2025年中国路由器推荐意愿分布



样本：路由器行业市场调研样本量N=1418，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

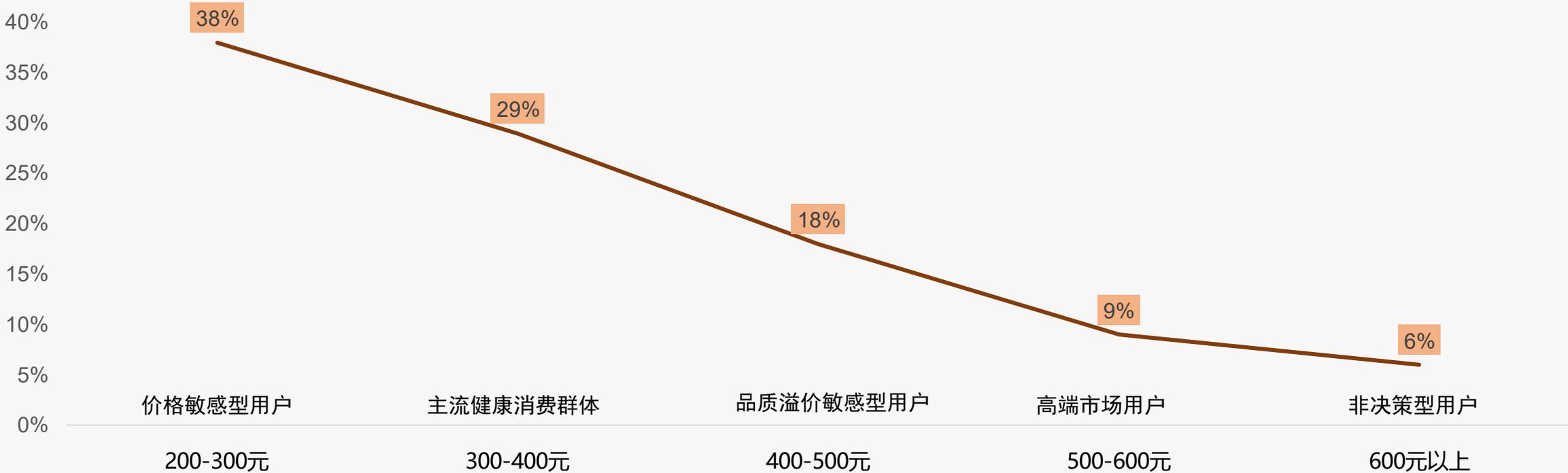
2025年中国路由器不愿推荐原因分布



路由器消费偏好中低价位

- ◆路由器消费调查显示，200-300元价格区间接受度最高，占比38%，300-400元区间占比29%，表明消费者明显偏好中低端价位产品。
- ◆随着价格上升，400-500元、500-600元和600元以上区间接受度分别降至18%、9%和6%，显示高端市场渗透有限，价格敏感性强。

2025年中国路由器主流规格价格接受度



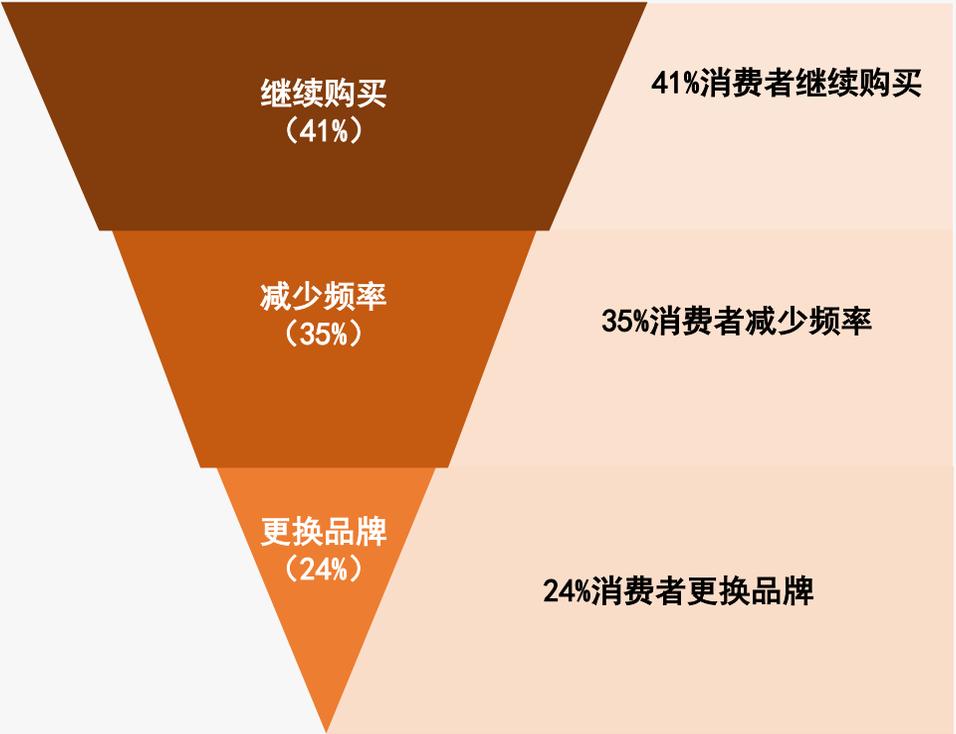
样本：路由器行业市场调研样本量N=1418，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

注：以Wi-Fi 6路由器规格路由器为标准核定价格区间

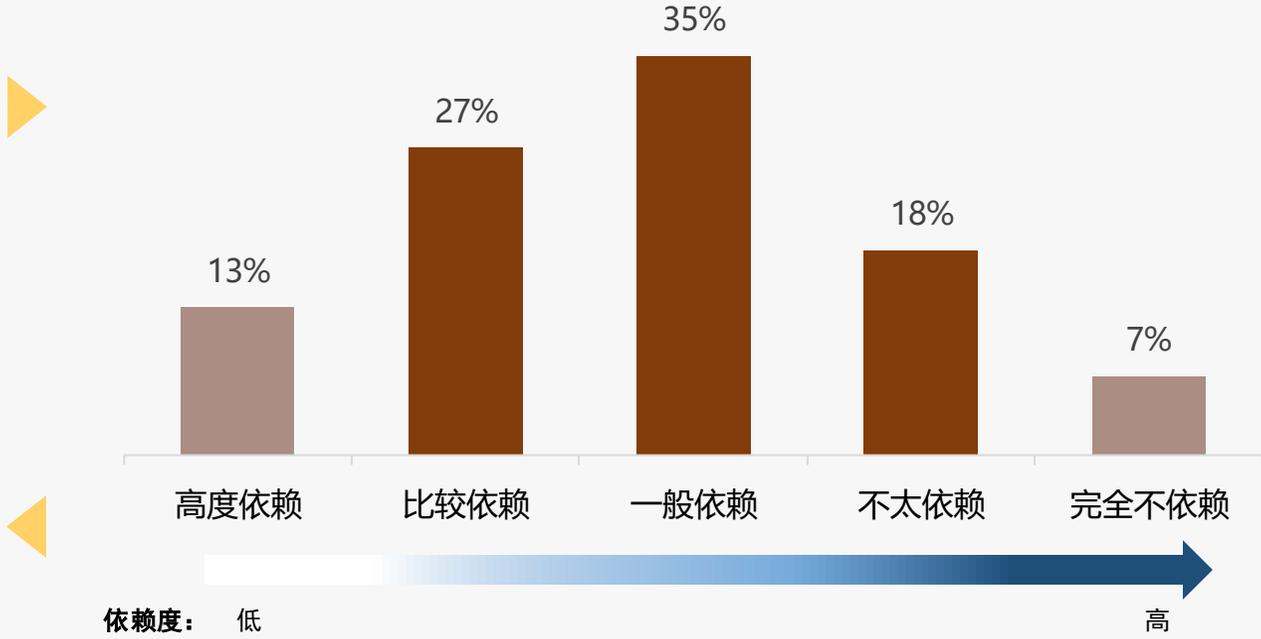
价格上涨品牌忠诚高促销依赖一般

- ◆价格上涨10%后，41%消费者继续购买，35%减少频率，24%更换品牌。显示品牌忠诚度较高，但价格敏感群体显著。
- ◆促销依赖中，35%一般依赖，27%比较依赖，合计62%。高度依赖仅13%，完全不依赖7%，多数消费者对促销敏感。

2025年中国路由器价格上涨10%购买行为分布



2025年中国路由器促销依赖程度分布

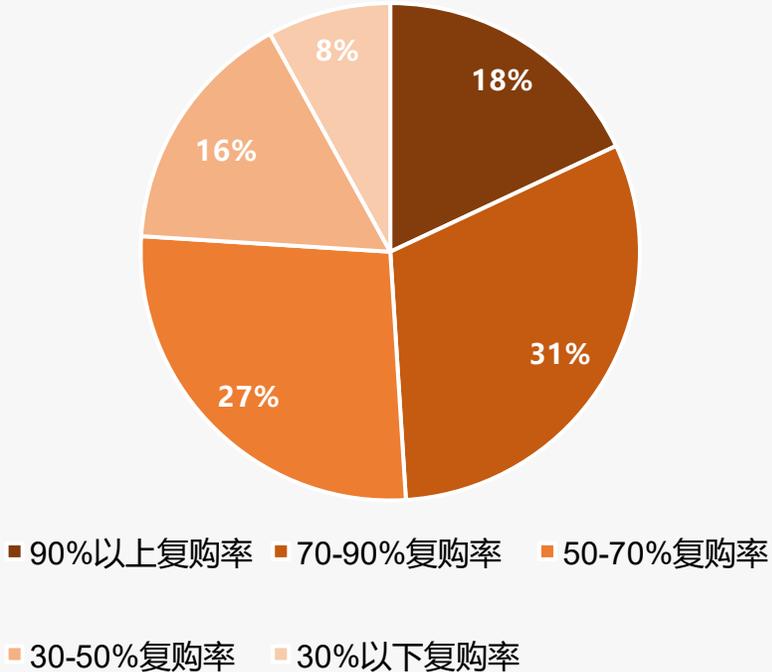


样本：路由器行业市场调研样本量N=1418，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

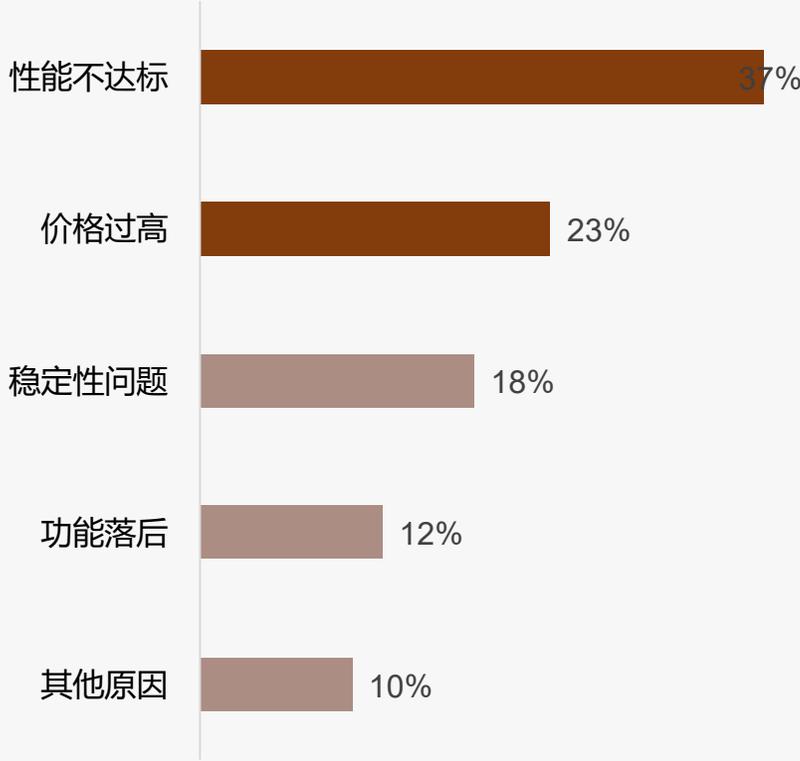
性能优化提升路由器用户黏性

- ◆ 路由器市场复购率集中在70-90%（31%），但90%以上仅18%，显示多数用户忠诚度较高但高端用户易流失。
- ◆ 更换品牌主因是性能不达标（37%），价格过高（23%）次之，性能优化是提升用户黏性的关键。

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

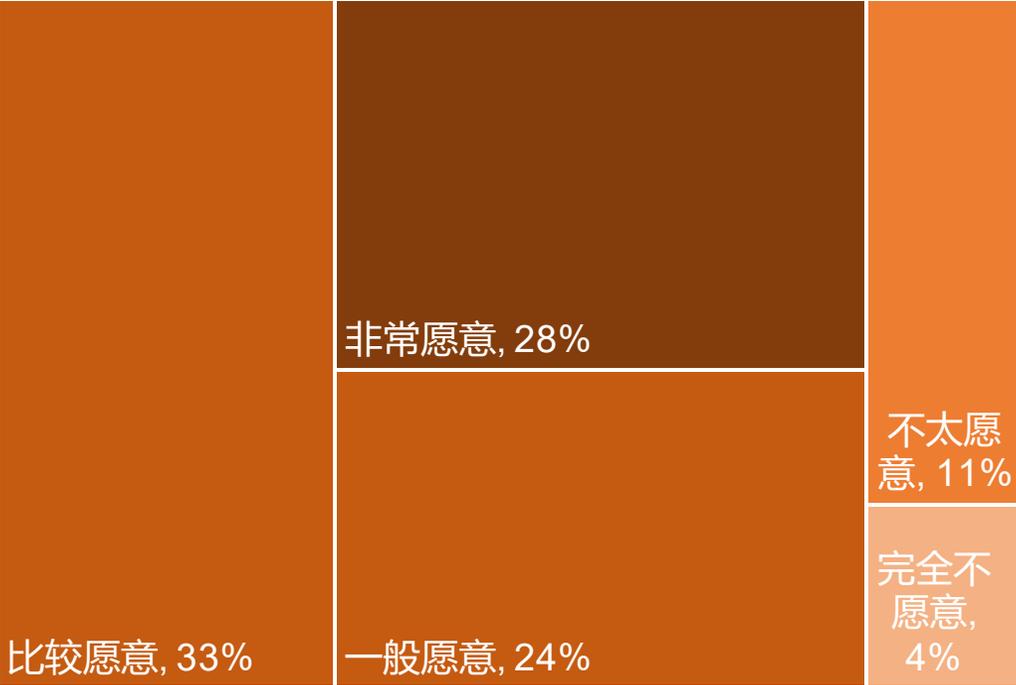


样本：路由器行业市场调研样本量N=1418，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

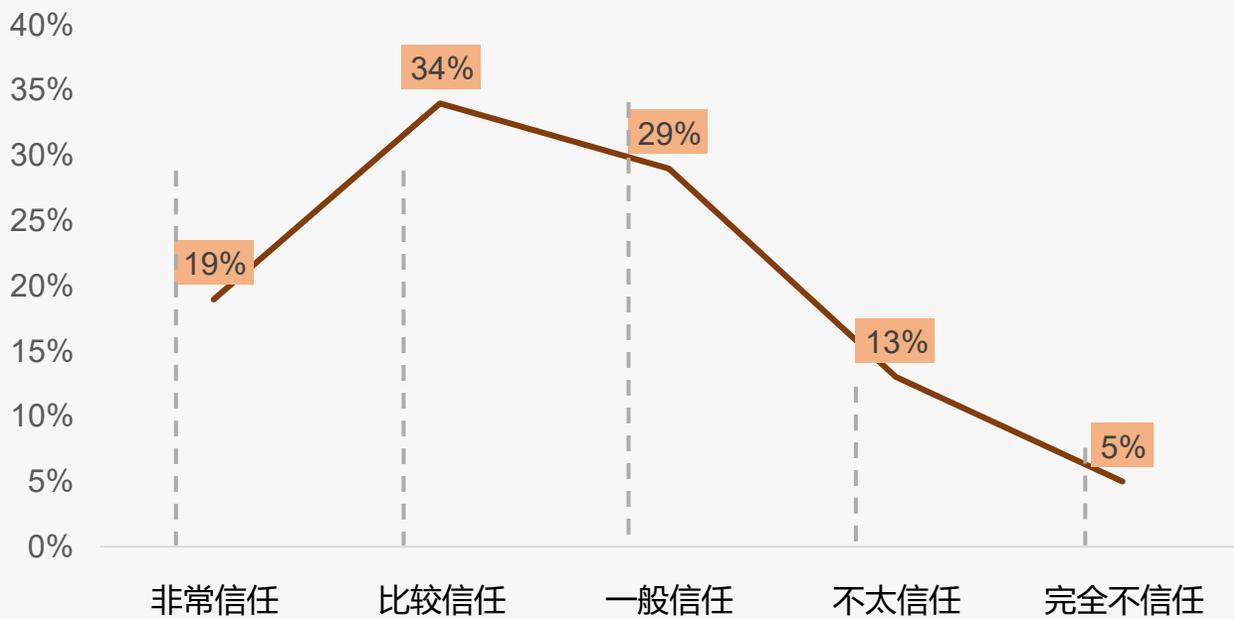
消费意愿高 品牌信任待提升

- ◆消费品牌产品意愿中，非常愿意和比较愿意的消费者合计占61%，显示市场接受度较高，但完全不愿意占4%。
- ◆对品牌产品的态度分布中，比较信任占比34%为最高，但非常信任仅19%，表明消费者对品牌信任度存在保留。

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=1418，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

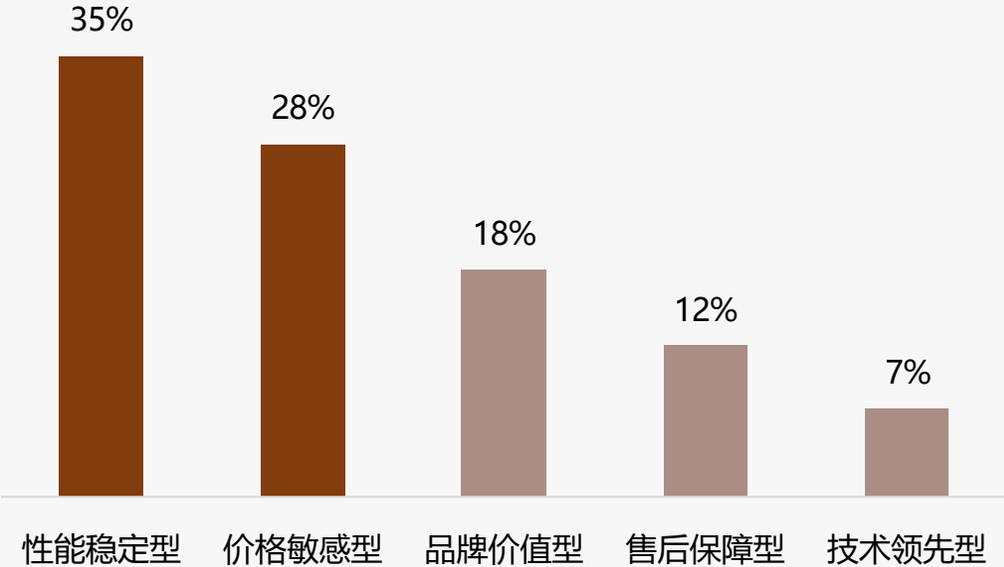
国产品牌主导 性能价格关键

- ◆ 路由器市场国产品牌占87%，进口品牌仅13%，显示消费者高度偏好本土品牌，市场主导地位稳固。
- ◆ 品牌偏好中性能稳定型占35%，价格敏感型占28%，消费者最重视产品可靠性和价格因素。

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

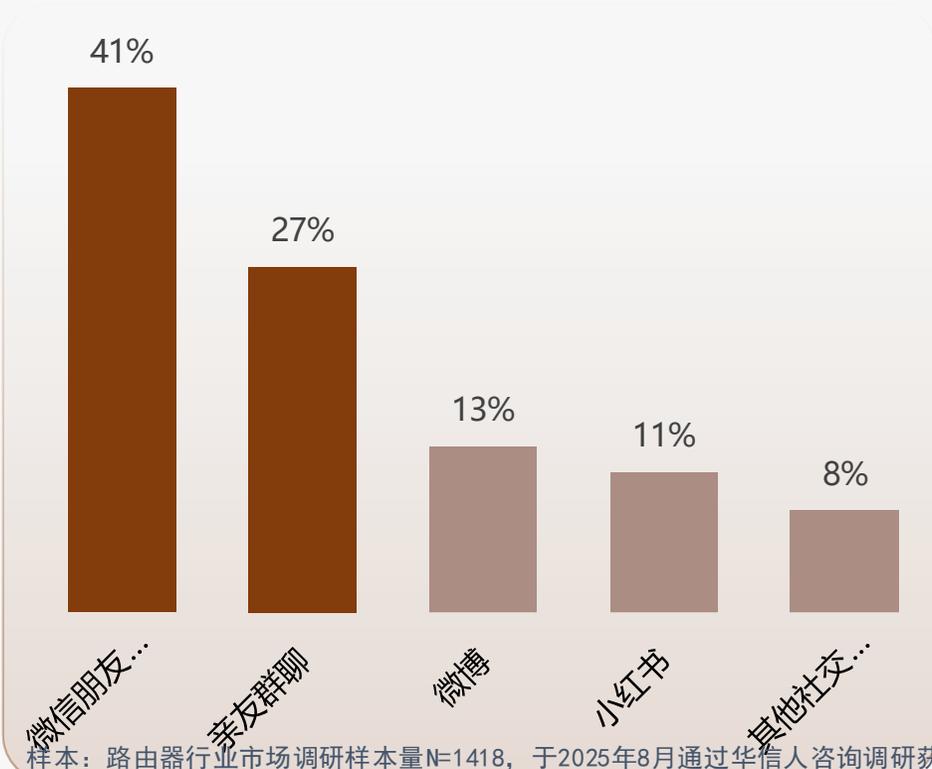


样本：路由器行业市场调研样本量N=1418，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

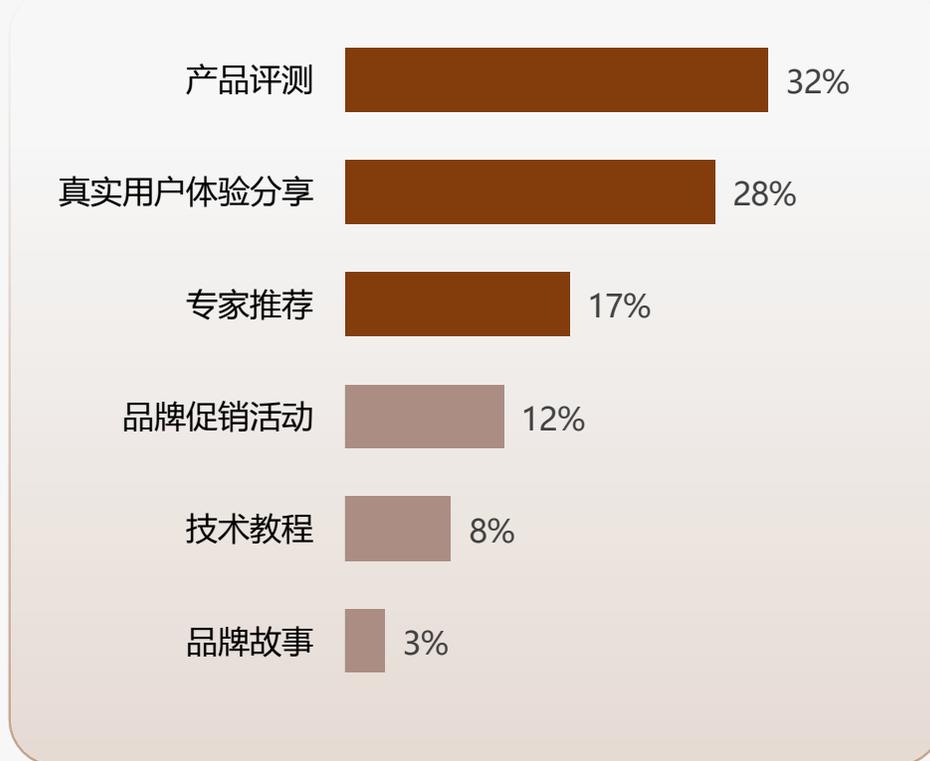
路由器消费私域社交主导实用信息驱动

- ◆路由器消费信息传播以私域社交为主，微信朋友圈和亲友群聊占比分别为41%和27%，合计近七成，显示用户偏好熟人推荐。
- ◆内容类型中产品评测和真实用户体验分享分别占32%和28%，共六成，强调实用信息主导决策，专家推荐和促销活动次之。

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



2025年中国路由器社交分享渠道分布

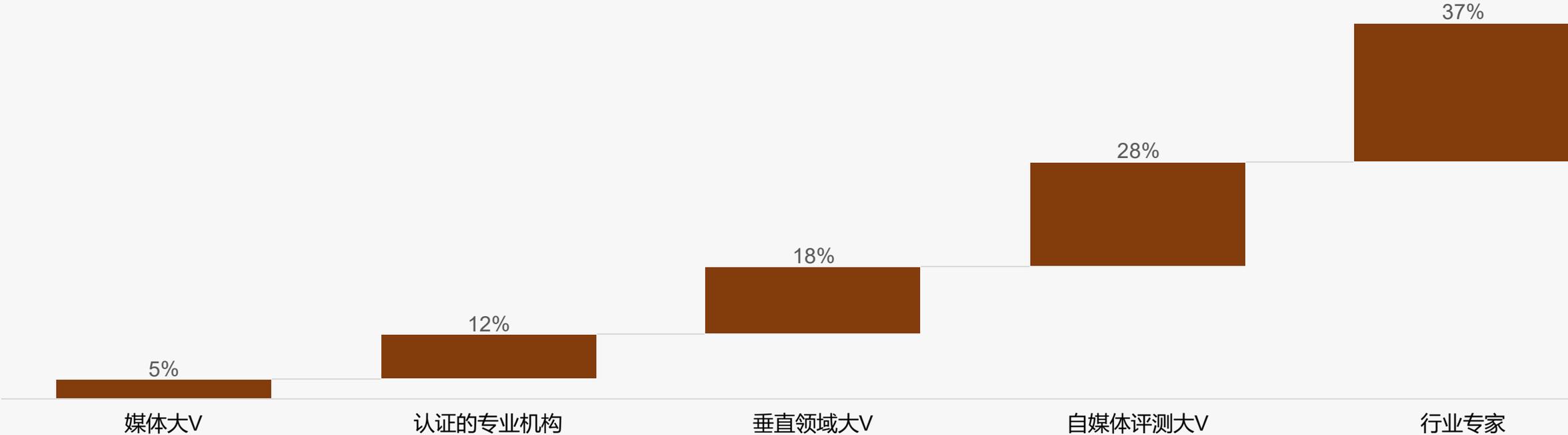
2025年中国路由器社交内容类型分布

样本：路由器行业市场调研样本量N=1418，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

专业评测主导路由器消费信任

- ◆行业专家以37%的占比成为最受信任的博主类型，自媒体评测大V以28%紧随其后，显示消费者在路由器选购时高度依赖专业知识和独立评测。
- ◆垂直领域大V占18%，认证专业机构及媒体大V分别占12%和5%，相对较低，表明专业性和实用性是消费者信任的关键因素。

2025年中国路由器社交信任博主类型分布



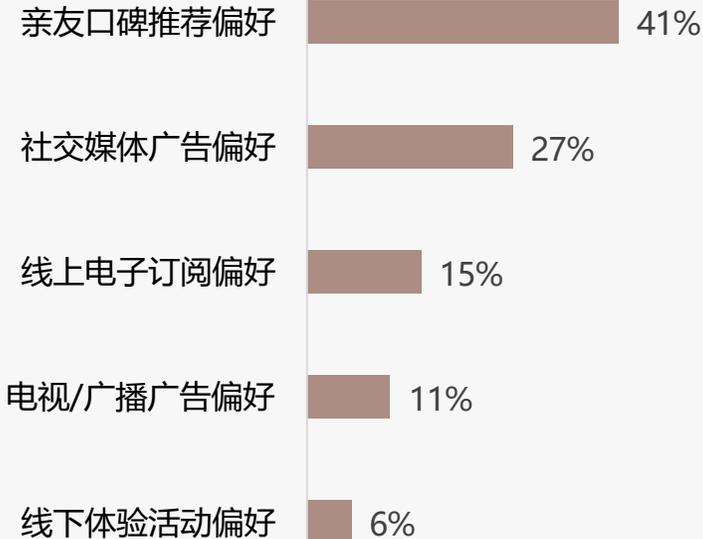
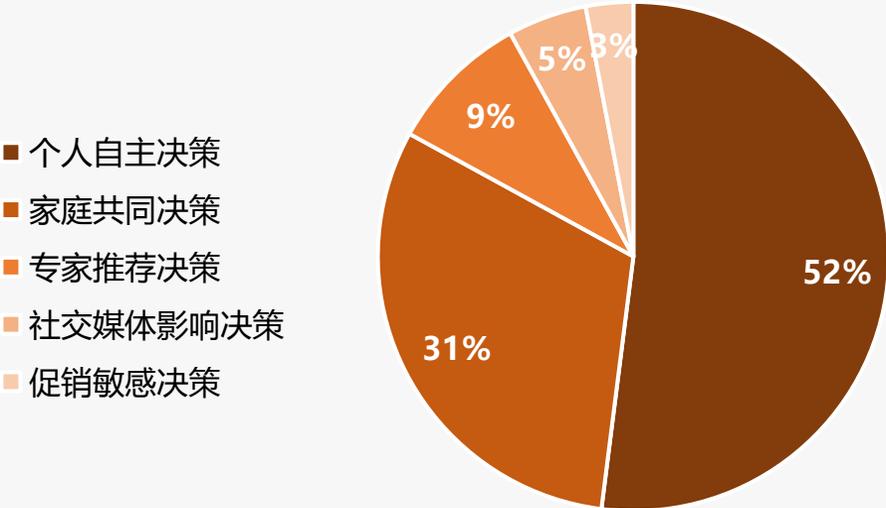
样本：路由器行业市场调研样本量N=1418，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

口碑推荐主导路由器消费决策

- ◆亲友口碑推荐偏好高达41%，社交媒体广告偏好27%，显示消费者决策高度依赖社交信任，线上平台作用显著。
- ◆电视/广播广告偏好仅11%，线下体验活动偏好6%，反映传统媒体和线下活动影响力较弱，口碑营销为核心。

2025年中国路由器家庭广告偏好分布

2025年中国路由器消费决策者类型分布

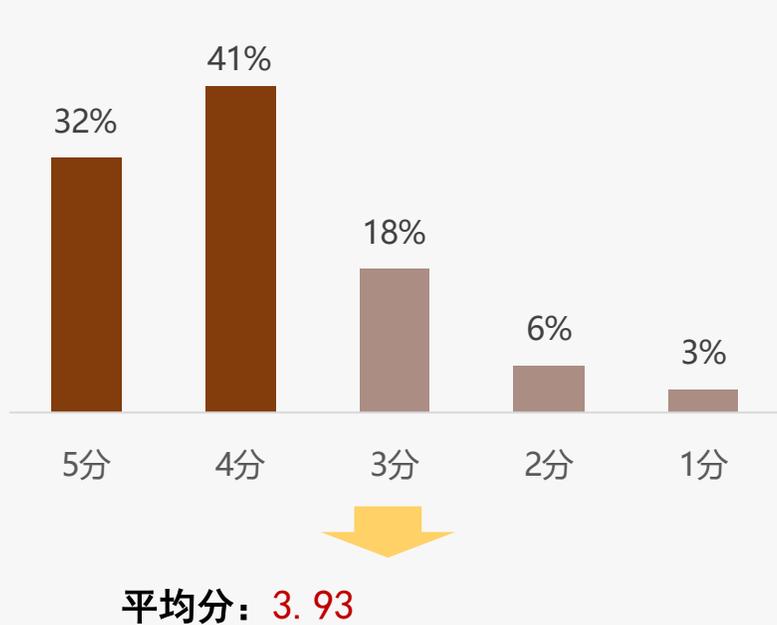


样本：路由器行业市场调研样本量N=1418，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

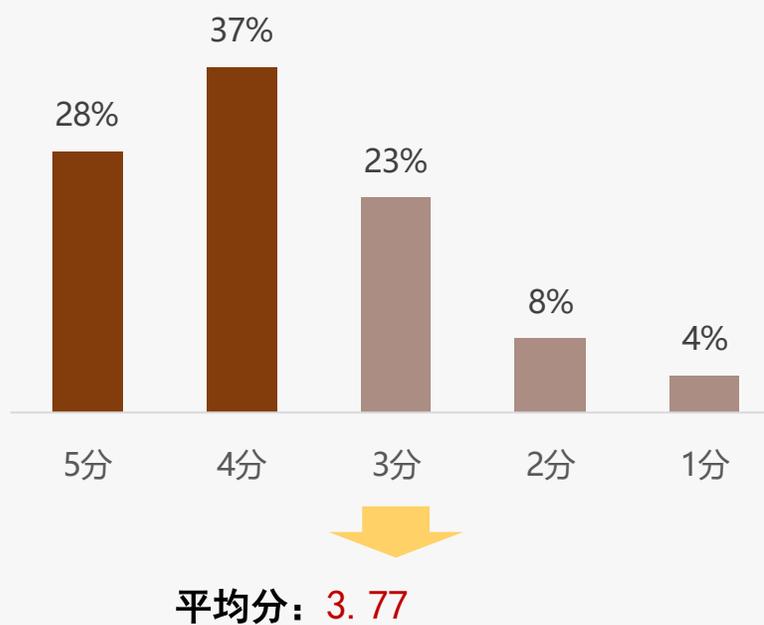
消费流程满意度高 退货客服需提升

- ◆线上消费流程满意度最高，41%消费者给予4分，32%给予5分，合计73%满意度在4分以上，表现突出。
- ◆退货和客服体验均有提升空间，两者4分以上满意度均为65%，但5分评价比例相对较低，需重点关注。

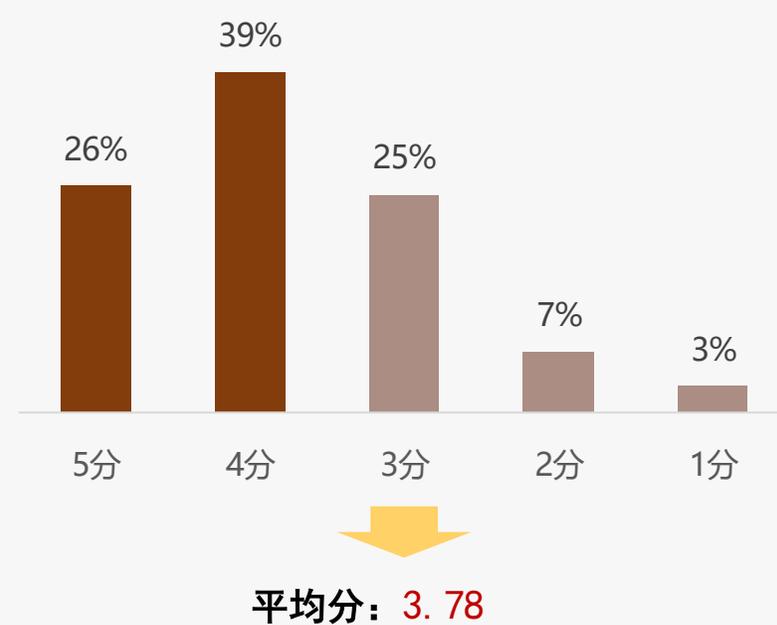
2025年中国路由器线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国路由器退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国路由器线上客服满意度分布（满分5分）

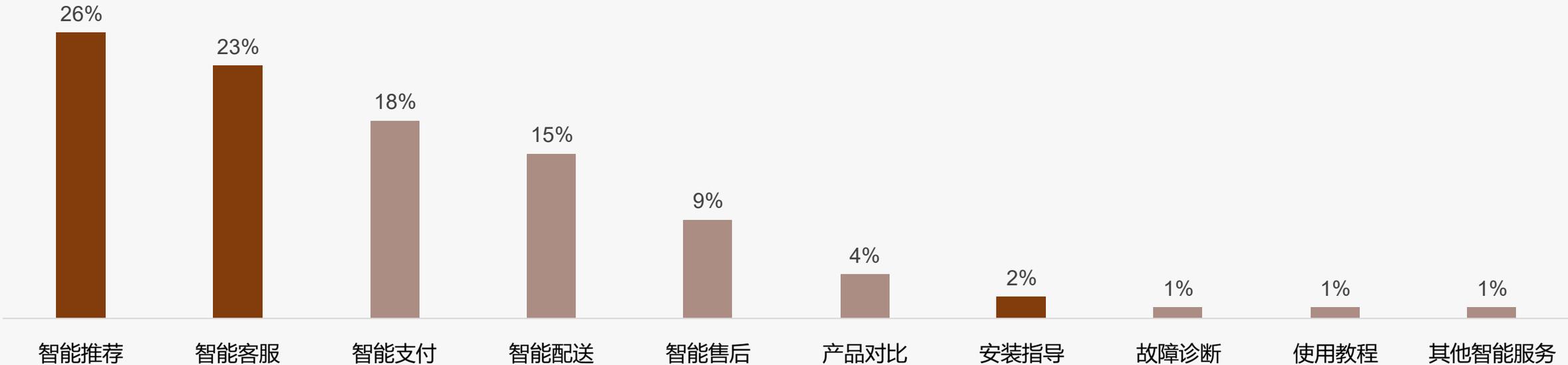


样本：路由器行业市场调研样本量N=1418，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

智能服务核心在推荐客服支付

- ◆智能推荐27%、智能客服23%和智能支付18%是线上消费智能服务体验的核心，合计占比68%，显示消费者最关注推荐、客服和支付环节的智能化。
- ◆智能配送15%较高，但智能售后仅9%，其他服务如产品对比4%、安装指导2%等占比低，表明售后和辅助功能智能化有待加强。

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=1418，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