

华信人咨询 · 洞察2025

HXR Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年一~三季度麻将机市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 Mahjong Machine Category Market Insights

2025年11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：中青年主导麻将机消费，市场下沉潜力大

 26-45岁中青年占比58%，男性略多，为主要消费群体。

 二线及以下城市占比58%，显示市场下沉趋势明显。

 个人和家庭决策占主导，经营者影响有限。

启示

✓ 聚焦中青年市场策略

针对26-45岁中青年群体，开发符合其家庭娱乐需求的产品，强化个人和家庭决策场景的营销。

✓ 深化下沉市场布局

加强二线及以下城市渠道建设，利用本地化营销和价格策略，挖掘下沉市场消费潜力。

核心发现2：中端价格接受度高，传统规格主导市场



1200-1800元价格段占比41%，是消费主力区间。



四口机占比37%主导市场，传统多人使用场景为主流。



首次购买占比28%，新用户市场潜力大。

启示

✓ 优化中端产品线

重点布局1200-1800元价格段，确保产品性价比，满足主流消费者对价格和功能的平衡需求。

✓ 强化传统规格创新

在四口机等传统规格上融入静音、便携等改进功能，提升用户体验，同时吸引新用户。

核心发现3：家庭娱乐为核心场景，口碑传播关键



家庭娱乐场景占比38%，是核心消费场景。



亲友推荐占比41%，是消费者最偏好的广告渠道。



真实用户分享占比47%，消费者更信赖实际体验反馈。

启示

✓ 加强家庭场景营销

围绕家庭娱乐需求，设计产品功能和促销活动，突出产品在家庭聚会中的核心价值。

✓ 推动口碑营销策略

鼓励用户分享真实体验，利用社交媒体和亲友推荐，建立品牌信任，提升转化率。

核心逻辑：家庭娱乐驱动，性价比与品牌信任并重



1、产品端

- ✓ 优化中端价格产品，提升性价比
- ✓ 强化基础功能，关注静音和便携性



2、营销端

- ✓ 利用亲友口碑和社交平台传播
- ✓ 聚焦电商平台，强化品牌曝光



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，改善售后体验

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年一~三季度各月天猫、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 麻将机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麻将机品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对麻将机的购买行为；
- 麻将机市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

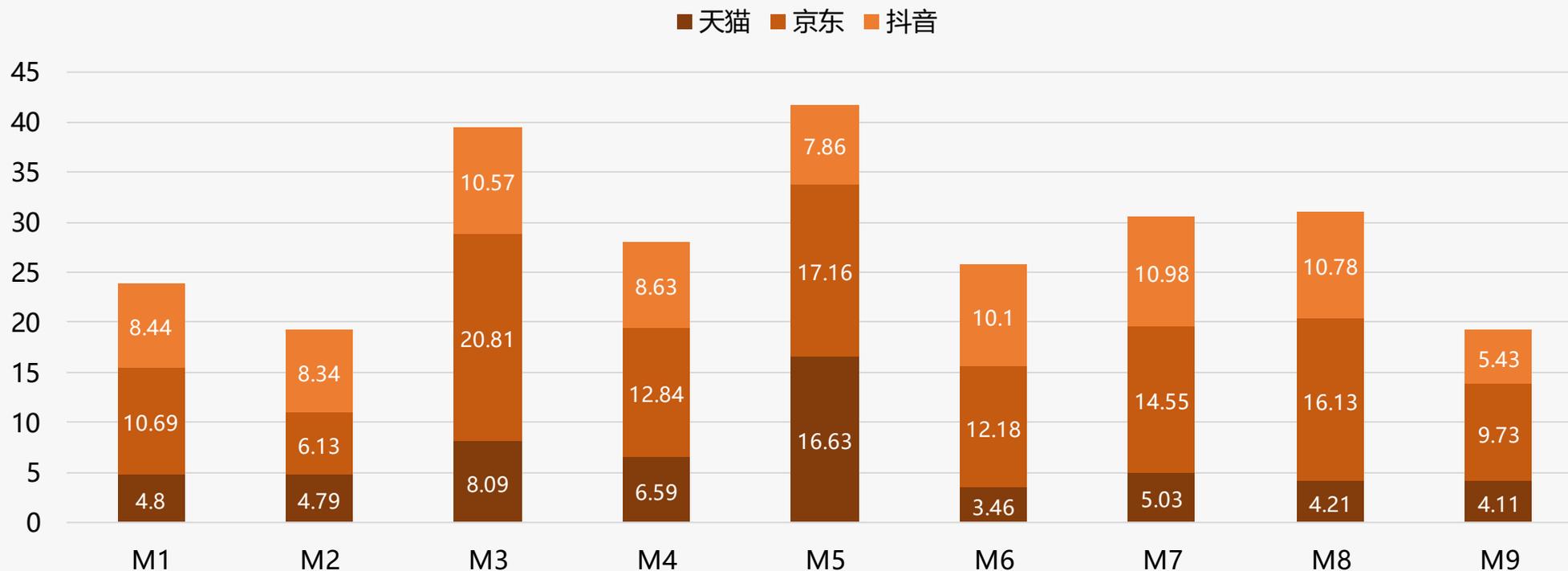
Research Method

- 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，计算麻将机品类销售额、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、不同平台麻将机品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

京东领先 抖音增长 月度波动显著

- ◆从平台销售额分布看，京东以8.7亿元领跑（占线上总销售额的45.2%），天猫和抖音分别为4.6亿元和7.1亿元。京东在M3和M5达到峰值，显示其在大促节点（如618）的渠道优势；抖音份额达36.9%，凸显社交电商对麻将机品类的渗透力增强。
- ◆月度销售波动显著，M3和M5为销售高峰（分别达3.9亿元和4.2亿元），同比M1增长313%和247%，反映季节性需求（如春节后和五一假期）。M9骤降至0.19亿元，可能受库存周转放缓影响，建议优化供应链以平滑波动。抖音在M7销售额达1.1亿元，环比增长8.7%，而天猫同期仅0.50亿元。抖音的高增长源于内容营销驱动用户转化，但需关注ROI；京东虽体量最大，但M9环比下降39.6%，提示竞争加剧下的渠道风险。

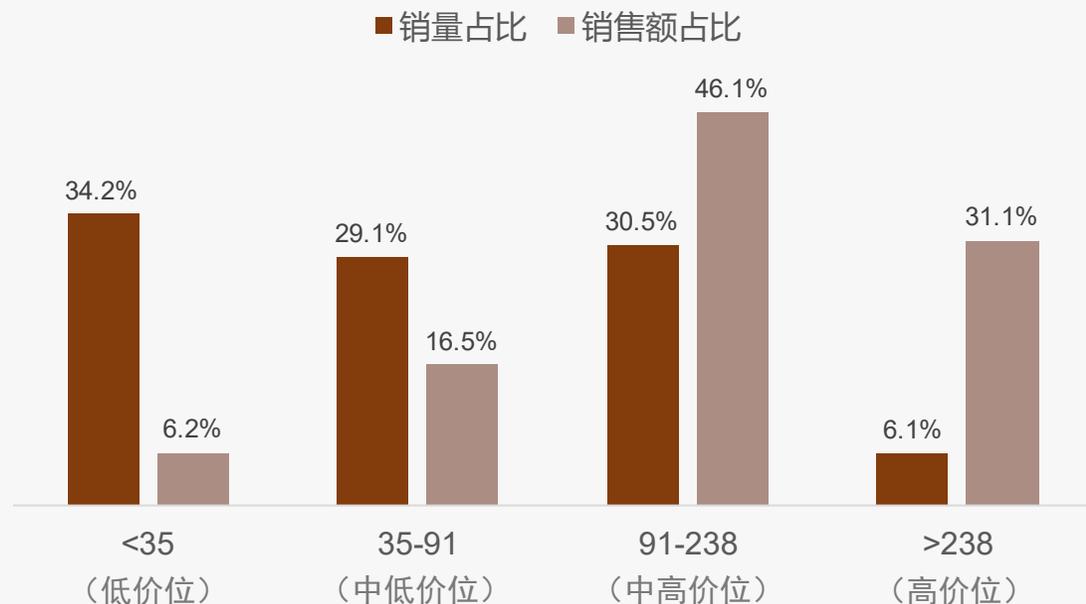
2025年一~三季度麻将机品类线上销售规模（百万元）



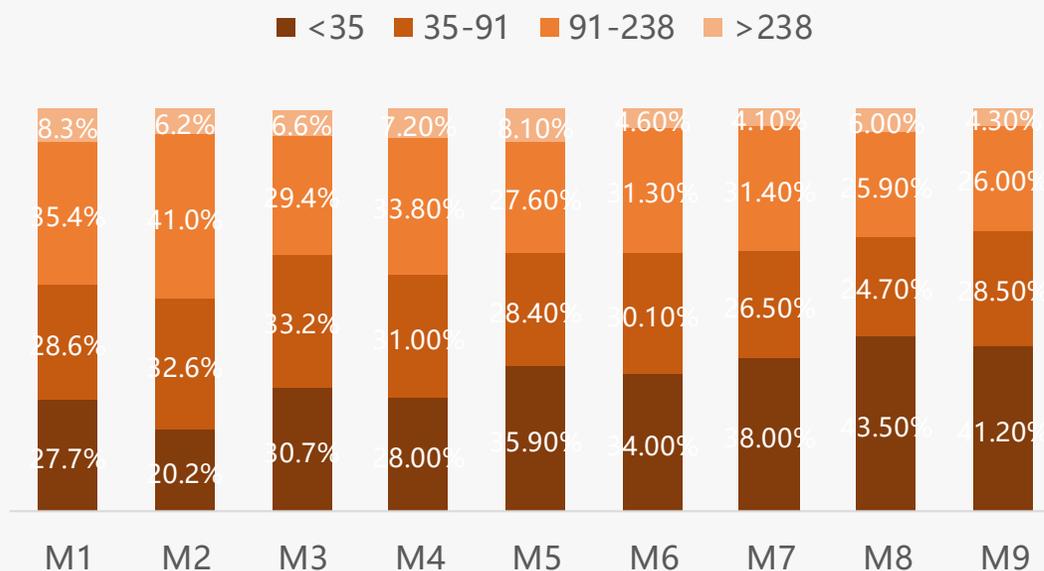
低价销量增 中高利润稳 高端渗透弱

- ◆ 从价格区间结构看，91-238元区间贡献了46.1%的销售额，是核心利润来源，但销量仅占30.5%，表明该区间产品具备高客单价优势。>238元区间销售额占比31.1%，销量占比仅6.1%，显示高端市场利润空间大但渗透率低，需关注ROI优化。
- ◆ 销量分布趋势显示，<35元区间销量占比从M1的27.7%上升至M9的41.2%，同比增长显著，反映低价策略驱动销量增长，但销售额占比仅6.2%，存在周转率高但利润贡献不足的风险。中高端区间（35-238元）销量占比在M2-M4稳定在60%以上，但M5后逐步下滑至M9的54.5%，同比收缩明显，可能受季节性促销或竞争加剧影响，需强化产品差异化以维持市场份额。

2025年一~三季度麻将机线上不同价格区间销售趋势



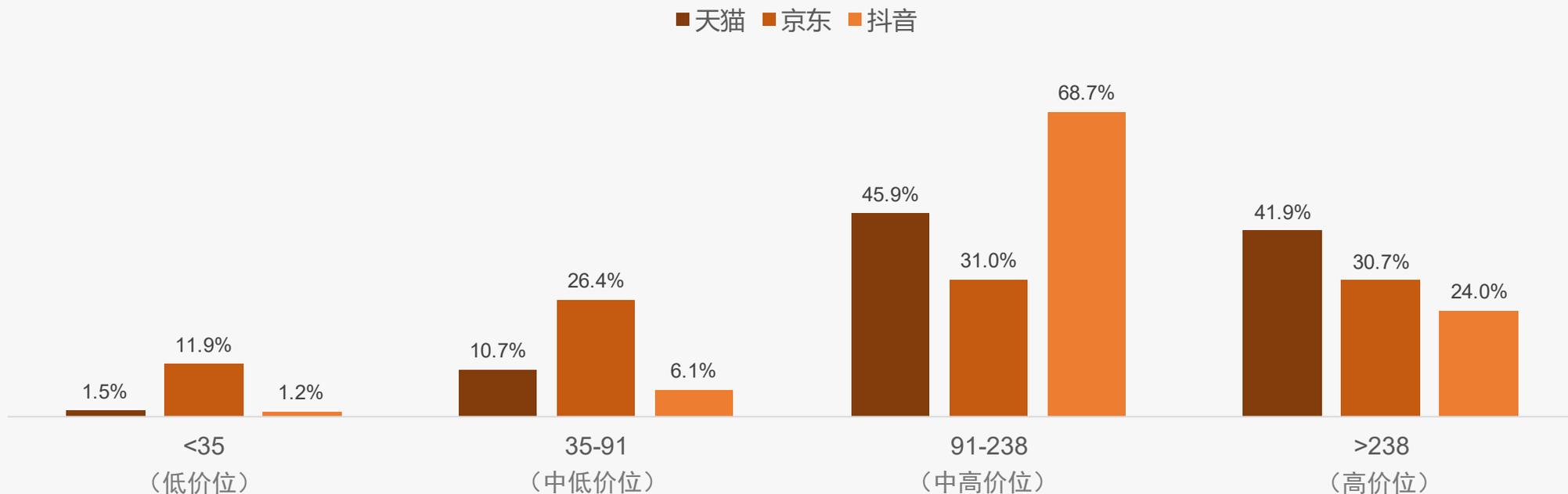
麻将机线上价格区间-销量分布



中端主导 高端增长 平台差异显著

- ◆从价格区间分布看，天猫和抖音在91-238元区间占比最高（45.9%和68.7%），显示中端产品为市场主力；京东各区间分布相对均衡（31.0%-30.7%），反映其全价格覆盖策略。中端产品周转率较高，符合大众消费偏好。
- ◆低价区间（<35元）占比普遍偏低（天猫1.5%、京东11.9%、抖音1.2%），京东略高可能因促销拉动；高端区间（>238元）天猫和抖音占比显著（41.9%和24.0%），显示品牌溢价接受度提升，但需关注ROI表现。平台对比显示，抖音中端占比突出（68.7%），契合其内容驱动模式；天猫高端占比最高（41.9%），体现品牌信任优势；京东低价和高端均衡，需优化产品组合以提升同比增速。

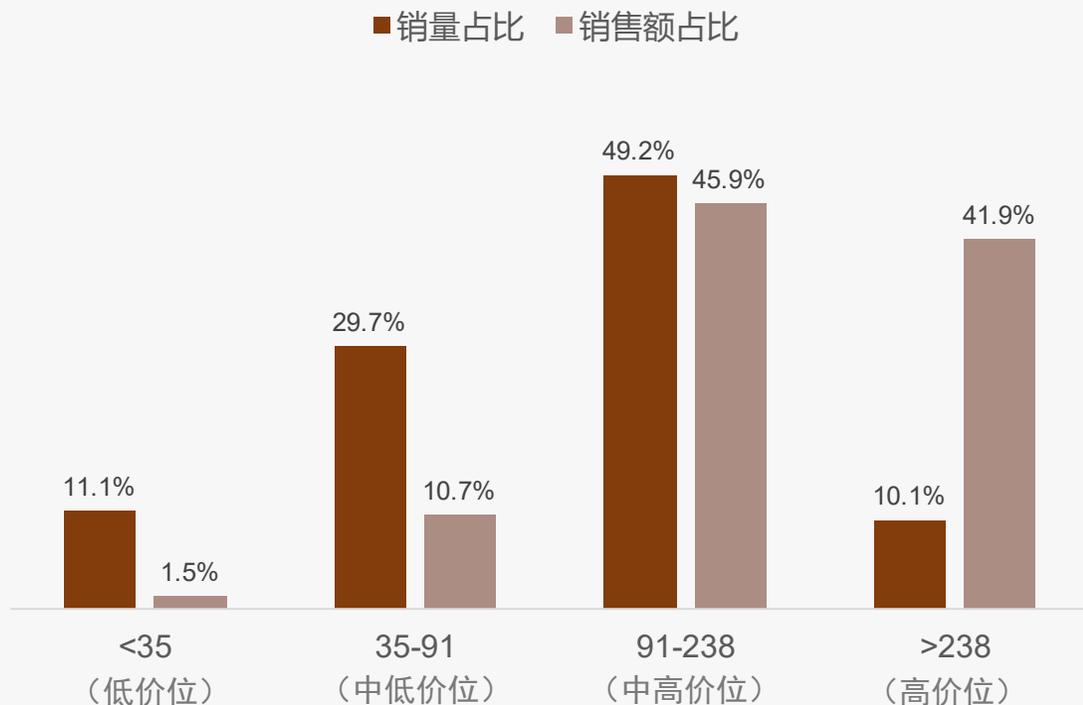
2025年一~三季度各平台麻将机不同价格区间销售趋势



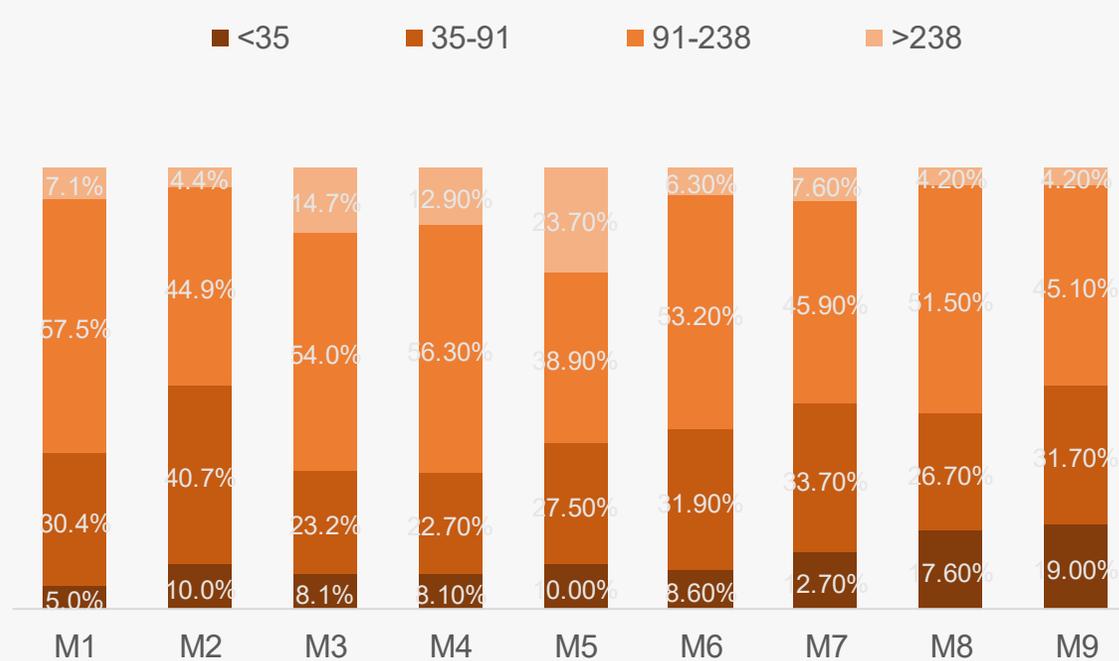
麻将机市场高端驱动 中端主导 低价增长

- ◆从价格区间结构看，91-238元区间贡献了49.2%的销量和45.9%的销售额，是核心价格带；>238元区间虽仅占10.1%销量，却贡献41.9%销售额，显示高端产品的高单价特性。月度销量分布显示，M5月>238元区间占比达23.7%，为全年峰值，可能与促销活动相关；而M8-M9月<35元区间占比升至17.6%-19.0%，反映低价产品需求增长。
- ◆整体销售额集中度高，>238元和91-238元区间合计贡献87.8%销售额，但销量仅占59.3%，表明市场依赖高客单价驱动。建议优化产品组合，提升高毛利产品渗透率，加强中高端产品营销，同时监控低价区间销量增长对整体ROI的稀释风险，并关注季节性波动对库存周转的影响。

2025年一~三季度天猫平台麻将机不同价格区间销售趋势



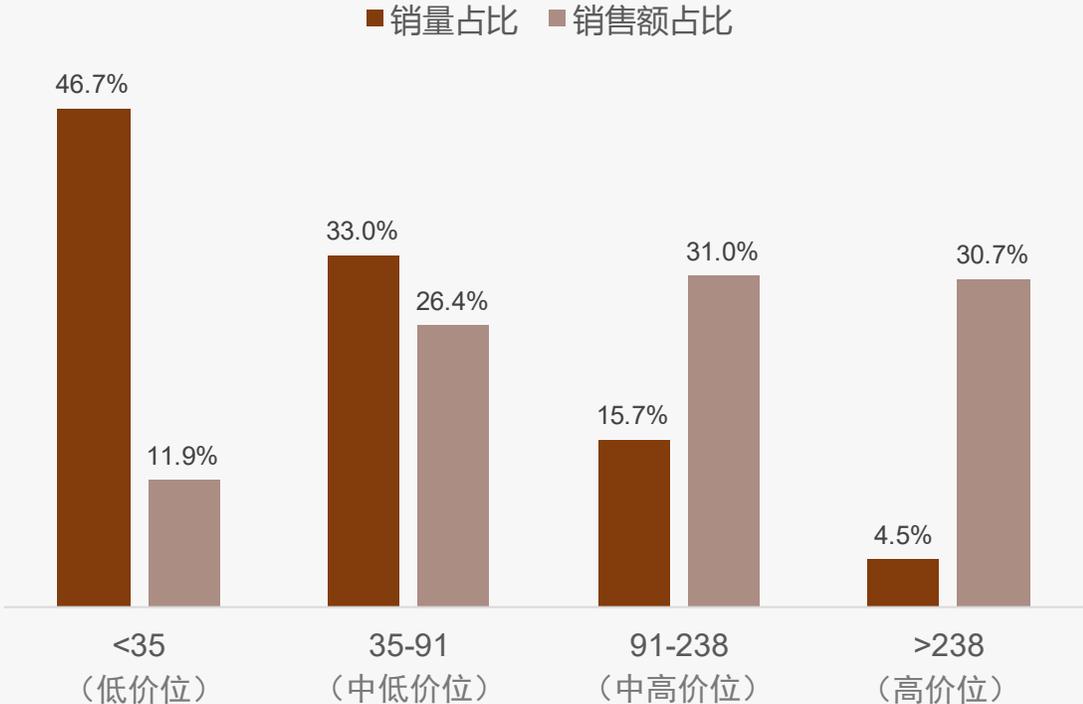
天猫平台麻将机价格区间-销量分布



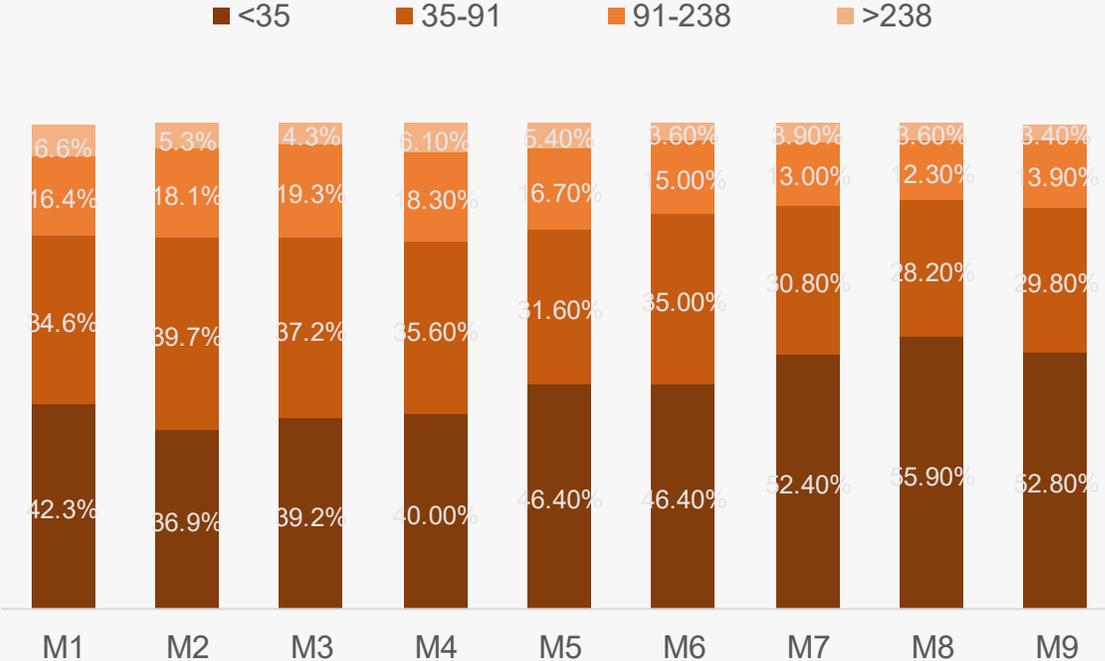
麻将机高端价值显著 低价销量主导 中端核心

- ◆从价格结构看，京东平台麻将机品类呈现明显的低端销量主导但高端价值贡献显著的特征。低于35元价格带销量占比46.7%却仅贡献11.9%销售额，而高于238元价格带虽销量占比仅4.5%却贡献30.7%销售额，显示高端产品具有更高的客单价和利润空间。
- ◆从产品组合策略看，35-91元与91-238元两个中端价格带合计贡献57.4%销售额，是平台收入的核心支撑。但91-238元价格带销量占比15.7%贡献31.0%销售额，其销售效率明显优于其他区间，建议重点优化该价格段产品组合以提升整体ROI。

2025年一~三季度京东平台麻将机不同价格区间销售趋势



京东平台麻将机价格区间-销量分布

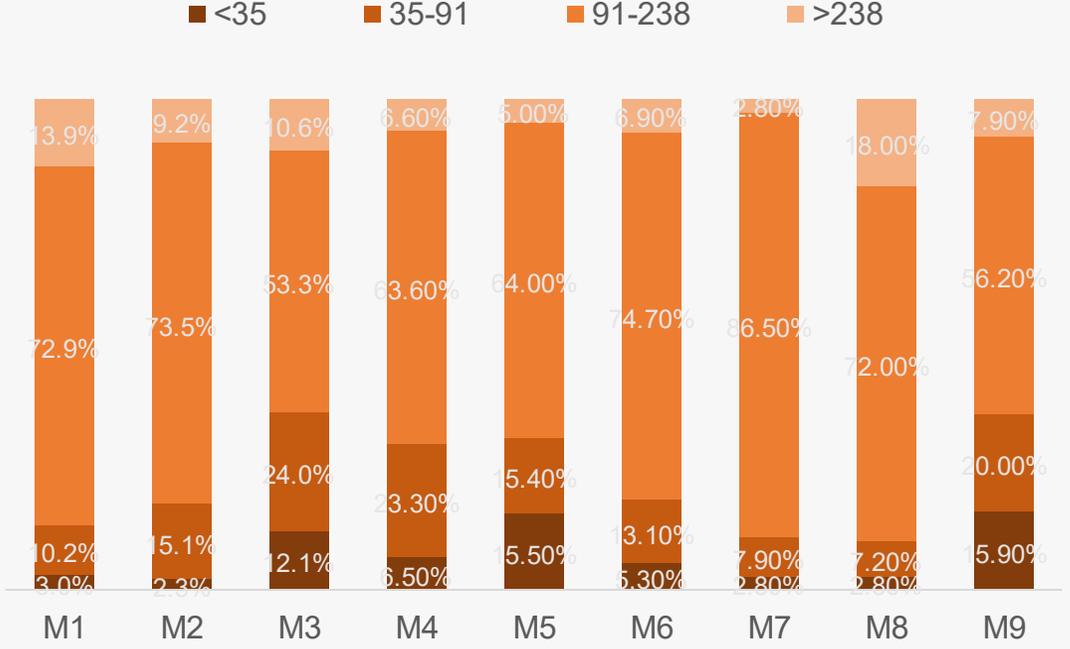
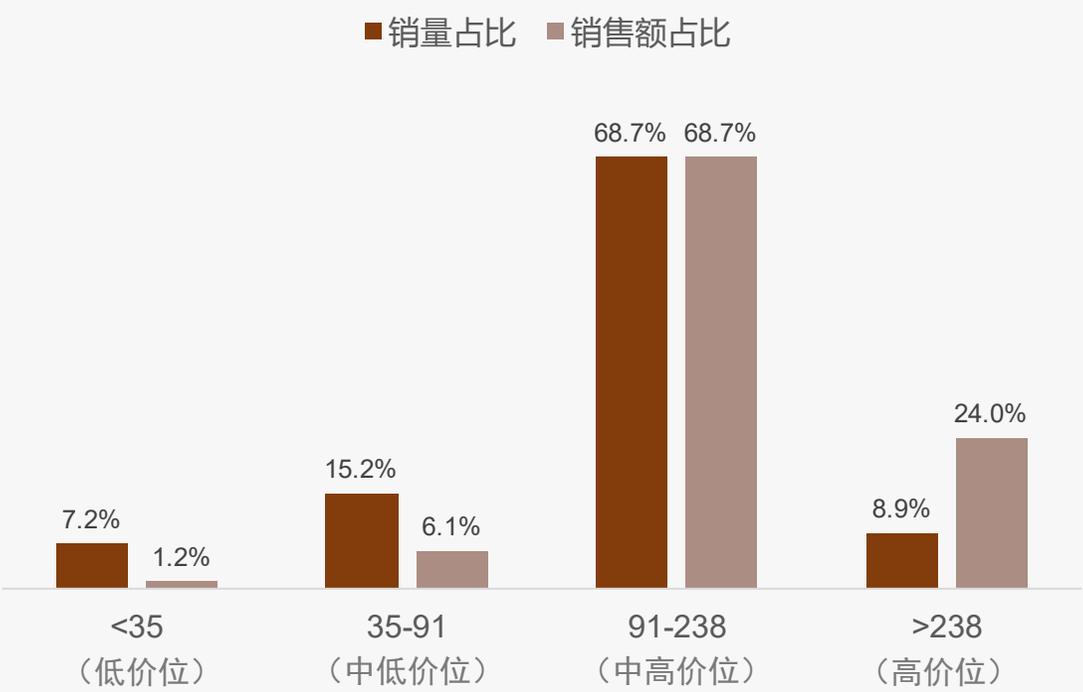


中端主导高端高效低端低效

- ◆ 从价格区间结构看，91-238元区间在抖音平台占据主导地位，销量占比68.7%、销售额占比68.7%，显示中端产品是市场核心。>238元高端产品销售额占比24.0%远高于销量占比8.9%，表明高单价产品贡献更高ARPU值，但<35元低端产品销量占比7.2%仅贡献1.2%销售额，存在明显的价格带效率差异。
- ◆ 月度销量分布显示动态波动：M3、M5、M9月<35元低端产品占比显著提升，可能与促销活动或季节性需求相关；M8月>238元高端产品占比跃升至18.0%，反映特定月份高端消费集中。整体看，91-238元区间在多数月份保持稳定高占比，市场结构相对稳固。

2025年一~三季度抖音平台麻将机不同价格区间销售趋势

抖音平台麻将机价格区间-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 麻将机消费行为、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年内购买过麻将机的消费者；
- 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

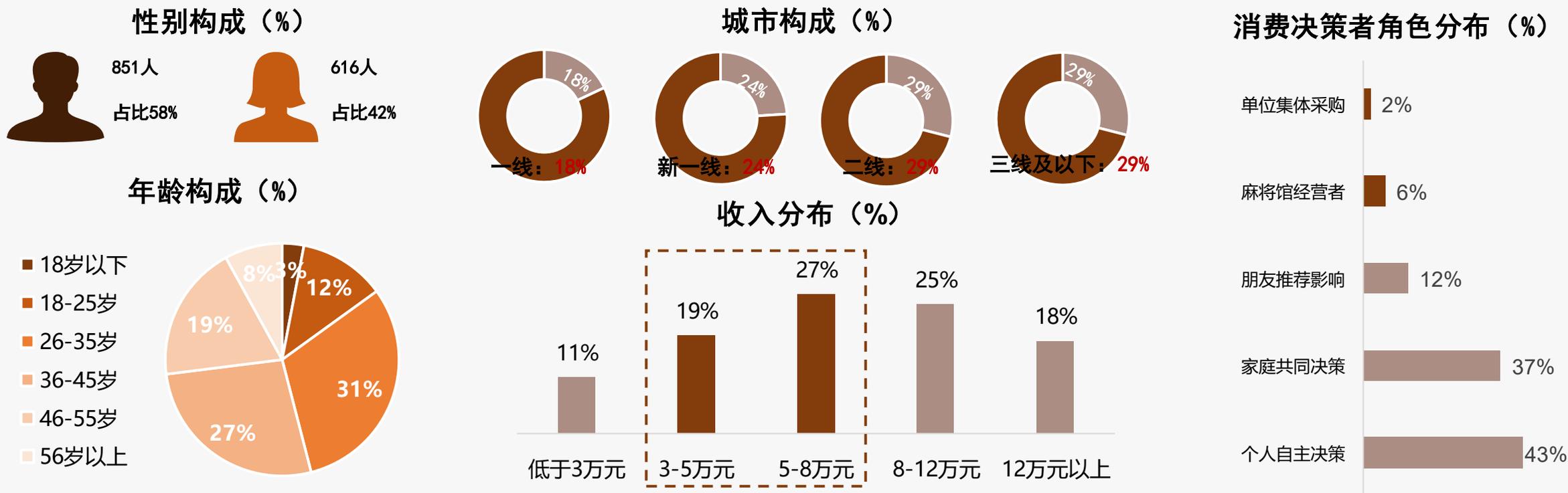
Research Method

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9月
样本数量	N=1467

中青年主导麻将机消费 个人家庭决策为主

- ◆麻将机消费群体以26-35岁（31%）和36-45岁（27%）中青年为主，男性（58%）略多，二线及以下城市占比达58%，显示市场下沉潜力。
- ◆消费决策中个人自主（43%）和家庭共同（37%）占主导，收入集中在5-12万元（52%），麻将馆经营者仅占6%，影响有限。

2025年中国麻将机消费者画像

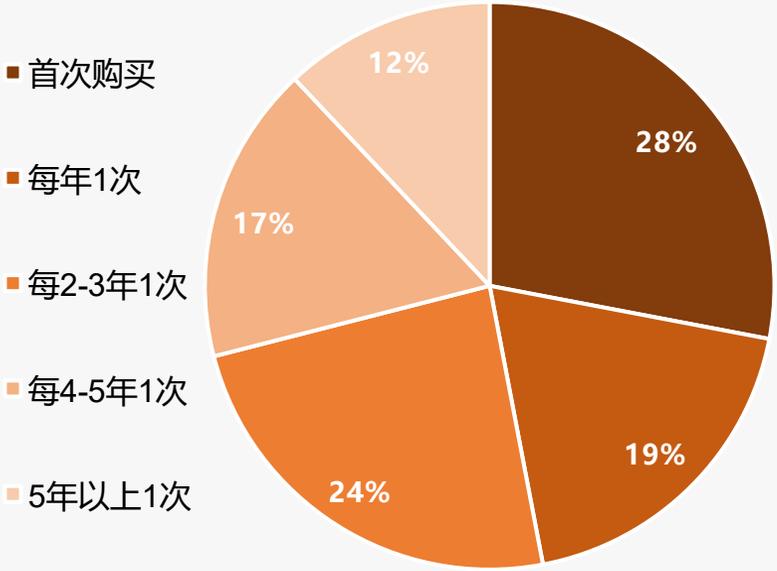


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

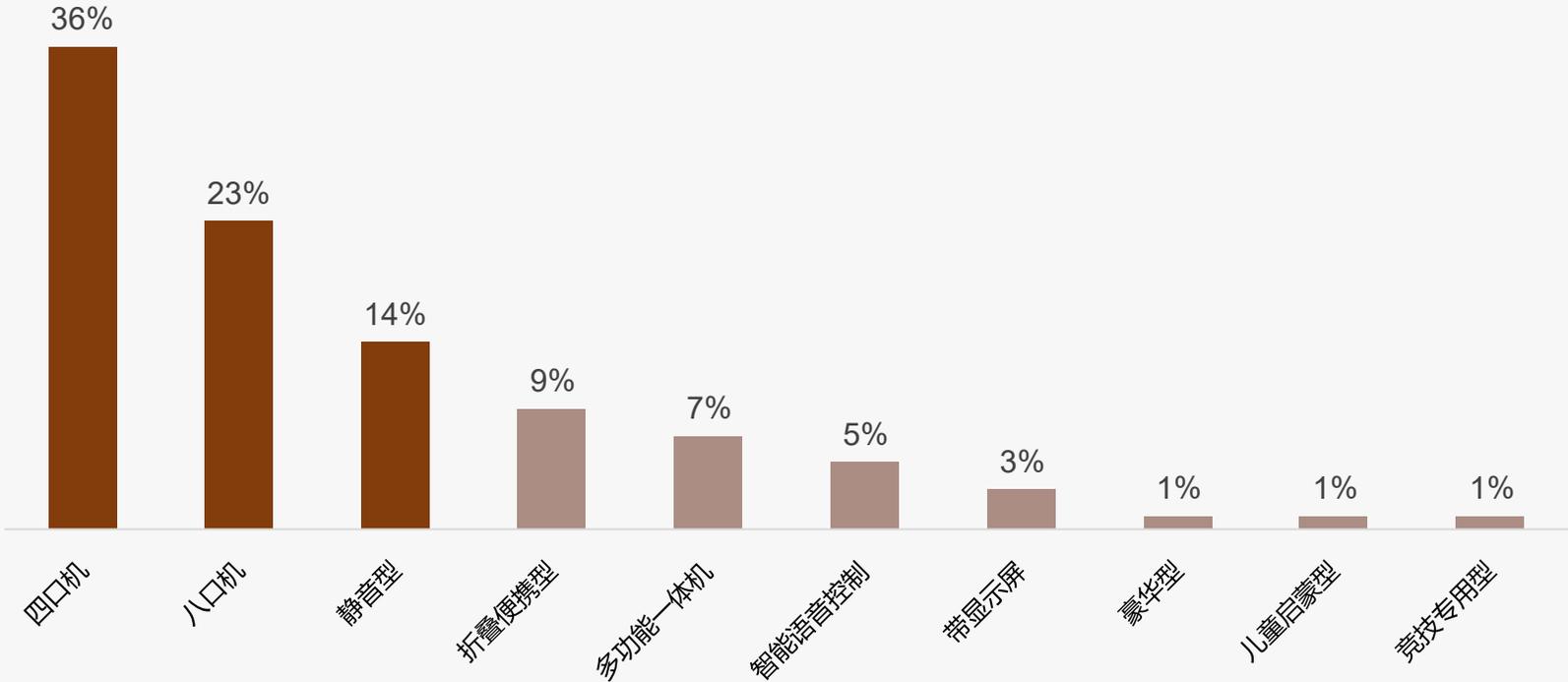
麻将机新用户潜力大 传统规格主导市场

- ◆麻将机消费频率中首次购买占比28%，每2-3年1次占比24%，显示新用户市场潜力大且部分用户有定期更新需求。
- ◆产品规格中四口机占比37%主导市场，八口机占比23%次之，静音型占比14%，反映传统多人使用场景为主流。

2025年中国麻将机消费频率分布



2025年中国麻将机产品规格分布

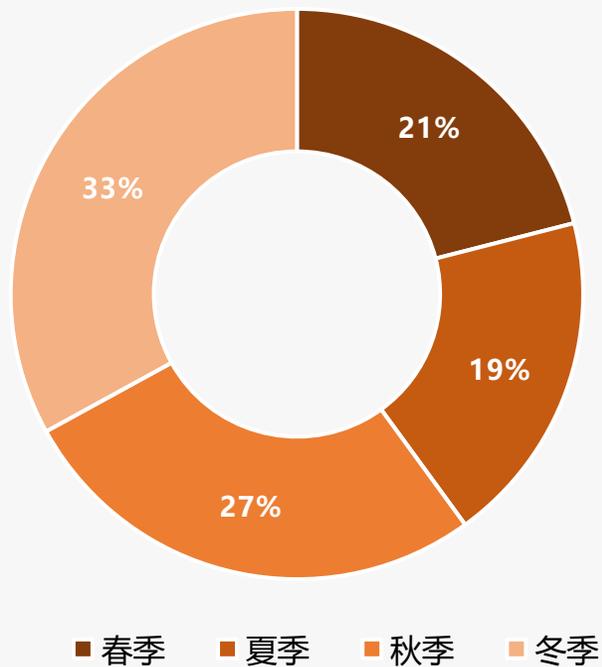


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

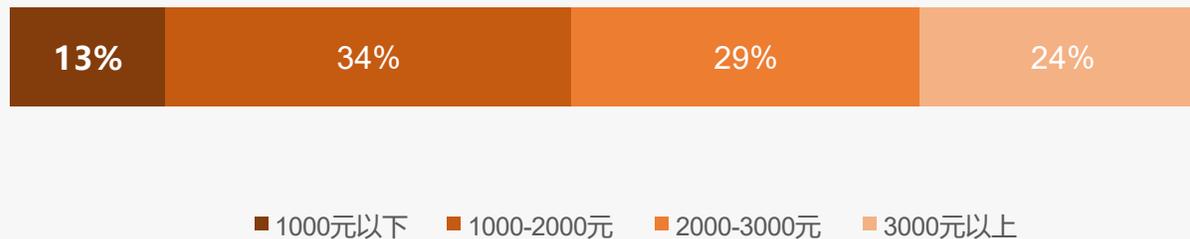
中高端消费为主 冬季需求突出

- ◆ 单次消费支出以1000-2000元为主，占比34%；3000元以上占24%，显示中高端市场并存。冬季消费占比33%，显著高于其他季节。
- ◆ 包装类型中原厂纸箱占47%，泡沫加固占28%，合计75%，表明消费者高度重视产品保护和品牌原装。

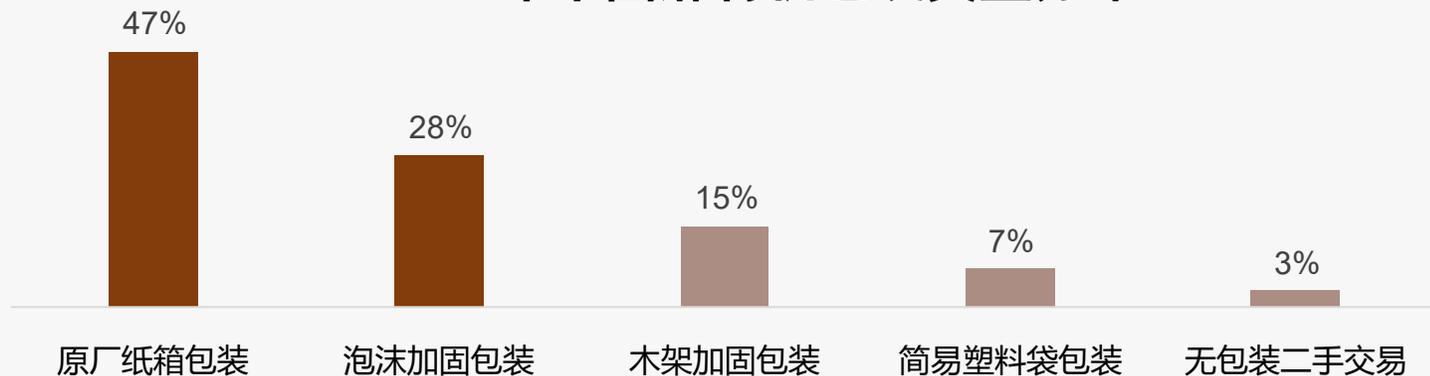
2025年中国麻将机消费季节分布



2025年中国麻将机单次支出分布



2025年中国麻将机包装类型分布

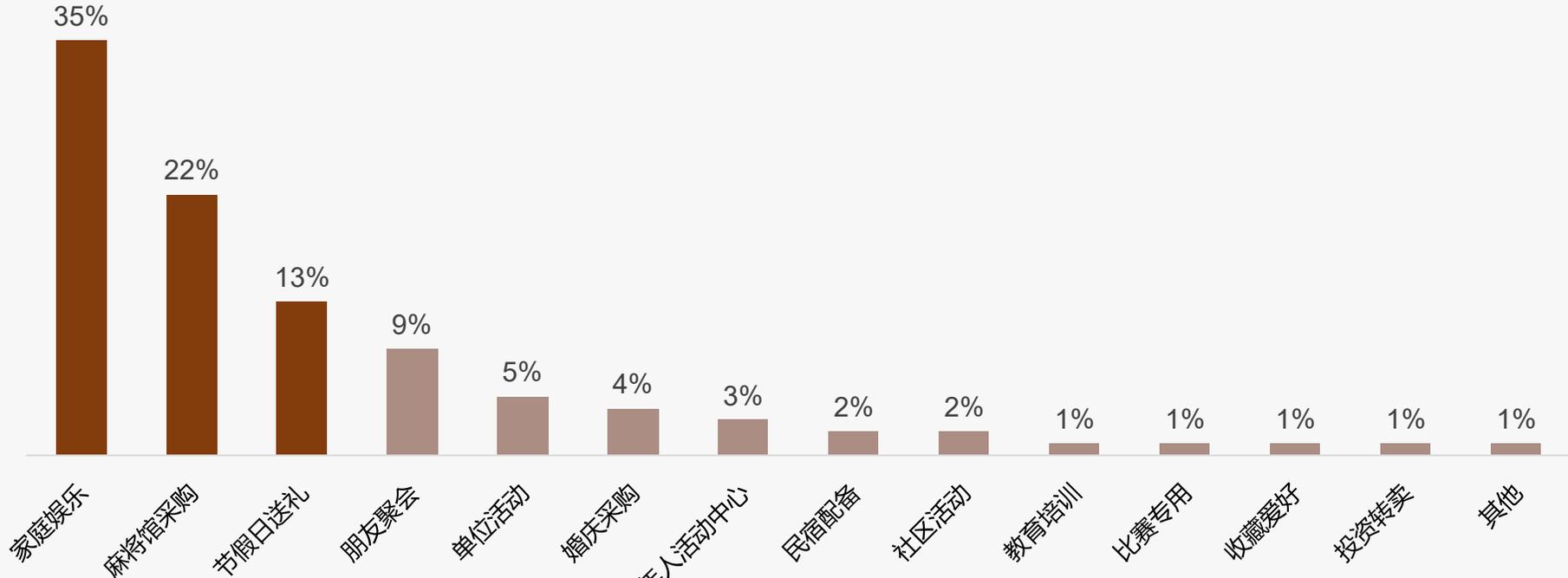


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

麻将机消费家庭为主周末高峰

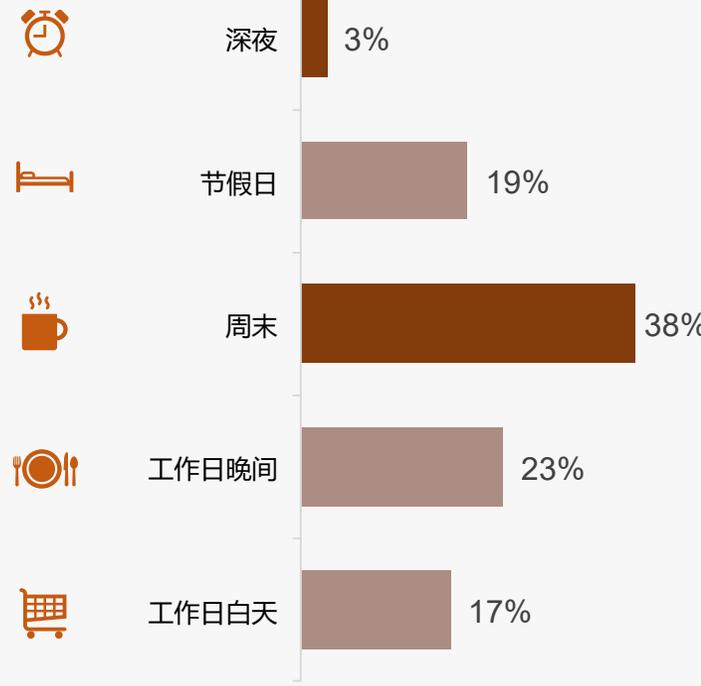
- ◆麻将机消费场景以家庭娱乐38%和麻将馆采购22%为主，显示其核心定位为家庭休闲和商业需求。节假日送礼13%和朋友聚会9%体现社交属性。
- ◆消费时段周末占比最高达38%，工作日晚间23%次之，凸显休闲娱乐的周末集中性和工作日活跃性。节假日19%与送礼场景呼应。

2025年中国麻将机消费场景分布



样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

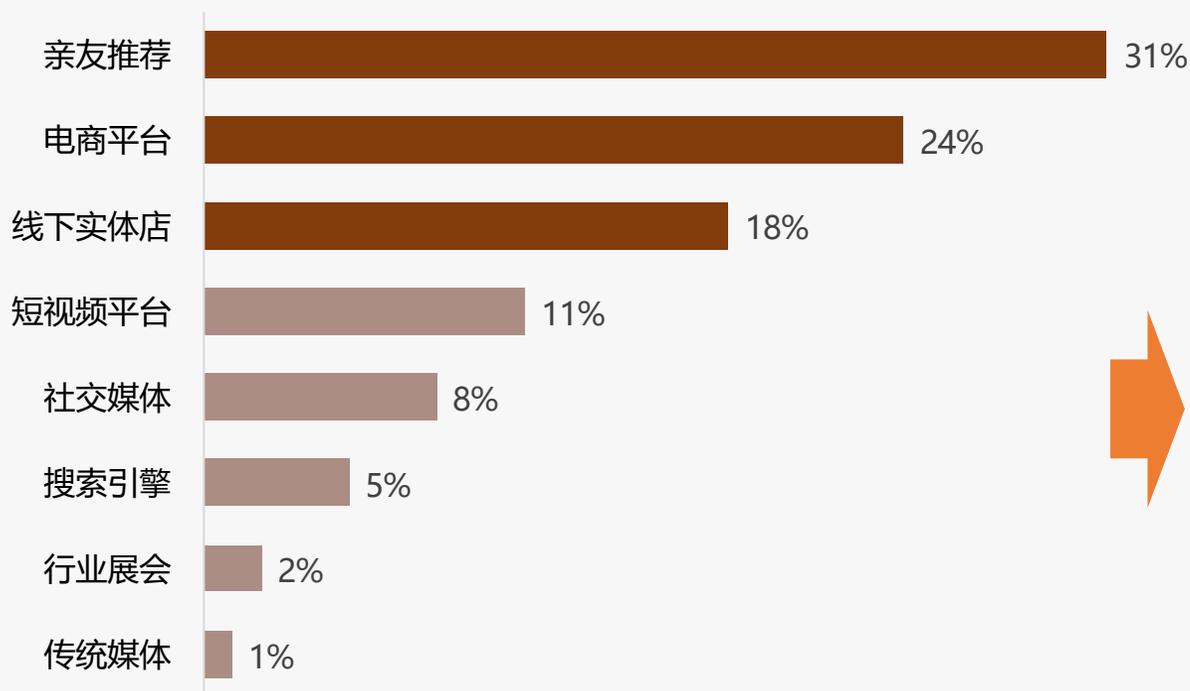
2025年中国麻将机消费时段分布



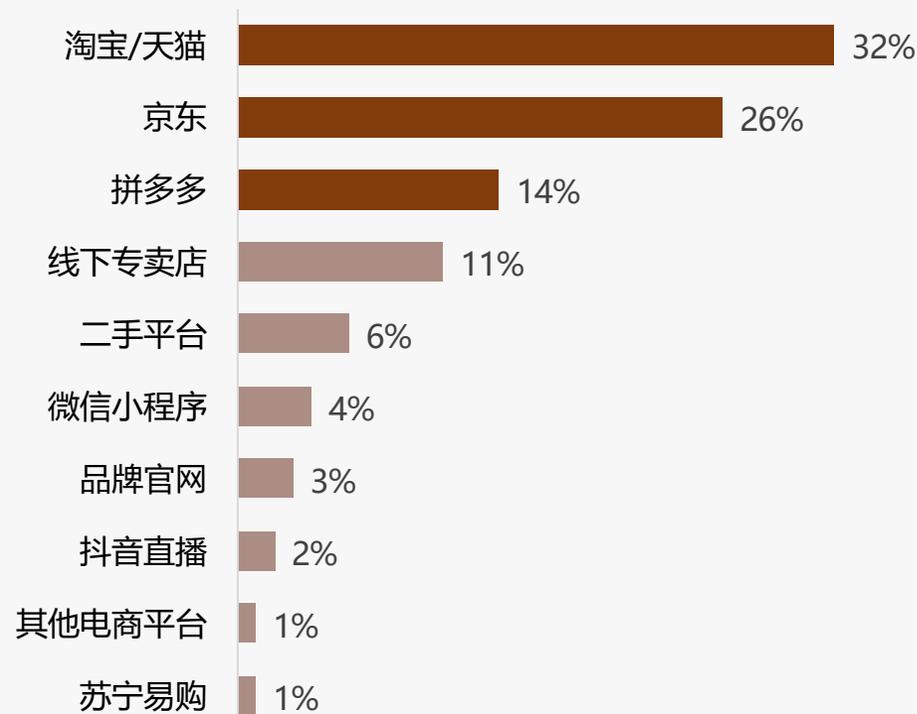
麻将机消费电商主导口碑关键

- ◆麻将机消费者了解产品主要依赖亲友推荐(31%)和电商平台(24%)，口碑传播和线上渠道是信息获取的关键途径，线下实体店占比18%。
- ◆购买渠道以淘宝/天猫(32%)和京东(26%)为主，电商平台主导市场，拼多多占14%吸引价格敏感群体，线下专卖店仅占11%。

2025年中国麻将机产品了解渠道分布



2025年中国麻将机购买渠道分布

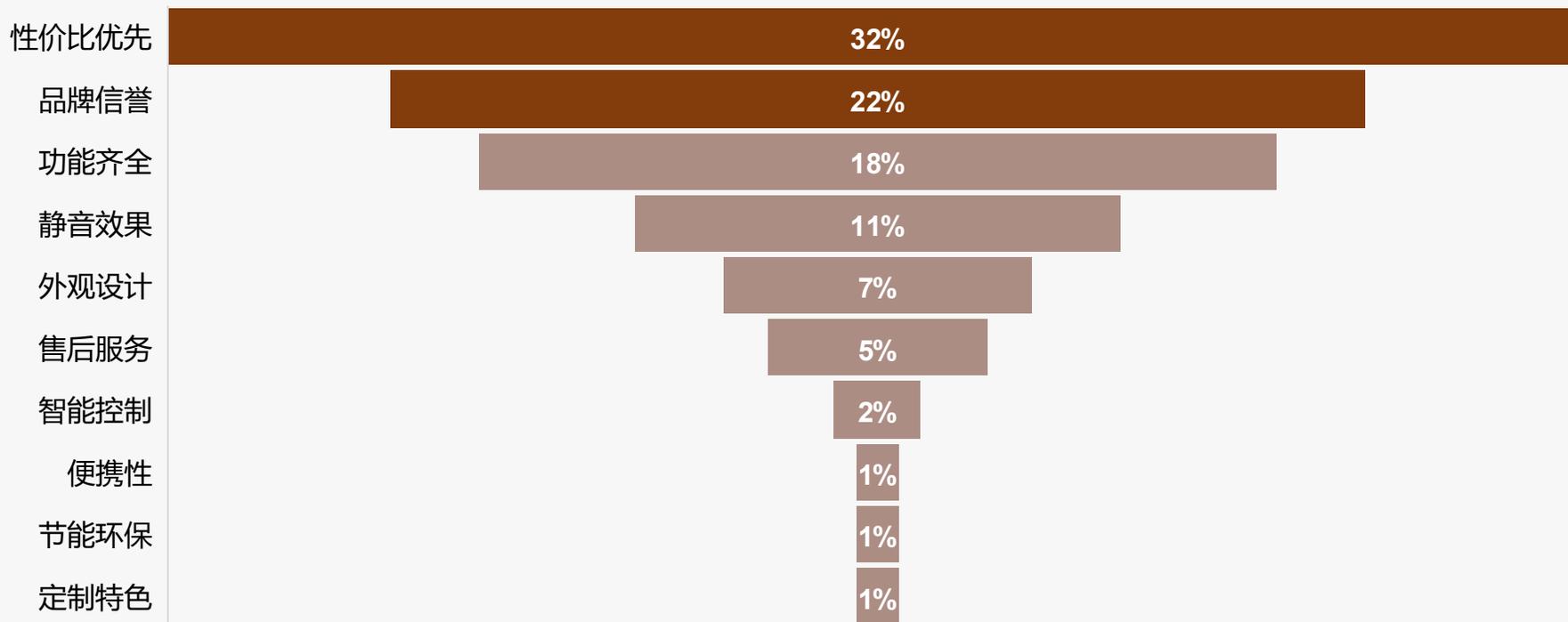


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

性价比品牌主导麻将机消费

- ◆麻将机消费偏好中，性价比优先占比34%最高，品牌信誉占22%次之，功能齐全占18%，显示消费者主要关注价格、品牌和基本功能。
- ◆静音效果、外观设计和售后服务占比分别为11%、7%和5%，其他特性如智能控制、便携性等占比均低于3%，市场吸引力有限。

2025年中国麻将机产品偏好类型分布

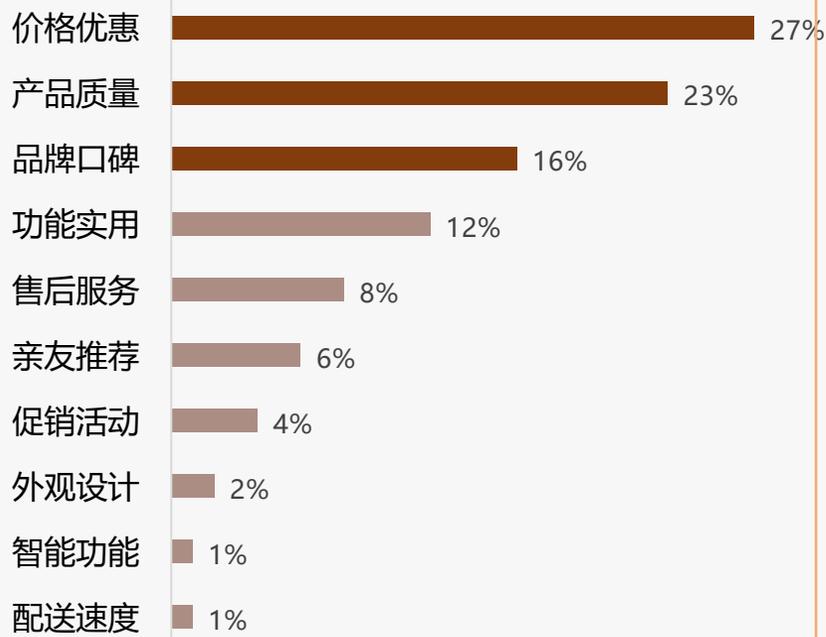


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

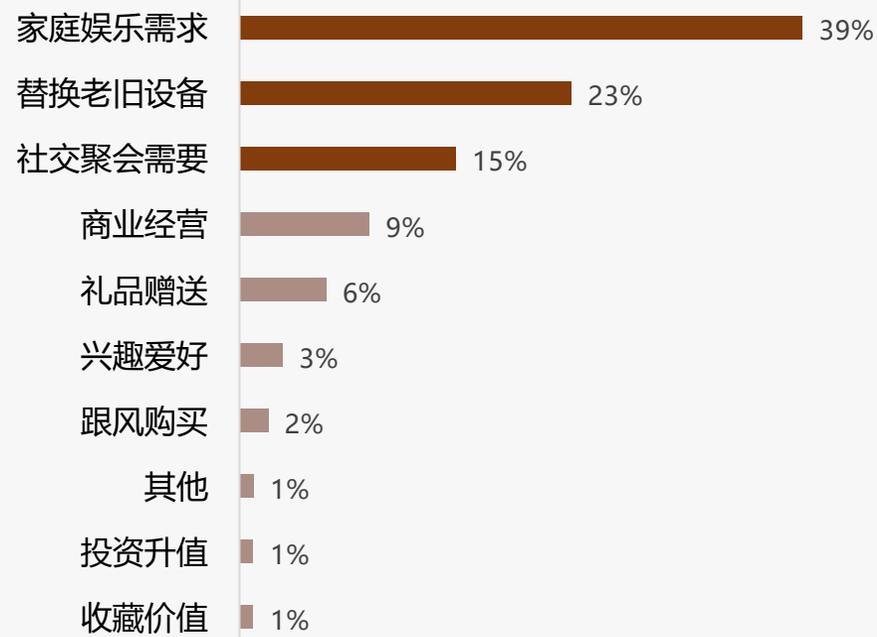
麻将机消费重家庭娱乐性价比

- ◆麻将机消费以家庭娱乐需求（41%）、替换老旧设备（23%）和社交聚会需要（15%）为主，三者合计近80%，凸显其核心应用场景。
- ◆吸引消费的关键因素中，价格优惠（27%）和产品质量（23%）占比最高，合计超50%，显示消费者对性价比和品质高度敏感。

2025年中国麻将机吸引消费因素分布



2025年中国麻将机消费原因分布

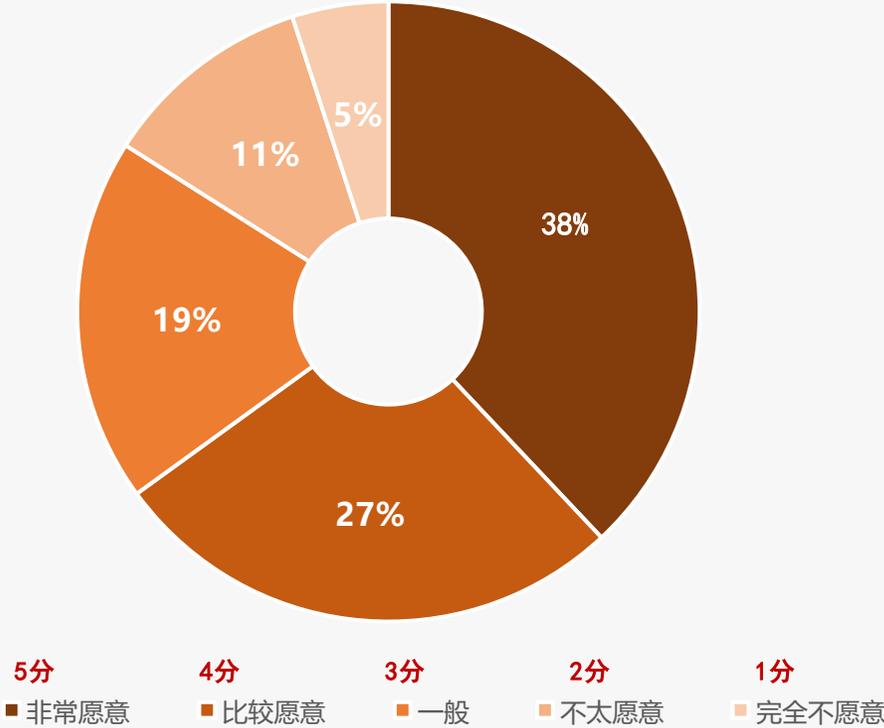


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

麻将机推荐意愿高 质量服务是短板

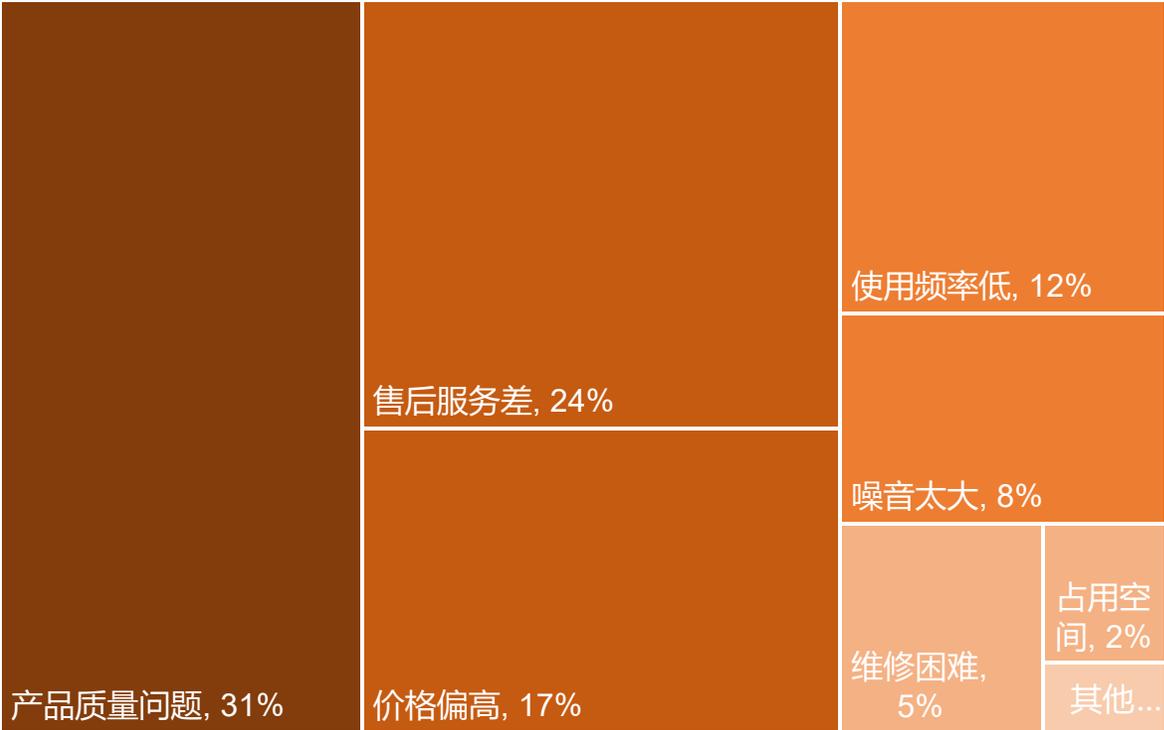
- ◆麻将机消费者推荐意愿较高，非常愿意和比较愿意占比合计达65%，但产品质量问题（31%）和售后服务差（24%）是主要负面因素。
- ◆价格偏高占比17%也影响推荐，而使用频率低（12%）和噪音太大（8%）等次要问题对整体推荐意愿影响相对有限。

2025年中国麻将机推荐意愿分布



样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

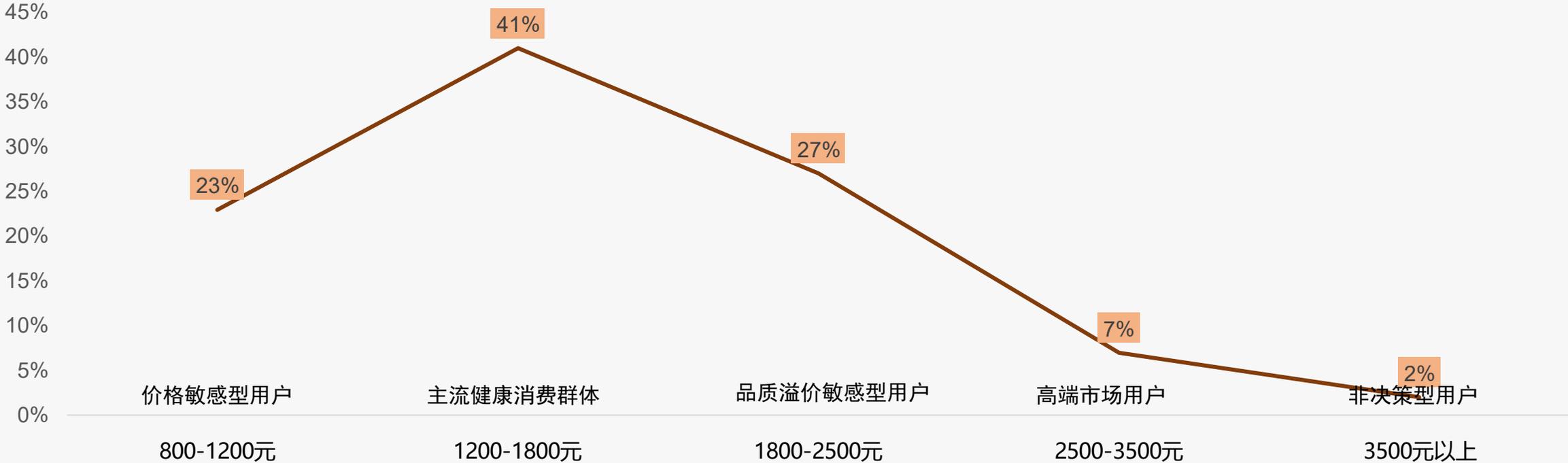
2025年中国麻将机不愿推荐原因分布



中端麻将机价格接受度最高

- ◆麻将机价格接受度数据显示，1200-1800元区间占比最高，达41%，表明消费者普遍偏好中端价位产品，是市场消费主力。
- ◆超高端市场接受度较低，2500-3500元和3500元以上区间分别仅占7%和2%，反映预算限制或功能认知影响消费选择。

2025年中国麻将机最大规格价格接受度分布



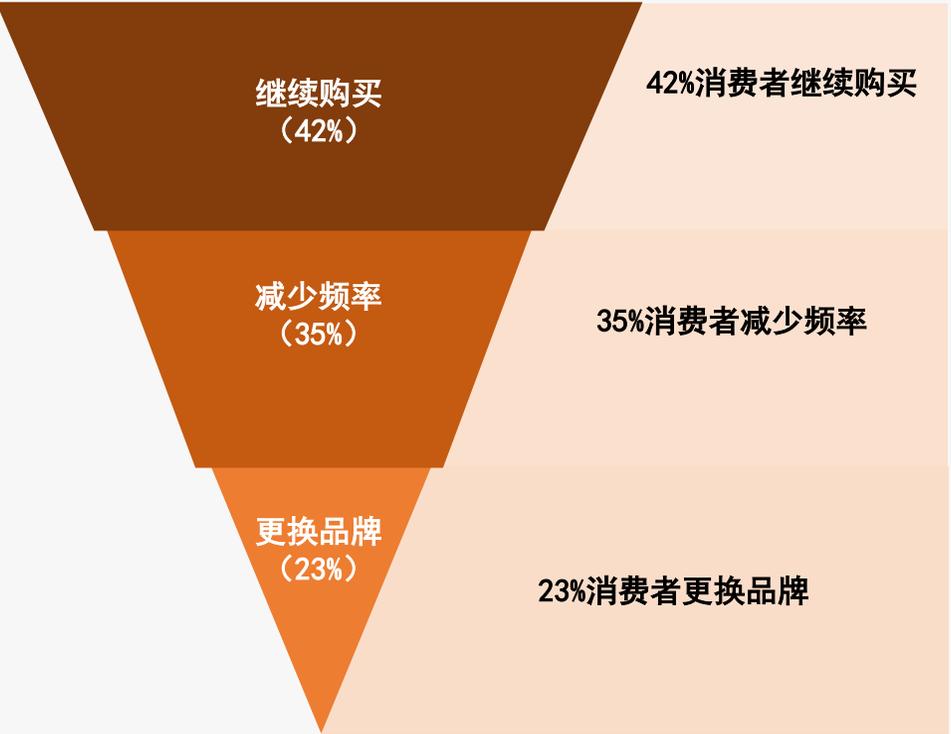
样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

注：以四口机规格麻将机为标准核定价格区间

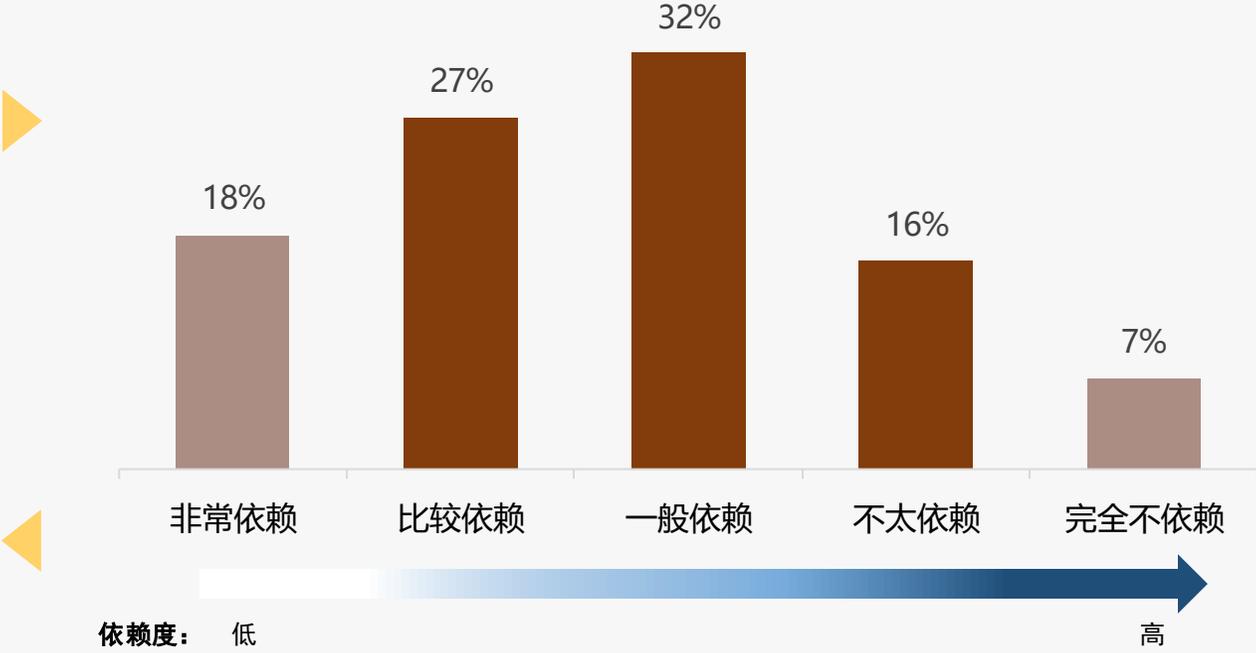
麻将机价格敏感促销依赖并存

- ◆麻将机价格上涨10%后，42%消费者继续购买，35%减少频率，23%更换品牌，显示用户忠诚度与价格敏感度并存。
- ◆促销活动中，32%一般依赖，27%比较依赖，18%非常依赖，表明促销对多数消费者有吸引力但非核心驱动因素。

2025年中国麻将机价格上涨10%购买行为分布



2025年中国麻将机促销依赖程度分布

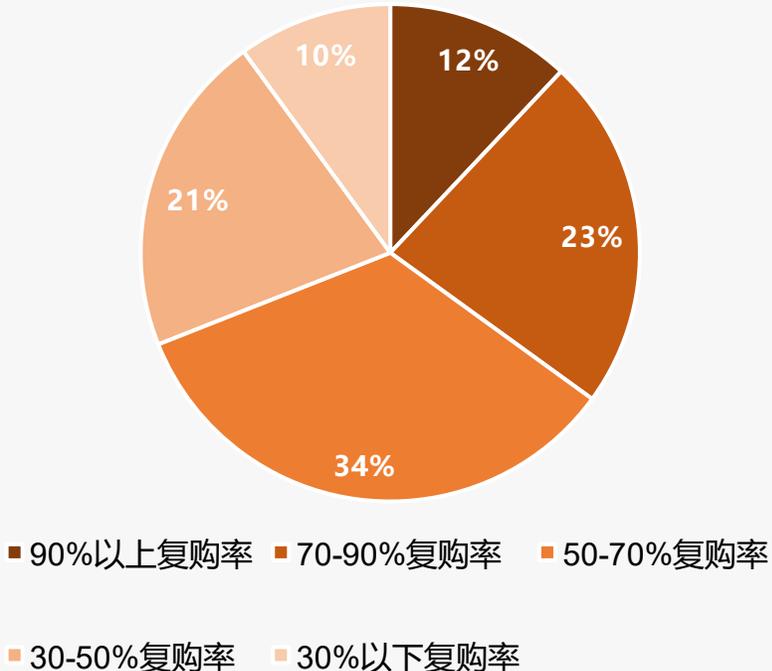


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

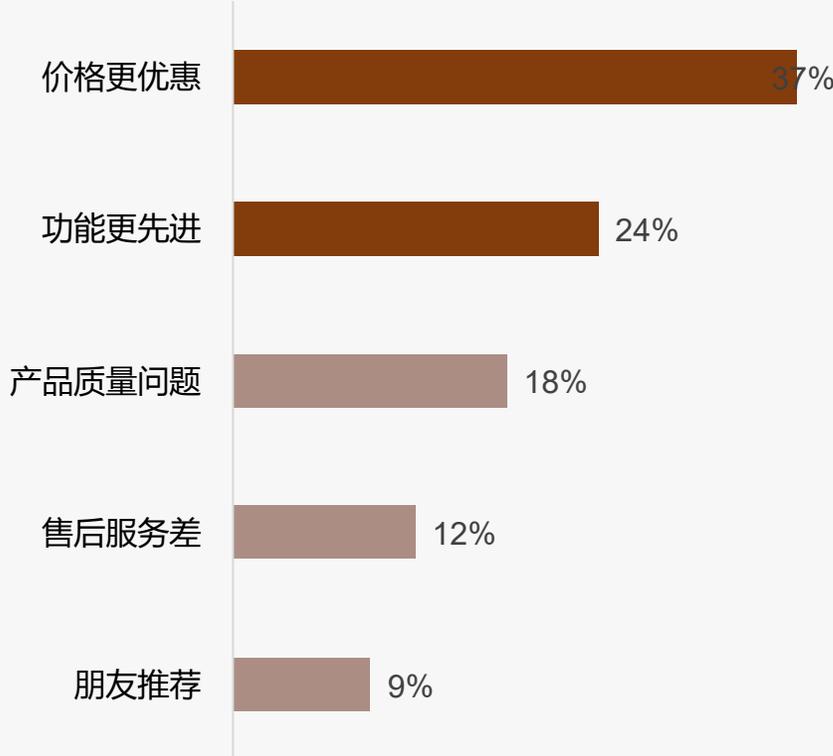
麻将机品牌忠诚低 价格功能驱动更换

- ◆麻将机行业固定品牌复购率在50-70%区间占比最高，达34%，但90%以上高复购率仅12%，显示品牌忠诚度整体偏低。
- ◆消费者更换品牌主要因价格更优惠（37%）和功能更先进（24%），产品质量与售后问题合计占30%，需重点关注。

2025年中国麻将机固定品牌复购率分布



2025年中国麻将机更换品牌原因分布

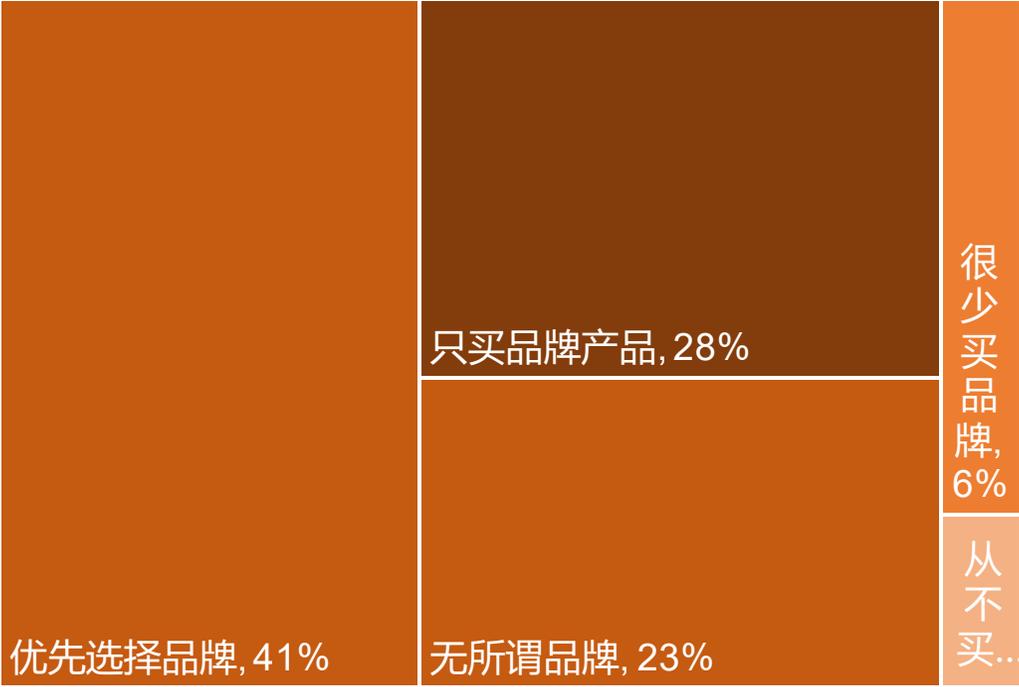


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

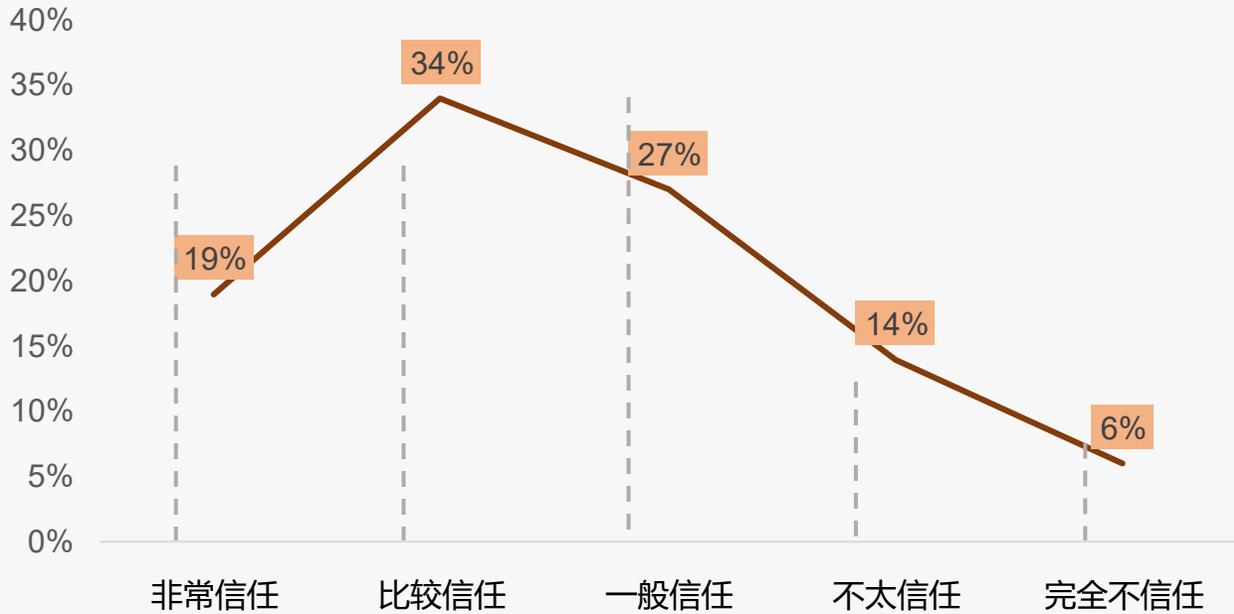
麻将机品牌偏好显著 信任度较高

- ◆麻将机消费者品牌偏好显著，优先选择品牌占比41%，只买品牌占28%，合计近七成消费者对品牌有明确倾向。
- ◆品牌信任度较高，比较信任和非常信任合计53%，但无所谓品牌和很少买品牌群体占29%，显示部分市场对品牌敏感度低。

2025年中国麻将机品牌产品消费意愿分布



2025年中国麻将机品牌产品态度分布

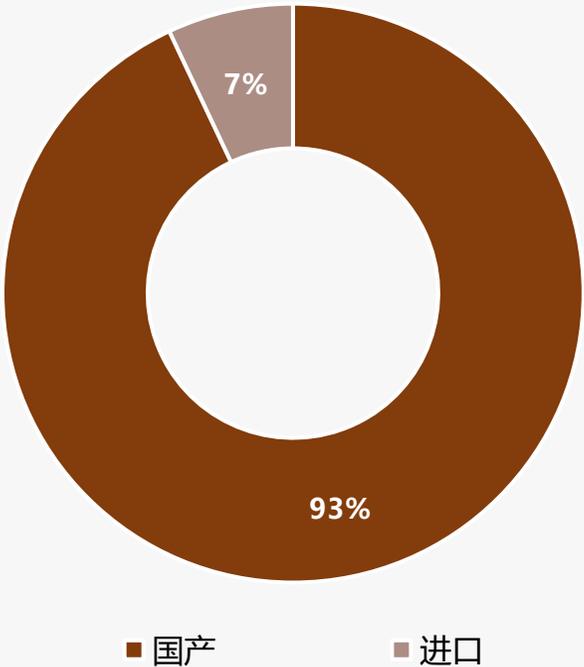


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

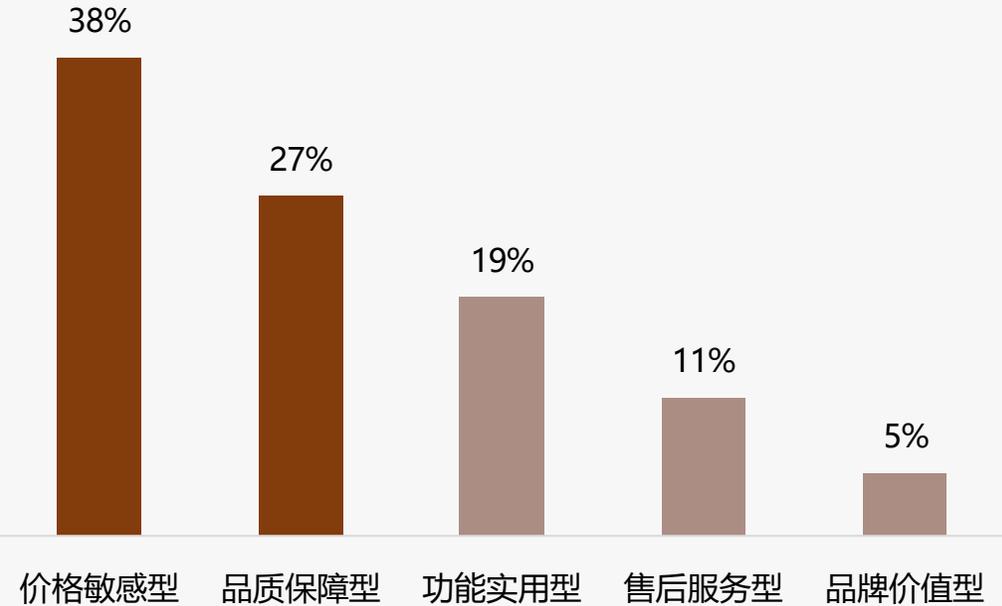
国产品牌主导 价格品质驱动

- ◆麻将机市场中，国产品牌消费占比高达93%，进口品牌仅占7%，显示消费者对本土产品的高度偏好和依赖。
- ◆消费者偏好中，价格敏感型占比最高达38%，品质保障型为27%，表明价格和品质是主要购买驱动因素。

2025年中国麻将机国产与进口品牌消费分布



2025年中国麻将机品牌偏好类型分布

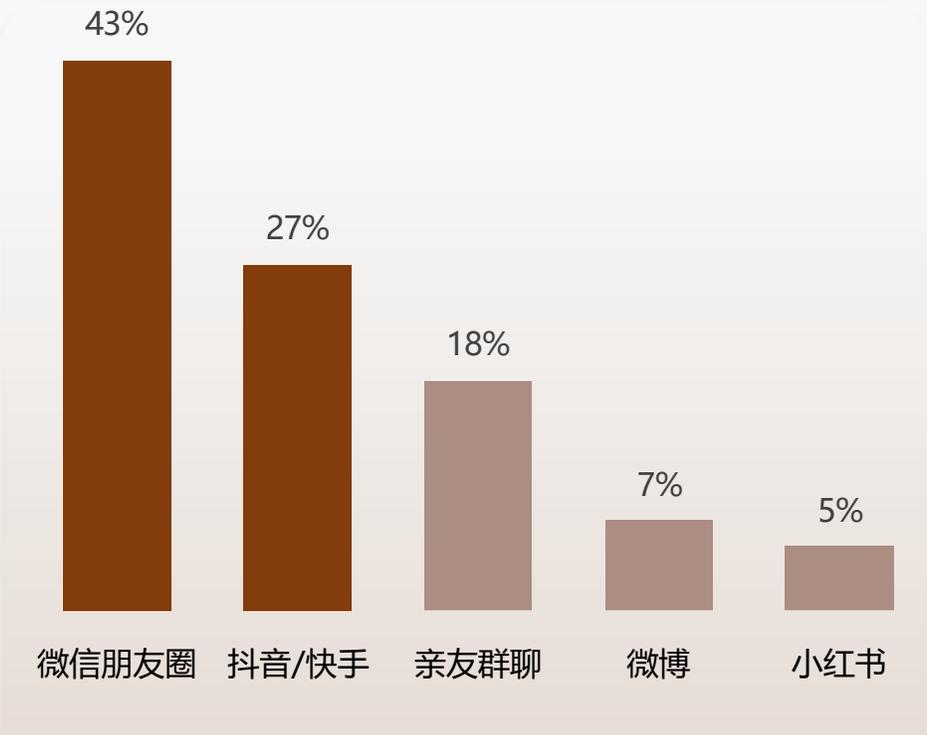


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

用户偏好真实分享 社交传播熟人圈

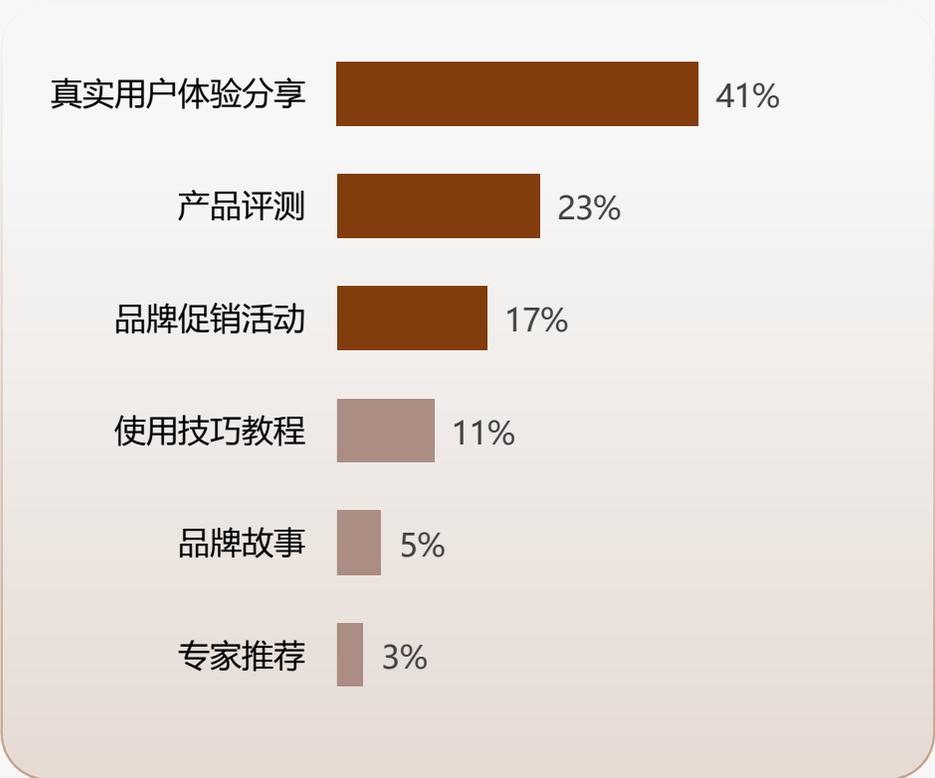
- ◆社交分享渠道中，微信朋友圈占比43%，抖音/快手合计27%，亲友群聊为18%，显示用户偏好熟人圈和短视频平台传播麻将机信息。
- ◆内容类型分布中，真实用户体验分享占41%，产品评测为23%，品牌促销活动17%，说明消费者更信赖实际使用反馈和客观评价。

2025年中国麻将机社交分享渠道分布



样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

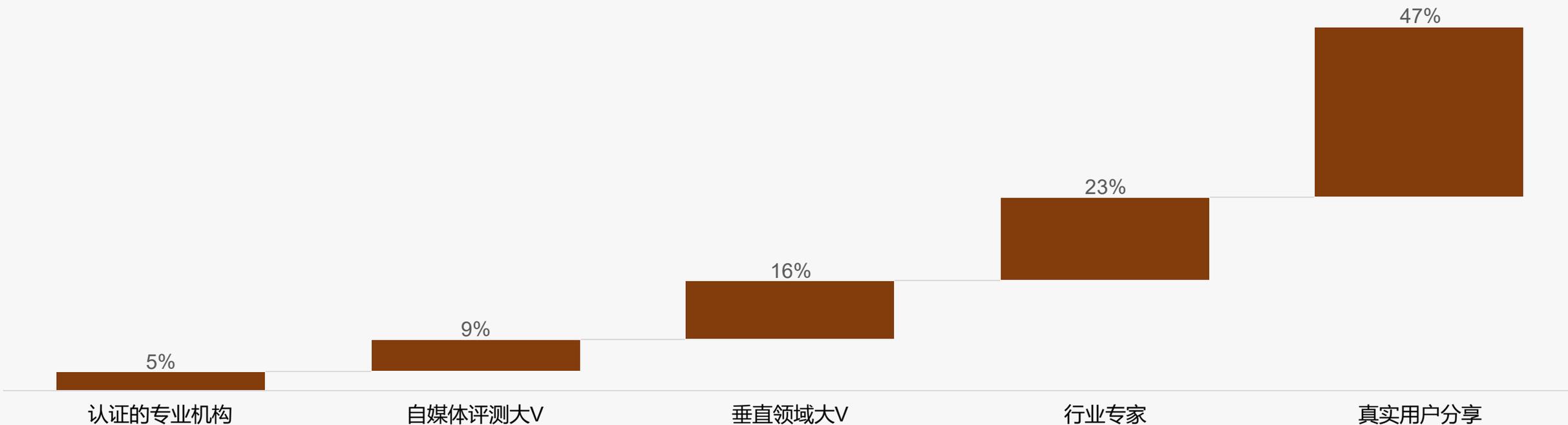
2025年中国麻将机社交内容类型分布



真实用户分享最受信任

- ◆消费者在社交渠道获取内容时，对博主类型的信任度差异显著。真实用户分享以47%的占比最高，远超其他类型。
- ◆行业专家和垂直领域大V分别占23%和16%，而自媒体评测大V和认证专业机构仅占9%和5%，信任度较低。

2025年中国麻将机社交信任博主类型分布

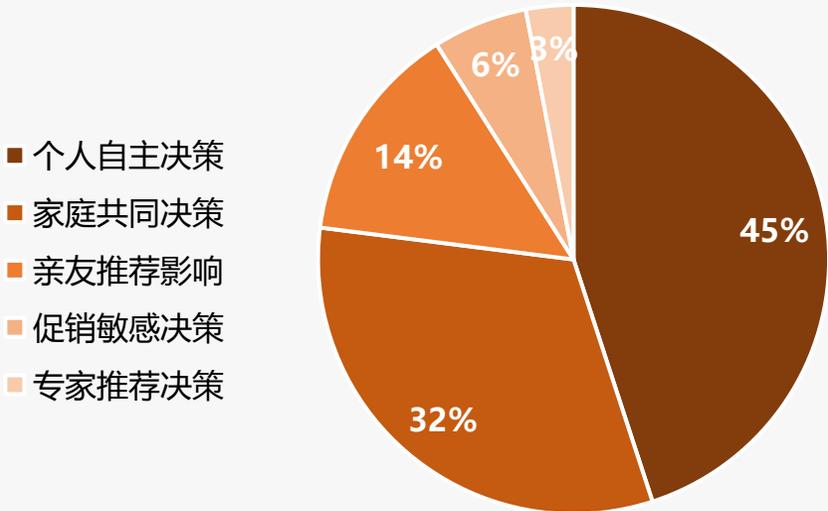


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

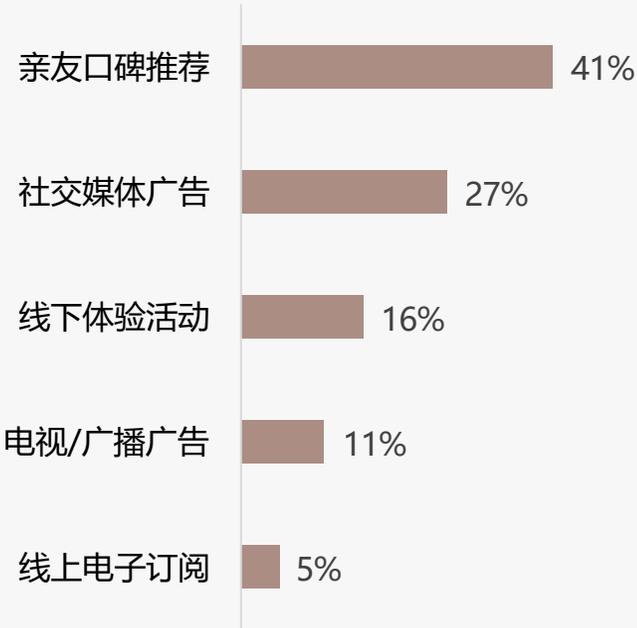
口碑推荐主导麻将机消费决策

- ◆亲友口碑推荐以41%的占比成为麻将机消费者最偏好的广告渠道，显著高于社交媒体广告的27%，表明消费者决策高度依赖社交网络和信任关系。
- ◆电视/广播广告仅占11%，线上电子订阅更低为5%，显示传统媒体和纯线上渠道吸引力有限，整体趋势偏向社交和口碑驱动。

2025年中国麻将机消费决策者类型分布



2025年中国麻将机家庭广告偏好分布

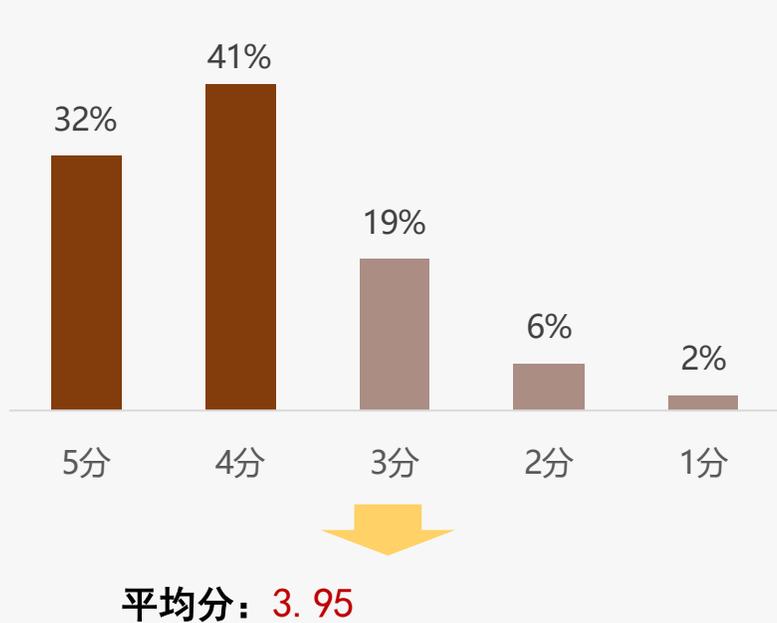


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

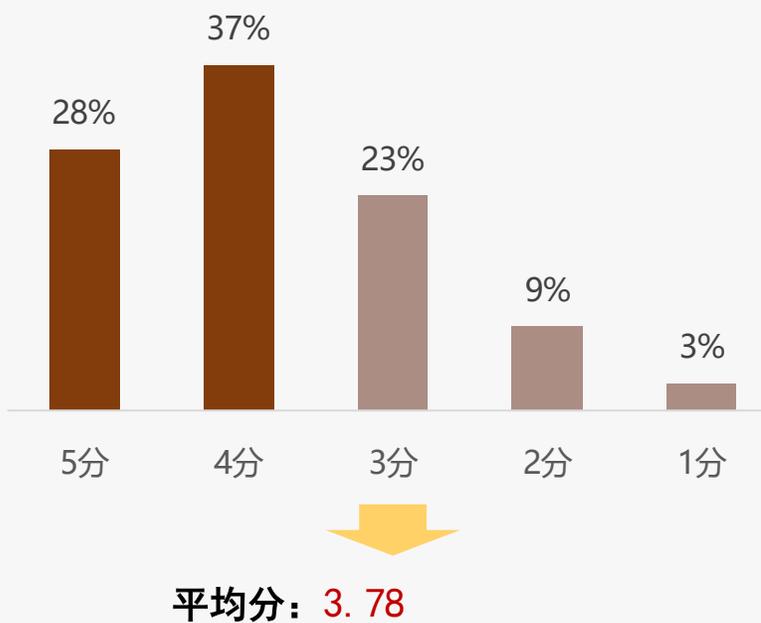
麻将机消费体验良好退货客服需优化

- ◆线上消费流程满意度较高，4分和5分占比合计73%，但退货体验5分占比仅28%，客服满意度5分占比26%，显示后两个环节存在明显短板。
- ◆退货体验低分比例12%高于消费流程的8%，客服为10%，退货环节便捷性和透明度需优先优化，客服服务质量也需提升以改善高满意度。

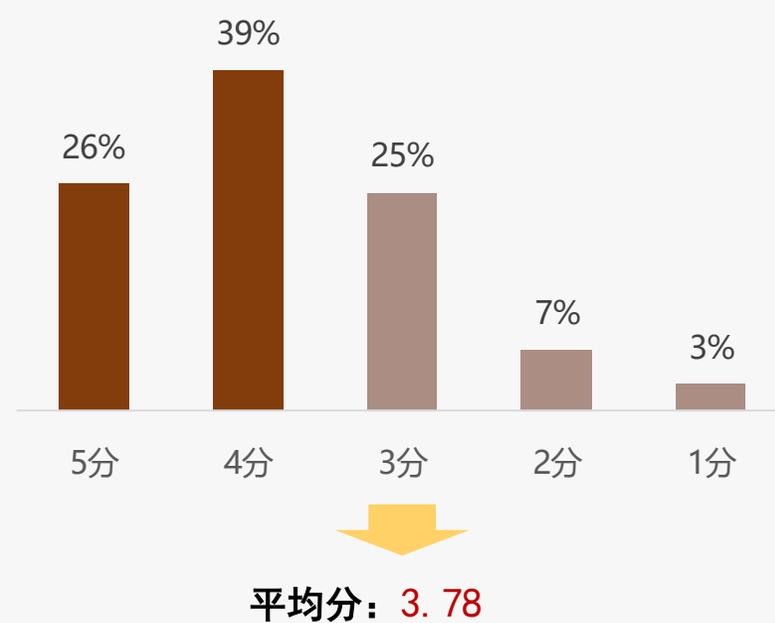
2025年中国麻将机线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国麻将机退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国麻将机线上客服满意度分布（满分5分）

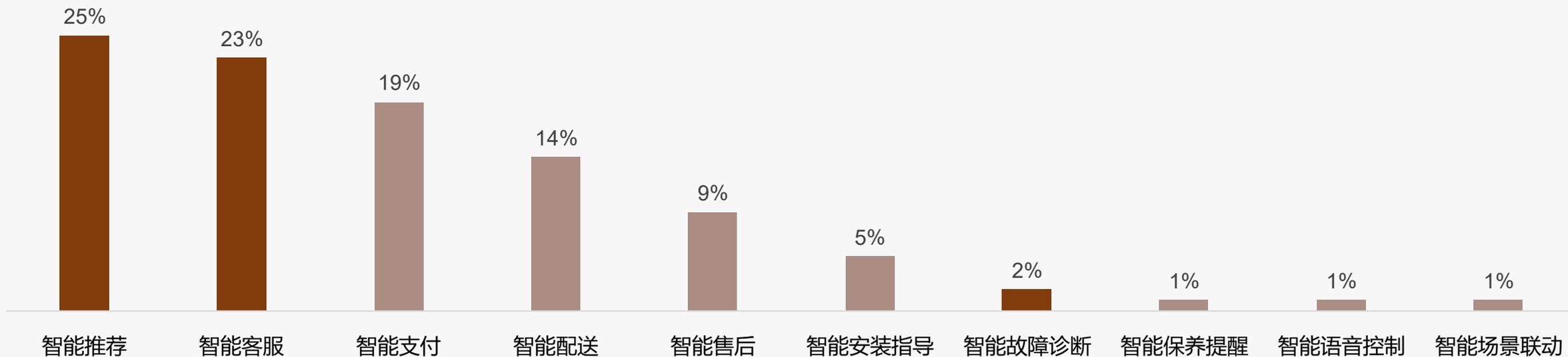


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

麻将机智能需求集中核心服务

- ◆智能推荐占比27%最高，智能客服23%次之，智能支付19%第三。消费者对个性化推荐、在线客服和便捷支付体验需求最为突出。
- ◆智能配送14%、智能售后9%占比相对较低，高级智能功能如语音控制和场景联动需求为0%。智能化需求集中在核心服务环节。

2025年中国麻将机智能服务体验分布



样本：麻将机行业市场调研样本量N=1467，于2025年9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