

华信人咨询 · 洞察2025

HXR Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年一~三季度热敏打印机市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 Thermal Printer 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：热敏打印机用户以中青年男性为主



男性用户占比68%，年龄集中在26-45岁，占比达70%



新一线城市用户占比最高达32%，市场集中在经济发达地区



企业采购专家和个体经营者是主要决策者，合计占比63%

启示

✓ 聚焦核心用户群体

针对中青年男性用户，特别是企业采购场景，开发符合其需求的产品功能和营销策略

✓ 优化区域市场布局

重点布局新一线和一二线城市，制定差异化市场策略，提升区域市场渗透率

核心发现2：首次购买主导市场，桌面式最受欢迎

 首次购买占比42%，显示新用户需求强劲，市场增长潜力大

 桌面式打印机偏好度31%最高，反映稳定办公需求

 便携式占比23%，蓝牙连接18%，凸显移动打印需求

启示

✓ 强化新用户获取策略

针对首次购买用户，优化产品入门体验和购买流程，建立完善的新用户转化机制

✓ 完善产品线布局

保持桌面式产品优势，同时加强便携式和无线连接产品开发，满足多样化需求

核心发现3：消费者偏好中低端产品，线上渠道为主



500元以下产品偏好度35%，500-1000元占28%，中低端主导



电商平台自营占比38%，远高于品牌官方商城的17%



价格敏感度高，促销依赖度低，品牌忠诚度占主导

启示

✓ 优化产品价格策略

重点布局500-1000元价格段，平衡性价比与利润，建立清晰的价格体系

✓ 加强线上渠道建设

深化与主流电商平台合作，优化线上购物体验，提升线上销售占比

核心逻辑：聚焦中青年男性企业采购，优化性价比与体验



1、产品端

- ✓ 提升打印速度与清晰度性能
- ✓ 优化耗材成本与连接稳定性



2、营销端

- ✓ 加强电商平台搜索与推荐曝光
- ✓ 利用社交圈分享真实用户评价



3、服务端

- ✓ 增强售后响应与在线客服效率
- ✓ 提供智能推荐与支付便捷服务

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 热敏打印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热敏打印机品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对热敏打印机的购买行为；
- 热敏打印机市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

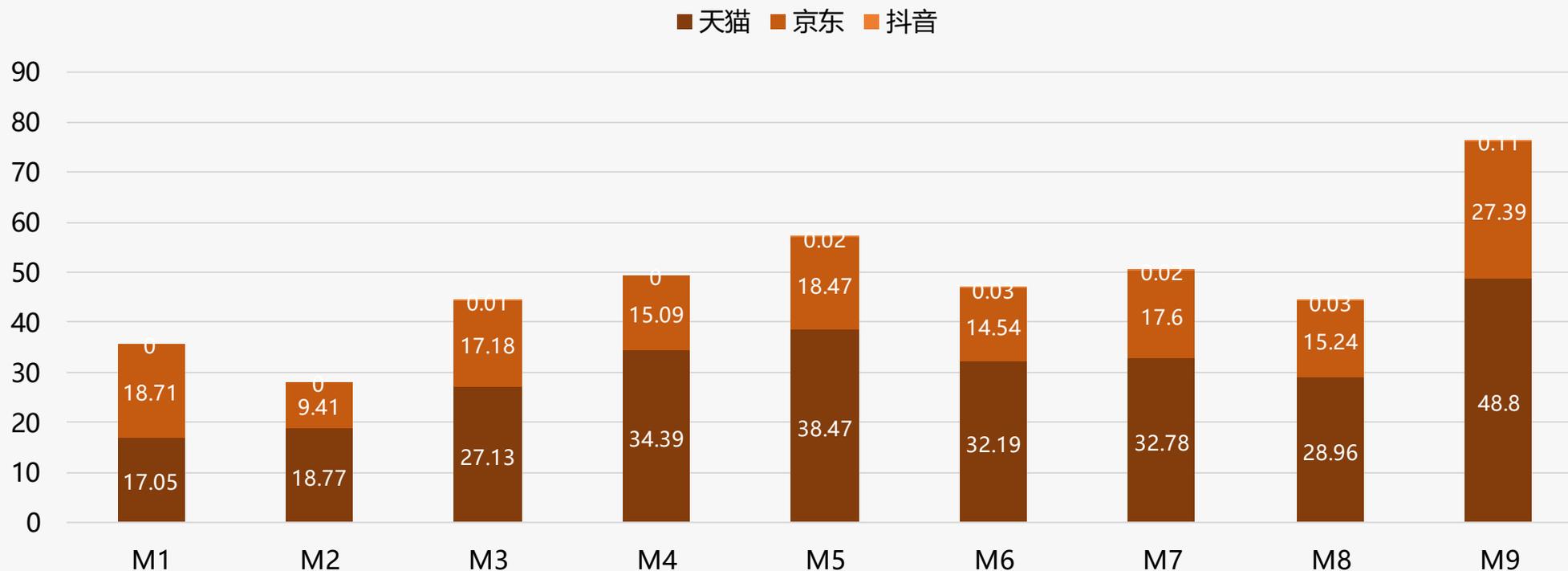
Research Method

- 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，计算热敏打印机品类销售额、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、不同平台热敏打印机品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

热敏打印机线上销售天猫主导抖音增长迅猛

- ◆从平台份额看，天猫、京东、抖音前三季度销售额分别为2.80亿元、1.54亿元、0.02亿元，天猫占比最高（64.2%），京东次之（35.3%），抖音尚处起步阶段（0.5%）。天猫在M9单月销售额达0.49亿元，显示其渠道主导地位，建议企业优先优化天猫运营以提升ROI。
- ◆从季度趋势看，销售额逐季增长：Q1（1-3月）为1.04亿元，Q2（4-6月）为1.23亿元，Q3（7-9月）为1.69亿元，环比增速分别为18.3%和37.4%。M9销售额达0.87亿元，创单月新高，可能与开学季需求释放有关，预示品类进入旺季，需关注库存周转率。相比之下，天猫、京东增长平稳，企业可布局抖音以捕获增量市场，但需评估投入产出比。

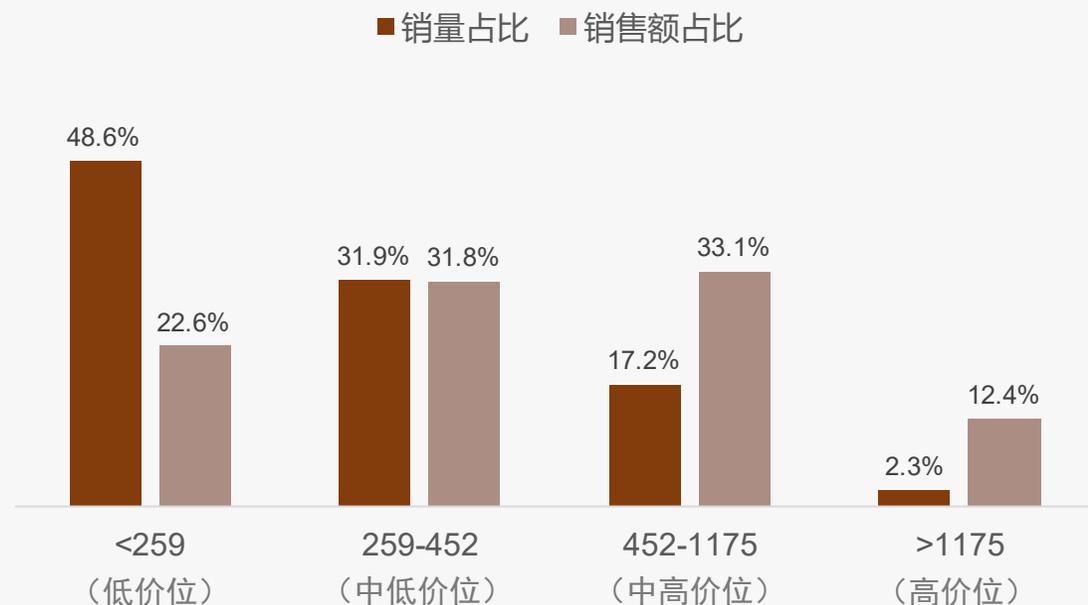
2025年一~三季度热敏打印机品类线上销售规模（百万元）



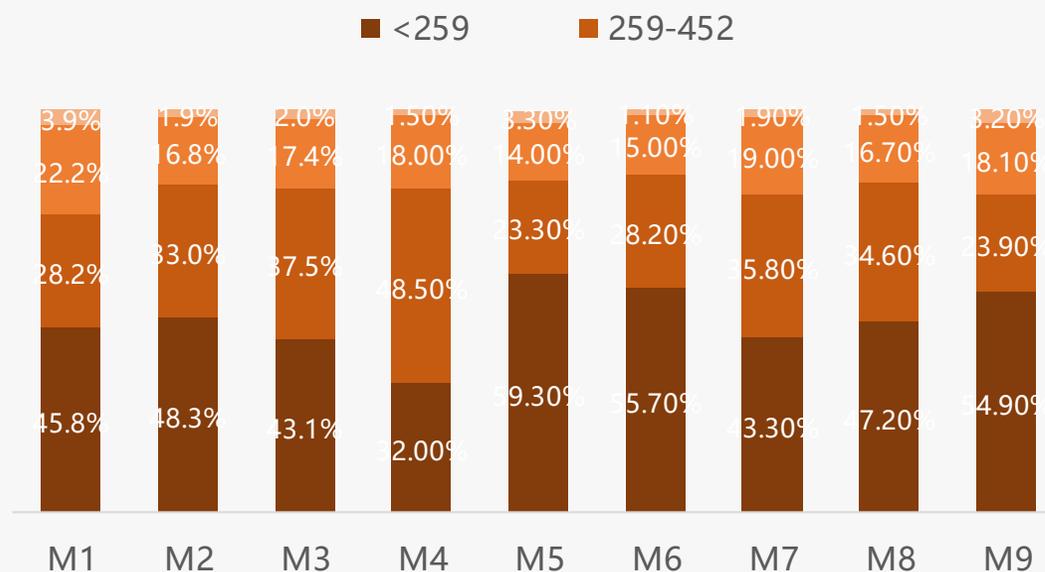
热敏打印机低价高量 中高价位利润核心

- ◆ 从价格区间结构看，<259元低价位销量占比48.6%但销售额仅占22.6%，显示该区间周转率高但利润贡献低；259-452元与452-1175元中高价位合计贡献64.9%销售额，是核心盈利区间，需优化产品组合提升ROI。
- ◆ 销售额与销量占比错配突出：452-1175元区间以17.2%销量贡献33.1%销售额，单位价值最高；而>1175元区间销售额占比12.4%远超销量占比2.3%，表明高端产品虽量少但单价高，是利润增长关键点。

2025年一~三季度热敏打印机线上不同价格区间销售趋势



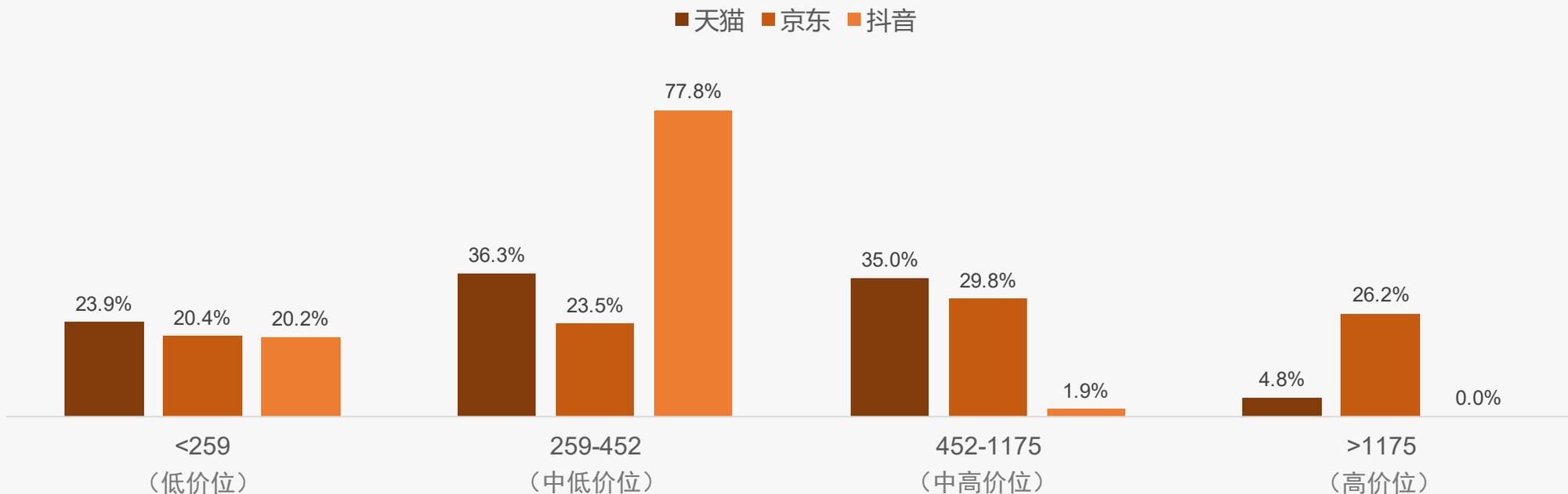
热敏打印机线上价格区间-销量分布



中端热敏打印机主导市场增长

- ◆从价格区间分布看，天猫和京东在259-452元及452-1175元区间占比均衡，分别达71.3%和53.3%，显示中端市场主导；抖音则以259-452元区间独占77.8%，高度集中，反映其用户偏好低价实用型产品。高端市场（>1175元）京东占比26.2%，显著高于天猫的4.8%和抖音的缺失，表明京东在高客单价产品上具优势；天猫中高端占比39.8%，但高端不足，需警惕竞争流失。
- ◆低端市场（<259元）天猫、京东、抖音占比分别为23.9%、20.4%、20.2%，相对稳定，但抖音中端占比过高，低端潜力未释放；综合各平台，中端价格带是增长引擎，企业应优化库存周转率，聚焦259-1175元区间以平衡销量和利润。

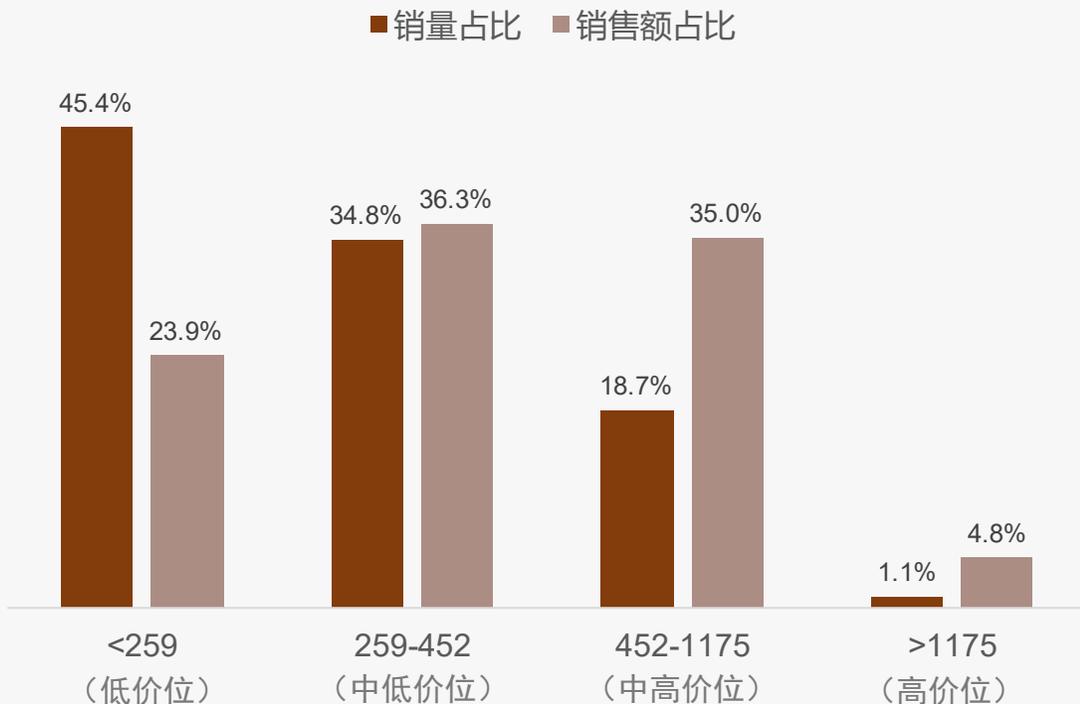
2025年一~三季度各平台热敏打印机不同价格区间销售趋势



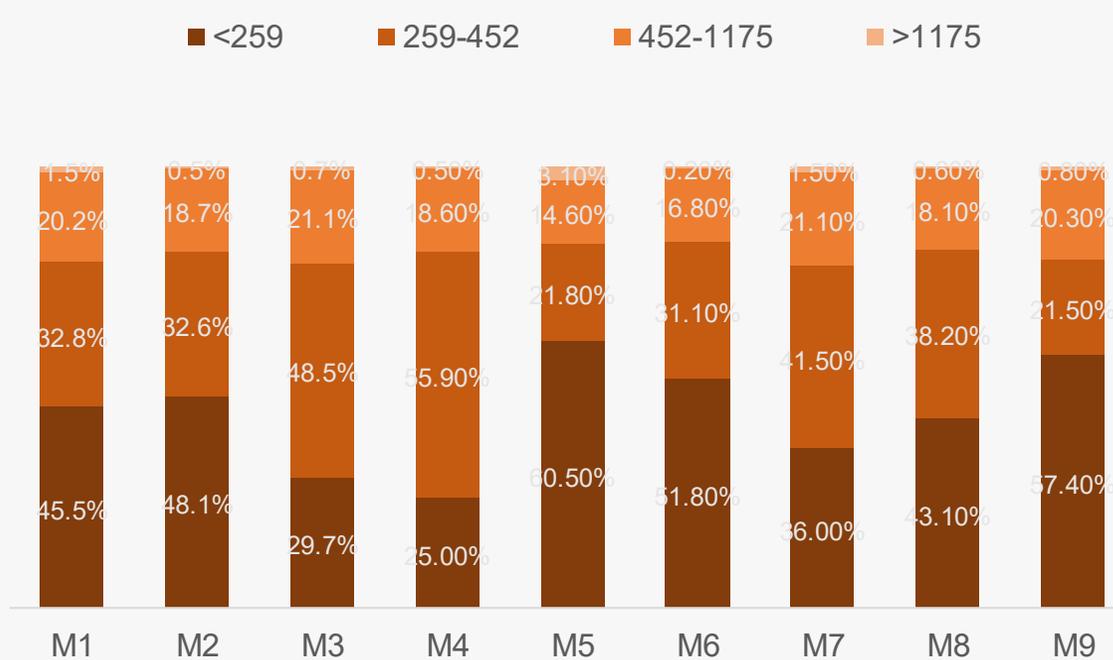
热敏打印机中端主导 高端潜力待挖

- ◆从价格区间销售趋势看，259-452元和452-1175元区间贡献了71.3%的销售额，是核心收入来源；而<259元区间销量占比45.4%但销售额仅23.9%，显示低价产品周转率高但ROI偏低。建议优化中高端产品组合以提升整体利润率。
- ◆高端市场(>1175元)销量占比仅1.1%，但销售额占比4.8%，单位产品价值显著。月度销量分布显示价格敏感度波动大：<259元区间占比从45.5%飙升至57.4%，而259-452元在M4达55.9%峰值。这种波动反映促销活动或季节性需求影响消费者决策，需加强库存管理和动态定价策略。建议针对专业用户推出高附加值产品，以挖掘增量市场并提升品牌溢价。

2025年一~三季度天猫平台热敏打印机不同价格区间销售趋势



天猫平台热敏打印机价格区间-销量分布

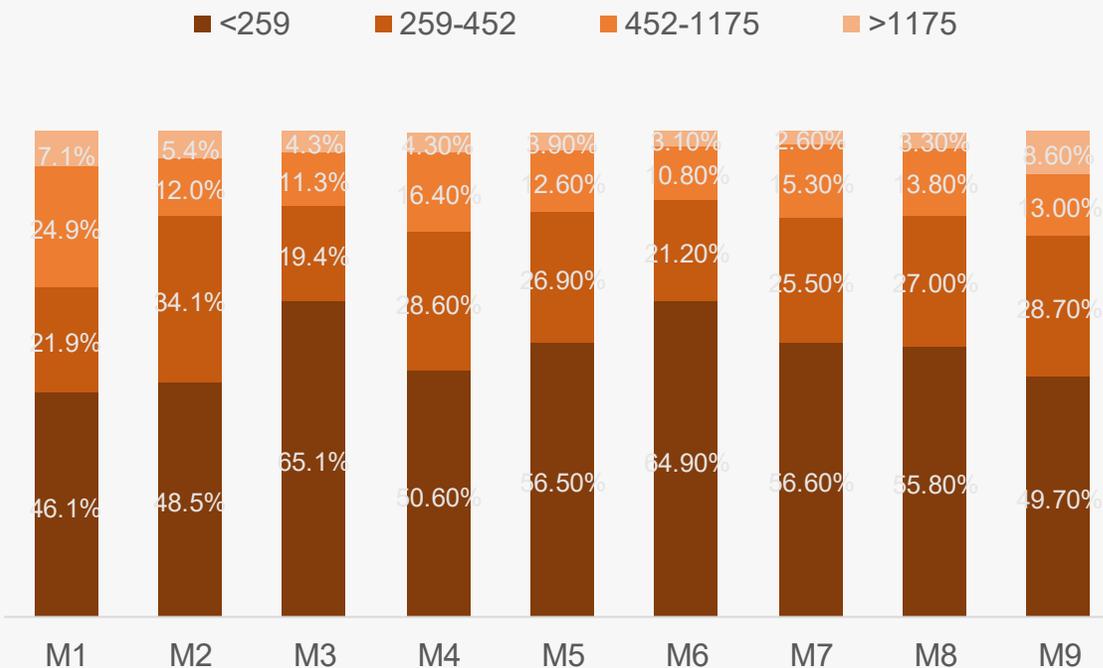
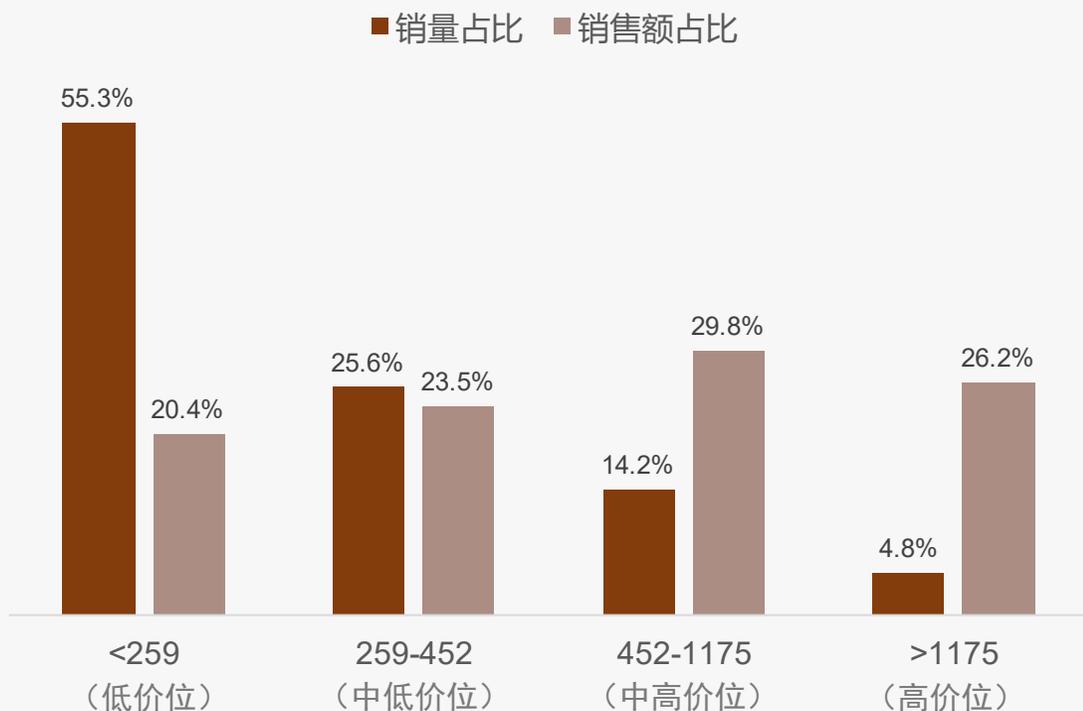


热敏打印机 高端产品 贡献高额 销售额

- ◆ 从价格区间结构看，京东平台热敏打印机市场呈现明显的销量与销售额倒挂现象。低价位段（<259元）贡献了55.3%的销量但仅占20.4%的销售额，而中高价位段（452-1175元及>1175元）以19%的销量贡献了56%的销售额，表明高端产品具有更高的客单价和利润空间，市场结构优化空间较大。
- ◆ 价格带贡献度分析揭示差异化竞争格局。259-452元中端价位稳定贡献约25%销量和23.5%销售额，显示该区间产品具有最佳性价比。

2025年一~三季度京东平台热敏打印机不同价格区间销售趋势

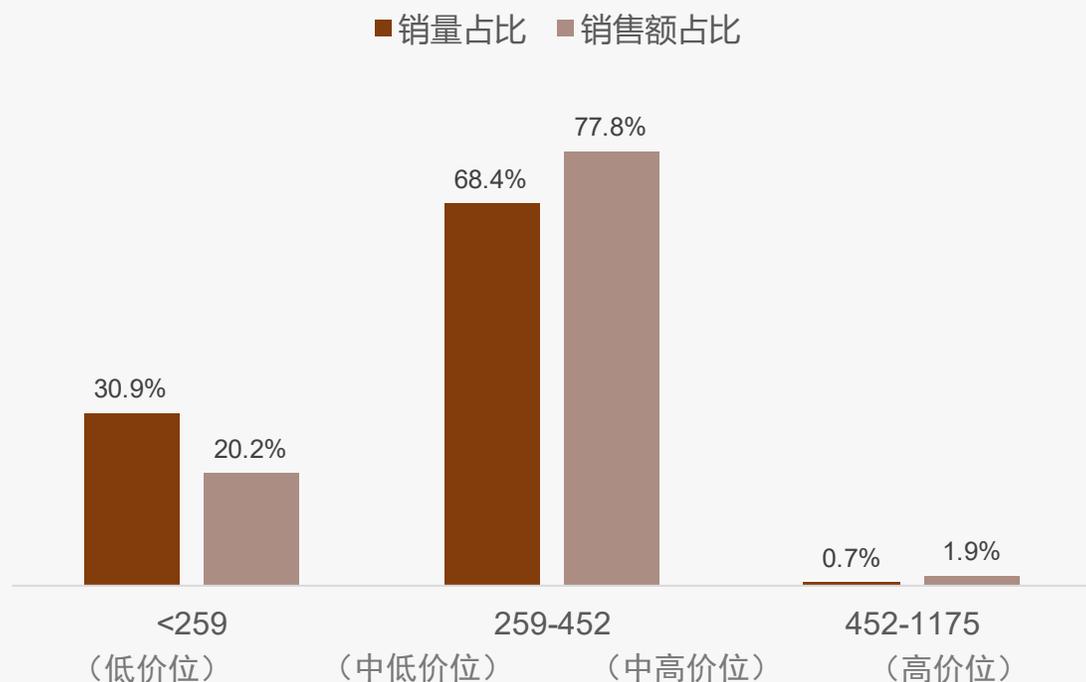
京东平台热敏打印机价格区间-销量分布



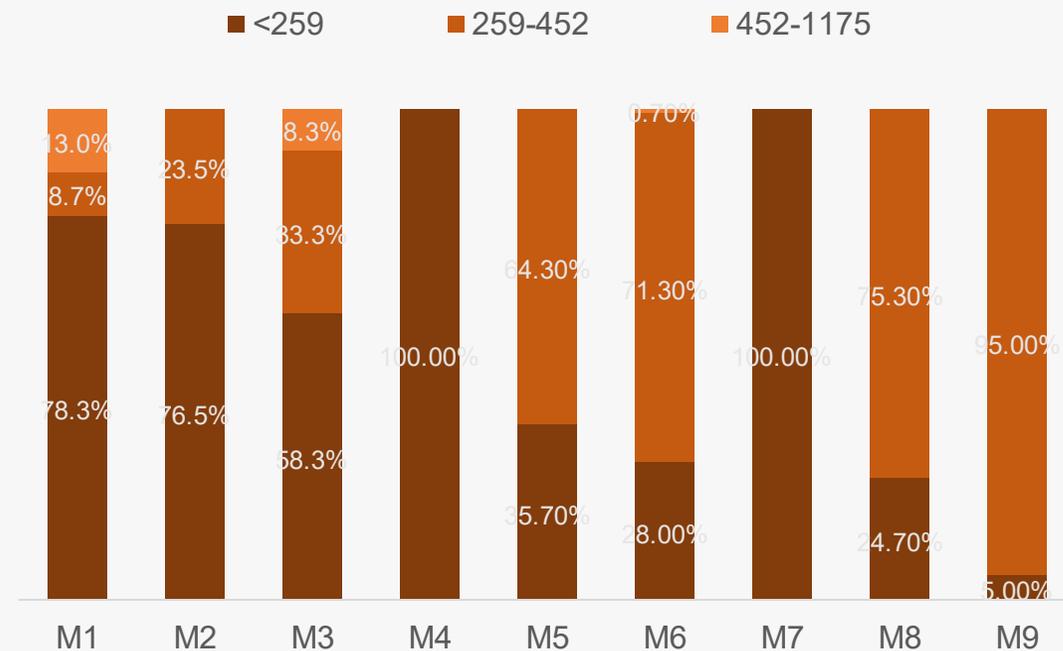
中端热敏打印机主导市场增长

- ◆从价格区间销售趋势看，259-452元区间贡献了68.4%的销量和77.8%的销售额，是核心价格带，ROI较高；而<259元区间销量占比30.9%但销售额仅20.2%，表明低价产品周转快但利润贡献有限。月度销量分布显示，<259元区间在M4、M7占比100%，存在促销集中现象；而259-452元区间从M1的8.7%增长至M9的95.0%，同比显著提升，反映消费者偏好向中端产品转移，市场结构优化。
- ◆整体销售额中，259-452元区间占比77.8%，验证了其主导地位；低价区间销量高但销售额占比低，提示需关注成本控制以提升整体利润率。

2025年一~三季度抖音平台热敏打印机不同价格区间销售趋势



抖音平台热敏打印机价格区间-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 热敏打印机消费行为、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年内购买过热敏打印机的消费者；
- 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

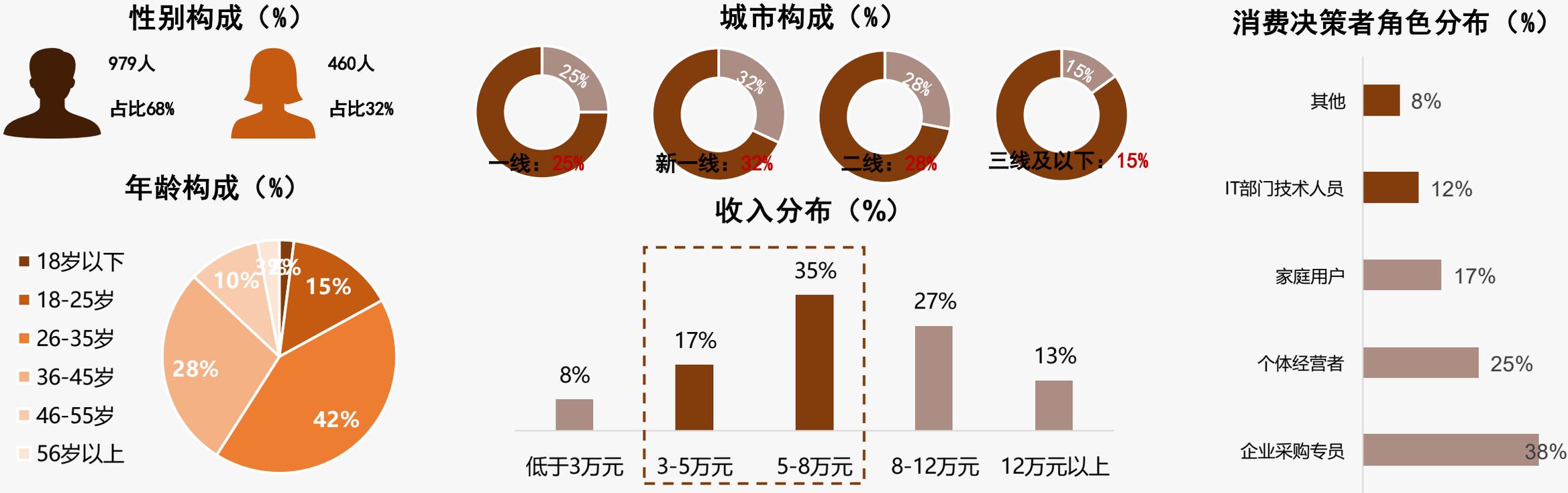
Research Method

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=1439

热敏打印机用户中青年男性主导企业采购

- ◆热敏打印机用户以男性为主（68%），年龄集中在26-35岁（42%）和36-45岁（28%），新一线城市用户占比最高（32%），显示中青年男性是核心消费群体。
- ◆收入5-8万元群体占比最高（35%），企业采购专员（38%）和个体经营者（25%）是主要决策者，凸显产品在企业采购和商业应用中的重要性。

2025年中国热敏打印机消费者画像

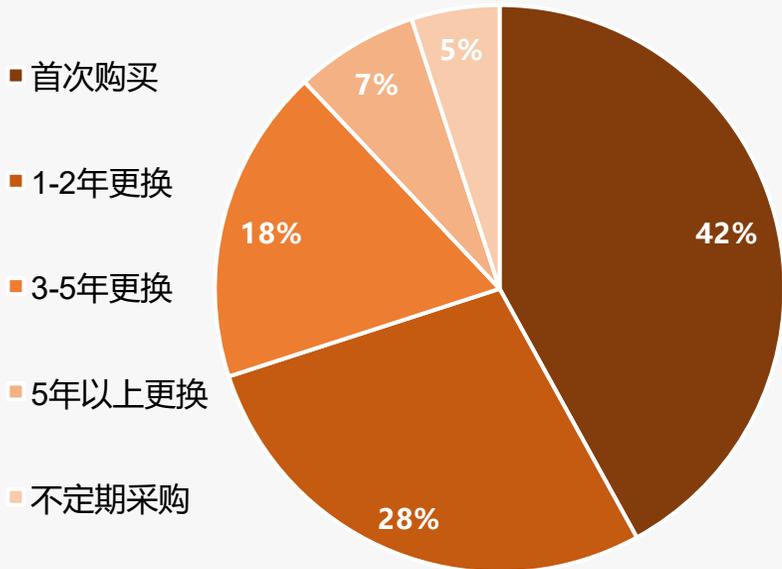


样本：热敏打印机行业市场调研样本量N=1439，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

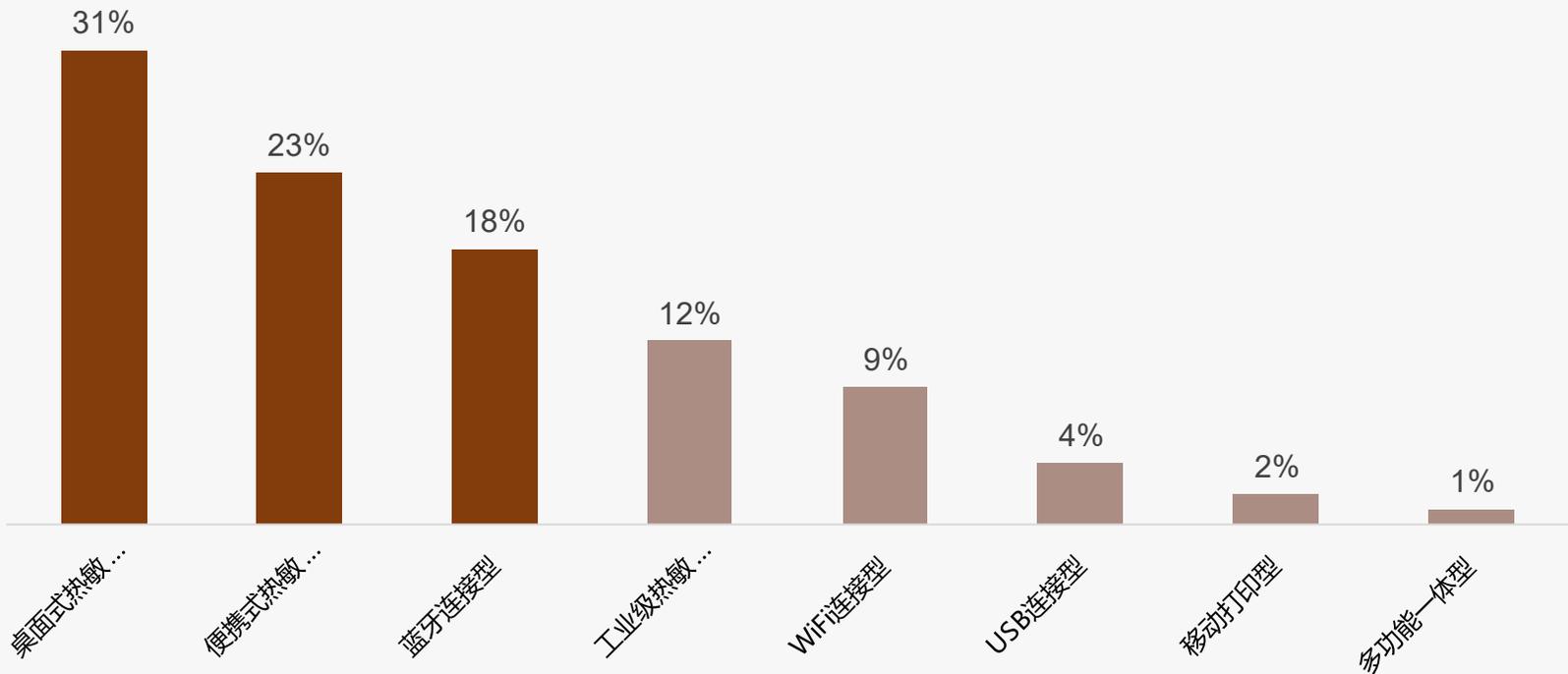
首次购买主导 桌面式最受欢迎

- ◆首次购买占比42%主导市场，1-2年更换占28%显示更新需求活跃，桌面式打印机31%偏好最高，蓝牙连接18%领先无线类型。
- ◆便携式打印机23%反映移动需求，工业级12%占比低，WiFi连接9%低于蓝牙，首次购买高比例推动市场增长。

2025年中国热敏打印机购买频率分布



2025年中国热敏打印机规格偏好分布

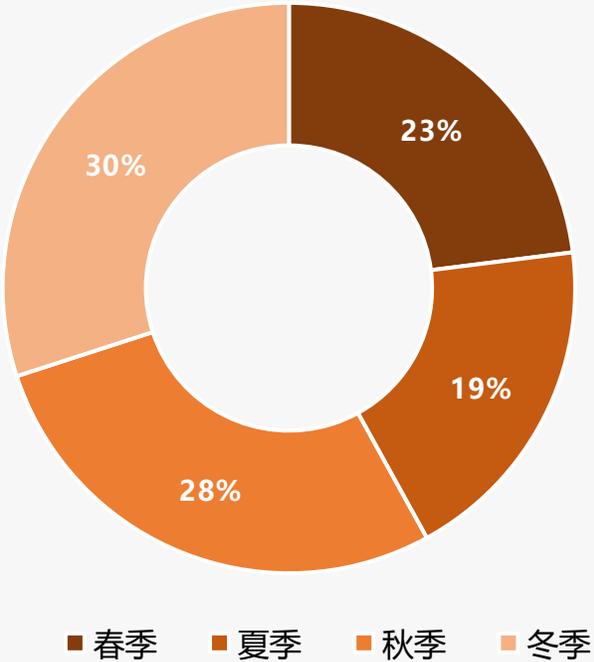


样本：热敏打印机行业市场调研样本量N=1439，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

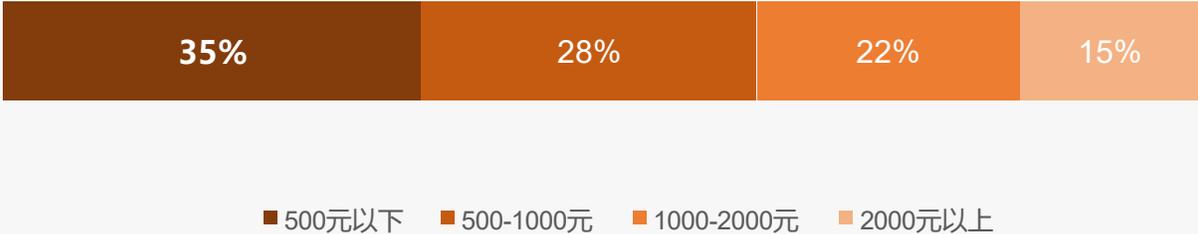
热敏打印机消费偏好中低端线上为主

- ◆ 单次购买支出中500元以下占比35%，500-1000元占比28%，显示消费者偏好中低端产品。购买季节分布中冬季占比30%，秋季占比28%，下半年为消费高峰。
- ◆ 购买渠道类型中电商平台自营占比38%，远高于品牌官方商城的17%，表明消费者更倾向便捷的线上购物方式。

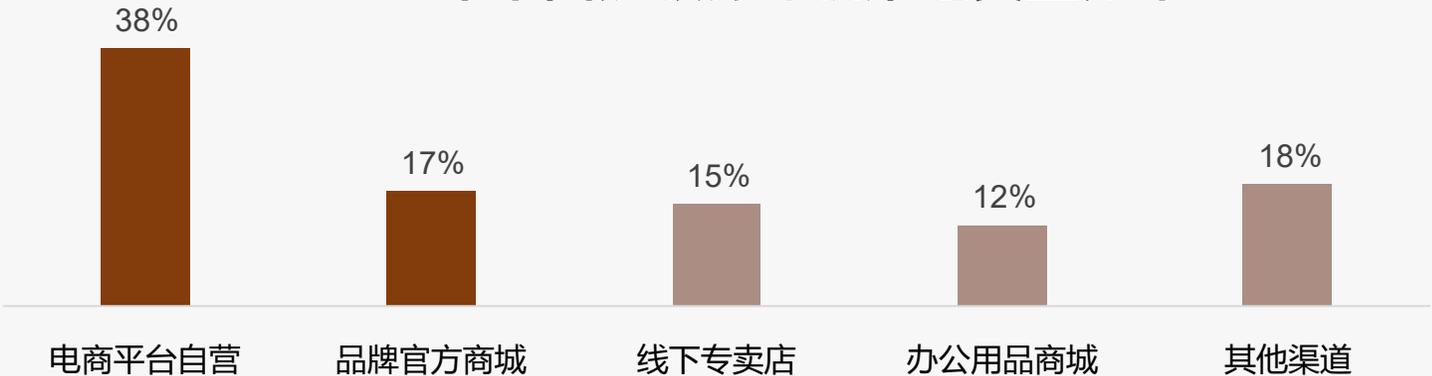
2025年中国热敏打印机购买季节分布



2025年中国热敏打印机单次购买支出分布



2025年中国热敏打印机渠道类型分布

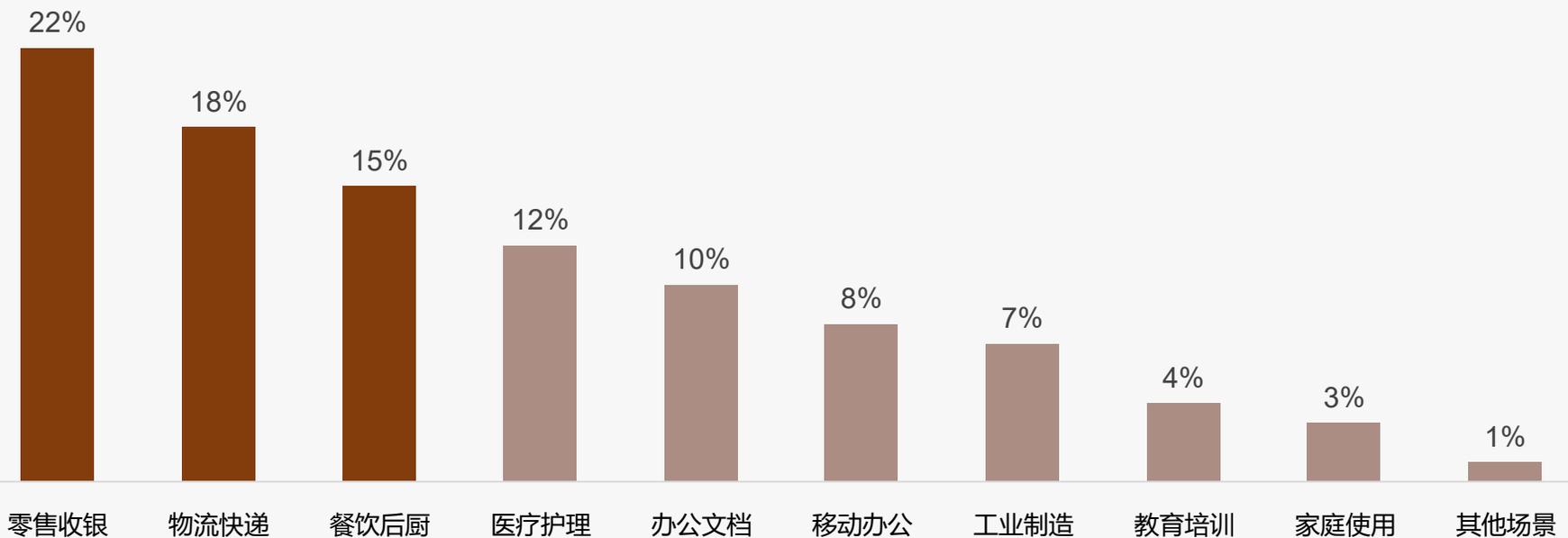


样本：热敏打印机行业市场调研样本量N=1439，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

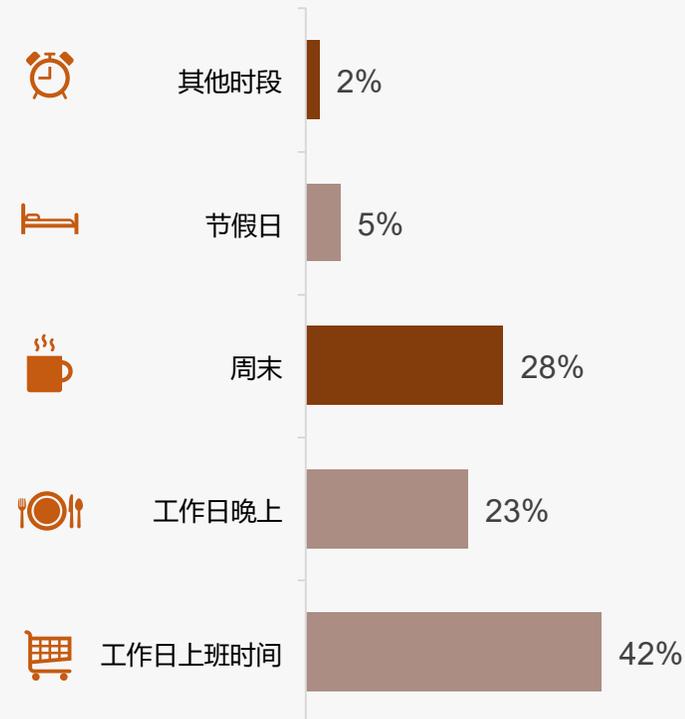
热敏打印机 商业应用主导 购买集中工作日

- ◆热敏打印机主要应用于零售收银22%、物流快递18%和餐饮后厨15%，商业场景占比超半，显示其在企业运营中的核心地位。
- ◆购买时段集中于工作日上午时间42%，工作日晚上和周末合计51%，反映企业采购主导，个人购买行为亦不容忽视。

2025年中国热敏打印机使用场景分布



2025年中国热敏打印机购买时段分布

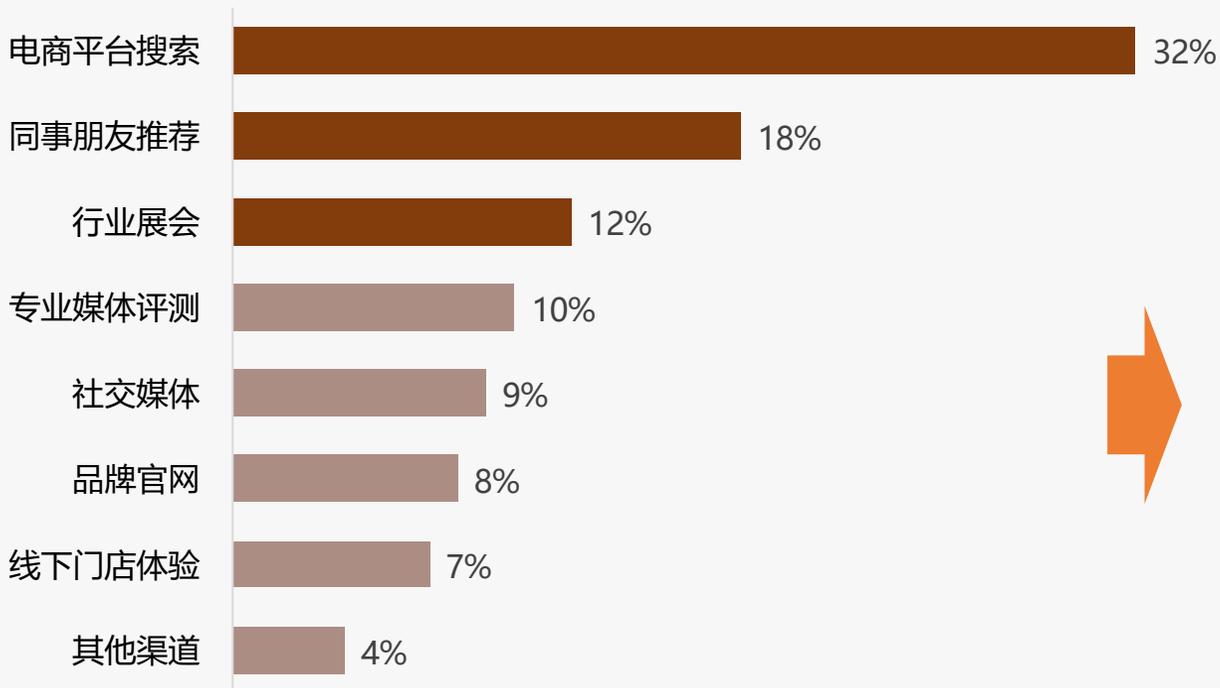


样本：热敏打印机行业市场调研样本量N=1439，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

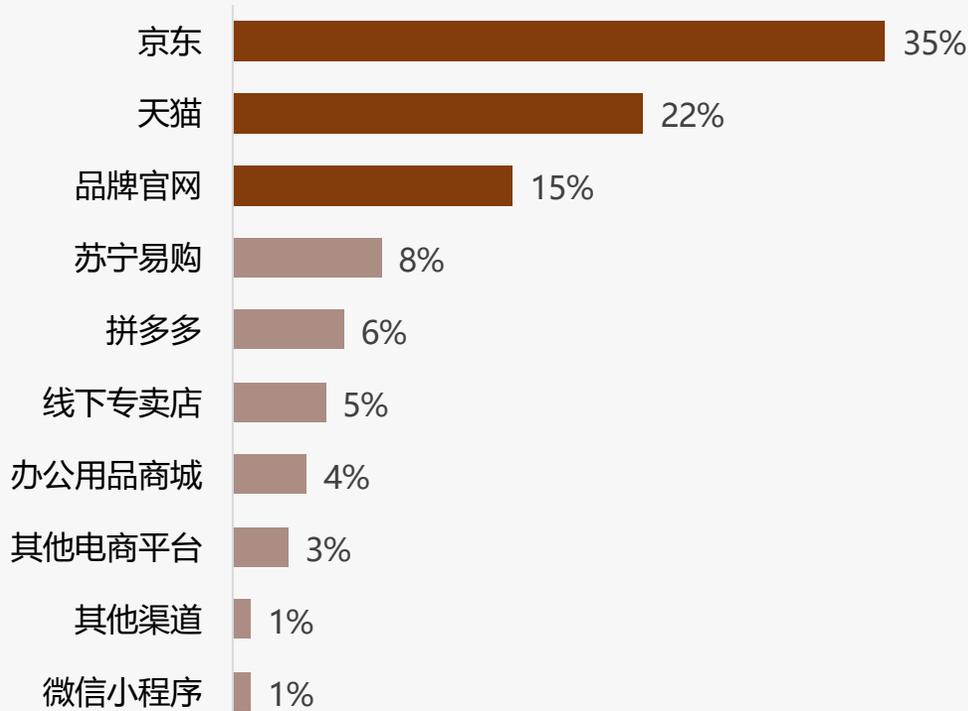
电商主导热敏打印机消费渠道

- ◆产品了解渠道以电商平台搜索为主（32%），同事朋友推荐次之（18%），行业展会（12%）和专业媒体评测（10%）也具影响力。
- ◆购买渠道京东领先（35%），天猫（22%）和品牌官网（15%）紧随，线下渠道份额较低，合计仅占9%。

2025年中国热敏打印机产品了解渠道分布



2025年中国热敏打印机购买渠道分布

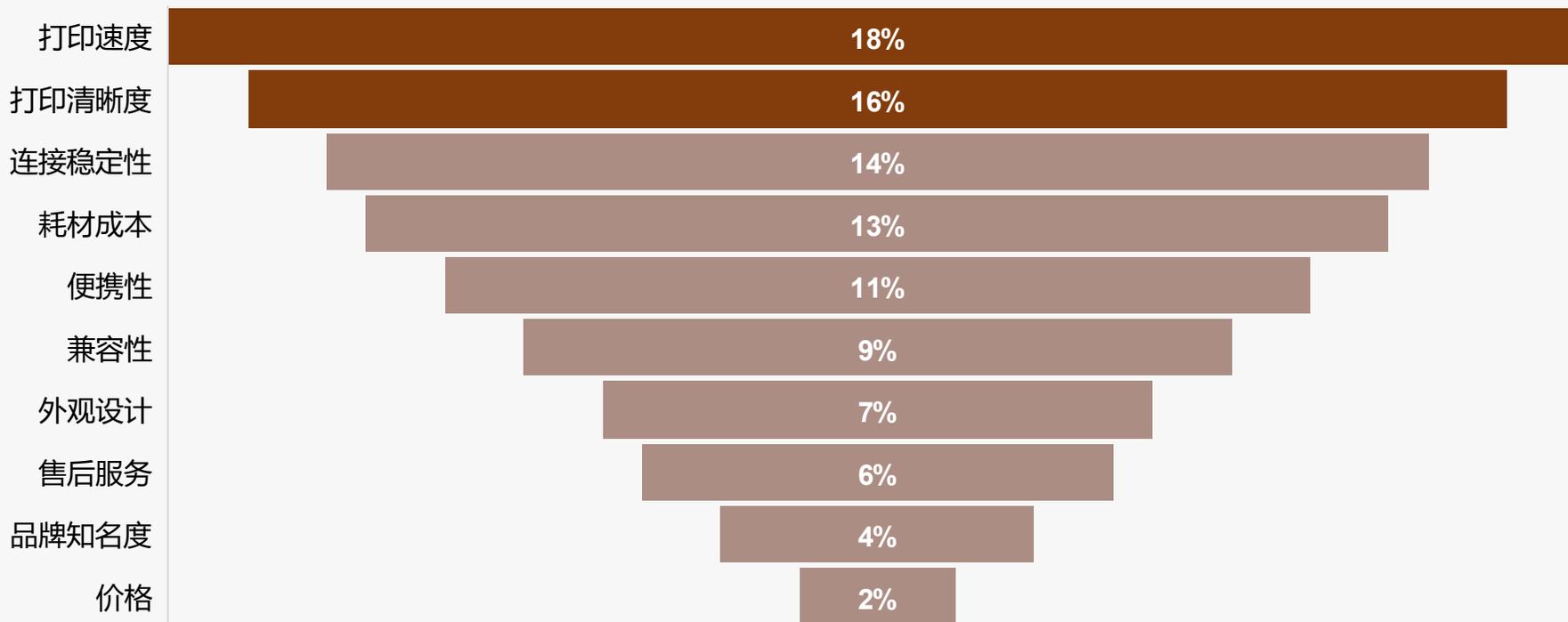


样本：热敏打印机行业市场调研样本量N=1439，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

性能优先 成本稳定 体验为重

- ◆消费者最关注热敏打印机核心性能，打印速度18%、清晰度16%偏好度最高，连接稳定性14%和耗材成本13%也受重视。
- ◆便携性11%、兼容性9%显示移动需求，外观7%、售后6%、品牌4%、价格2%偏好较低，用户更重实际体验。

2025年中国热敏打印机功能偏好分布

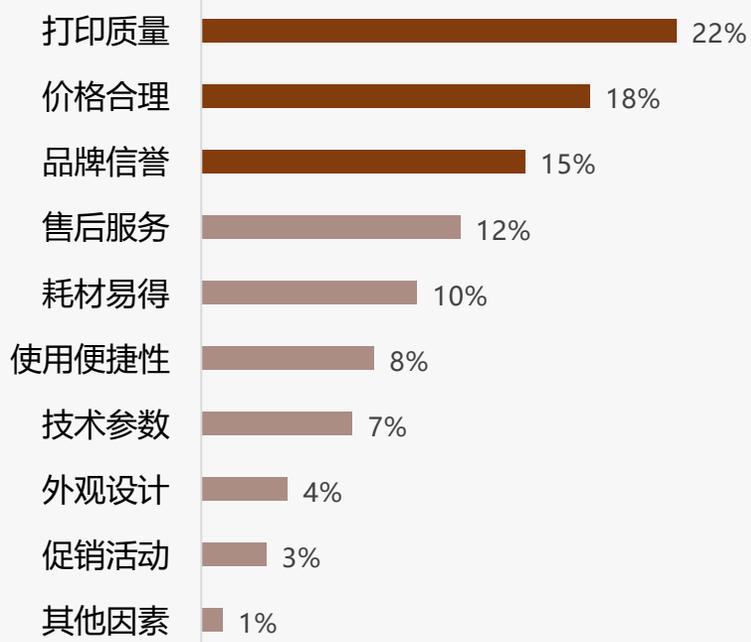


样本：热敏打印机行业市场调研样本量N=1439，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

质量价格品牌主导购买决策

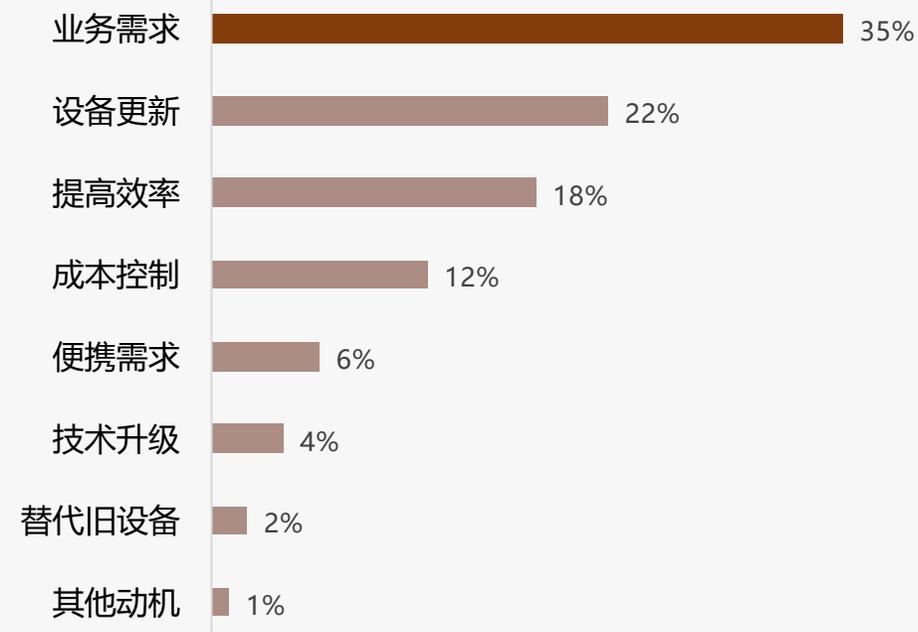
- ◆购买决策中，打印质量（22%）、价格合理（18%）和品牌信誉（15%）是主要因素，显示消费者优先考虑核心功能和性价比。
- ◆购买动机以业务需求（35%）、设备更新（22%）和提高效率（18%）为主，表明市场由实际应用和效率提升驱动。

2025年中国热敏打印机购买决策因素分布



样本：热敏打印机行业市场调研样本量N=1439，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

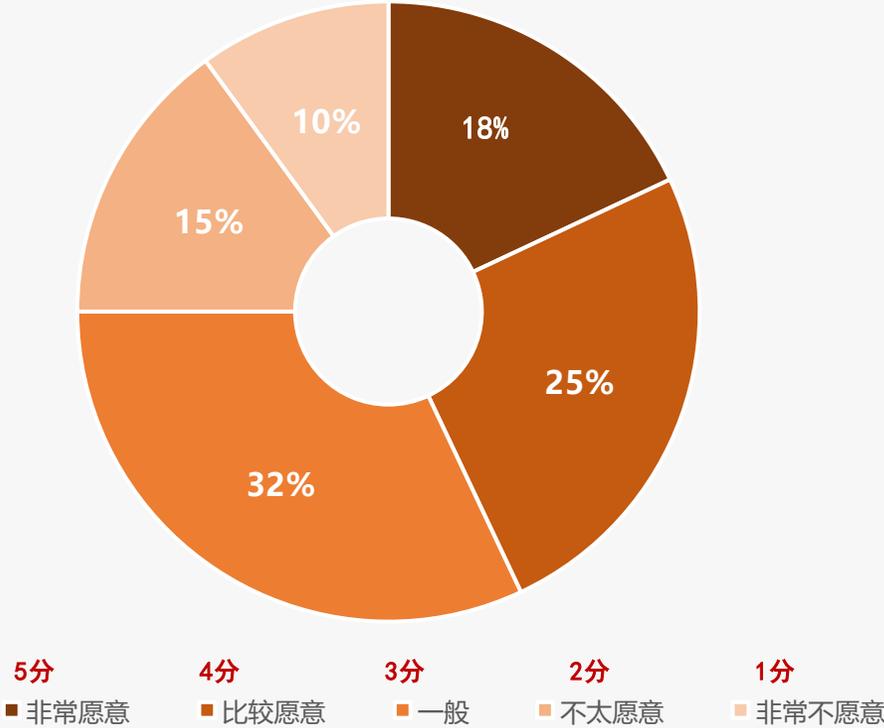
2025年中国热敏打印机购买动机分布



推荐意愿中等 打印效果成本连接是痛点

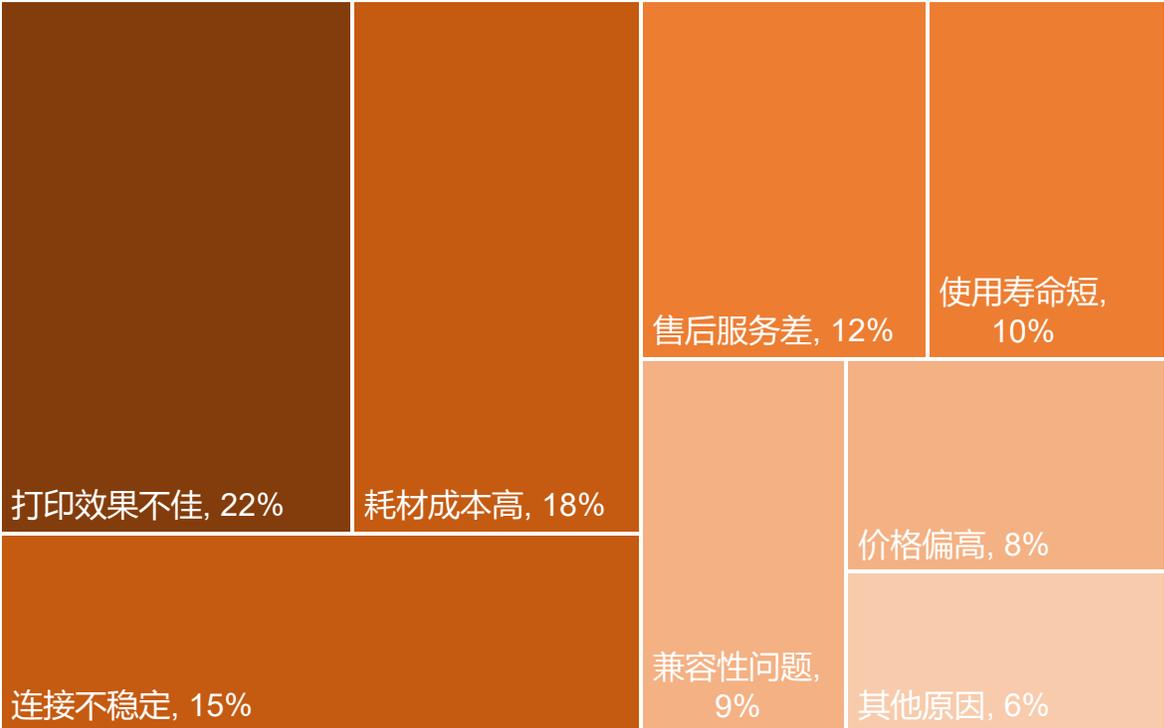
- ◆用户推荐意愿分布显示，32%受访者态度一般，非常愿意和比较愿意合计43%，表明整体推荐积极性处于中等水平。
- ◆不愿推荐的主要原因为打印效果不佳22%、耗材成本高18%和连接不稳定15%，这些是产品改进的关键方向。

2025年中国热敏打印机推荐意愿分布



样本：热敏打印机行业市场调研样本量N=1439，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

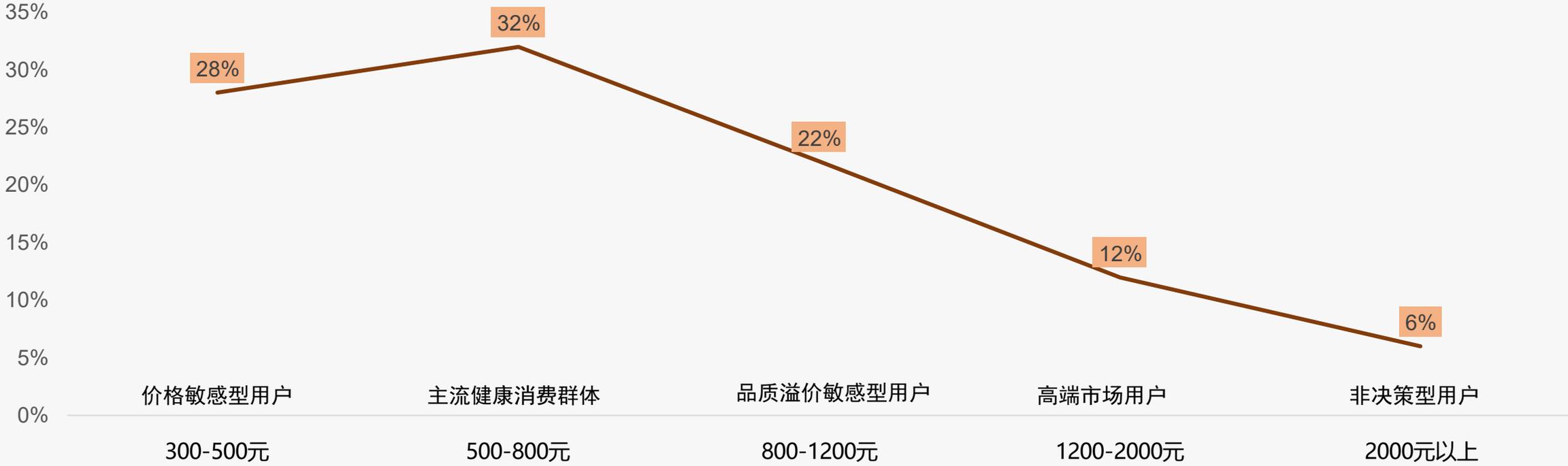
2025年中国热敏打印机不愿推荐原因分布



热敏打印机中低端市场主导

- ◆调研显示热敏打印机价格接受度集中在500-800元（32%）和300-500元（28%），中低端市场占主导地位，消费者偏好明确。
- ◆高端产品接受度较低，800-1200元占22%，1200元以上合计18%，市场潜力有限，价格敏感度高是主要特征。

2025年中国热敏打印机主流规格价格接受度



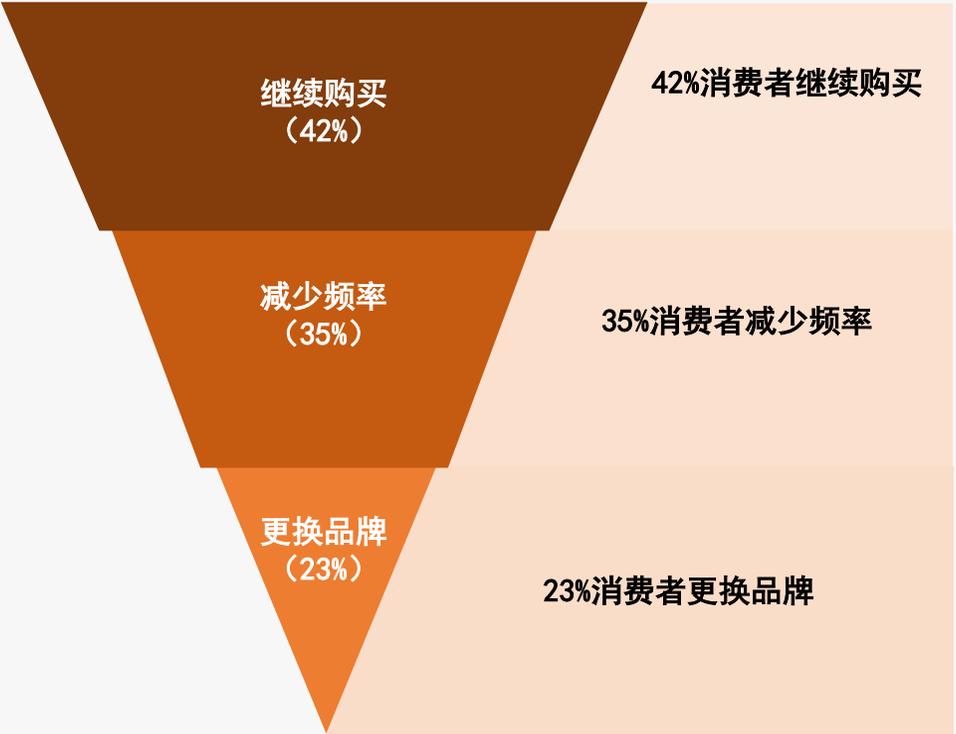
样本：热敏打印机行业市场调研样本量N=1439，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

注：以桌面式热敏打印机规格热敏打印机为标准核定价格区间

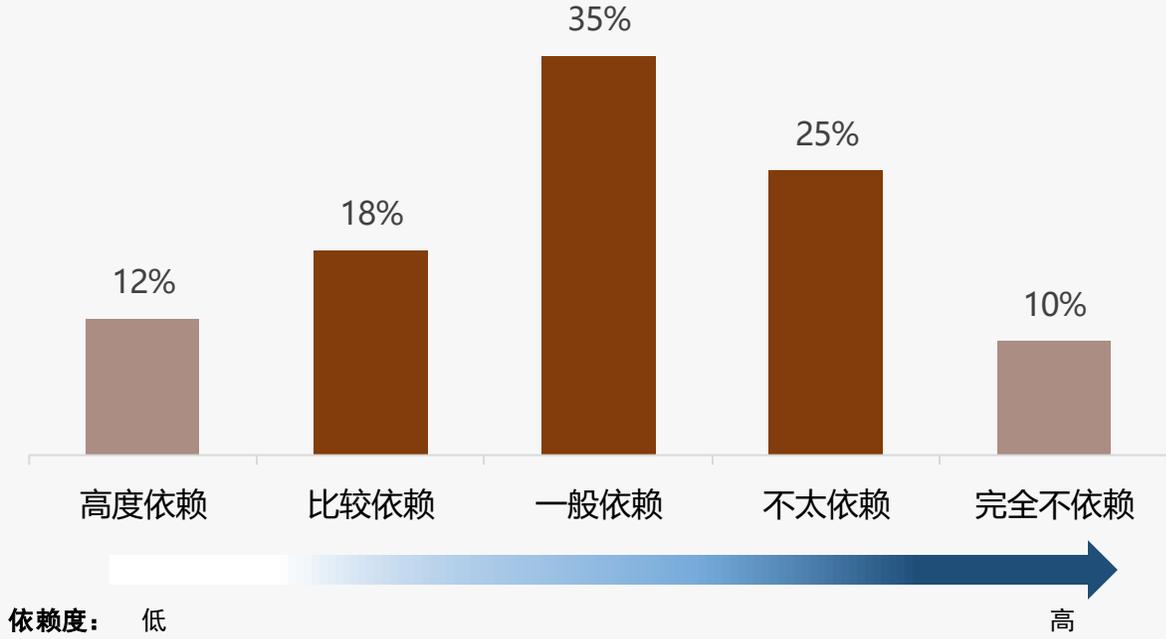
价格敏感度高 促销依赖低

- ◆价格上涨10%时，42%消费者继续购买，35%减少频率，23%更换品牌，显示价格敏感度较高，但品牌忠诚度仍占主导。
- ◆促销活动依赖程度中，35%一般依赖，25%不太依赖，10%完全不依赖，表明多数消费者对促销反应平淡，吸引力有限。

2025年中国热敏打印机价格上涨10%购买行为



2025年中国热敏打印机促销活动依赖程度

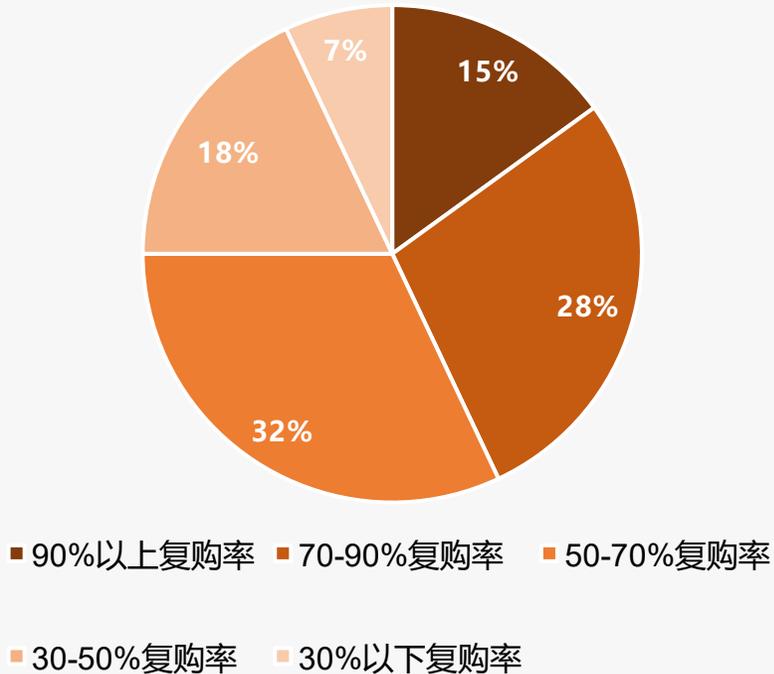


样本：热敏打印机行业市场调研样本量N=1439，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

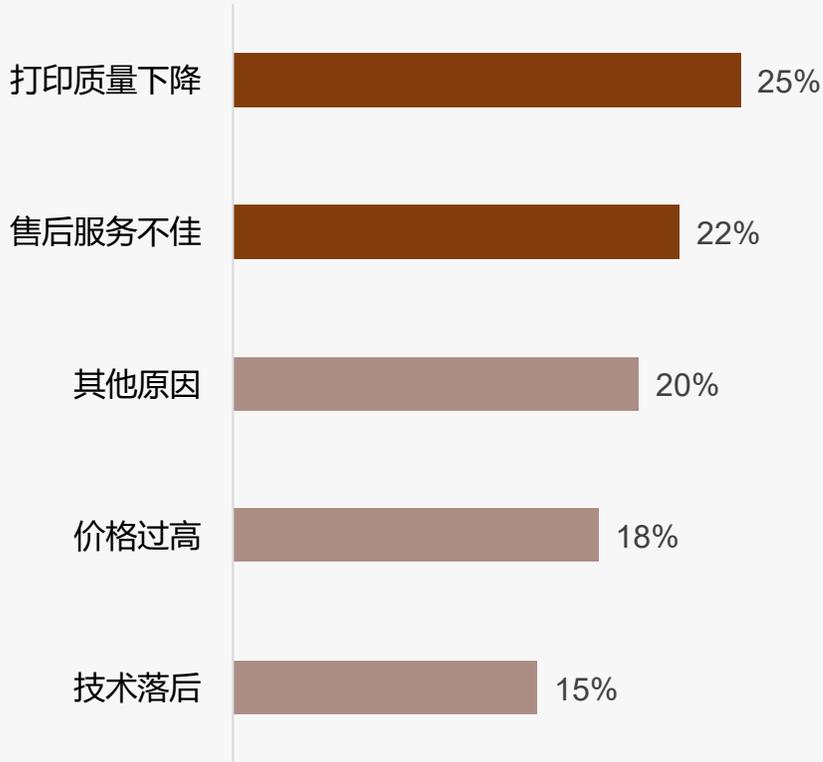
复购率中高 质量售后主因流失

- ◆热敏打印机品牌复购率中，50-70%复购率占比32%，70-90%复购率占28%，显示多数消费者忠诚度中等偏高，市场品牌粘性较强。
- ◆更换品牌主因是打印质量下降占25%和售后服务不佳占22%，合计近半，凸显产品性能和售后是消费者流失关键因素。

2025年中国热敏打印机品牌复购率分布



2025年中国热敏打印机更换品牌原因分布

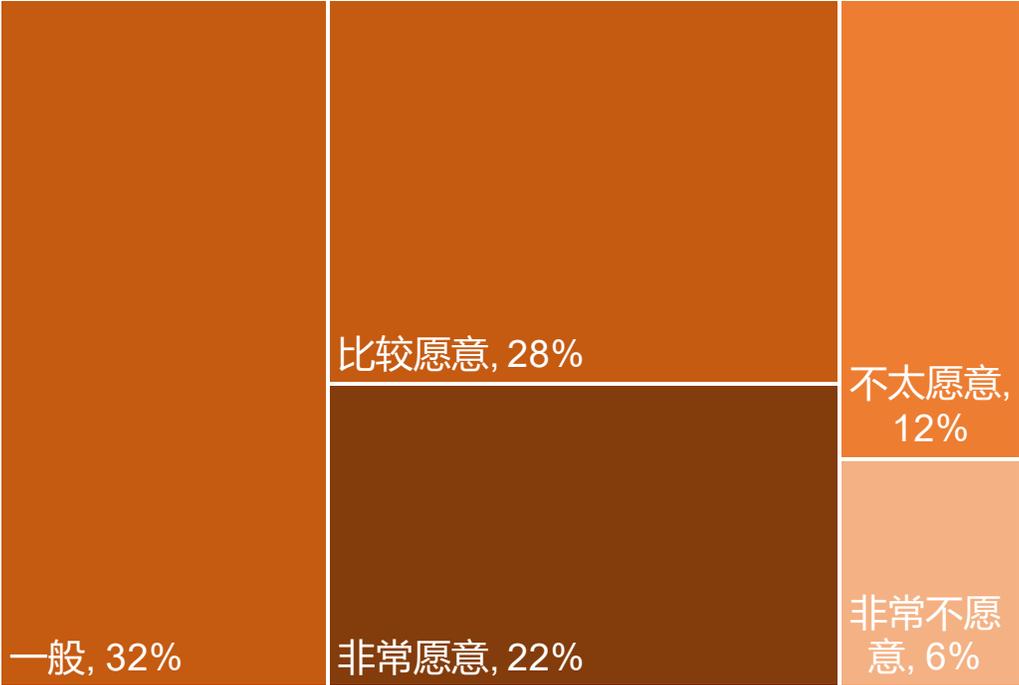


样本：热敏打印机行业市场调研样本量N=1439，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

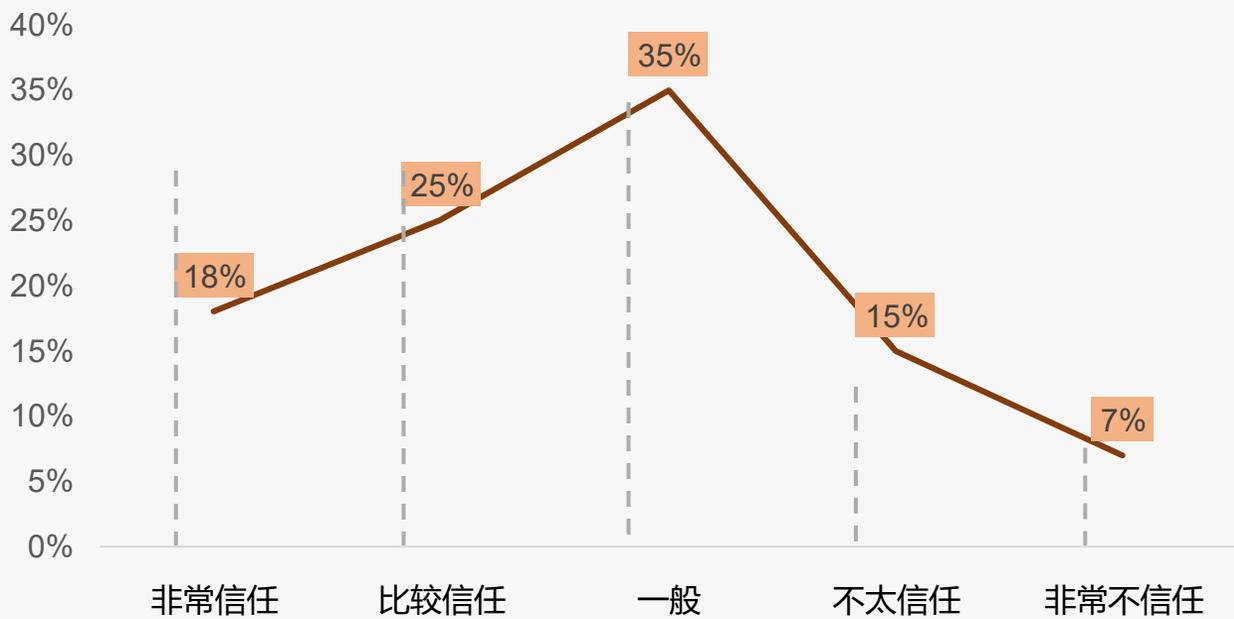
热敏打印机品牌信任需提升促进购买

- ◆热敏打印机品牌购买意愿中，一般态度占比32%最高，非常和比较愿意合计50%，显示市场有潜力，但决策谨慎。
- ◆品牌信任分布中，一般信任占比35%，与购买意愿一致；积极信任合计43%，略低，需提升以促进购买转化。

2025年中国热敏打印机品牌产品购买意愿



2025年中国热敏打印机品牌态度分布

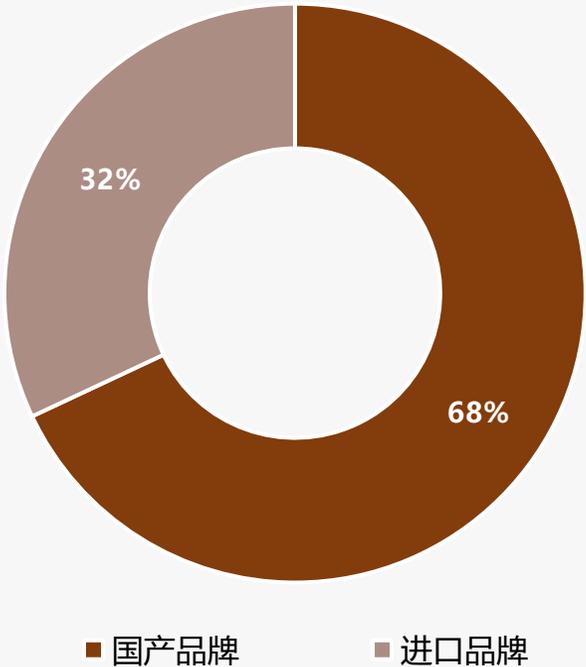


样本：热敏打印机行业市场调研样本量N=1439，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

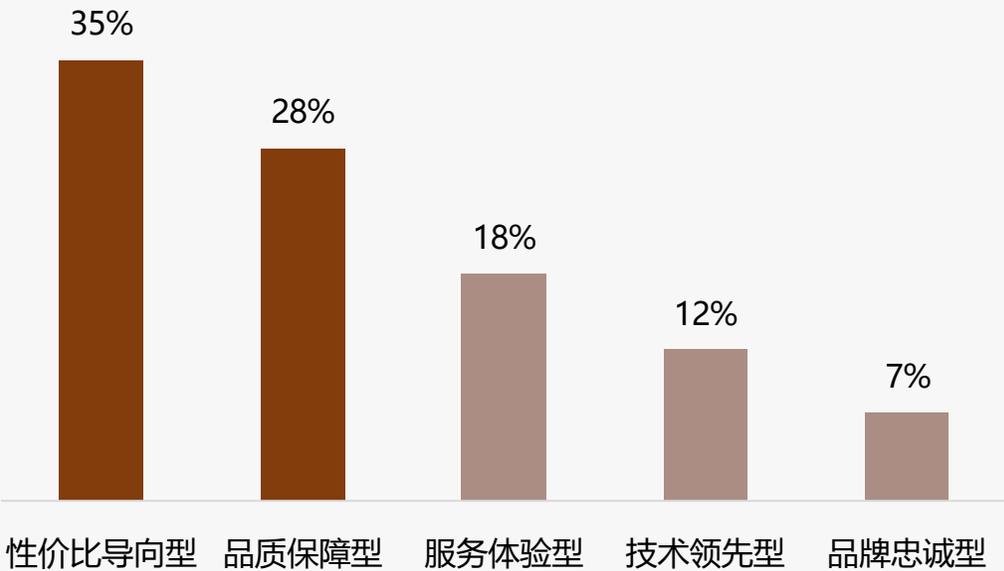
国产品牌主导 性价比品质优先

- ◆国产品牌偏好占比68%，远超进口品牌的32%，显示消费者高度认可本土品牌。性价比导向型占35%，品质保障型占28%，实用可靠是主要购买因素。
- ◆服务体验型占18%，技术领先型仅12%，技术影响有限。品牌忠诚型最低为7%，用户粘性弱，市场易受竞争冲击。

2025年中国热敏打印机国产品牌与进口品牌偏好



2025年中国热敏打印机品牌偏好类型分布

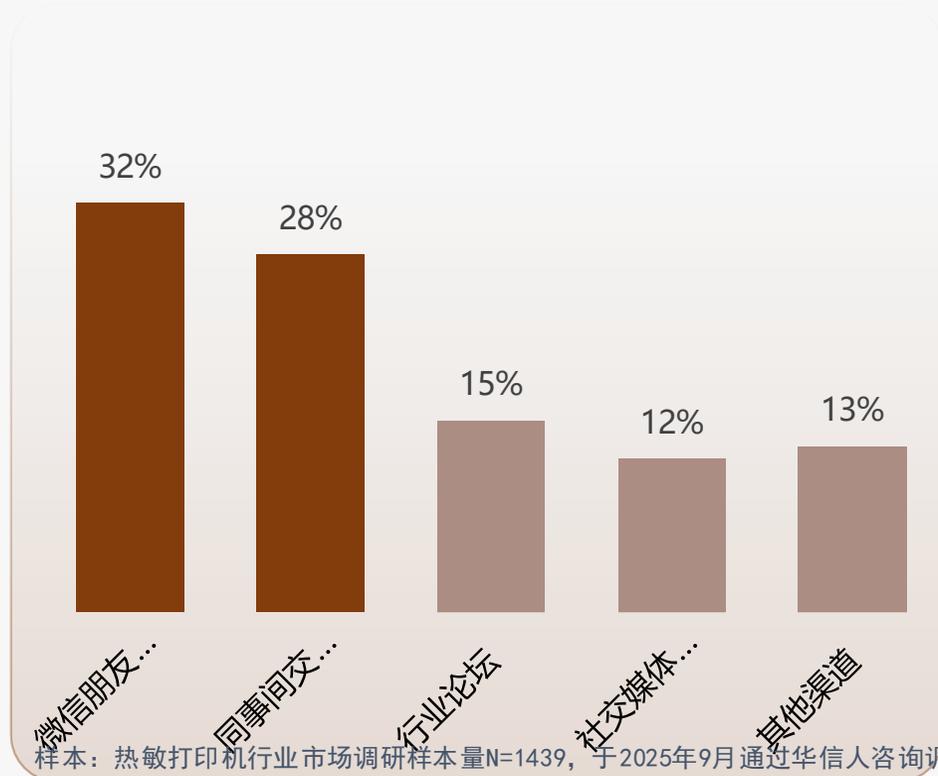


样本：热敏打印机行业市场调研样本量N=1439，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

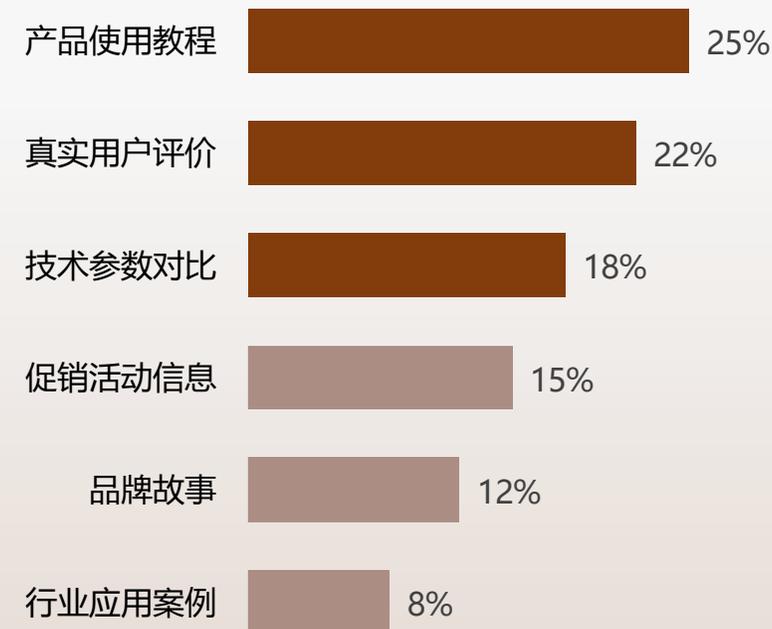
社交分享主导 内容偏好实用

- ◆产品分享以微信朋友圈32%和同事间交流28%为主，个人社交圈是核心传播渠道，合计占比60%。
- ◆内容偏好聚焦产品使用教程25%、真实用户评价22%和技术参数对比18%，用户重视实用性和客观信息。

2025年中国热敏打印机产品分享渠道分布



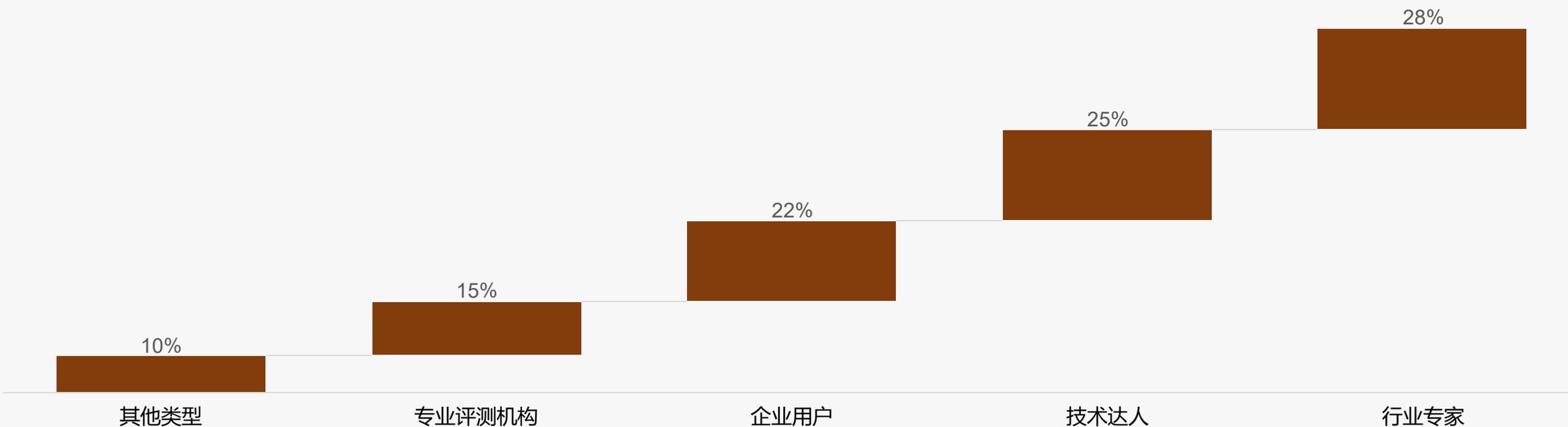
2025年中国热敏打印机社交媒体内容类型偏好



专业与技术主导热敏打印机信任

- ◆热敏打印机消费者最信任行业专家(28%)和技术达人(25%)，显示专业知识和实践经验是影响购买决策的关键因素。
- ◆企业用户(22%)和专业评测机构(15%)的信任度相对较低，表明市场对实际应用和权威评测的依赖程度有待提升。

2025年中国热敏打印机信任的博主类型分布

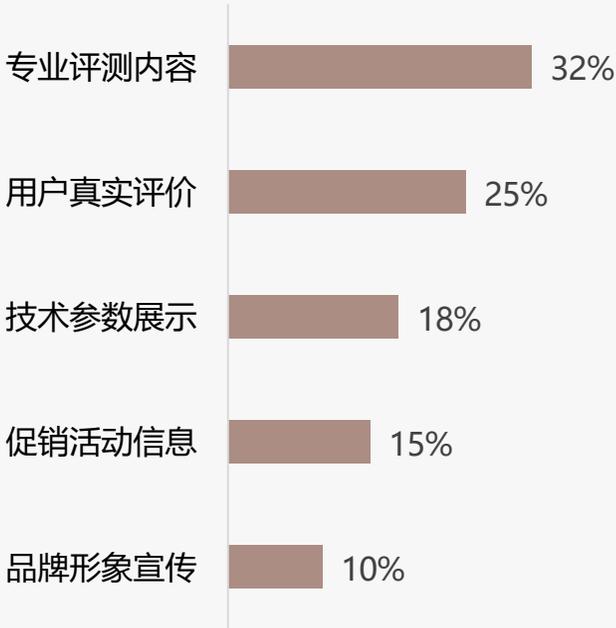


样本：热敏打印机行业市场调研样本量N=1439，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

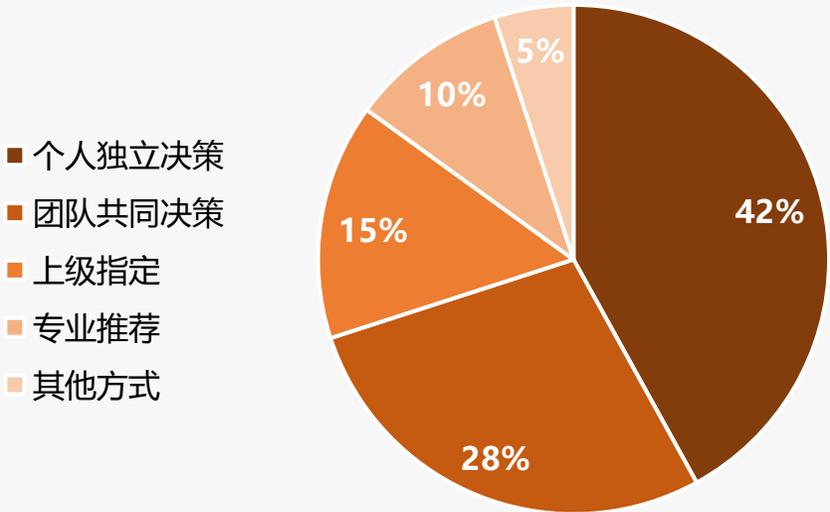
专业评测与用户评价主导消费决策

- ◆消费者对专业评测内容偏好最高，占比32%，其次是用户真实评价，占比25%。这表明专业信息和用户反馈是影响购买决策的关键因素。
- ◆技术参数展示、促销活动和品牌宣传的偏好分别为18%、15%和10%，显示消费者对技术细节和品牌形象的关注度相对较低。

2025年中国热敏打印机广告信息偏好分布



2025年中国热敏打印机购买决策类型分布



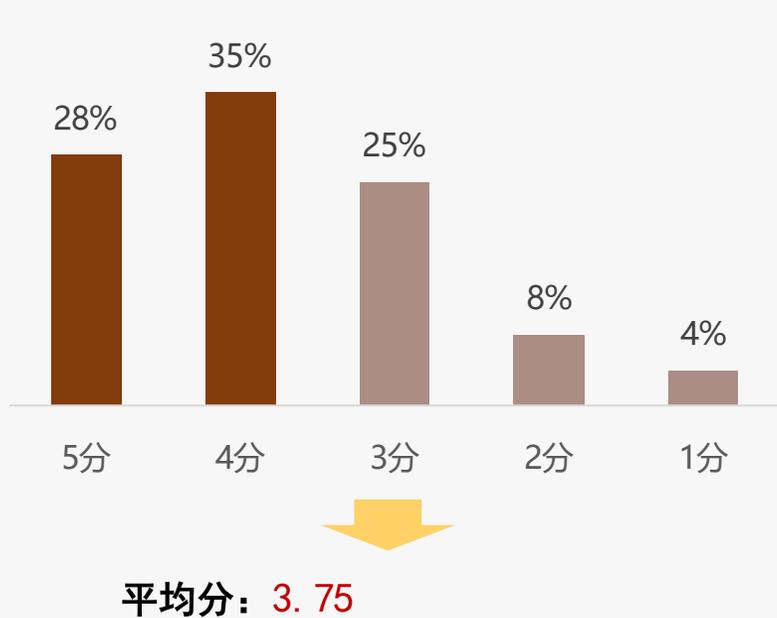
样本：热敏打印机行业市场调研样本量N=1439，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

热敏打印机售后客服需优化

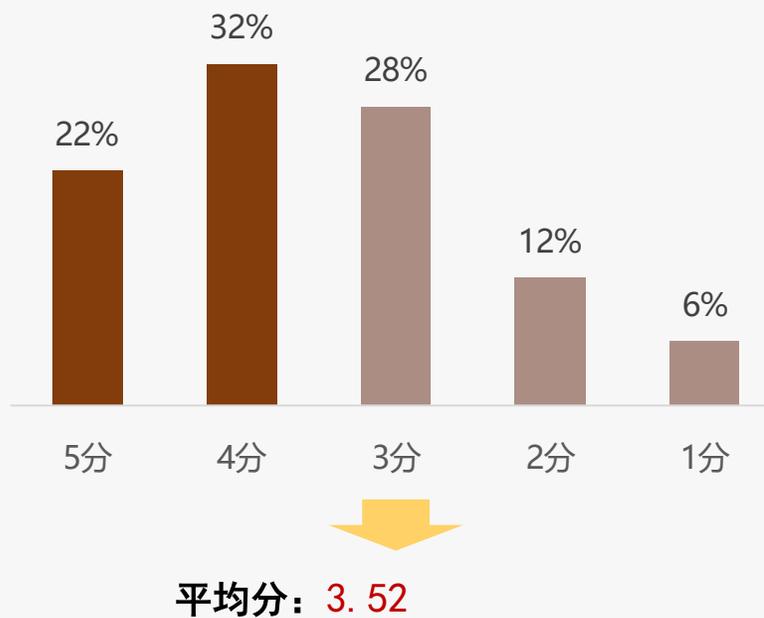
◆线上购买流程满意度较高，4分和5分占比合计63%，但仍有12%的负面反馈。售后服务满意度相对较低，4分和5分占比54%，1分和2分合计18%。

◆在线客服满意度与售后服务类似，4分和5分占比55%，1分和2分合计17%。整体显示售后和客服服务是改进重点，建议加强支持。

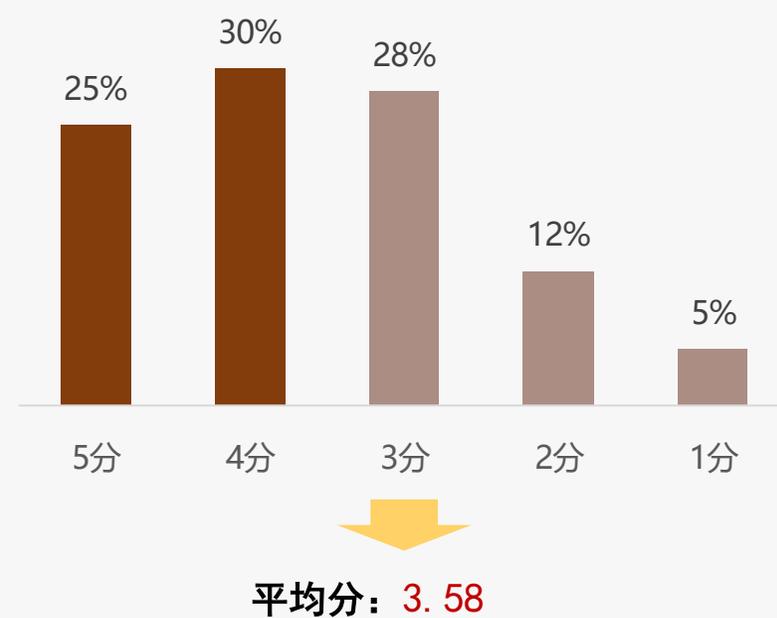
2025年中国热敏打印机线上购买流程满意度



2025年中国热敏打印机售后服务满意度



2025年中国热敏打印机在线客服满意度

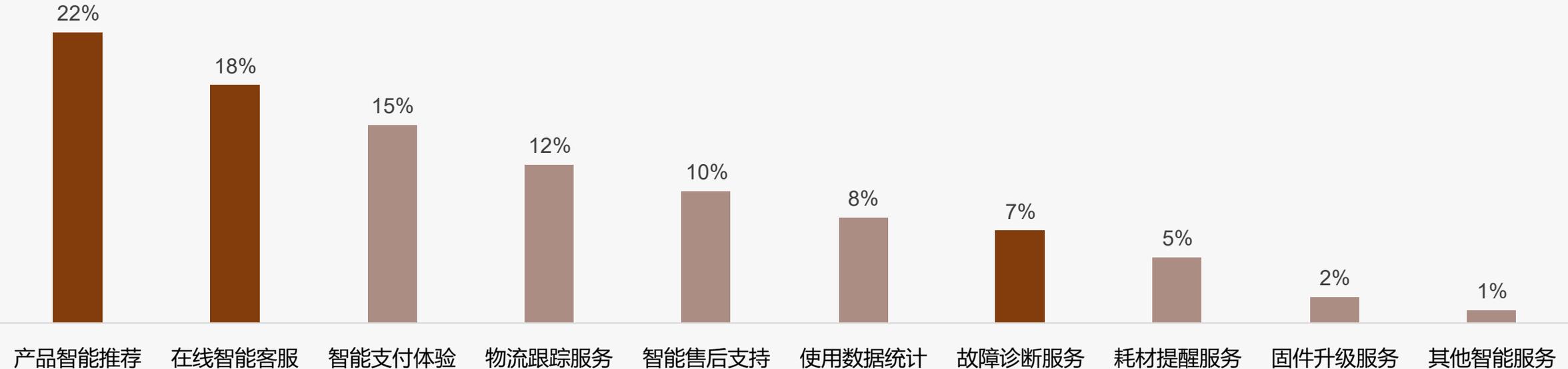


样本：热敏打印机行业市场调研样本量N=1439，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

智能服务需求集中购物环节

- ◆智能服务体验中，产品智能推荐(22%)、在线智能客服(18%)和智能支付体验(15%)占比最高，合计超过半数，显示消费者对购物环节智能化需求强烈。
- ◆物流跟踪(12%)、智能售后(10%)等提升体验的服务占比中等，而维护类服务如故障诊断(7%)、固件升级(2%)等关注度较低。

2025年中国热敏打印机智能服务体验分布



样本：热敏打印机行业市场调研样本量N=1439，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