



2014 年 07 月 内裤 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

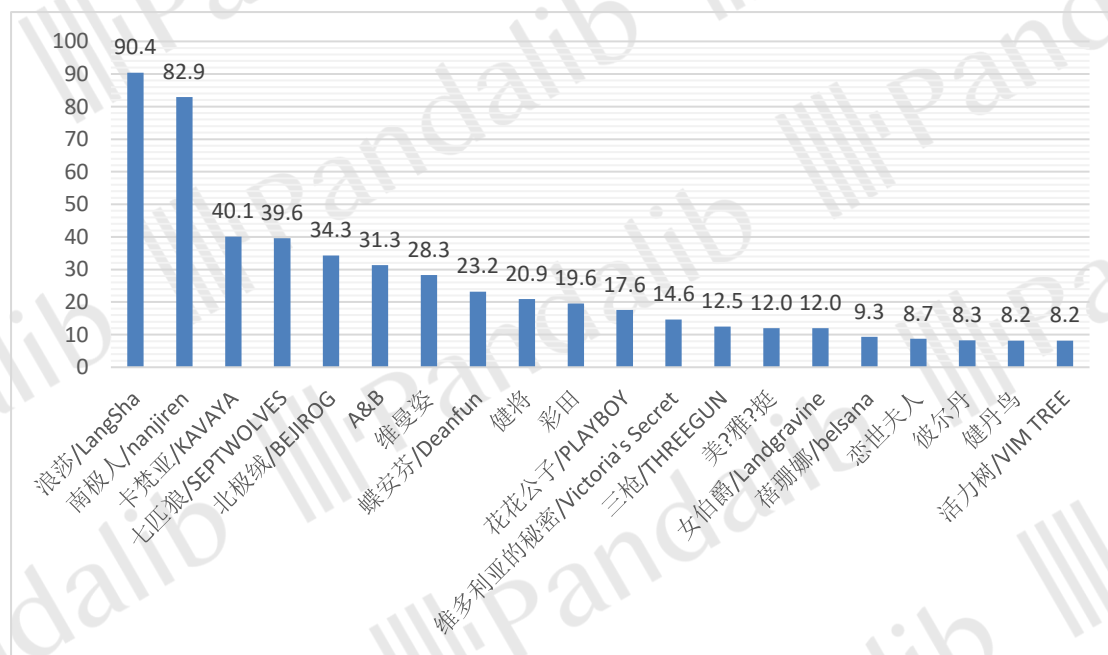
目录

一、市场概况.....	3
二、趋势分析.....	6
市场规模变化趋势.....	6
品牌变化趋势.....	7
渠道变化趋势.....	8
价格区间变化趋势.....	9
三、品牌分析.....	11
品牌销售排名.....	11
品牌渠道分布.....	13
品牌价格区间分布.....	14
品牌评论得分.....	17
品牌地区分布.....	17
品牌性别分布.....	17
四、渠道分析.....	18
电商渠道分布.....	18
渠道自营开放结构.....	19
渠道品牌分布.....	20
渠道价格区间分布.....	22
天猫店铺排行.....	23
淘宝店铺排行.....	24
五、价格分析.....	24
价格区间结构.....	24
成交均价.....	25
单品均价.....	25
价格区间品牌分布.....	25
价格区间渠道分布.....	26
六、单品分析.....	28
天猫畅销单品.....	30
淘宝畅销单品.....	31
京东畅销单品.....	32

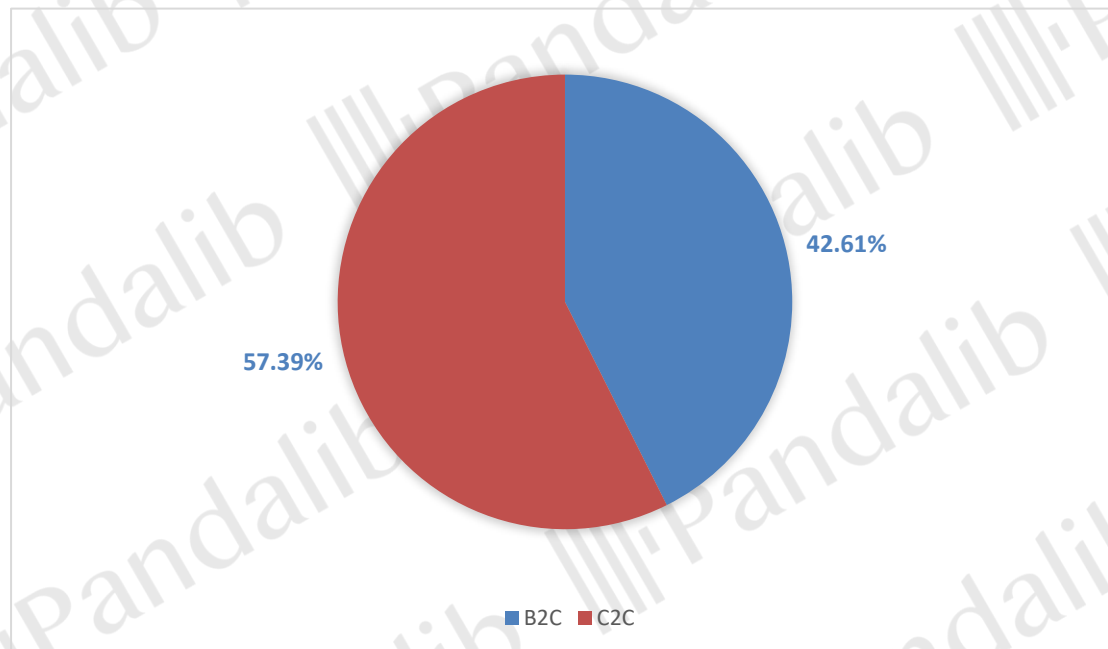
一、市场概况

2014 年 7 月，内裤在线上共销售 1833.2 万件，销售额为 37789.3 万元，成交均价为 20.6 元，销售额环比 2.3%。销售量排在前三位的品牌为：浪莎/LangSha、南极人/nanjiren、卡梵亚/KAVAYA，其中浪莎/LangSha 的销售量最高，达到了 90.4 万件；销售额排在前三位的品牌为：南极人/nanjiren、浪莎/LangSha、七匹狼/SEPTWOLVES，其中南极人/nanjiren 的销售额最高，达到了 2773.6 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 42.6%，C2C 的销售量占比为 57.4%；其中淘宝的销售量最高，占比为 57.4%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 38.8%；华东地区的消费者占比最高，达到 47.1%，其次为华北地区和华中地区。

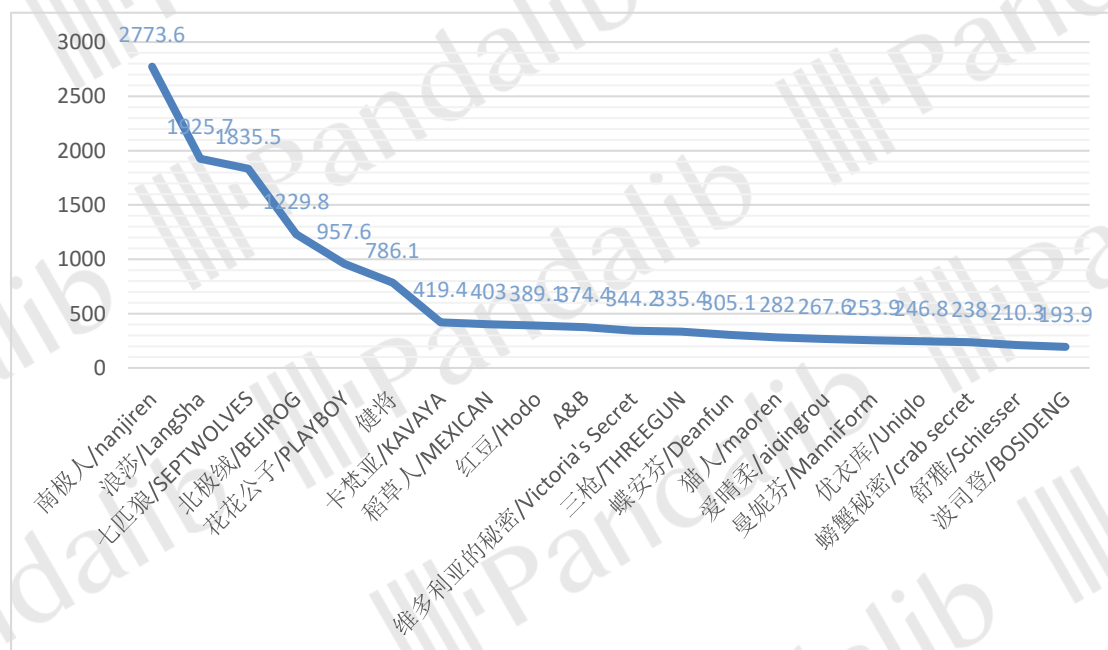
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



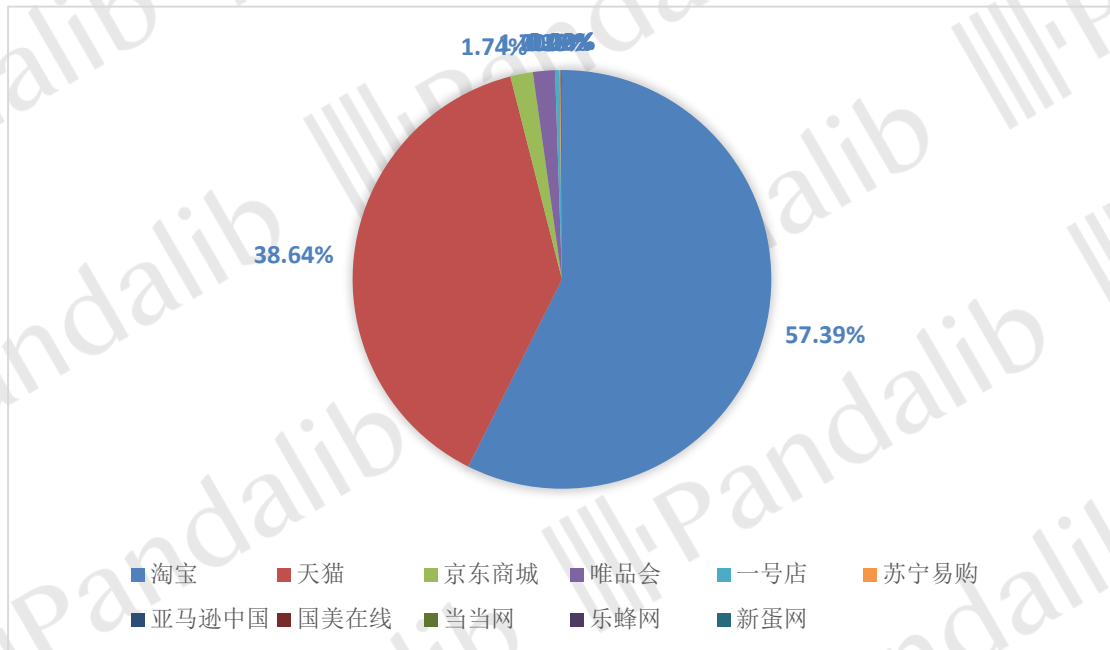
网络零售平台类型销售量占比



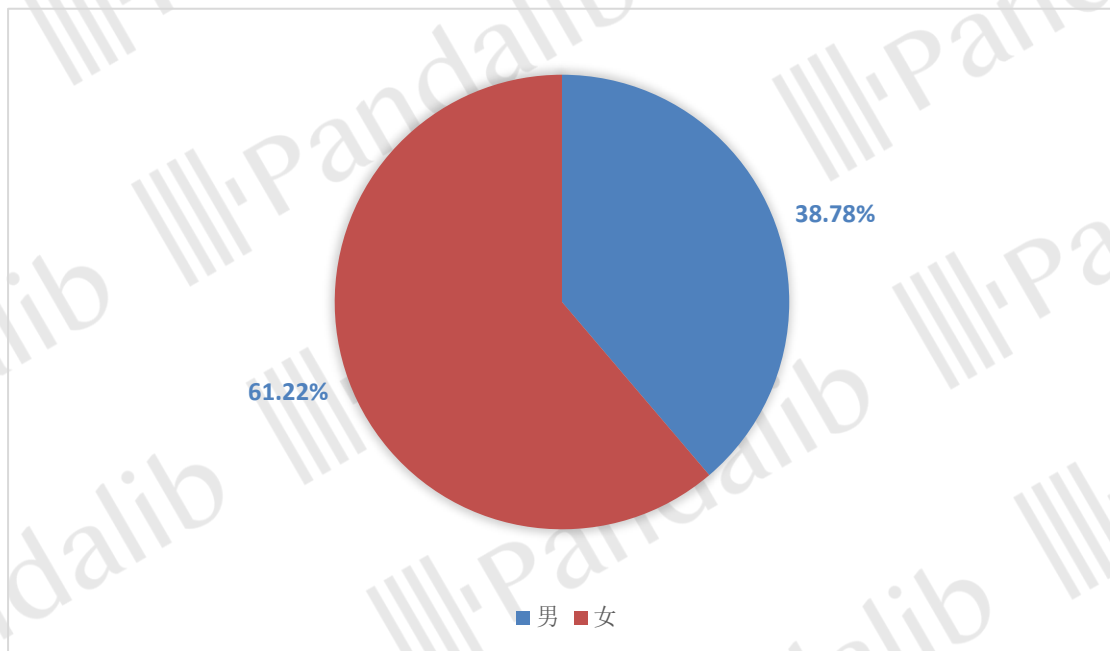
网络零售销售额排名 TOP20 品牌（万元）



网络零售渠道销售量占比



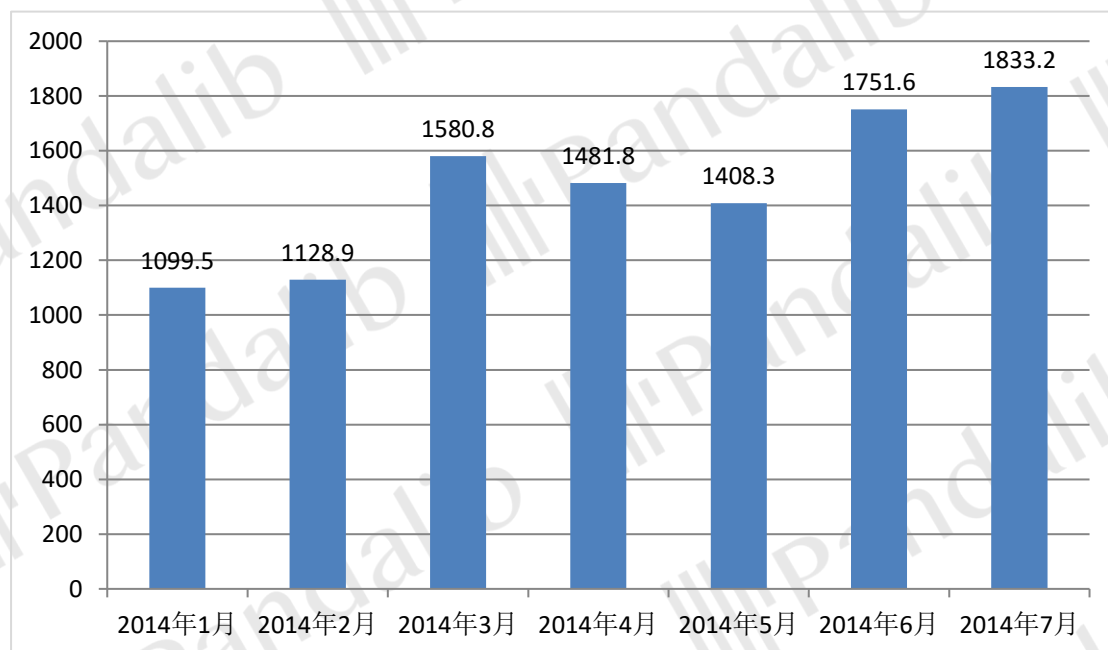
网络零售消费者性别分布



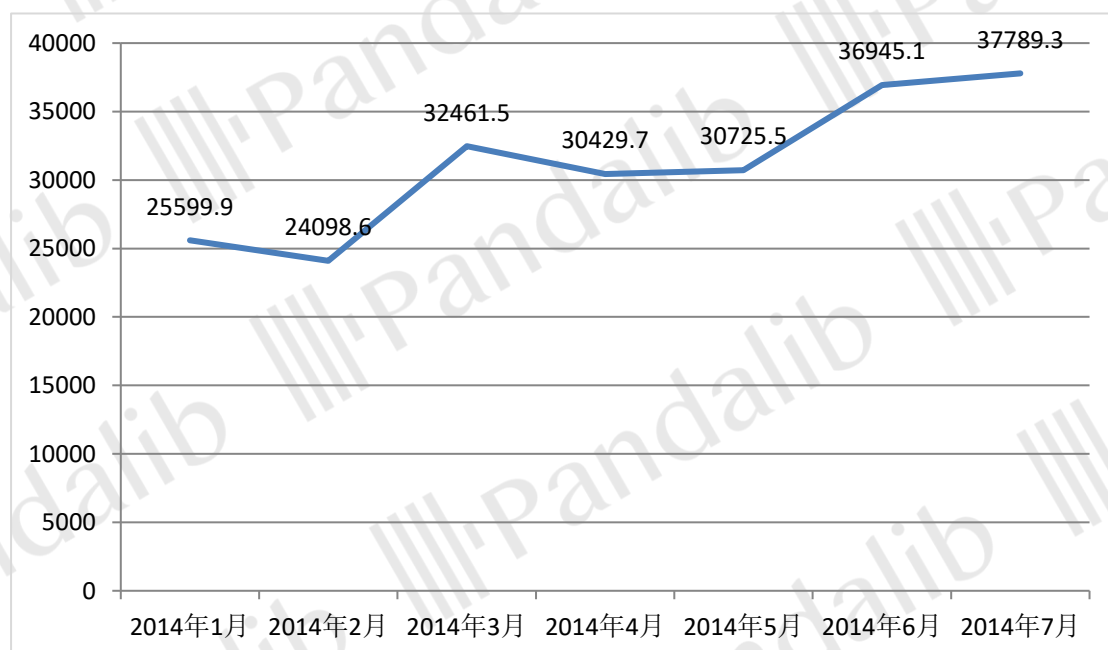
二、趋势分析

市场规模变化趋势

网络零售销售量变化趋势（万件）



网络零售销售额变化趋势（万元）



月份	销售量（万件）	销售额（万元）	成交均价（元）
2014 年 7 月	1833.2	37789.3	20.6
2014 年 6 月	1751.6	36945.1	21.1
2014 年 5 月	1408.3	30725.5	21.8
2014 年 4 月	1481.8	30429.7	20.5
2014 年 3 月	1580.8	32461.5	20.5
2014 年 2 月	1128.9	24098.6	21.3
2014 年 1 月	1099.5	25599.9	23.3

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！