



2016 年 11 月 沐浴 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

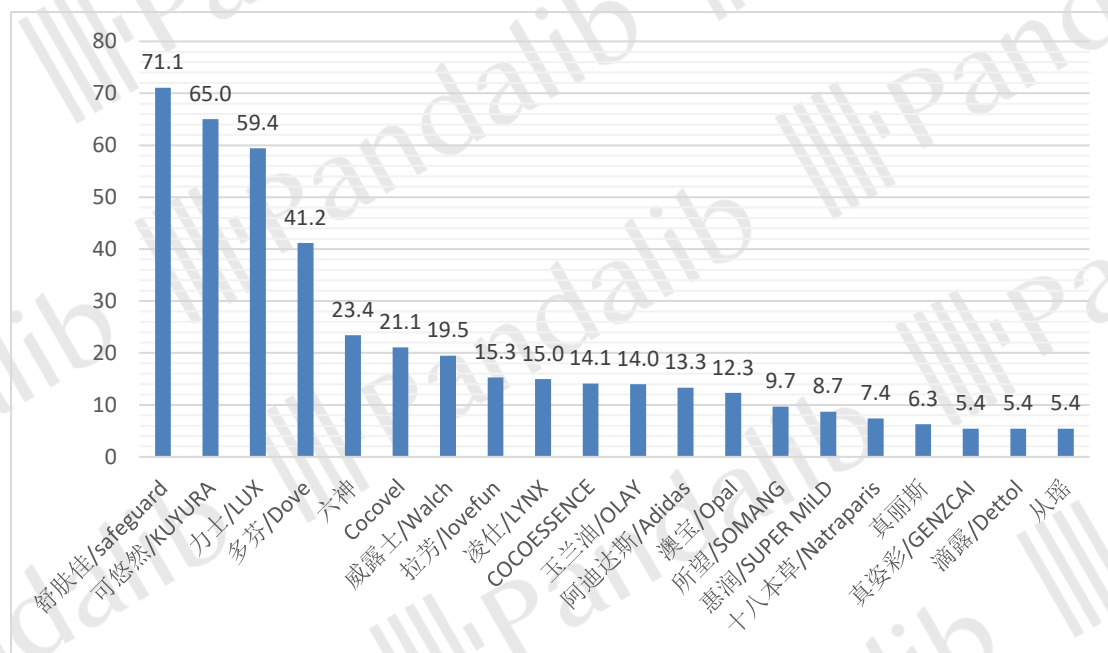
目录

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

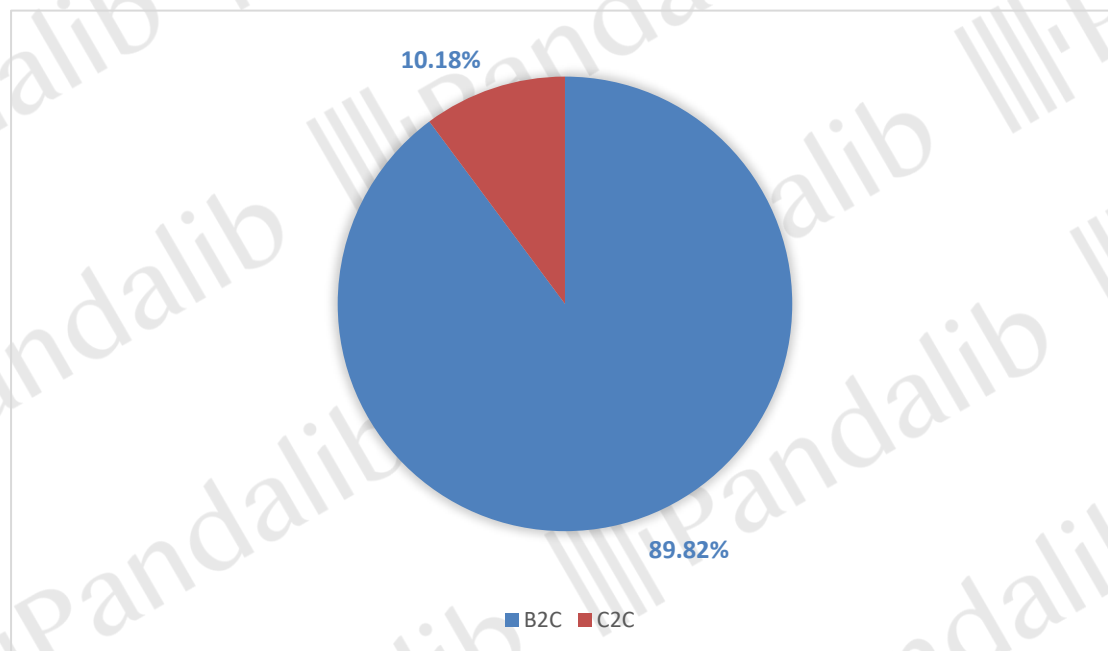
一、市场概况

2016 年 11 月，沐浴在线上共销售 674.9 万件，销售额为 28180.0 万元，成交均价为 41.8 元，销售额环比 62.4%。销售量排在前三位的品牌为：舒肤佳/safeguard、可悠然/KUYURA、力士/LUX，其中舒肤佳/safeguard 的销售量最高，达到了 71.1 万件；销售额排在前三位的品牌为：可悠然/KUYURA、舒肤佳/safeguard、力士/LUX，其中可悠然/KUYURA 的销售额最高，达到了 4413.5 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 89.8%，C2C 的销售量占比为 10.2%；其中天猫的销售量最高，占比为 56.4%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 38.9%；华东地区的消费者占比最高，达到 42.6%，其次为华北地区和华东地区。

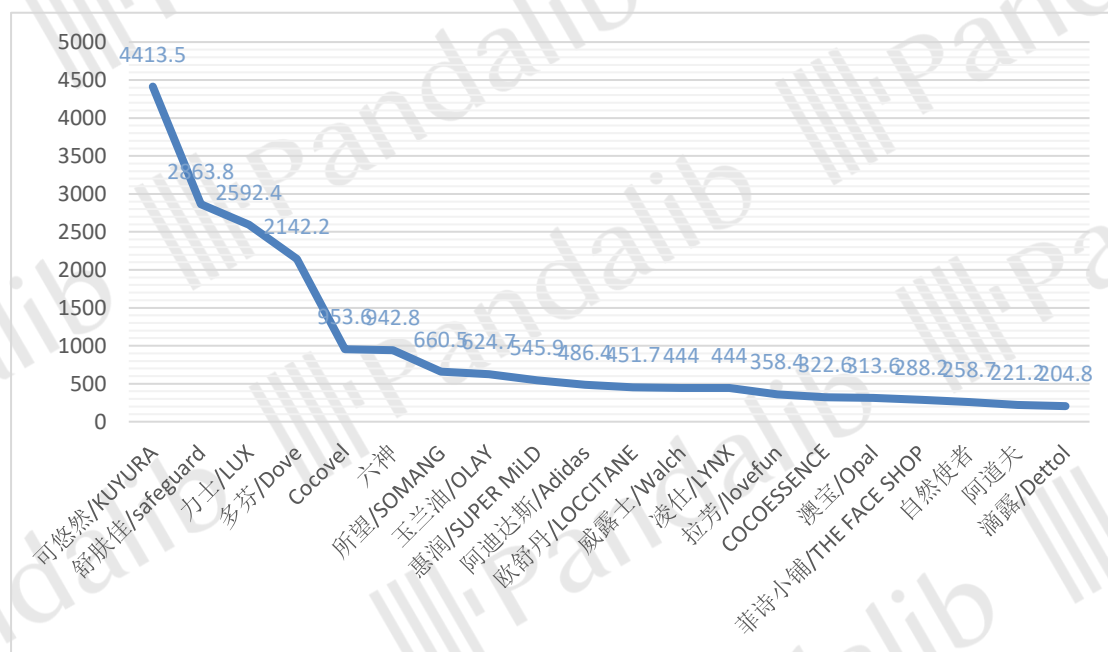
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



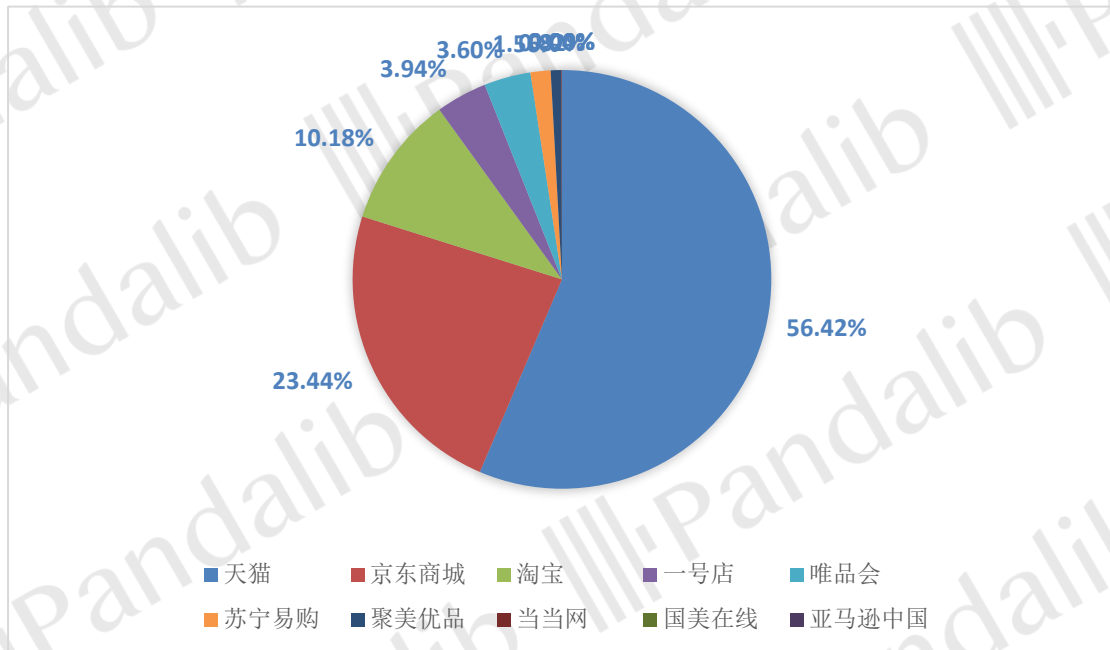
网络零售平台类型销售量占比



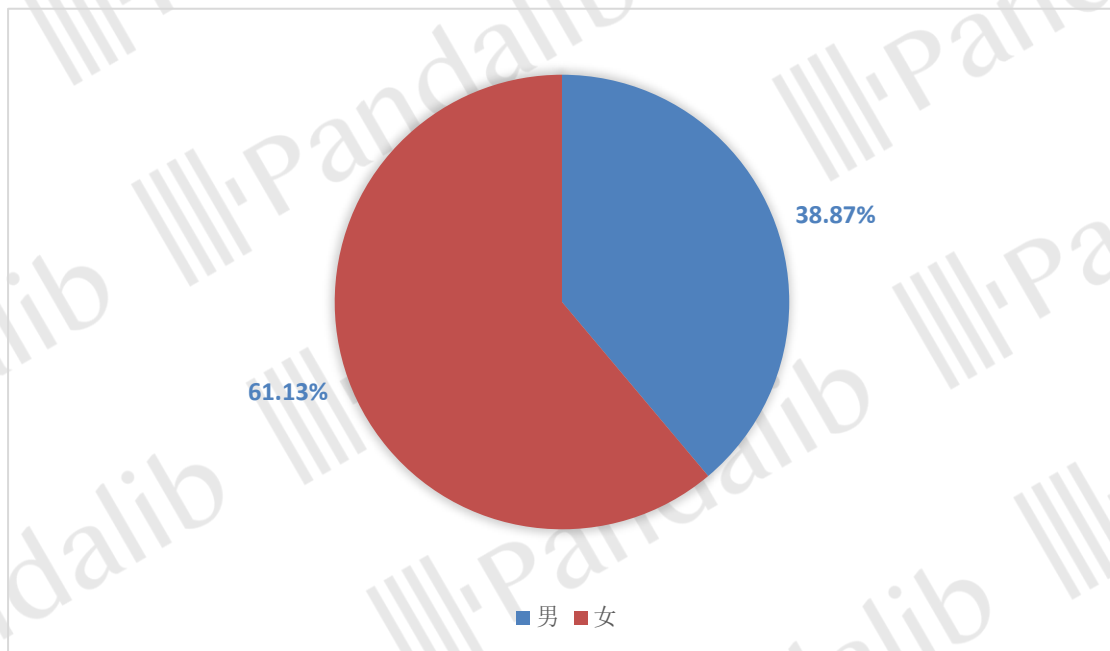
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



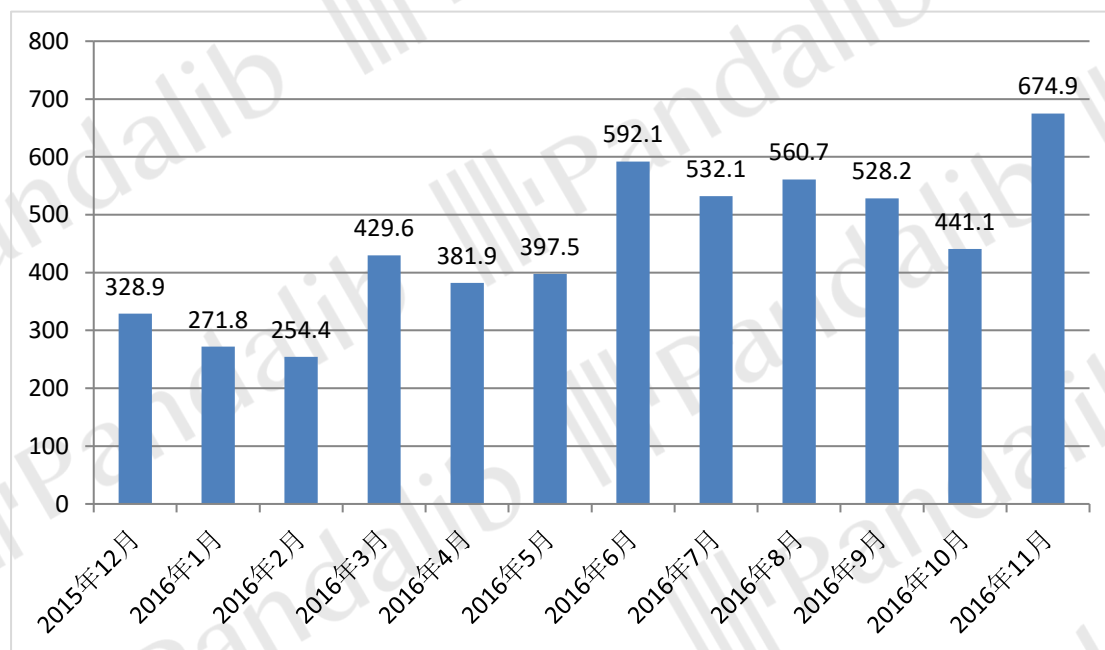
网络零售消费者性别分布



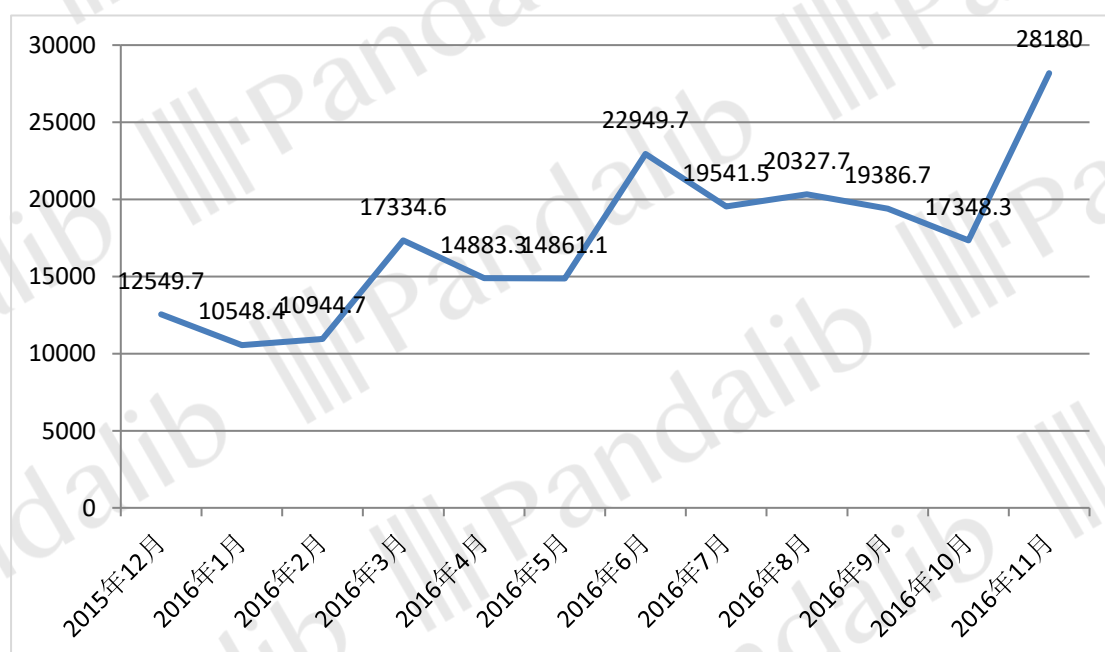
二、趋势分析

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）
2016 年 11 月	674.9	28180	41.8
2016 年 10 月	441.1	17348.3	39.3
2016 年 9 月	528.2	19386.7	36.7
2016 年 8 月	560.7	20327.7	36.3
2016 年 7 月	532.1	19541.5	36.7
2016 年 6 月	592.1	22949.7	38.8
2016 年 5 月	397.5	14861.1	37.4
2016 年 4 月	381.9	14883.3	39
2016 年 3 月	429.6	17334.6	40.3
2016 年 2 月	254.4	10944.7	43
2016 年 1 月	271.8	10548.4	38.8
2015 年 12 月	328.9	12549.7	38.2

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！