



2015 年 03 月 宝宝洗浴 (沐浴露)

电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

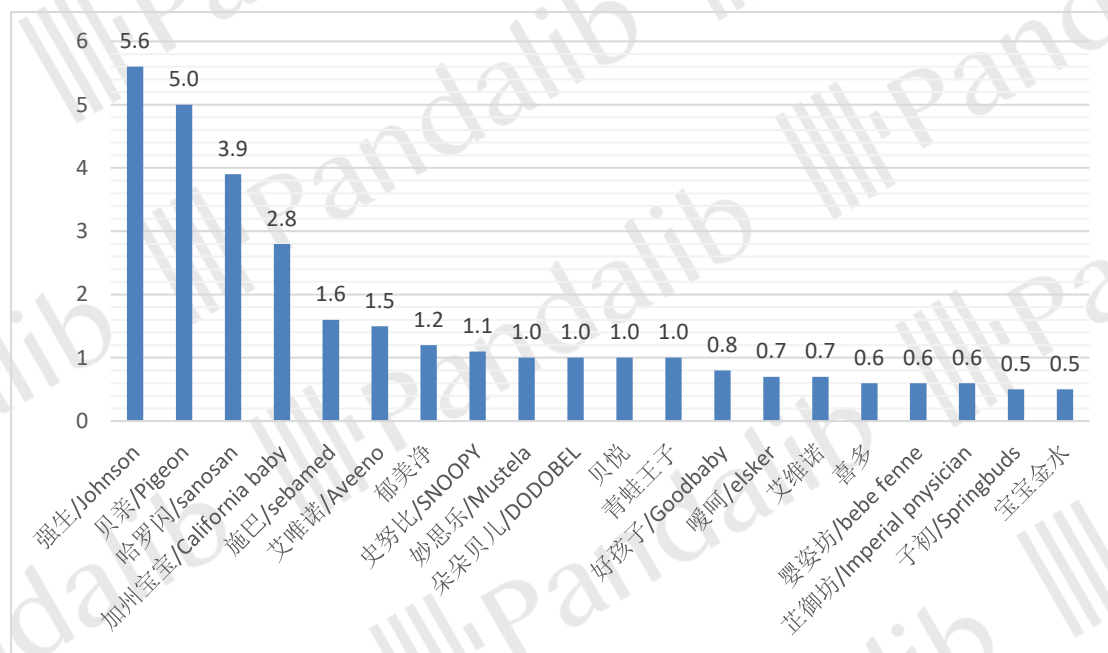
目录

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

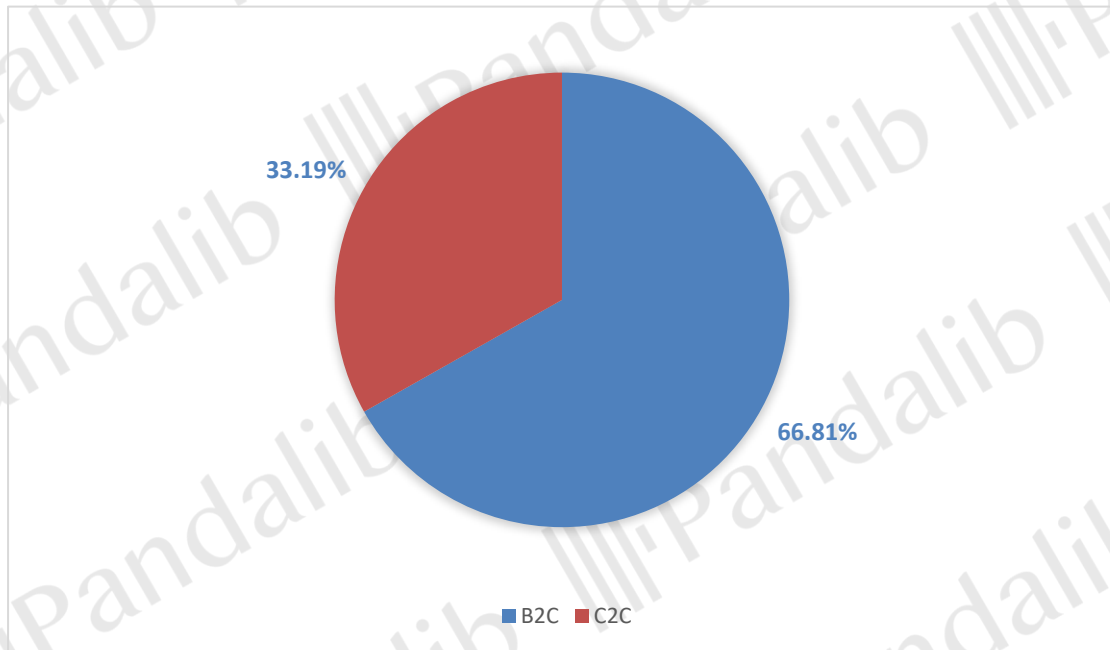
一、市场概况

2015 年 3 月，宝宝洗浴(沐浴露)在线上共销售 45.1 万件，销售额为 2671.3 万元，成交均价为 59.2 元，销售额环比 123.6%。销售量排在前三位的品牌为：强生/Johnson、贝亲/Pigeon、哈罗闪/sanosan，其中强生/Johnson 的销售量最高，达到了 5.6 万件；销售额排在前三位的品牌为：哈罗闪/sanosan、加州宝宝/California baby、贝亲/Pigeon，其中哈罗闪/sanosan 的销售额最高，达到了 398.4 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 66.8%，C2C 的销售量占比为 33.2%；其中天猫的销售量最高，占比为 41.4%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 44.9%；华东地区的消费者占比最高，达到 44.9%，其次为华南地区和华东地区。

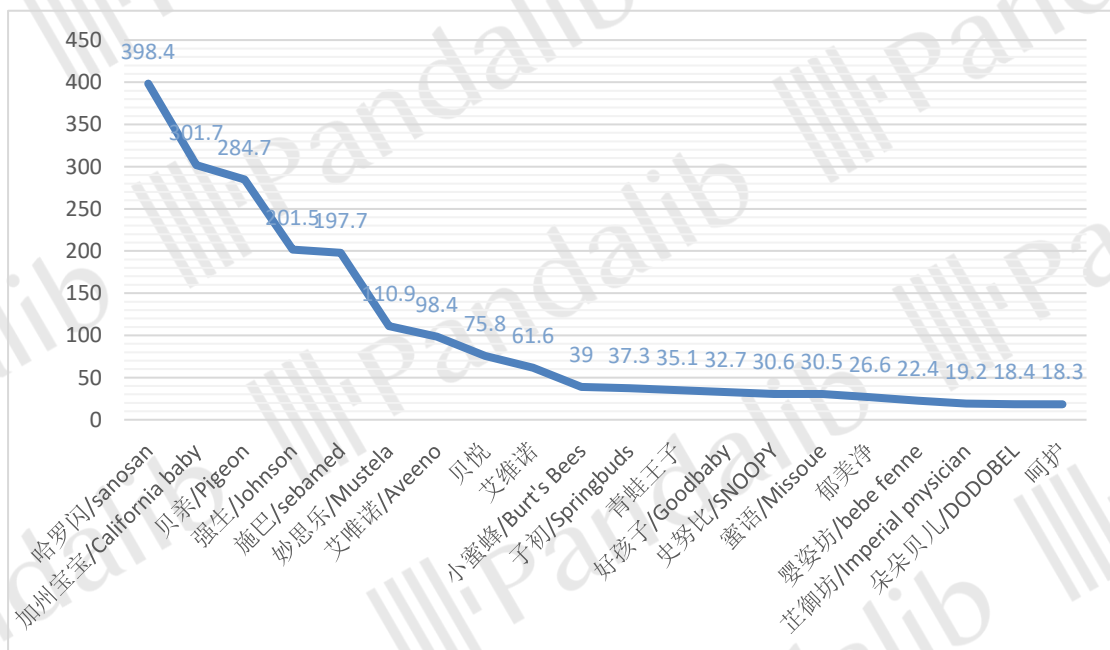
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



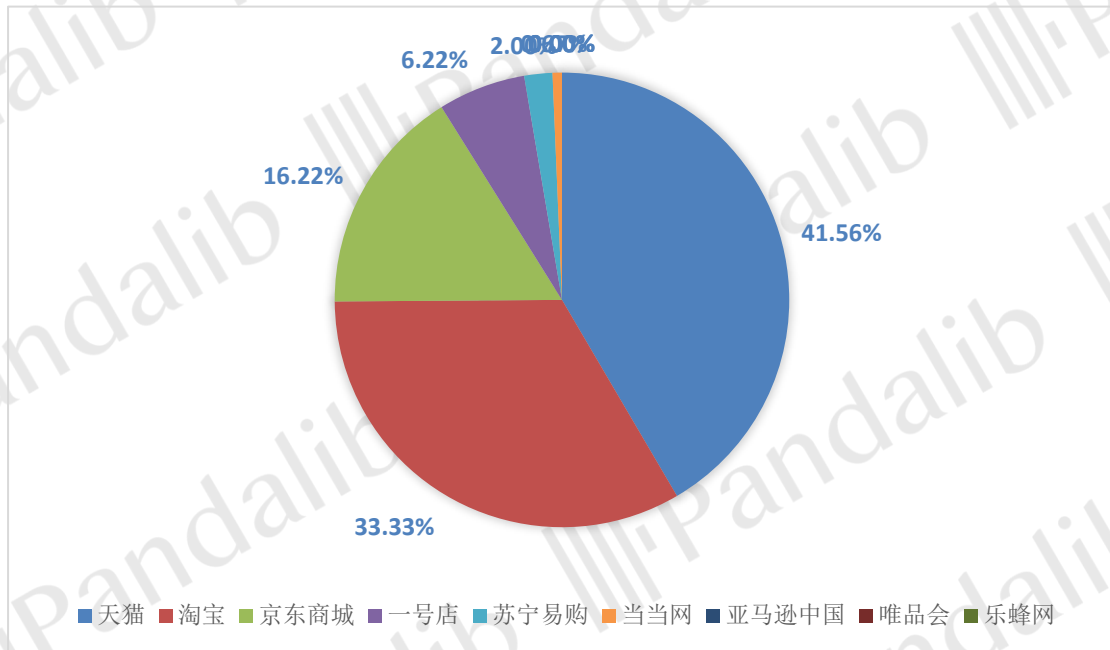
网络零售平台类型销售量占比



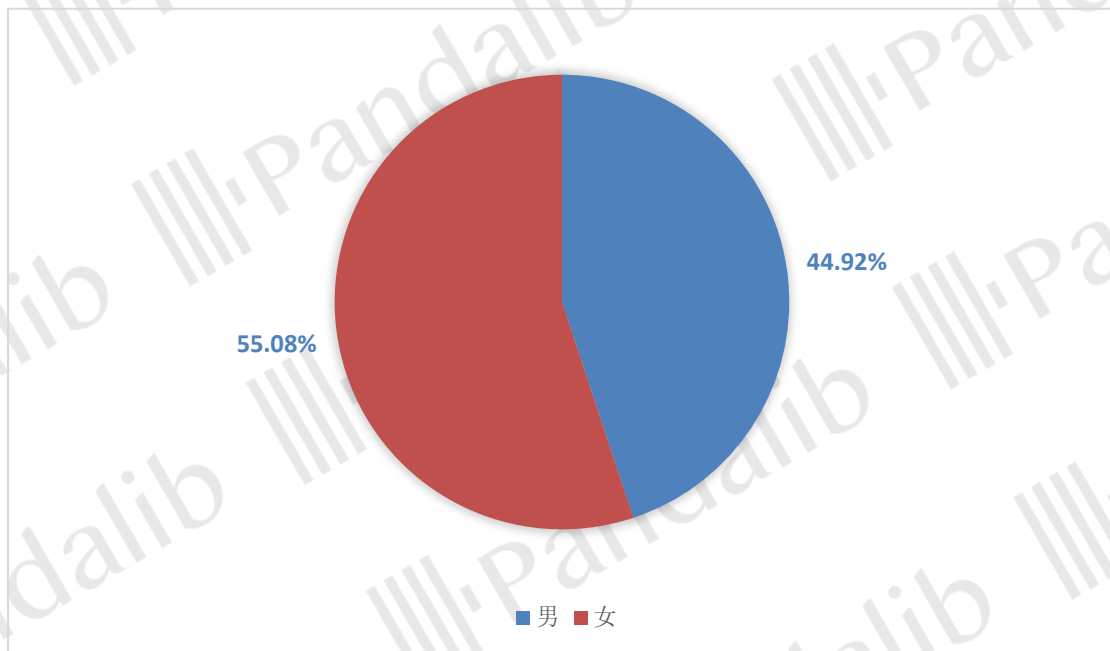
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



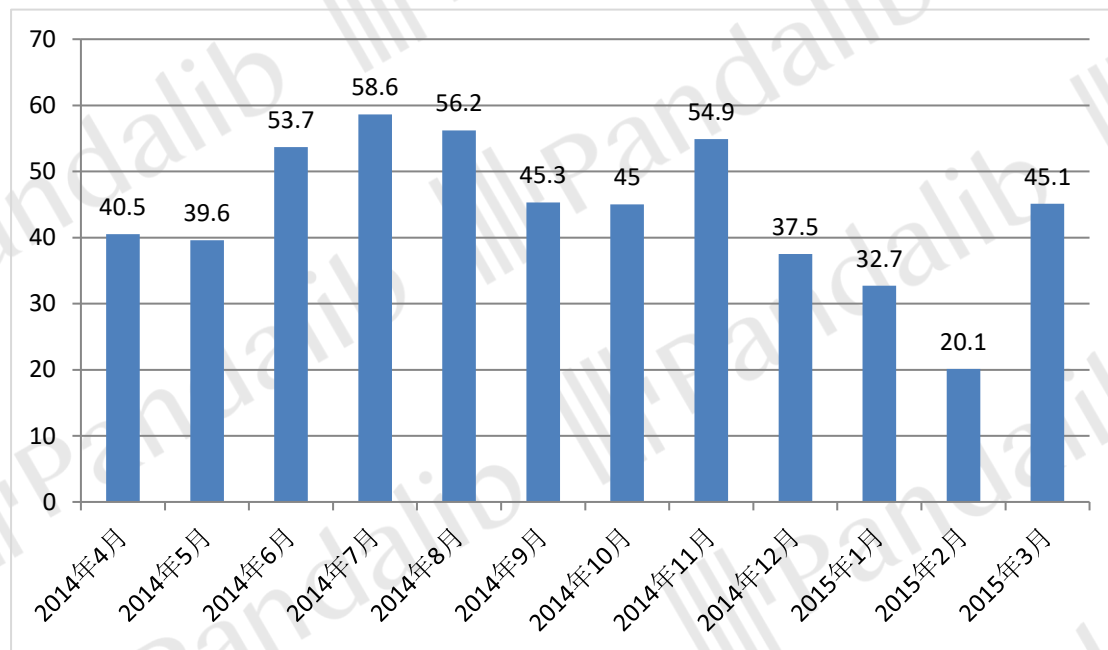
网络零售消费者性别分布



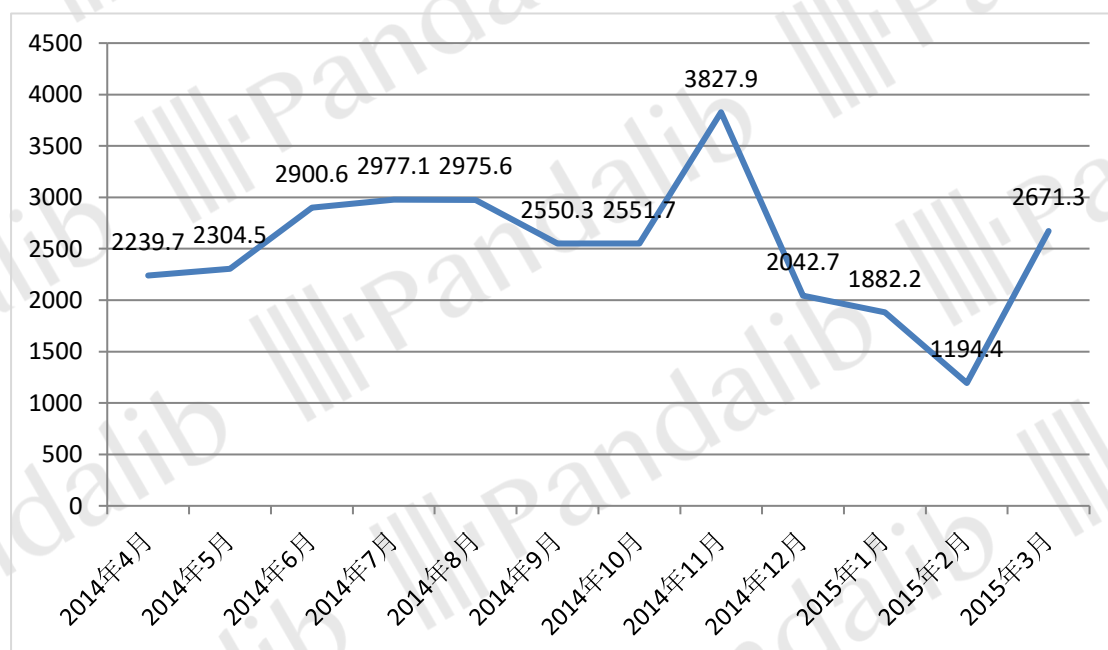
二、趋势分析

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）
2015 年 3 月	45.1	2671.3	59.2
2015 年 2 月	20.1	1194.4	59.4
2015 年 1 月	32.7	1882.2	57.6
2014 年 12 月	37.5	2042.7	54.5
2014 年 11 月	54.9	3827.9	69.7
2014 年 10 月	45	2551.7	56.7
2014 年 9 月	45.3	2550.3	56.3
2014 年 8 月	56.2	2975.6	52.9
2014 年 7 月	58.6	2977.1	50.8
2014 年 6 月	53.7	2900.6	54
2014 年 5 月	39.6	2304.5	58.2
2014 年 4 月	40.5	2239.7	55.3

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**