



2017 年 03 月 沐浴套装 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

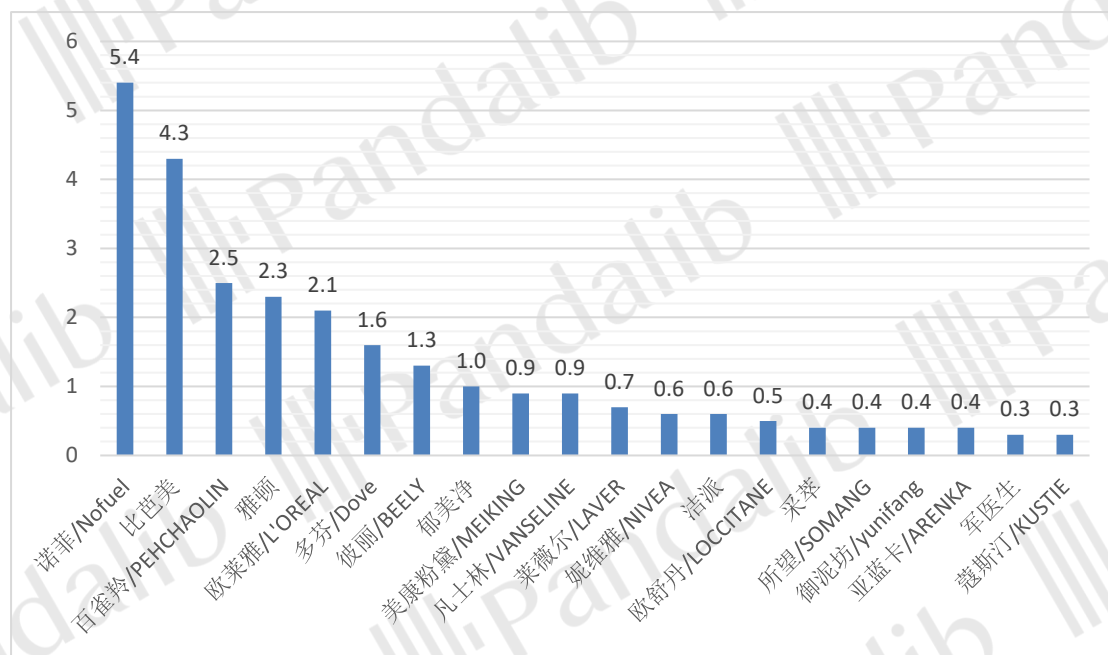
目录

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

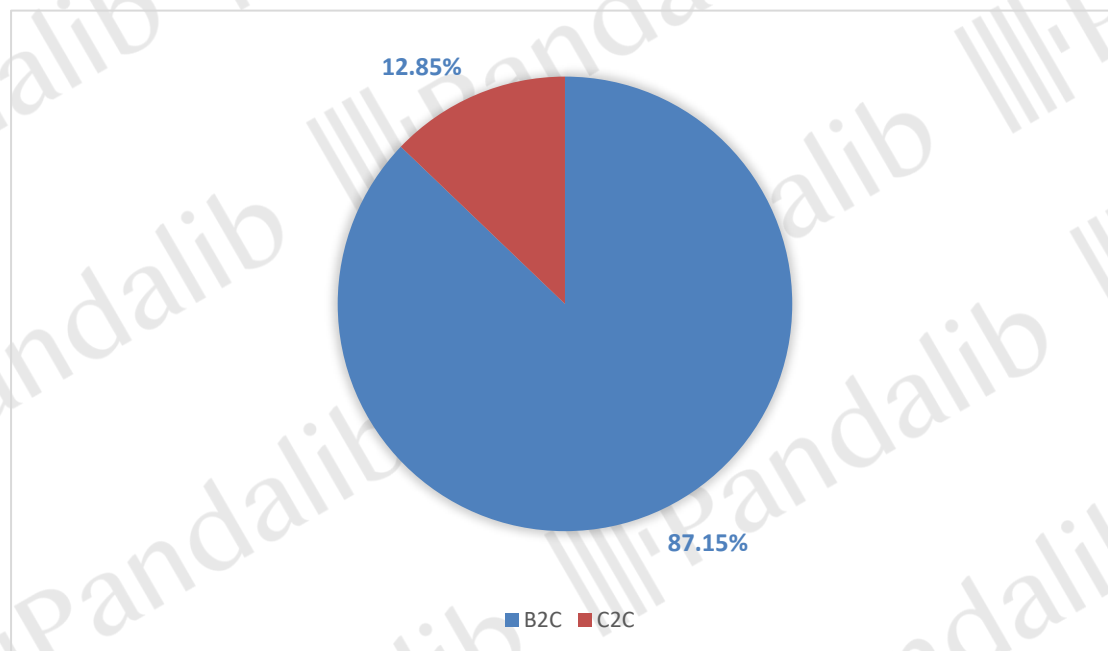
一、市场概况

2017 年 3 月，沐浴套装在线上共销售 39.7 万件，销售额为 2828.7 万元，成交均价为 71.3 元，销售额环比 68.2%。销售量排在前三位的品牌为：诺菲/Nofuel、比芭美、百雀羚/PEHCHAOLIN，其中诺菲/Nofuel 的销售量最高，达到了 5.4 万件；销售额排在前三位的品牌为：欧莱雅/L'OREAL、诺菲/Nofuel、雅顿，其中欧莱雅/L'OREAL 的销售额最高，达到了 419.1 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 87.1%，C2C 的销售量占比为 12.9%；其中天猫的销售量最高，占比为 79.1%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 27.6%；华东地区的消费者占比最高，达到 44.3%，其次为华南地区和华东地区。

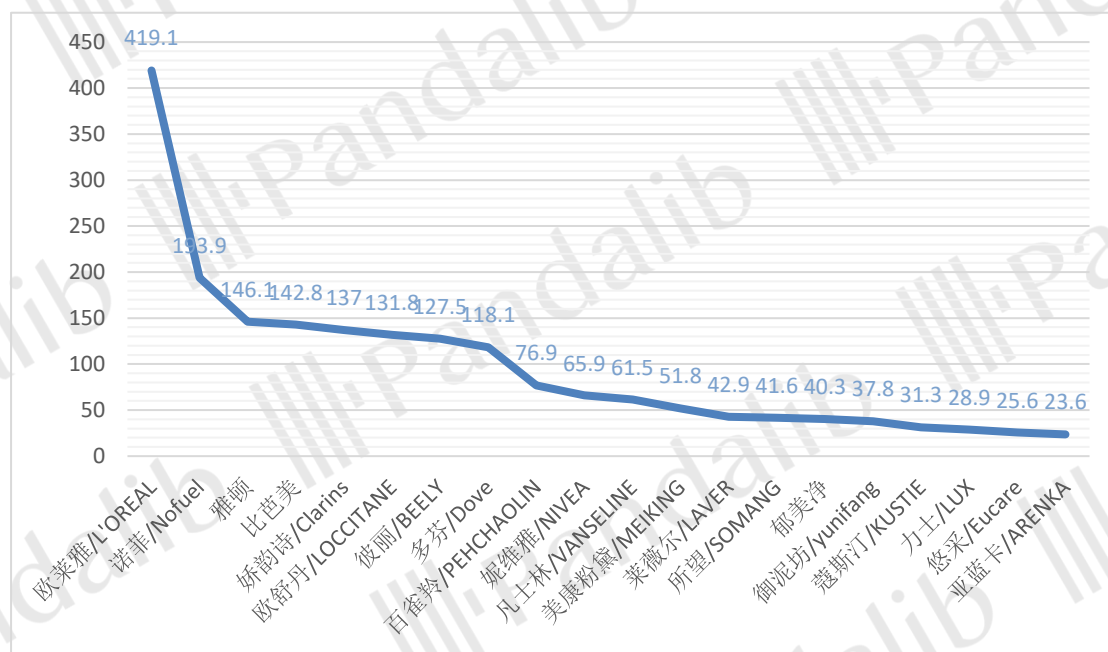
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



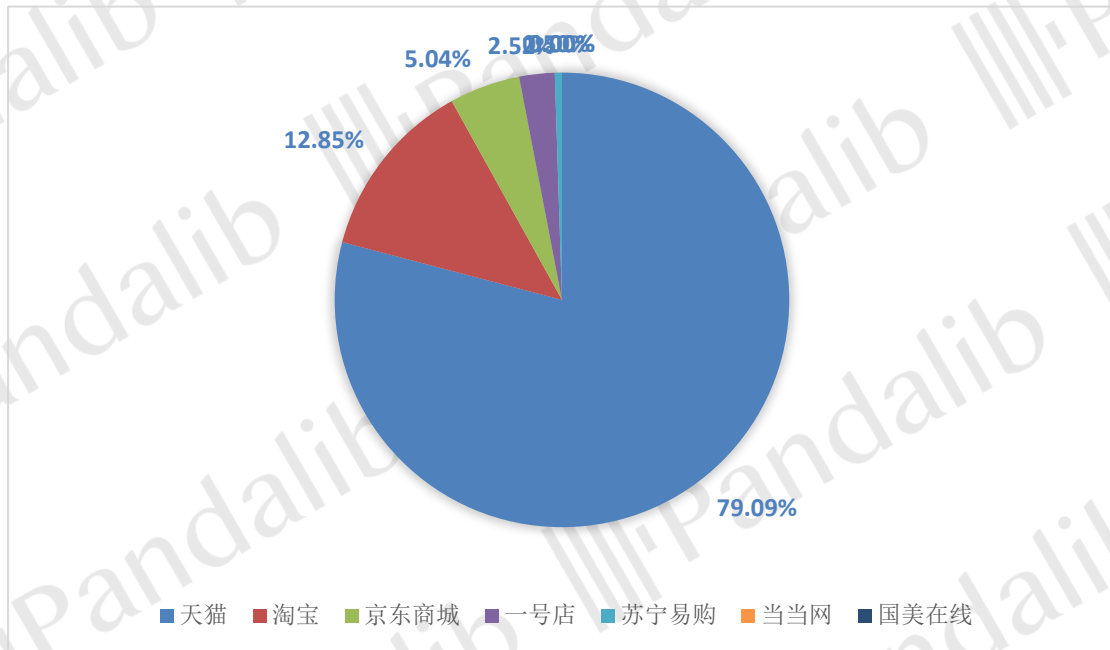
网络零售平台类型销售量占比



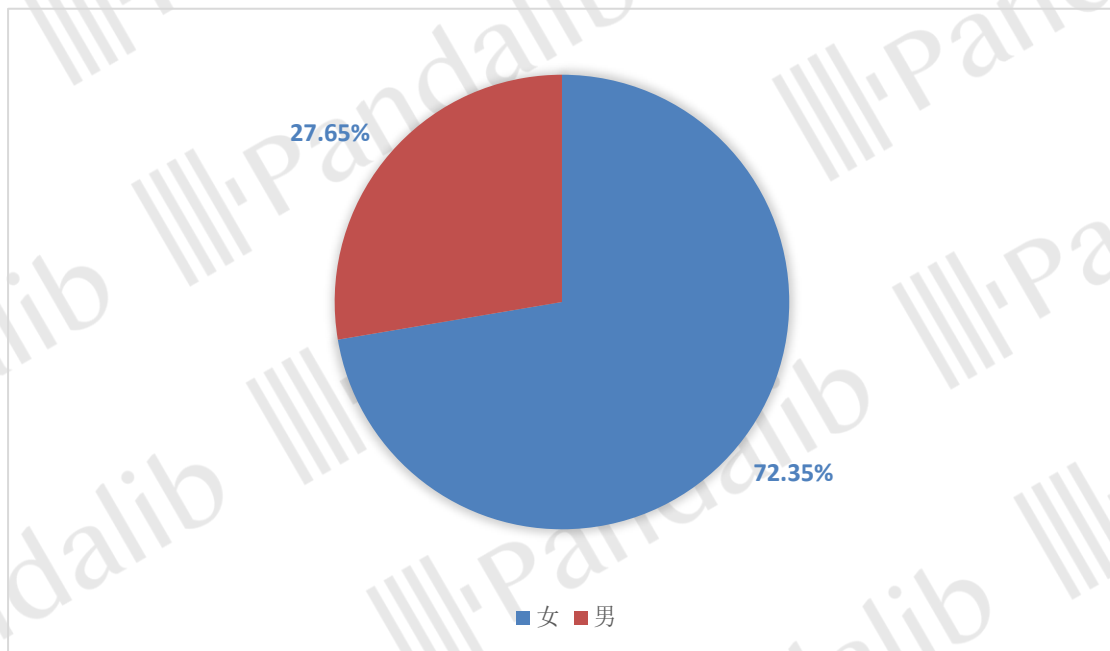
网络零售销售额排名 TOP20 品牌（万元）



网络零售渠道销售量占比



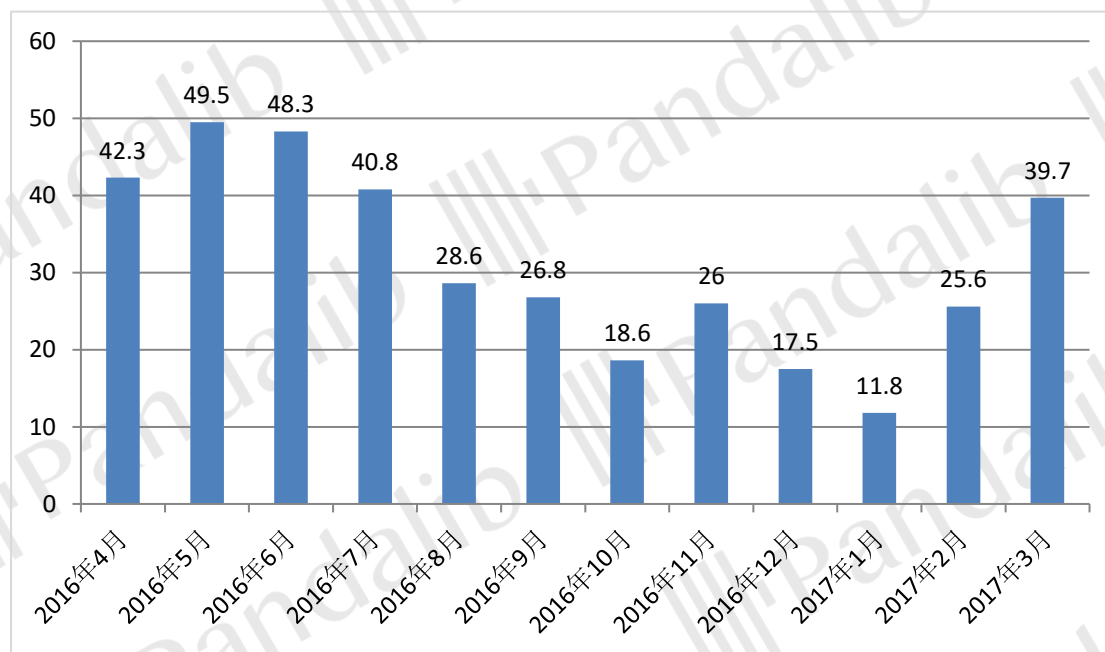
网络零售消费者性别分布



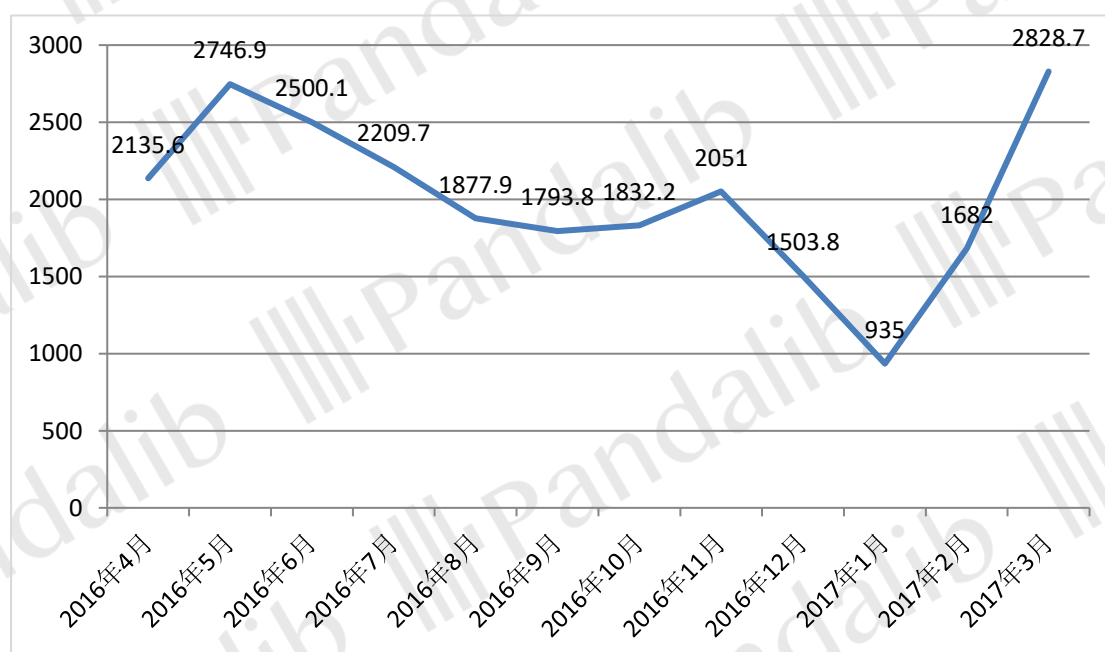
二、趋势分析

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）
2017 年 3 月	39.7	2828.7	71.3
2017 年 2 月	25.6	1682	65.8
2017 年 1 月	11.8	935	79.3
2016 年 12 月	17.5	1503.8	85.8
2016 年 11 月	26	2051	78.8
2016 年 10 月	18.6	1832.2	98.8
2016 年 9 月	26.8	1793.8	66.9
2016 年 8 月	28.6	1877.9	65.7
2016 年 7 月	40.8	2209.7	54.1
2016 年 6 月	48.3	2500.1	51.8
2016 年 5 月	49.5	2746.9	55.5
2016 年 4 月	42.3	2135.6	50.5

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**