



2014 年 12 月 爽肤水 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

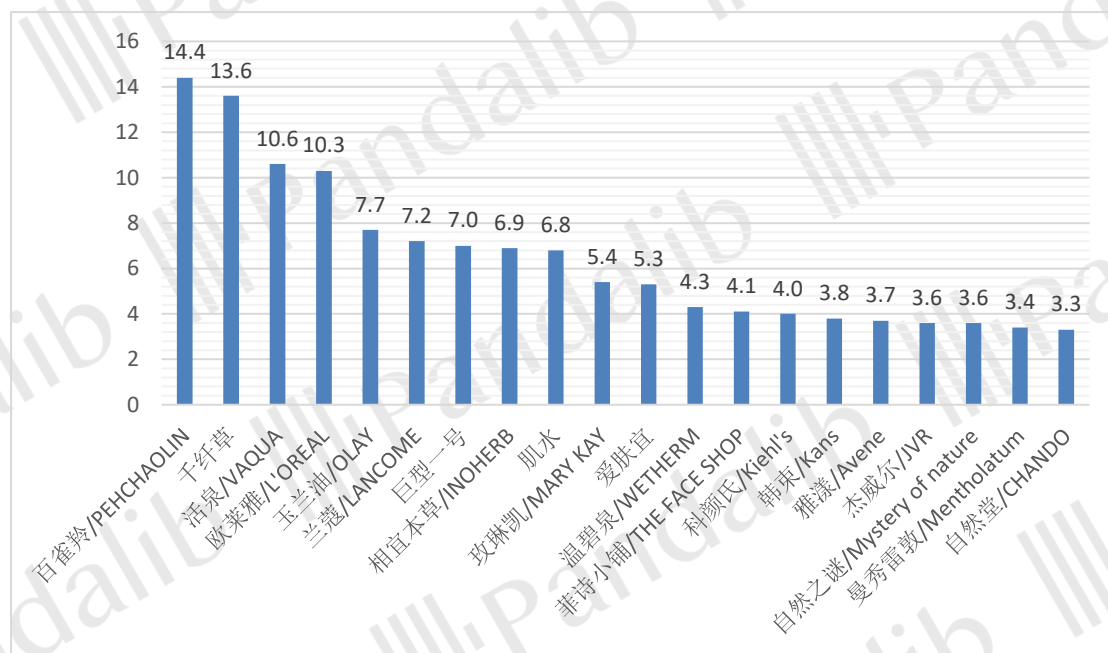
目录

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

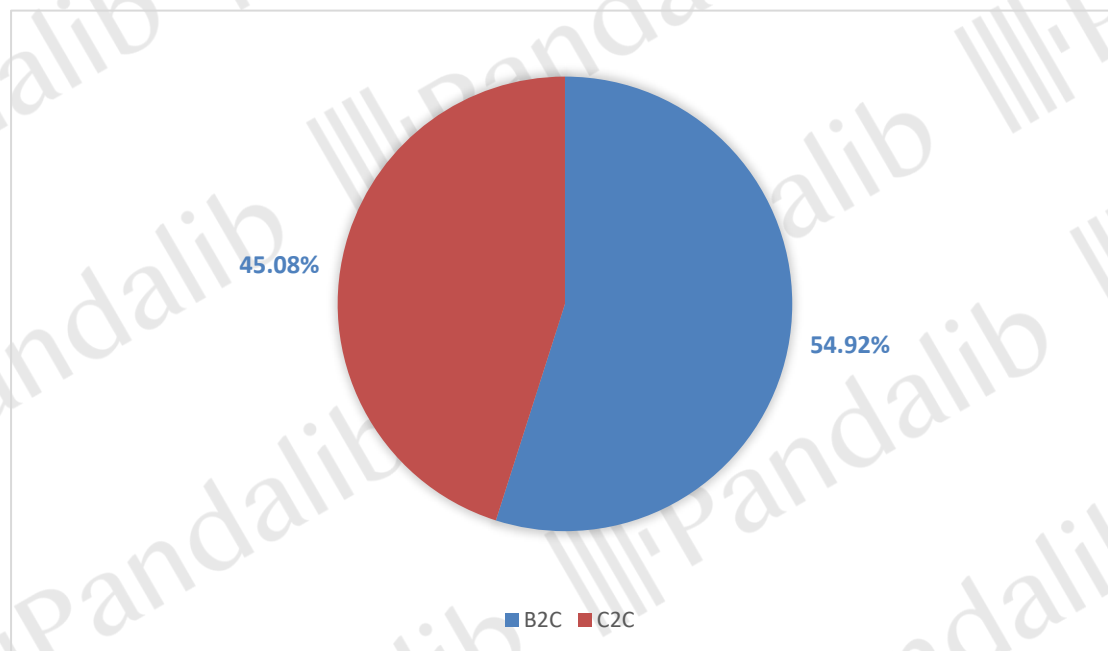
一、市场概况

2014 年 12 月，爽肤水在线上共销售 348.9 万件，销售额为 28891.4 万元，成交均价为 82.8 元，销售额环比-36.8%。销售量排在前三位的品牌为：百雀羚/PEHCHAOLIN、千纤草、活泉/VAQUA，其中百雀羚/PEHCHAOLIN 的销售量最高，达到了 14.4 万件；销售额排在前三位的品牌为：兰蔻/LANCOME、活泉/VAQUA、欧莱雅/L'OREAL，其中兰蔻/LANCOME 的销售额最高，达到了 1497.9 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 54.9%，C2C 的销售量占比为 45.1%；其中淘宝的销售量最高，占比为 45.1%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 24.0%；华东地区的消费者占比最高，达到 42.5%，其次为华南地区和华中地区。

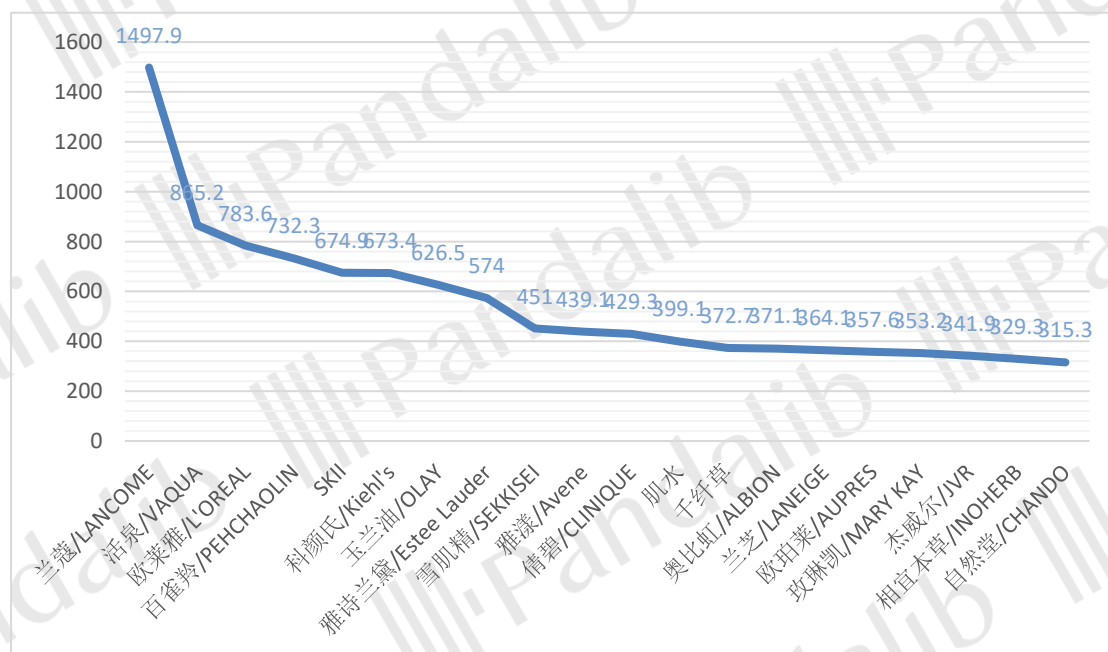
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



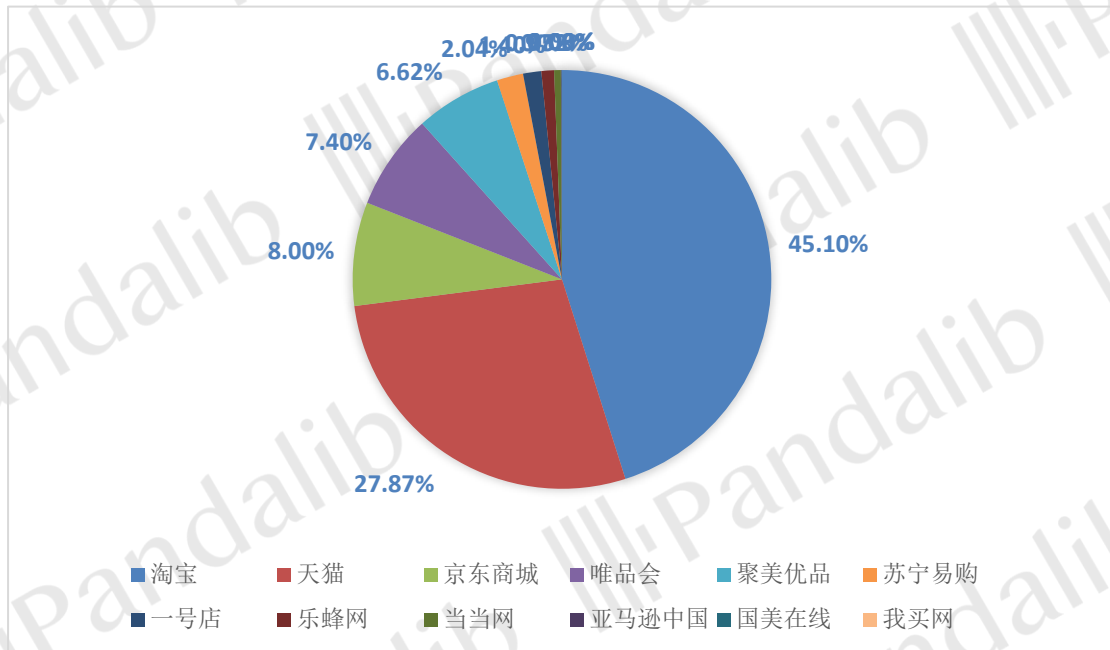
网络零售平台类型销售量占比



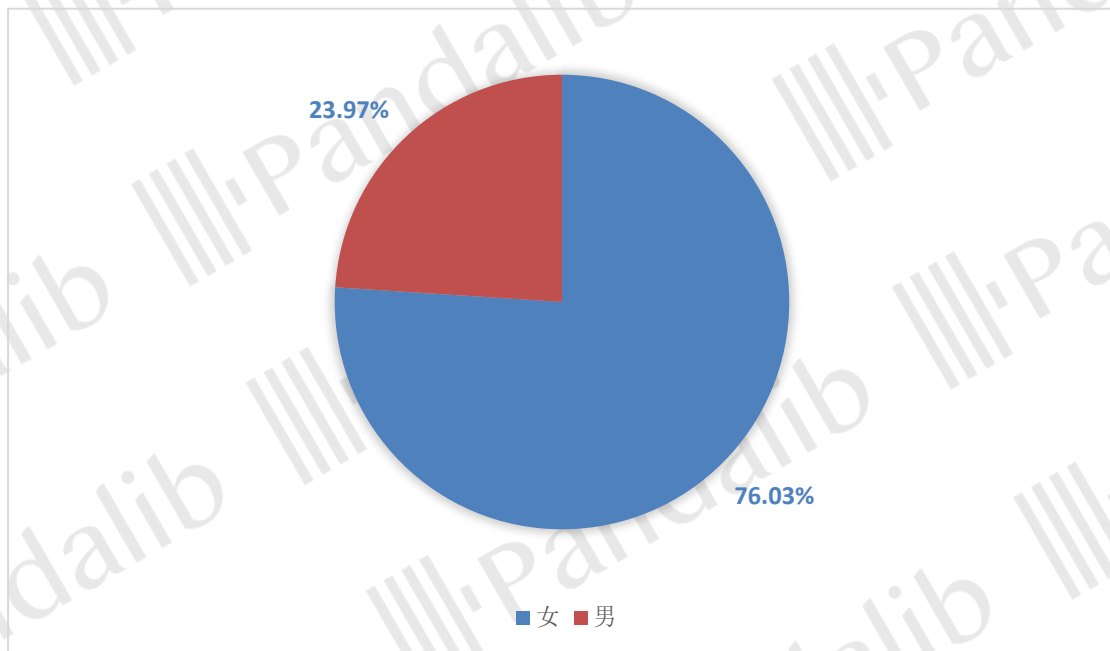
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



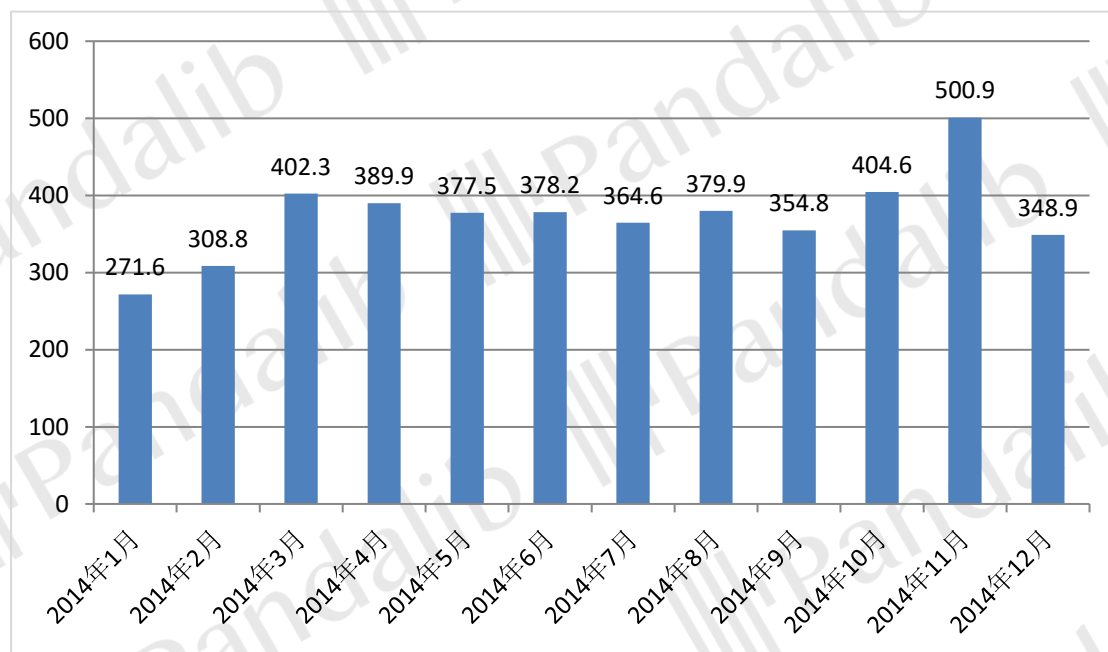
网络零售消费者性别分布



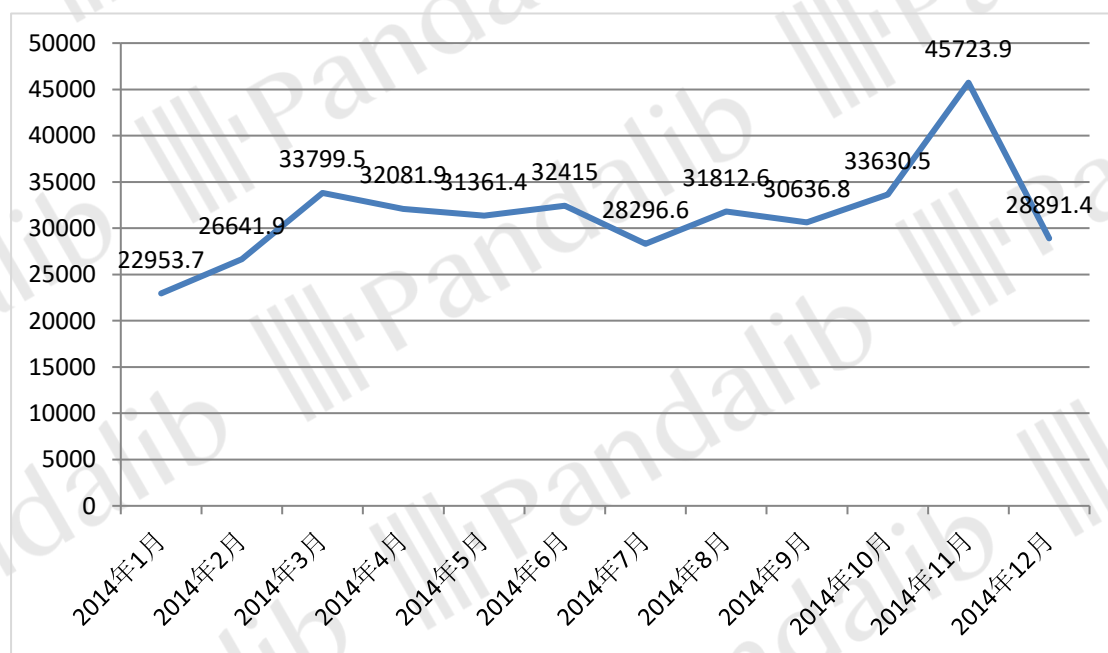
二、趋势分析

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 12 月	348.9	28891.4	82.8
2014 年 11 月	500.9	45723.9	91.3
2014 年 10 月	404.6	33630.5	83.1
2014 年 9 月	354.8	30636.8	86.4
2014 年 8 月	379.9	31812.6	83.7
2014 年 7 月	364.6	28296.6	77.6
2014 年 6 月	378.2	32415	85.7
2014 年 5 月	377.5	31361.4	83.1
2014 年 4 月	389.9	32081.9	82.3
2014 年 3 月	402.3	33799.5	84
2014 年 2 月	308.8	26641.9	86.3
2014 年 1 月	271.6	22953.7	84.5

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！