



Pandalib

2015 年 02 月 食用油 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

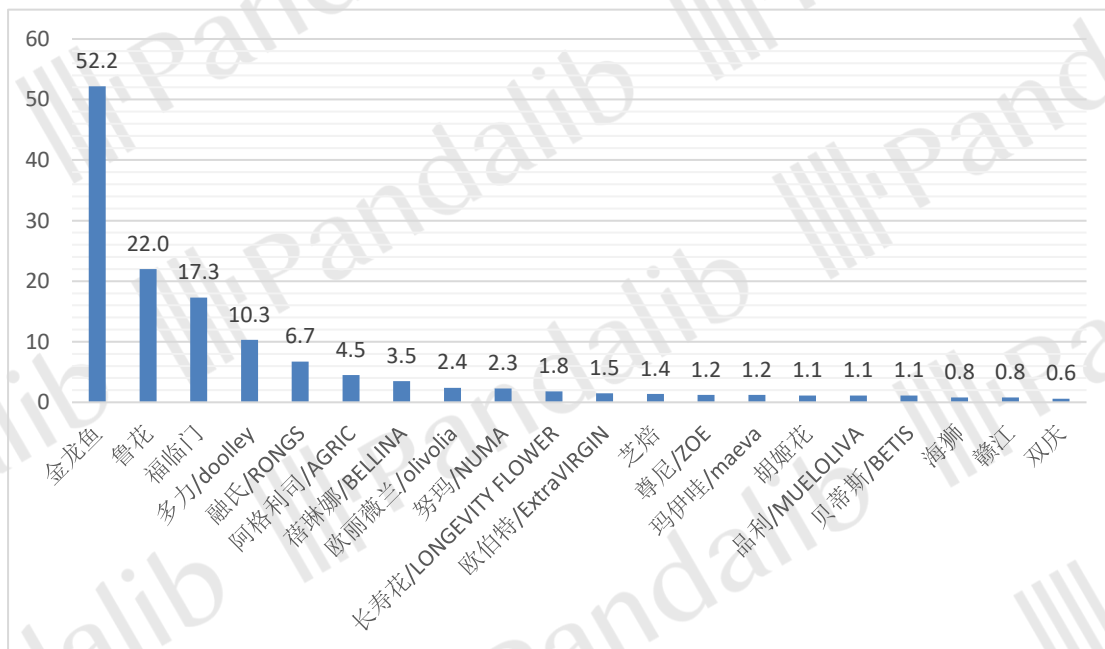
目录

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

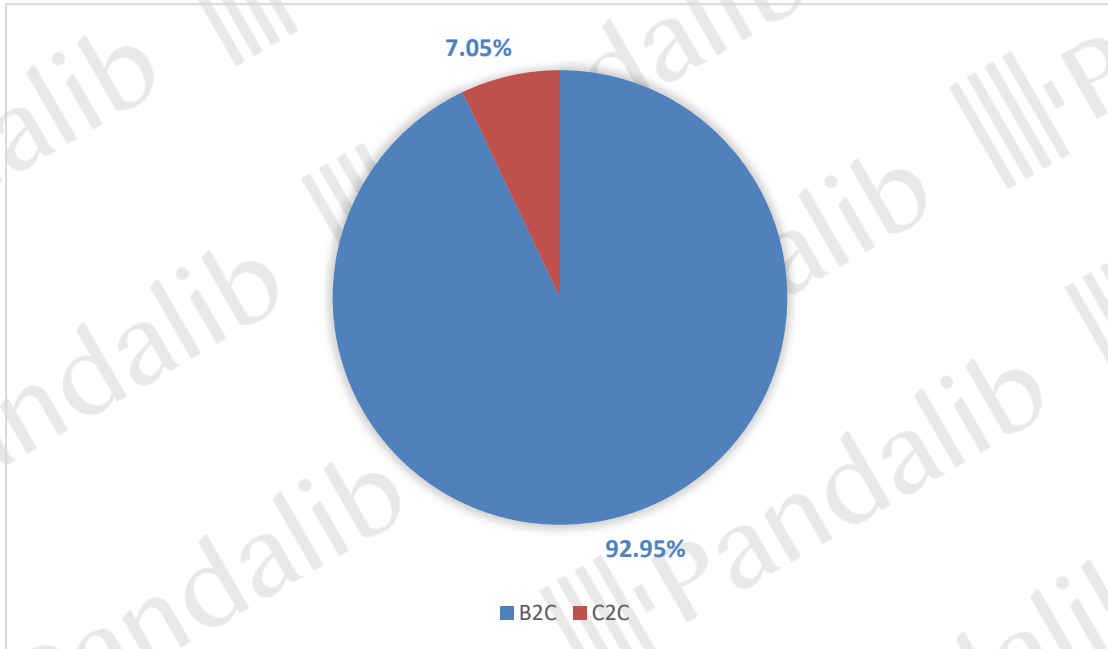
一、市场概况

2015年2月，食用油在线上共销售164.5万件，销售额为11630.9万元，成交均价为70.7元，销售额环比-12.7%。销售量排在前三位的品牌为：金龙鱼、鲁花、福临门，其中金龙鱼的销售量最高，达到了52.2万件；销售额排在前三位的品牌为：金龙鱼、鲁花、福临门，其中金龙鱼的销售额最高，达到了2599.1万元。在电商渠道方面，B2C的销售量占比为92.9%，C2C的销售量占比为7.1%；其中京东商城的销售量最高，占比为36.6%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为37.0%；华东地区的消费者占比最高，达到37.1%，其次为华南地区和东北地区。

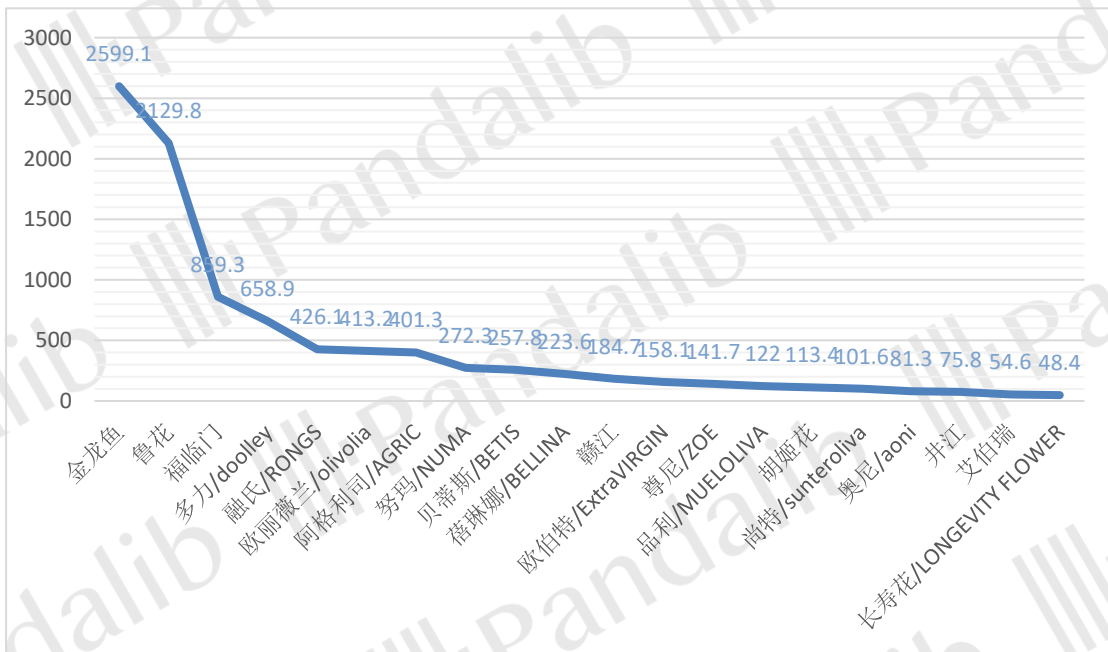
网络零售销售量排名TOP20品牌分析（万件）



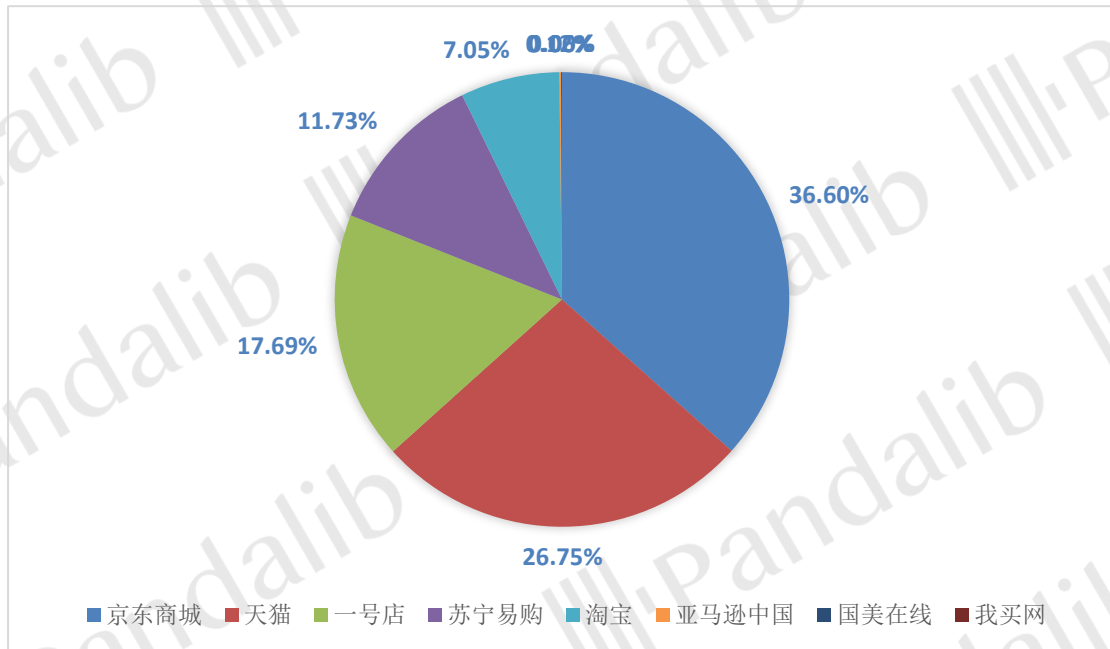
网络零售平台类型销售量占比



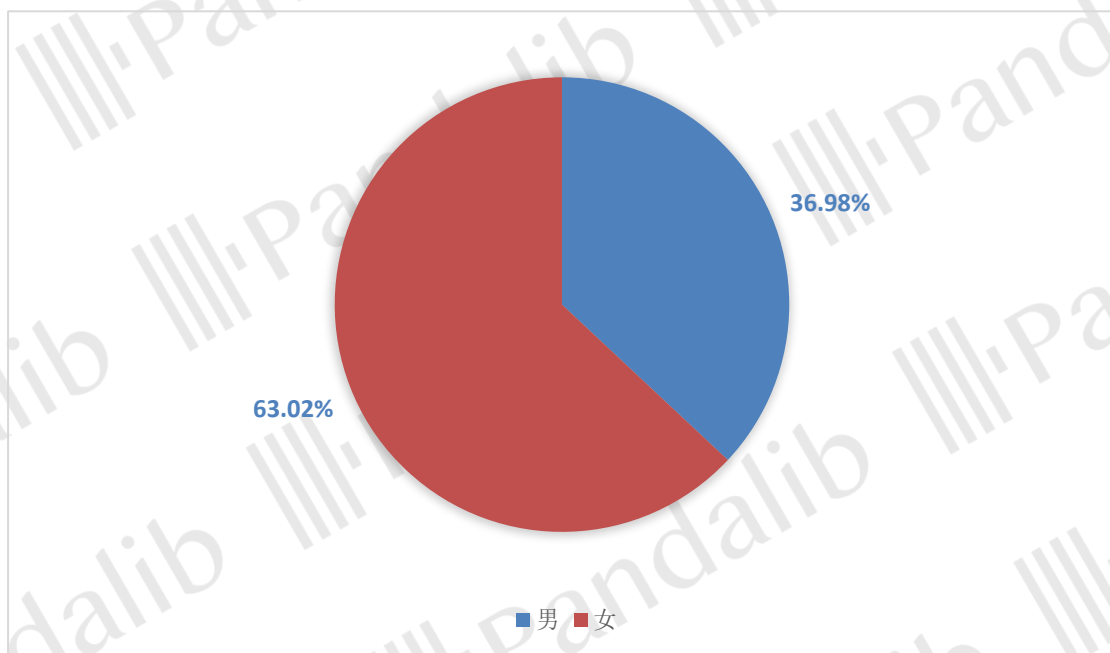
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



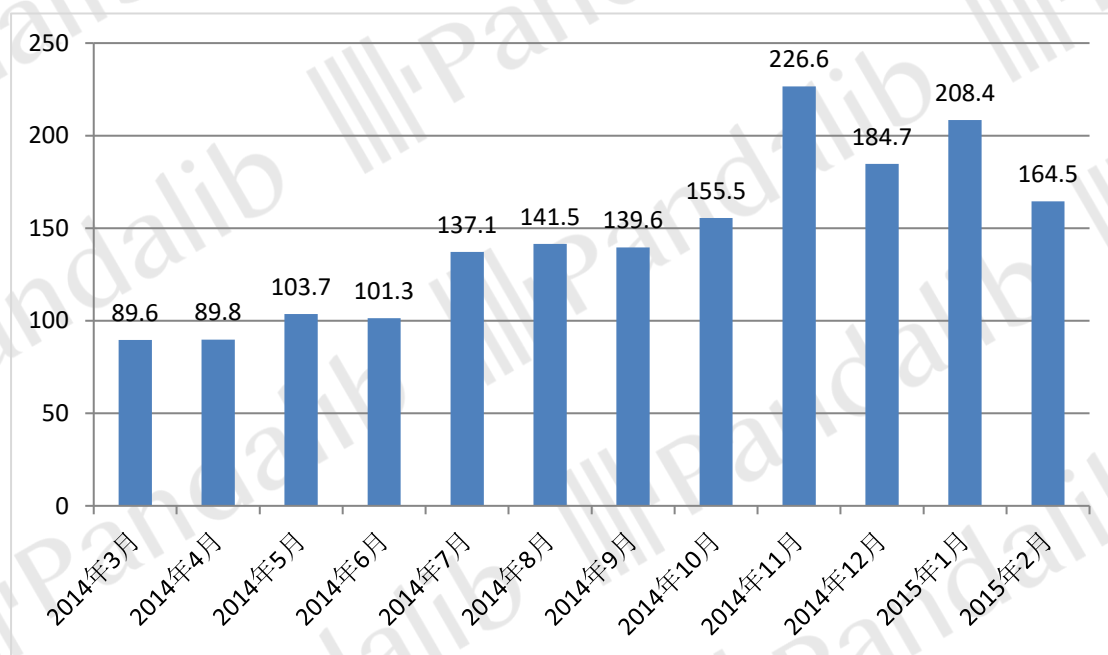
网络零售消费者性别分布



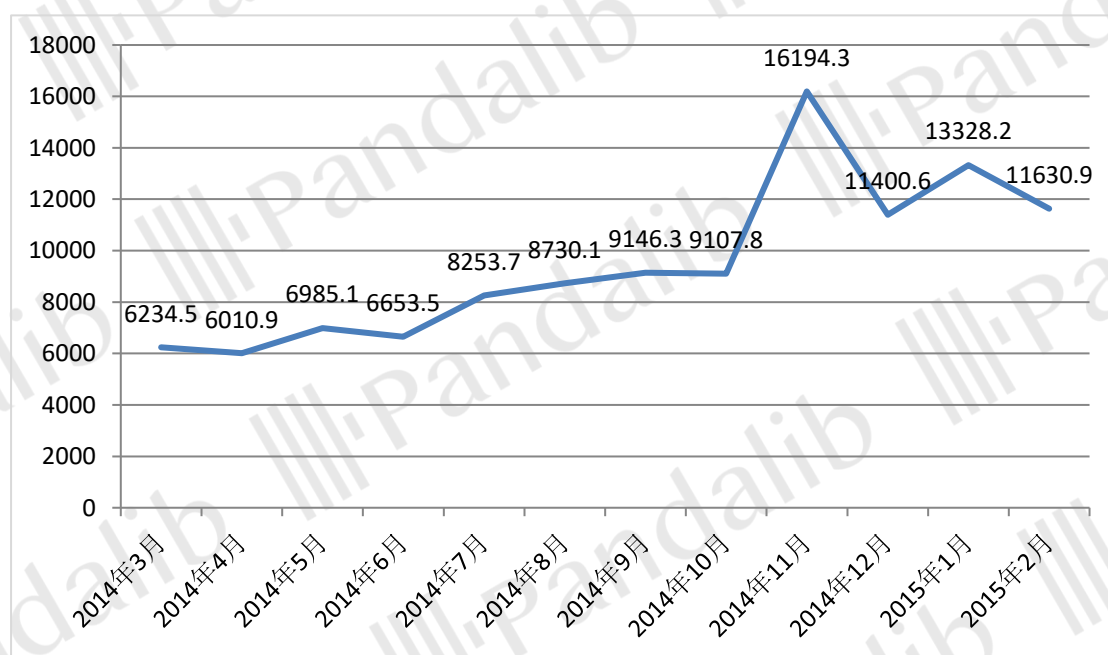
二、趋势分析

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2月	164.5	11630.9	70.7

2015 年 1 月	208.4	13328.2	64
2014 年 12 月	184.7	11400.6	61.7
2014 年 11 月	226.6	16194.3	71.5
2014 年 10 月	155.5	9107.8	58.6
2014 年 9 月	139.6	9146.3	65.5
2014 年 8 月	141.5	8730.1	61.7
2014 年 7 月	137.1	8253.7	60.2
2014 年 6 月	101.3	6653.5	65.7
2014 年 5 月	103.7	6985.1	67.3
2014 年 4 月	89.8	6010.9	66.9
2014 年 3 月	89.6	6234.5	69.6

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**