



2015 年 06 月 文胸
电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

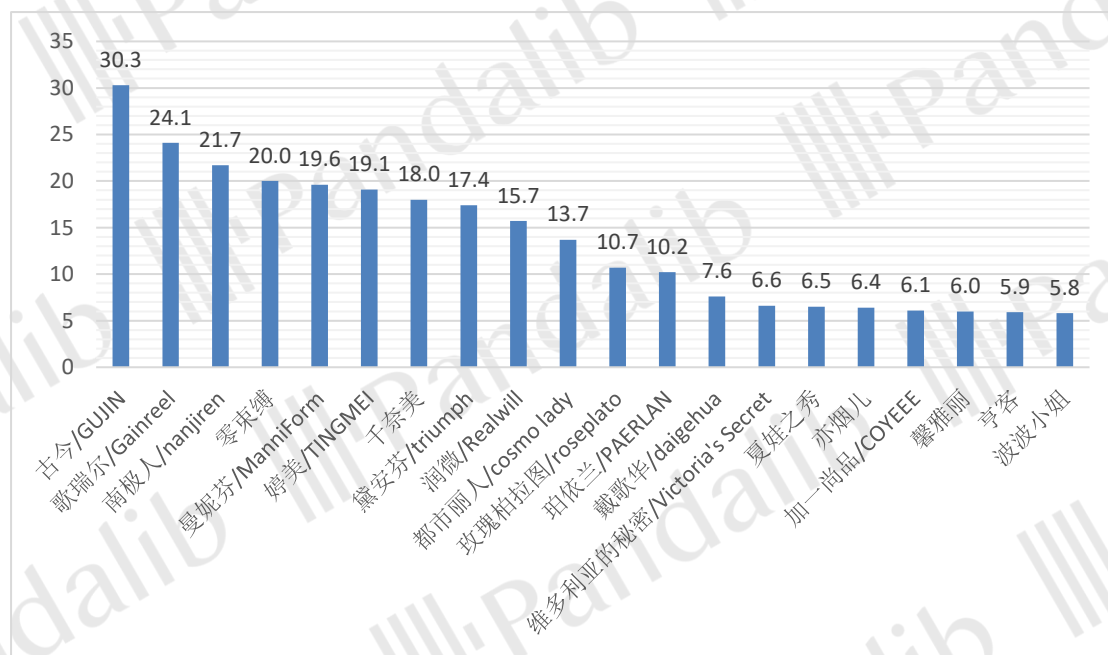
目录

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

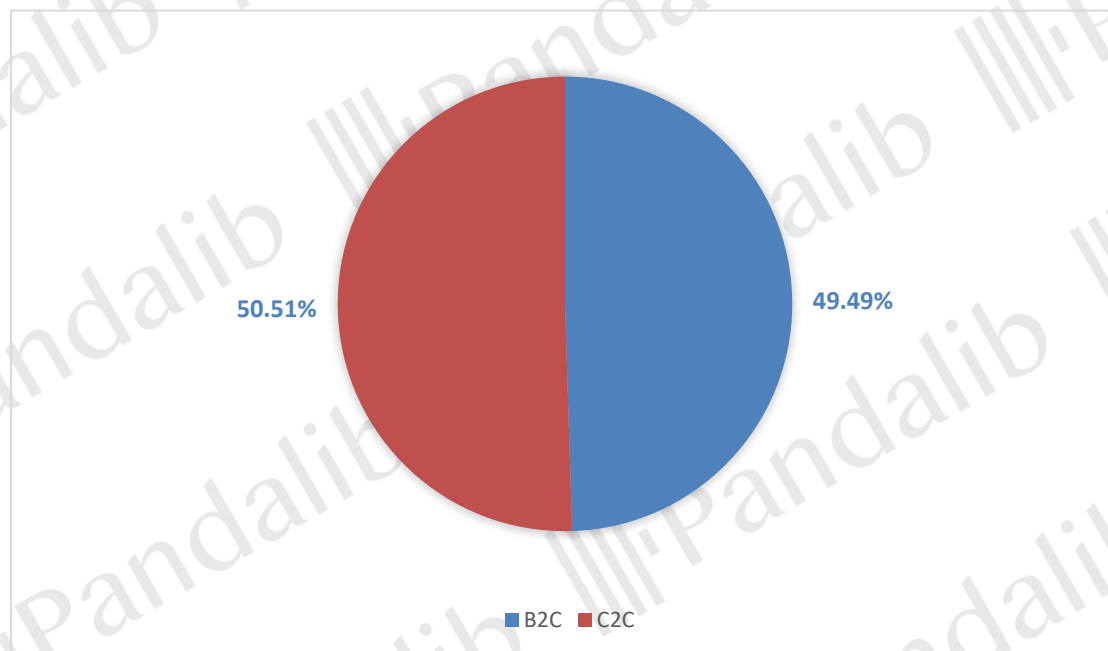
一、市场概况

2015年6月,文胸在线上共销售1127.2万件,销售额为75563.0万元,成交均价为67.0元,销售额环比5.9%。销售量排在前三位的品牌为:古今/GUJIN、歌瑞尔/Gainreel、南极人/nanjiren,其中古今/GUJIN的销售量最高,达到了30.3万件;销售额排在前三位的品牌为:曼妮芬/ManniForm、歌瑞尔/Gainreel、古今/GUJIN,其中曼妮芬/ManniForm的销售额最高,达到了4051.3万元。在电商渠道方面,B2C的销售量占比为49.5%,C2C的销售量占比为50.5%;其中淘宝的销售量最高,占比为50.5%。女性消费者高于男性,其中男性消费者占比为39.9%;华东地区的消费者占比最高,达到45.1%,其次为华北地区和华东地区。

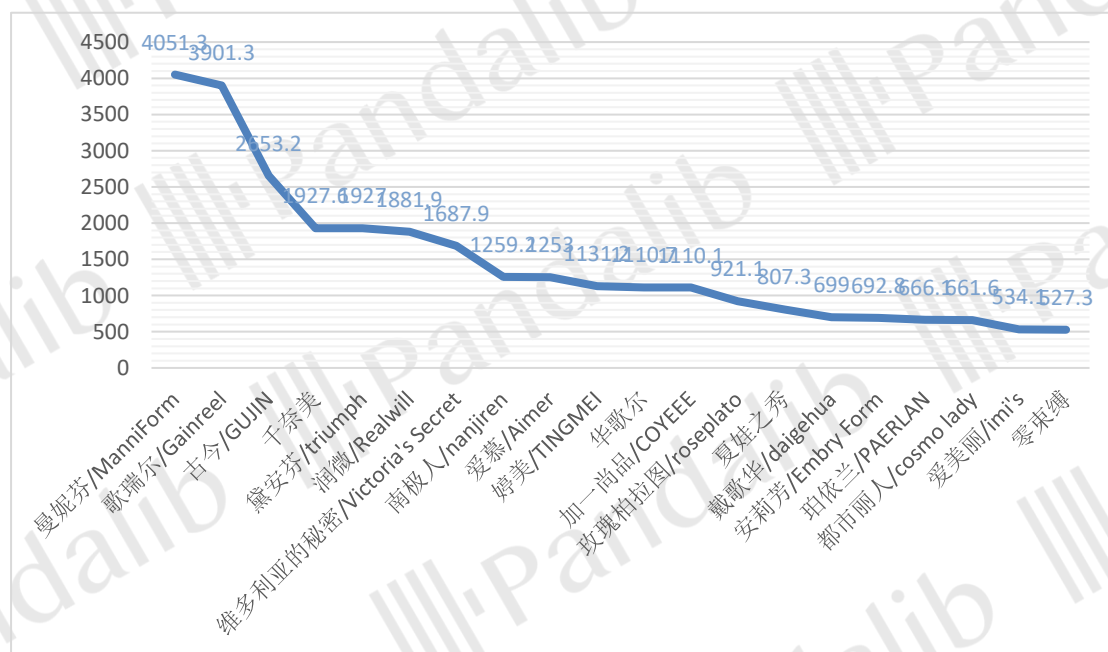
网络零售销售量排名TOP20品牌分析(万件)



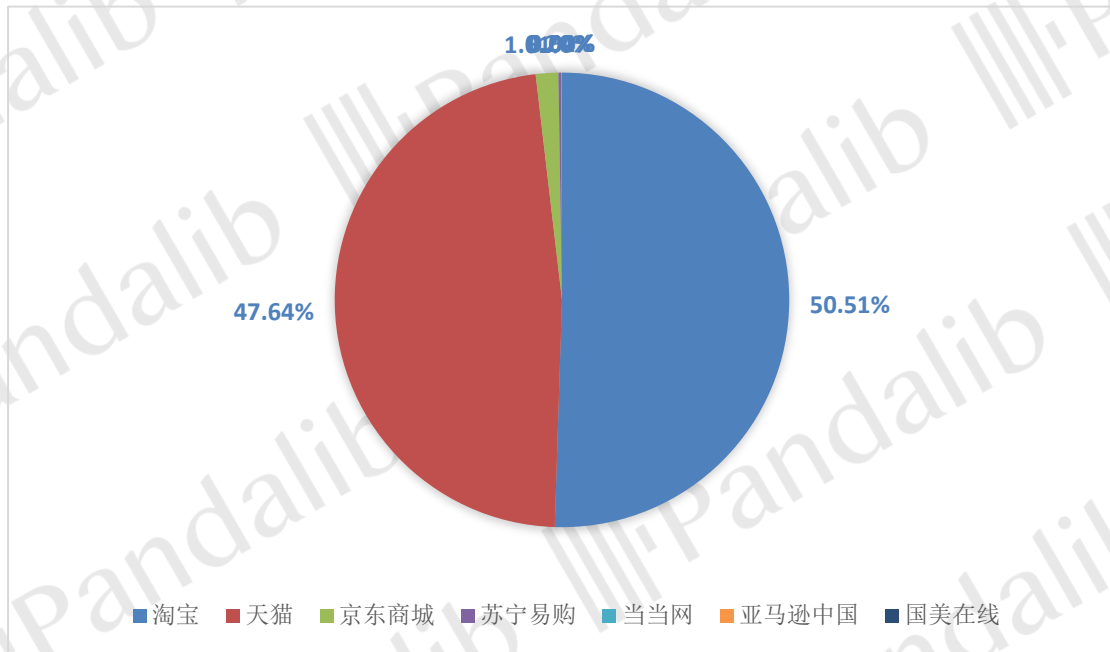
网络零售平台类型销售量占比



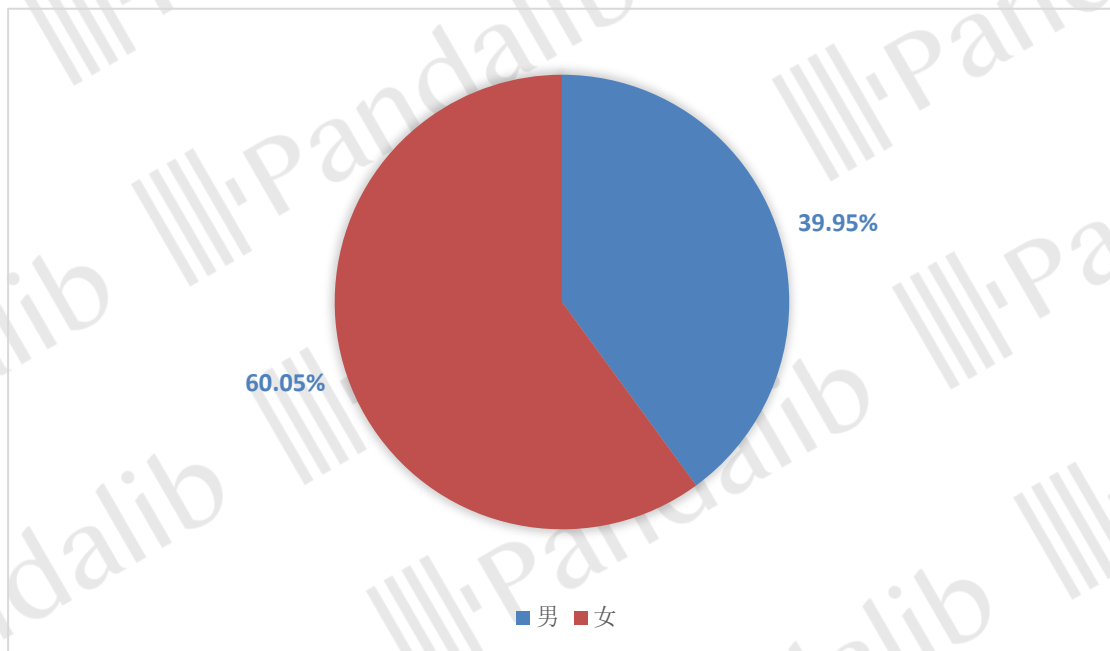
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



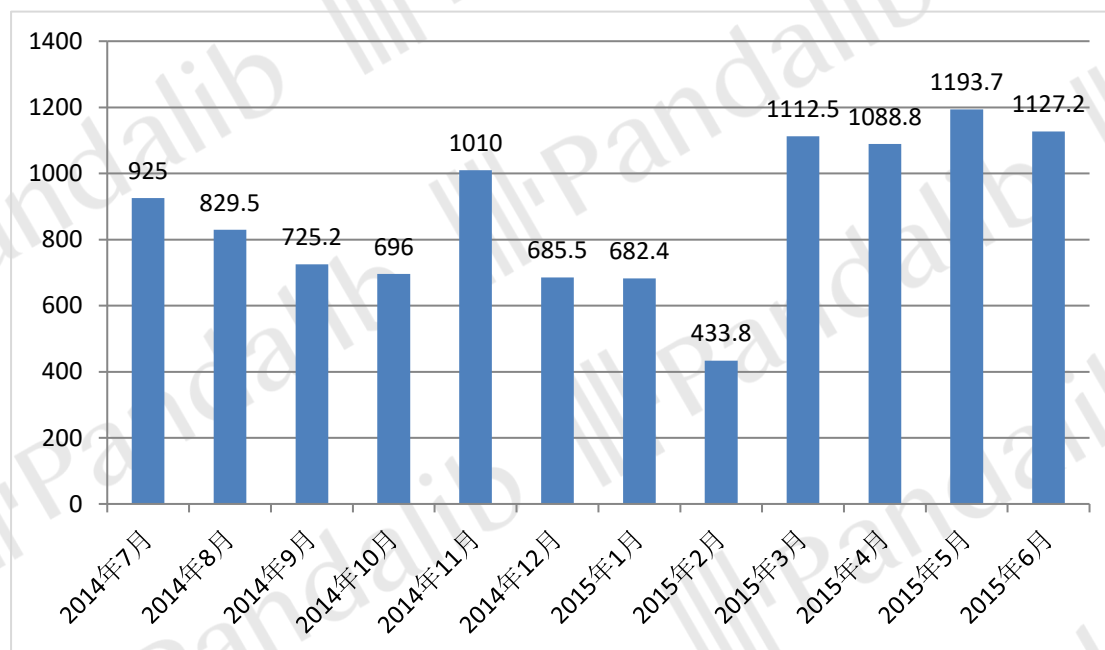
网络零售消费者性别分布



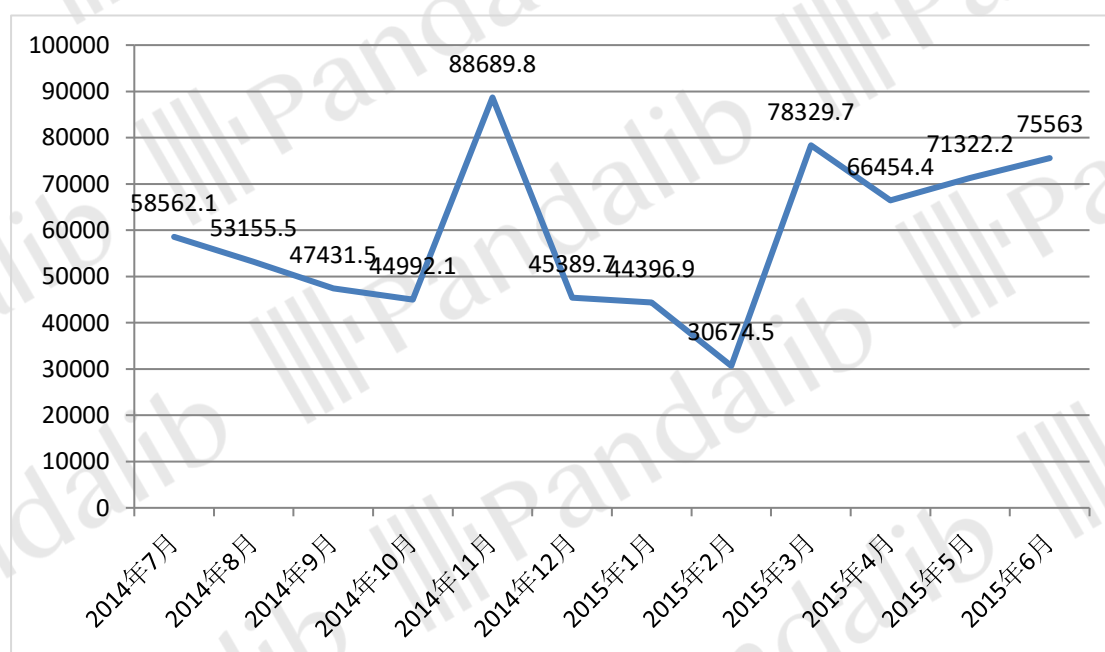
二、趋势分析

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）
2015 年 6 月	1127.2	75563	67
2015 年 5 月	1193.7	71322.2	59.8
2015 年 4 月	1088.8	66454.4	61
2015 年 3 月	1112.5	78329.7	70.4
2015 年 2 月	433.8	30674.5	70.7
2015 年 1 月	682.4	44396.9	65.1
2014 年 12 月	685.5	45389.7	66.2
2014 年 11 月	1010	88689.8	87.8
2014 年 10 月	696	44992.1	64.6
2014 年 9 月	725.2	47431.5	65.4
2014 年 8 月	829.5	53155.5	64.1
2014 年 7 月	925	58562.1	63.3

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**