



2014 年 08 月 袜子
电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

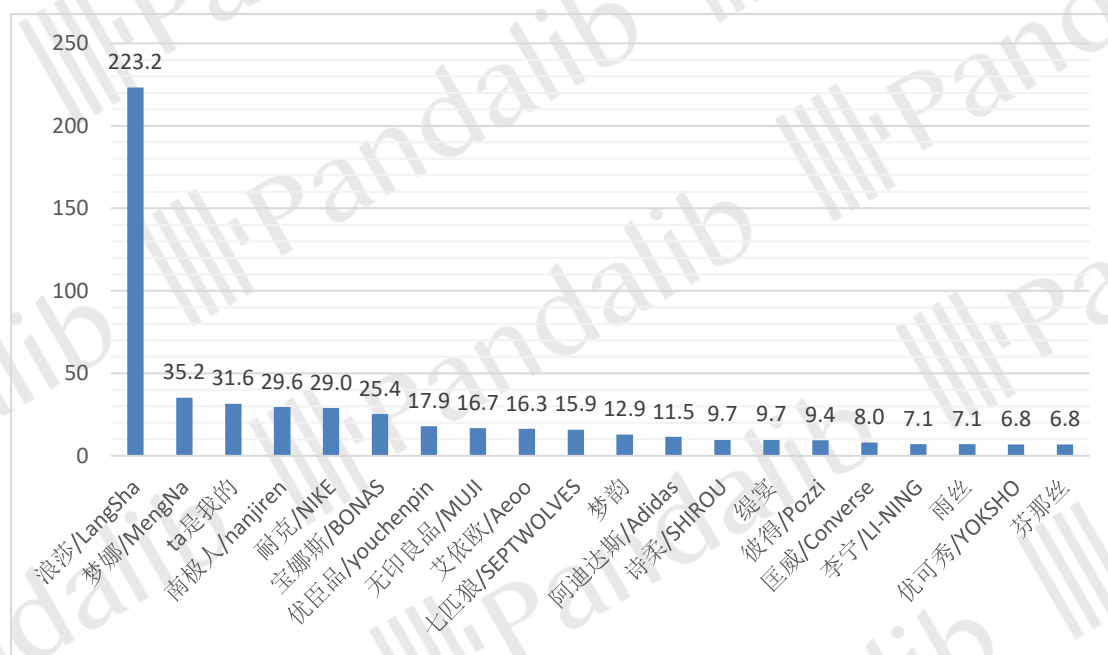
目录

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

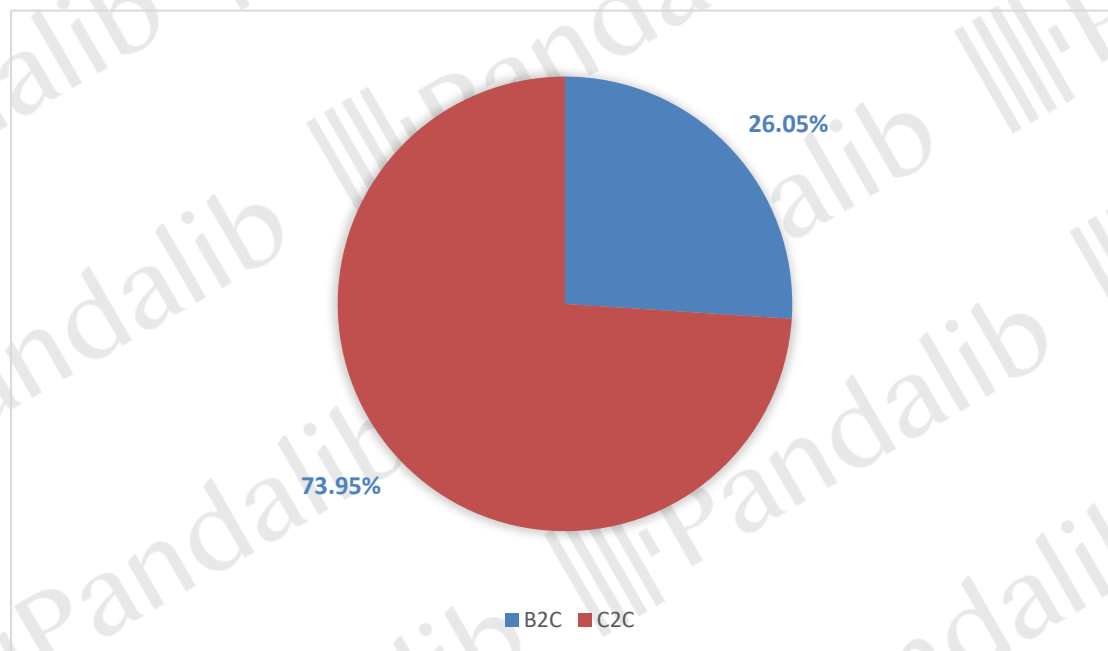
一、市场概况

2014 年 8 月，袜子在线上共销售 2200.7 万件，销售额为 17009.8 万元，成交均价为 7.7 元，销售额环比 10.7%。销售量排在前三位的品牌为：浪莎/LangSha、梦娜/MengNa、ta 是我的，其中浪莎/LangSha 的销售量最高，达到了 223.2 万件；销售额排在前三位的品牌为：浪莎/LangSha、七匹狼/SEPTWOLVES、南极人/nanjiren，其中浪莎/LangSha 的销售额最高，达到了 1873.8 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 26.0%，C2C 的销售量占比为 74.0%；其中淘宝的销售量最高，占比为 74.0%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 43.2%；华东地区的消费者占比最高，达到 46.8%，其次为华南地区和华东地区。

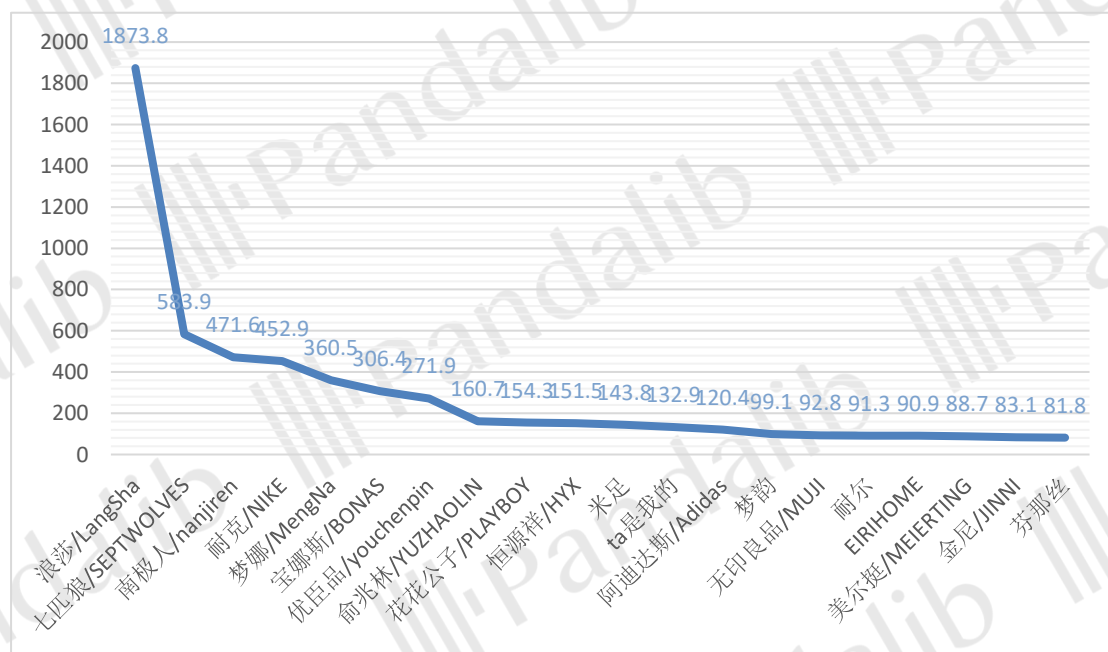
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



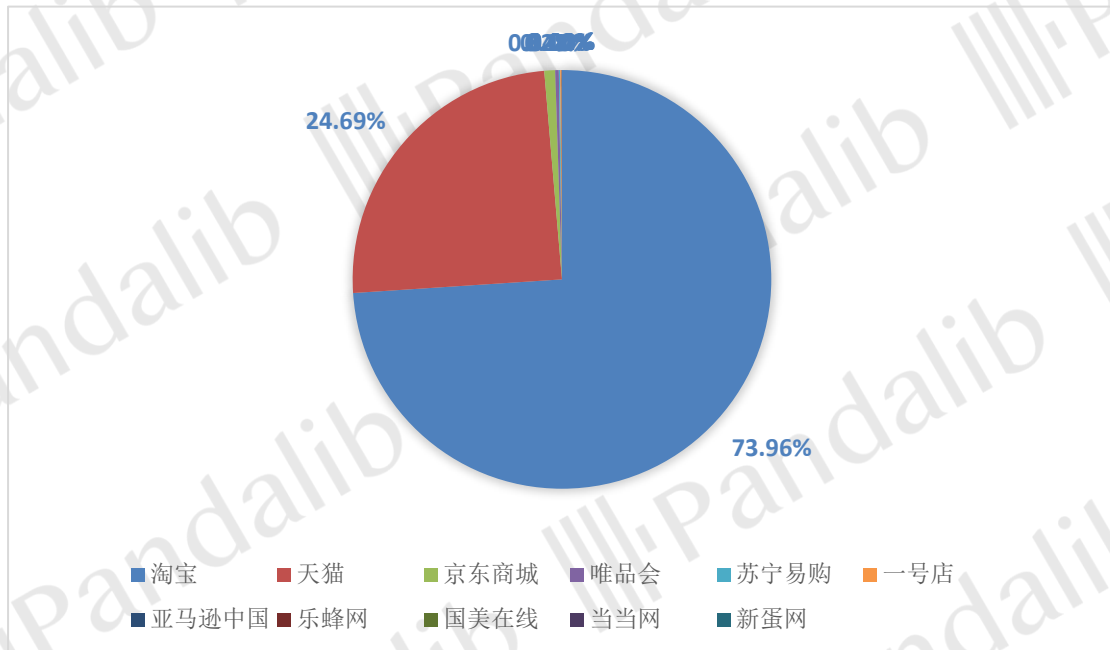
网络零售平台类型销售量占比



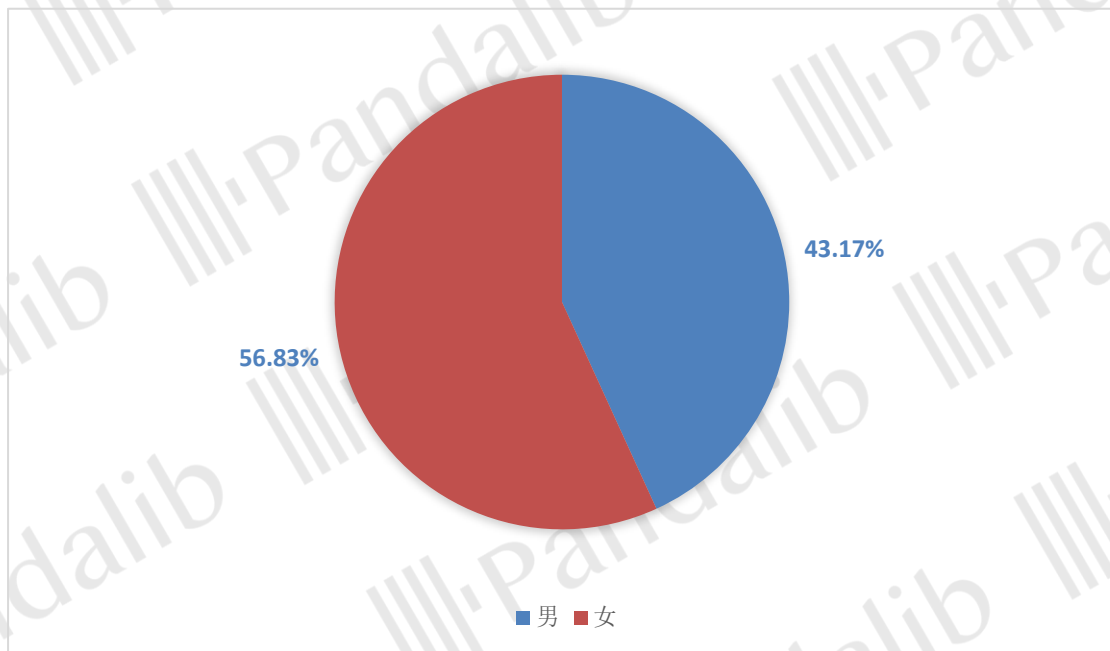
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



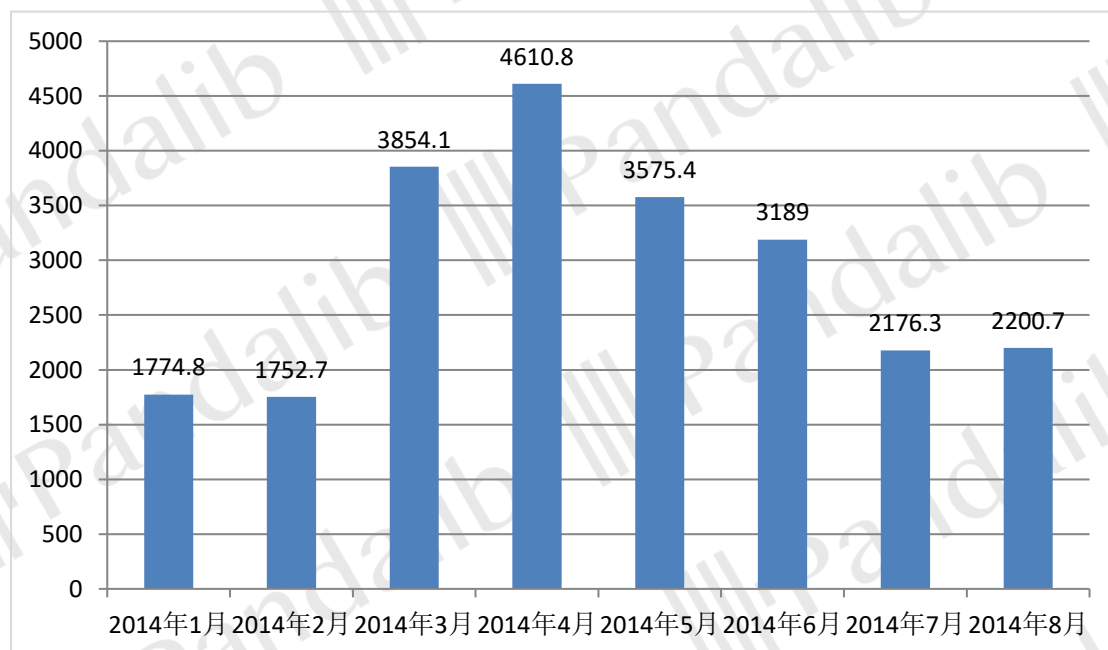
网络零售消费者性别分布



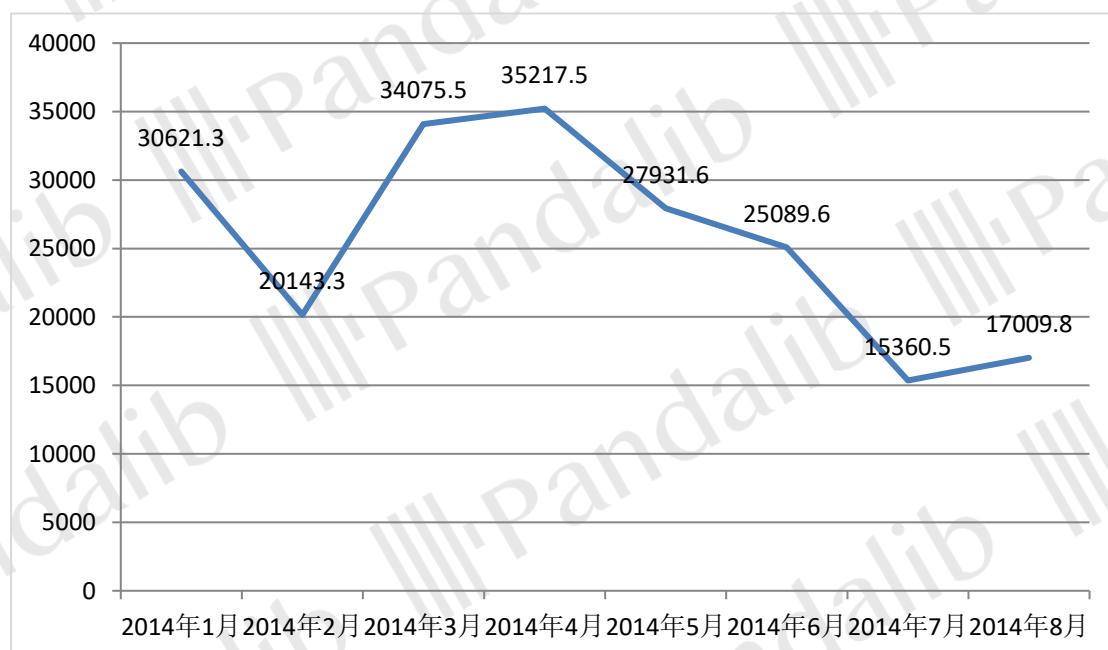
二、趋势分析

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）
2014 年 8 月	2200.7	17009.8	7.7
2014 年 7 月	2176.3	15360.5	7.1
2014 年 6 月	3189	25089.6	7.9
2014 年 5 月	3575.4	27931.6	7.8
2014 年 4 月	4610.8	35217.5	7.6
2014 年 3 月	3854.1	34075.5	8.8
2014 年 2 月	1752.7	20143.3	11.5
2014 年 1 月	1774.8	30621.3	17.3

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！