



2015 年 02 月 男鞋 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

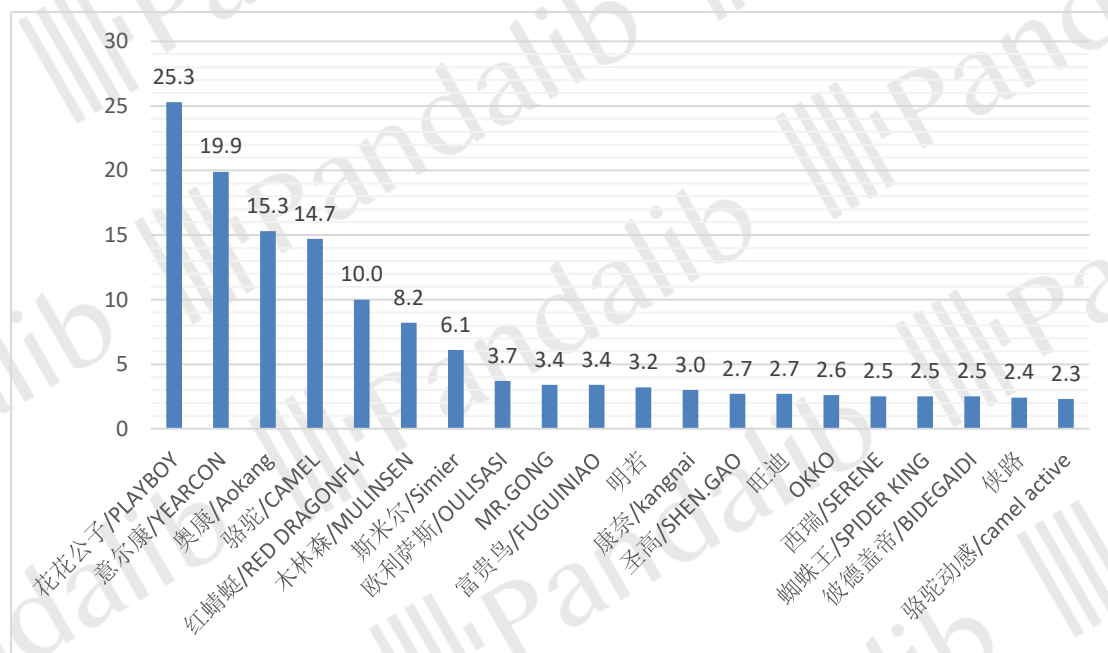
目录

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

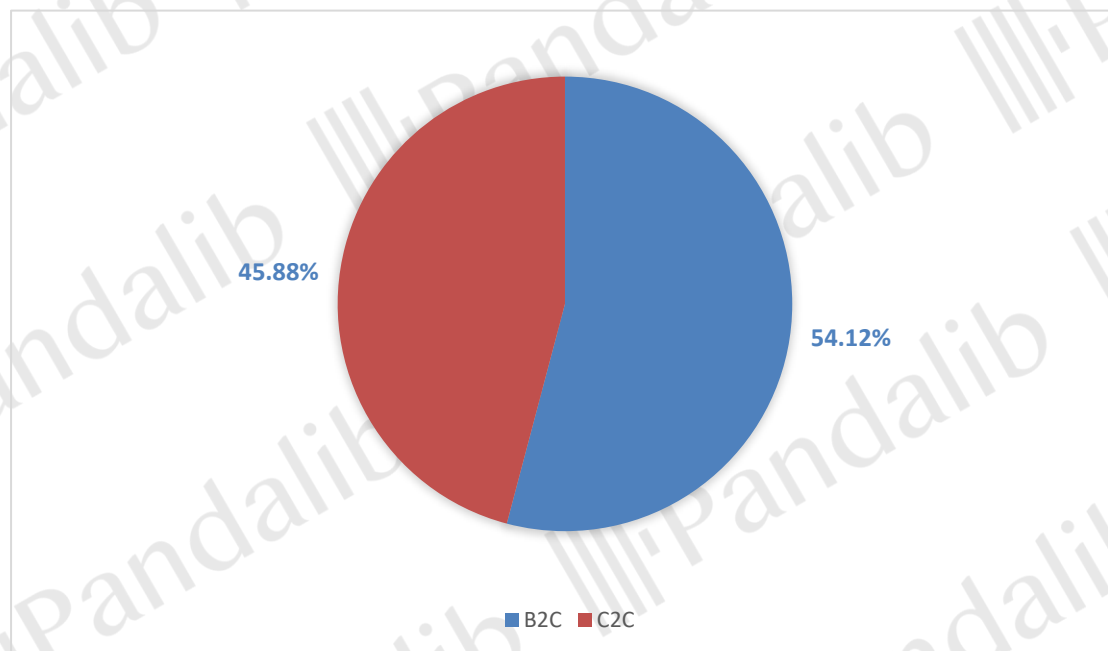
一、市场概况

2015 年 2 月,男鞋在线上共销售 647.6 万件,销售额为 110310.8 万元,成交均价为 170.3 元,销售额环比-52.2%。销售量排在前三位的品牌为:花花公子/PLAYBOY、意尔康/YEARCON、奥康/Aokang,其中花花公子/PLAYBOY 的销售量最高,达到了 25.3 万件;销售额排在前三位的品牌为:花花公子/PLAYBOY、骆驼/CAMEL、奥康/Aokang,其中花花公子/PLAYBOY 的销售额最高,达到了 6085.6 万元。在电商渠道方面,B2C 的销售量占比为 54.1%,C2C 的销售量占比为 45.9%;其中淘宝的销售量最高,占比为 45.9%。男性消费者高于女性,其中男性消费者占比为 54.7%;华东地区的消费者占比最高,达到 41.3%,其次为华北地区和西南地区。

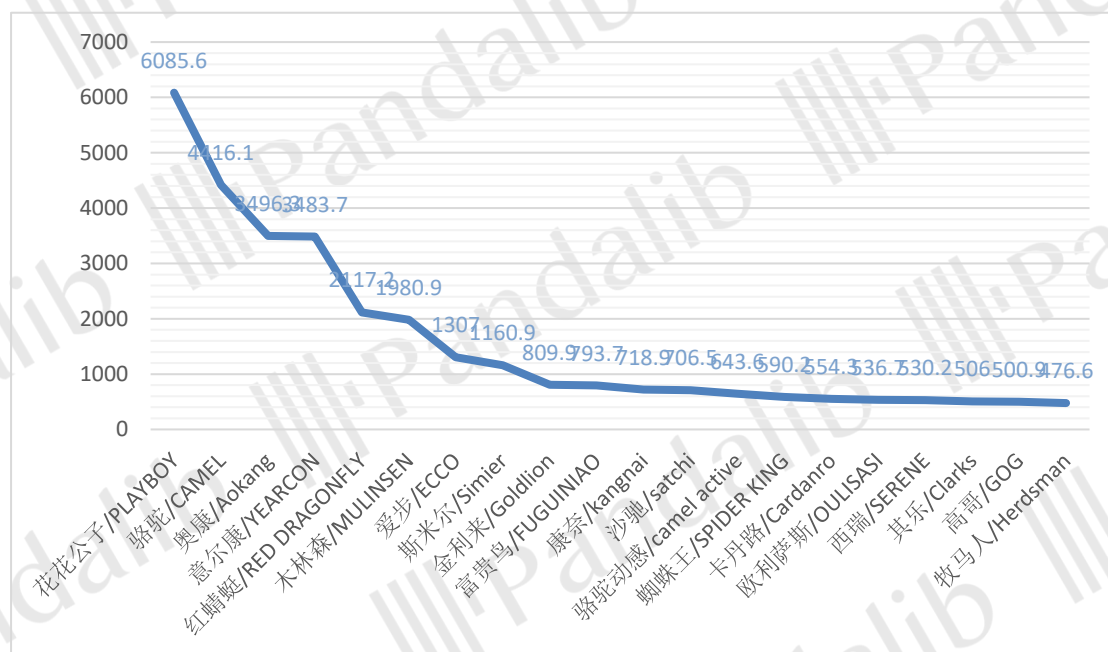
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析 (万件)



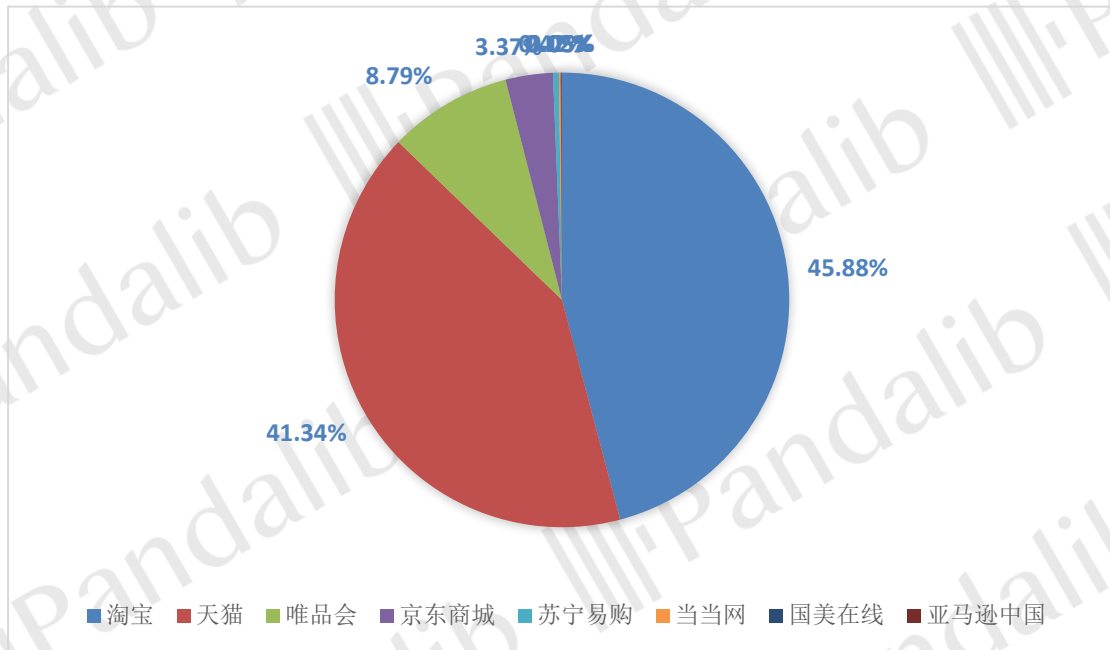
网络零售平台类型销售量占比



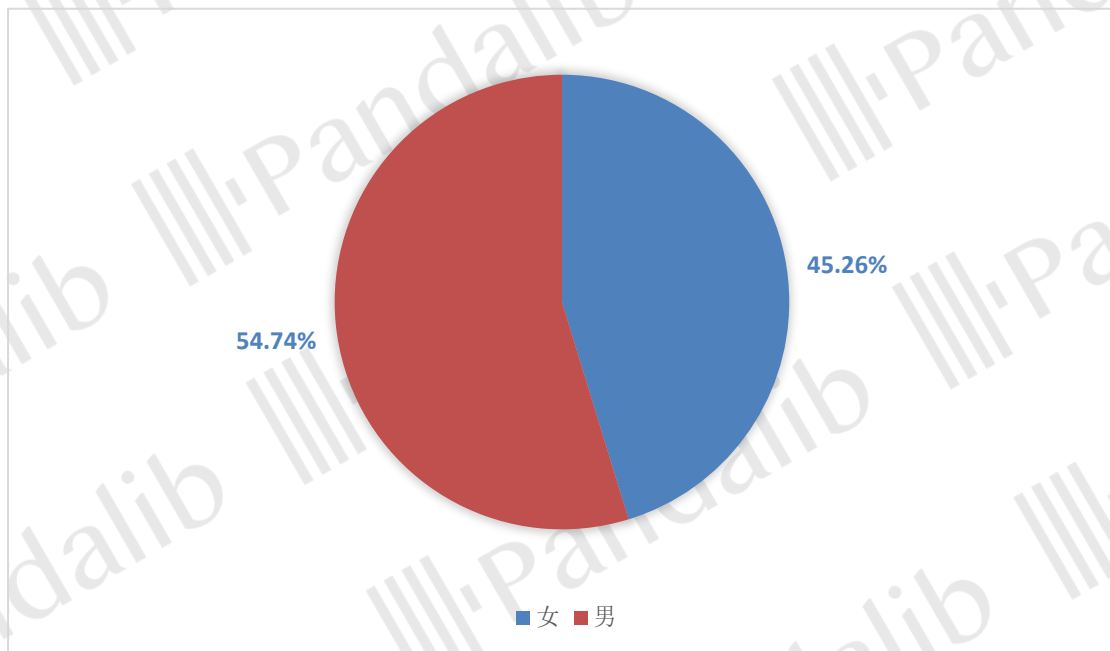
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



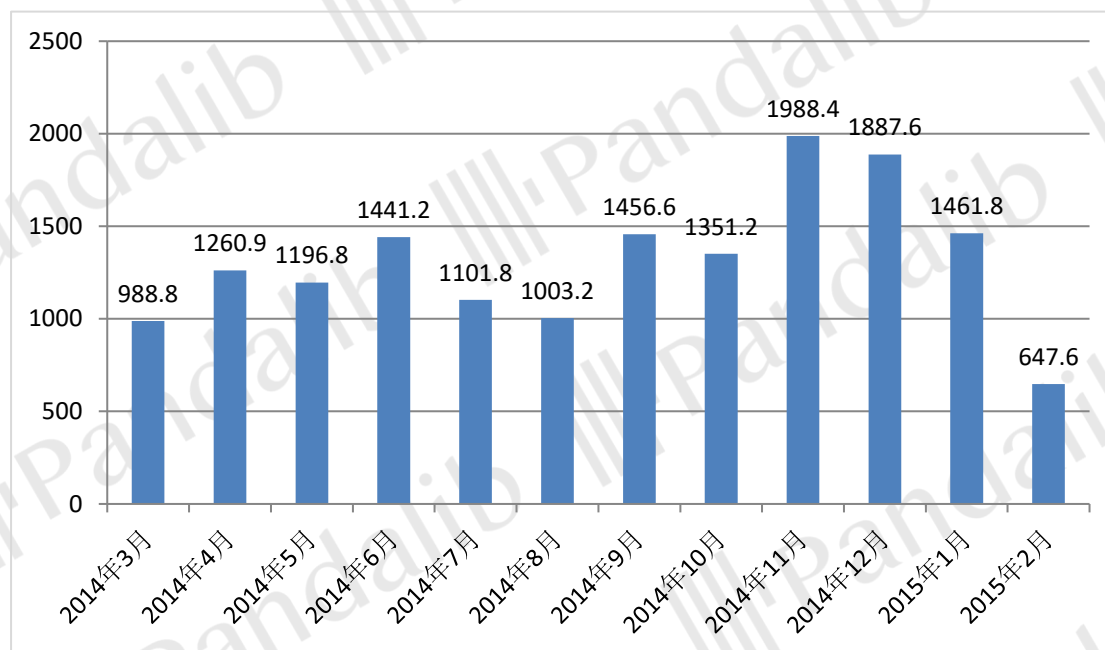
网络零售消费者性别分布



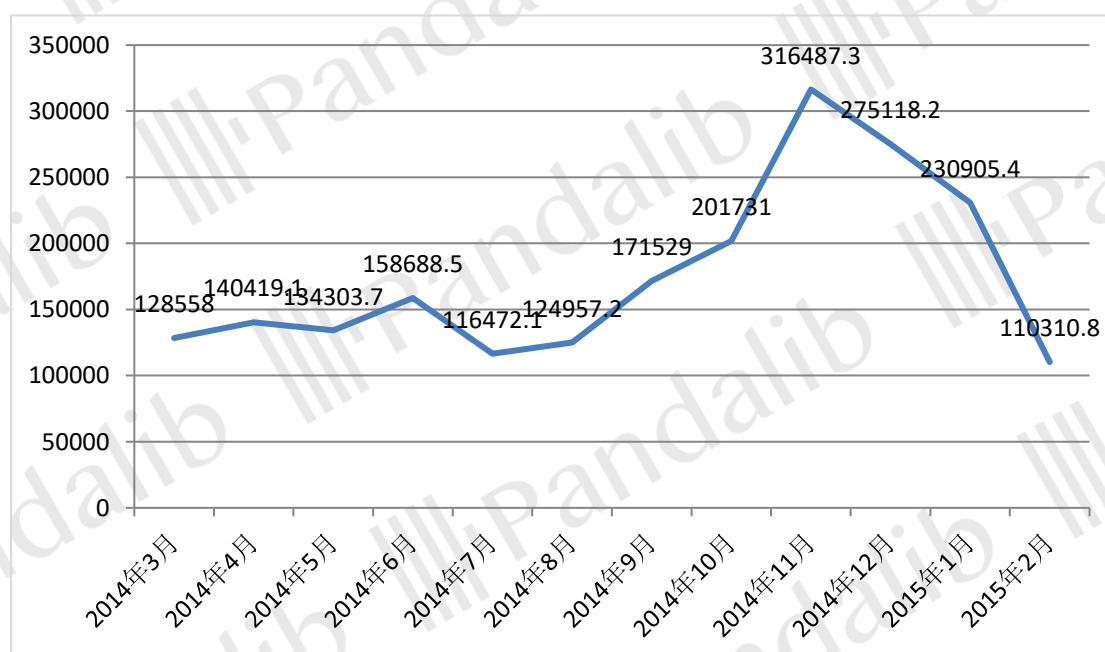
二、趋势分析

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	647.6	110310.8	170.3
2015 年 1 月	1461.8	230905.4	158
2014 年 12 月	1887.6	275118.2	145.8
2014 年 11 月	1988.4	316487.3	159.2
2014 年 10 月	1351.2	201731	149.3
2014 年 9 月	1456.6	171529	117.8
2014 年 8 月	1003.2	124957.2	124.6
2014 年 7 月	1101.8	116472.1	105.7
2014 年 6 月	1441.2	158688.5	110.1
2014 年 5 月	1196.8	134303.7	112.2
2014 年 4 月	1260.9	140419.1	111.4
2014 年 3 月	988.8	128558	130

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**