



2016 年 01 月 宝宝洗浴 (沐浴露)

电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

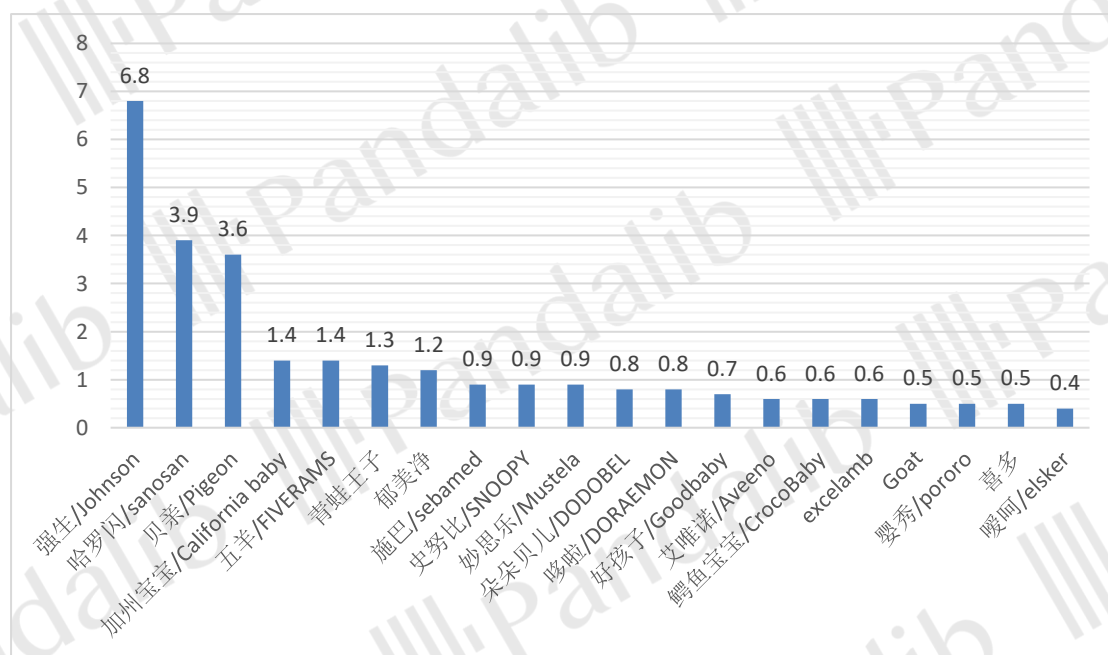
目录

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

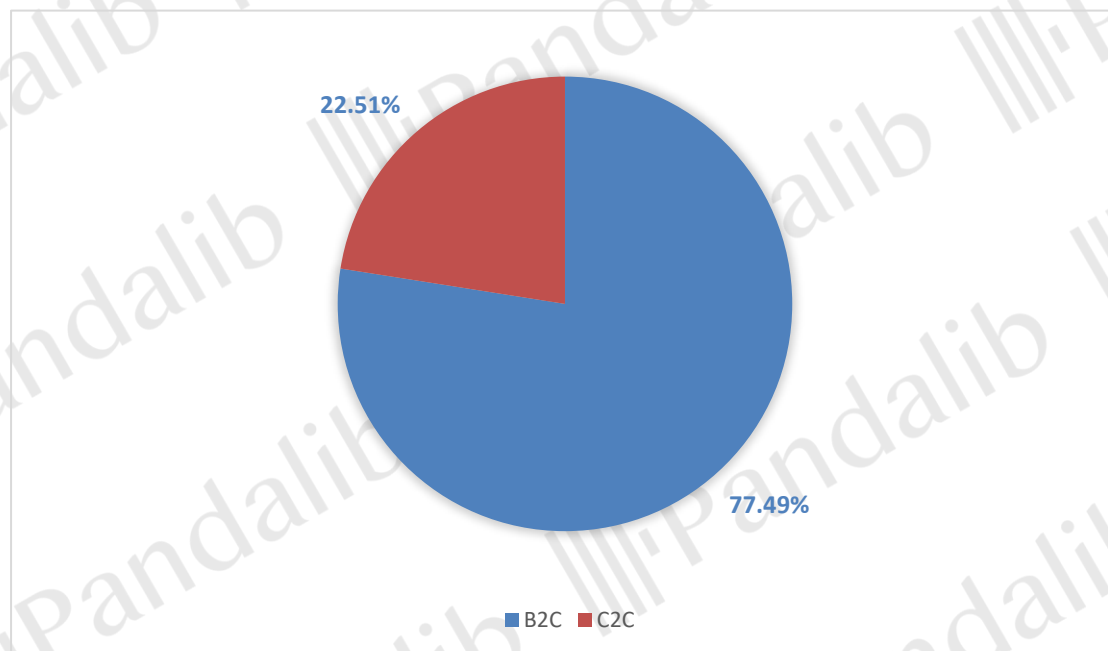
一、市场概况

2016 年 1 月，宝宝洗浴(沐浴露)在线上共销售 38.1 万件，销售额为 1956.5 万元，成交均价为 51.3 元，销售额环比-21.3%。销售量排在前三位的品牌为：强生/Johnson、哈罗闪/sanosan、贝亲/Pigeon，其中强生/Johnson 的销售量最高，达到了 6.8 万件；销售额排在前三位的品牌为：哈罗闪/sanosan、强生/Johnson、贝亲/Pigeon，其中哈罗闪/sanosan 的销售额最高，达到了 278.8 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 77.5%，C2C 的销售量占比为 22.5%；其中天猫的销售量最高，占比为 47.5%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 44.9%；华东地区的消费者占比最高，达到 44.3%，其次为华南地区和华东地区。

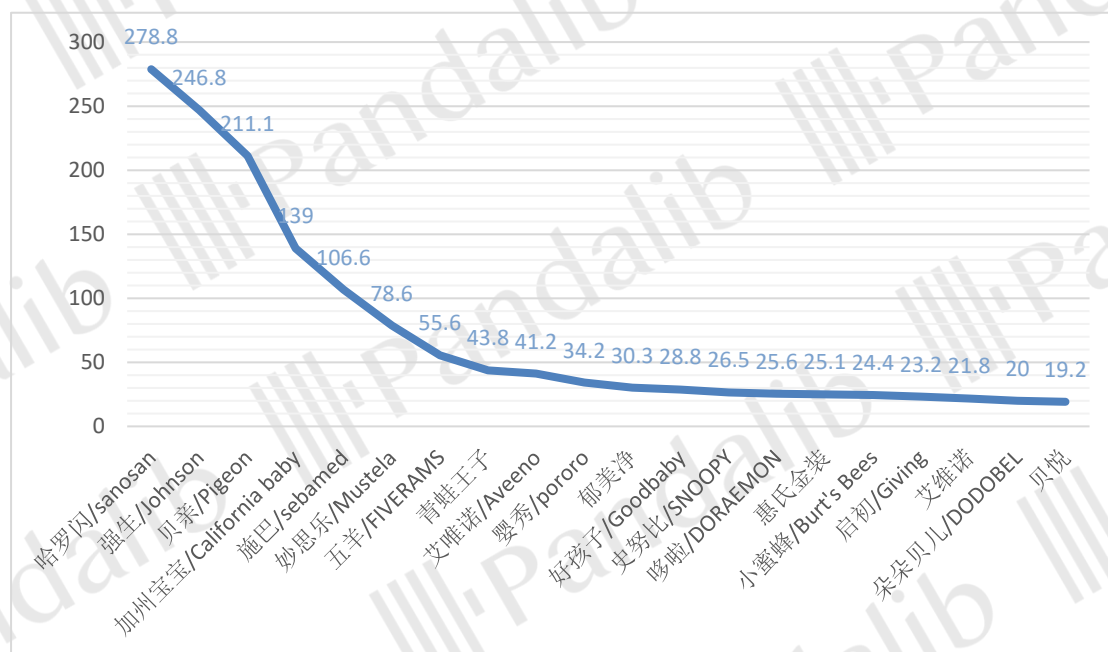
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



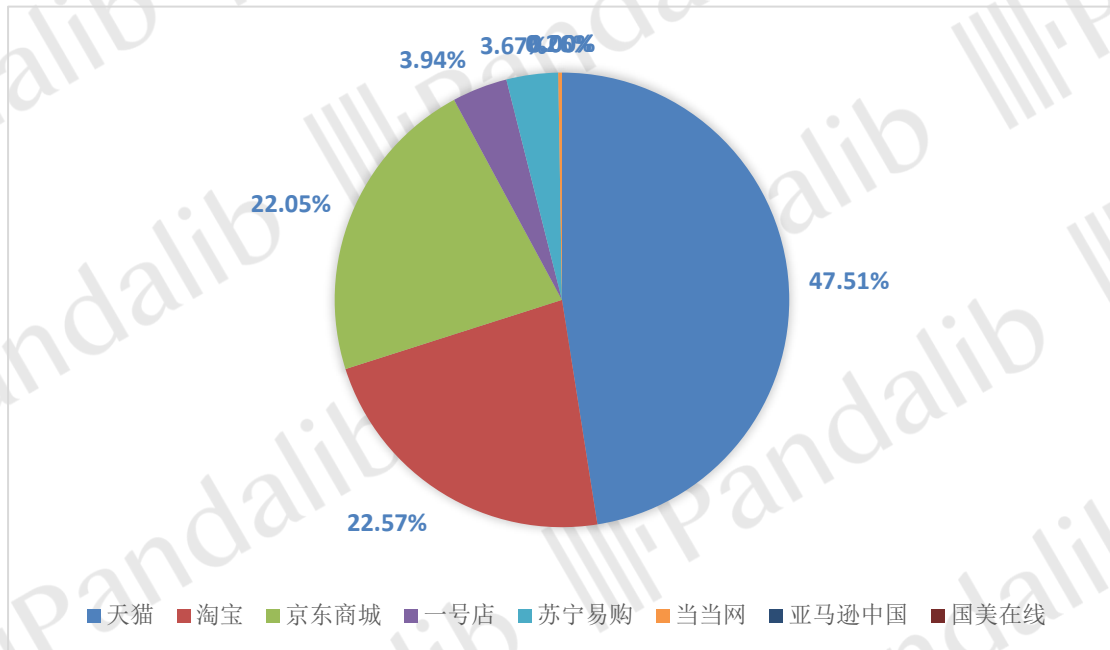
网络零售平台类型销售量占比



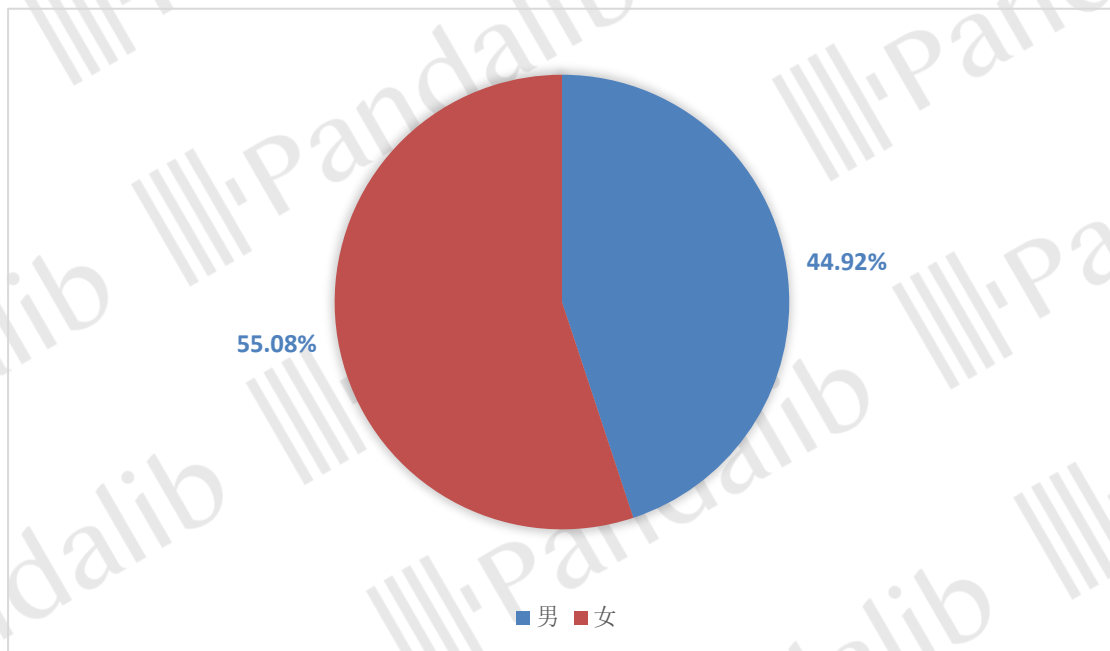
网络零售销售额排名 TOP20 品牌（万元）



网络零售渠道销售量占比



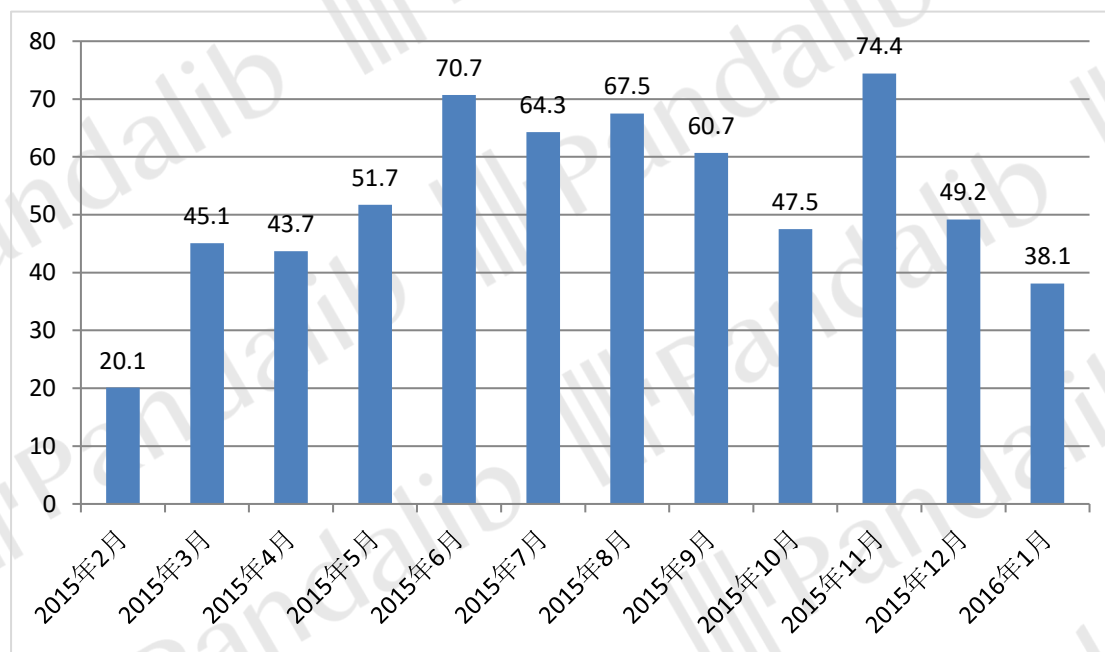
网络零售消费者性别分布



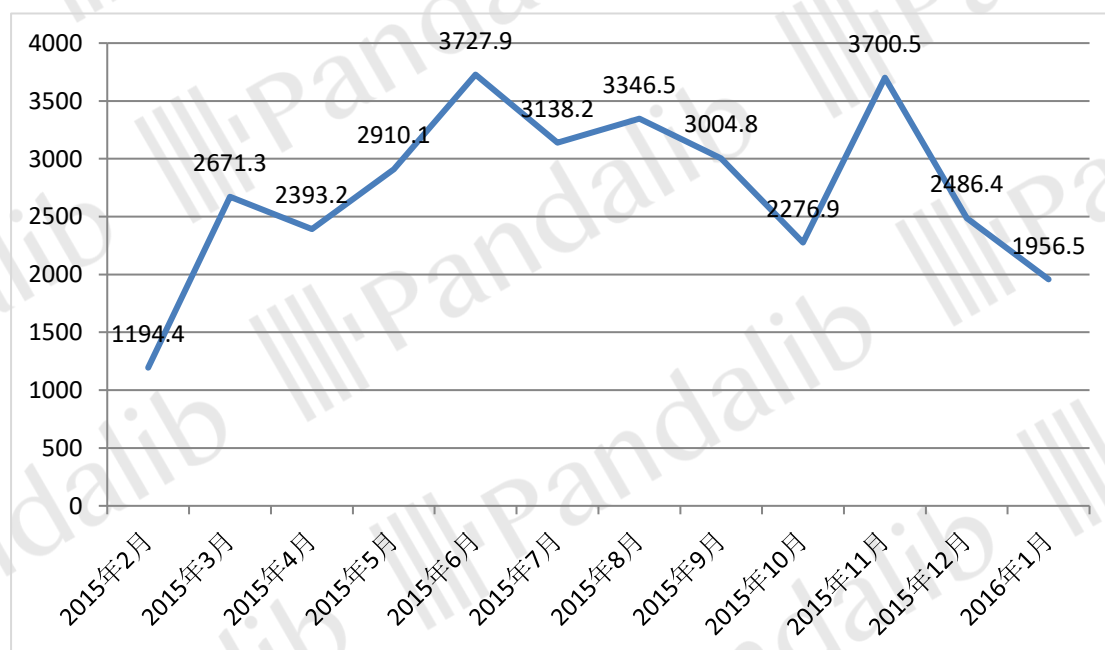
二、趋势分析

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）
2016 年 1 月	38.1	1956.5	51.3
2015 年 12 月	49.2	2486.4	50.6
2015 年 11 月	74.4	3700.5	49.7
2015 年 10 月	47.5	2276.9	48
2015 年 9 月	60.7	3004.8	49.5
2015 年 8 月	67.5	3346.5	49.6
2015 年 7 月	64.3	3138.2	48.8
2015 年 6 月	70.7	3727.9	52.8
2015 年 5 月	51.7	2910.1	56.3
2015 年 4 月	43.7	2393.2	54.8
2015 年 3 月	45.1	2671.3	59.2
2015 年 2 月	20.1	1194.4	59.4

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！