



2014 年 12 月 女鞋 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

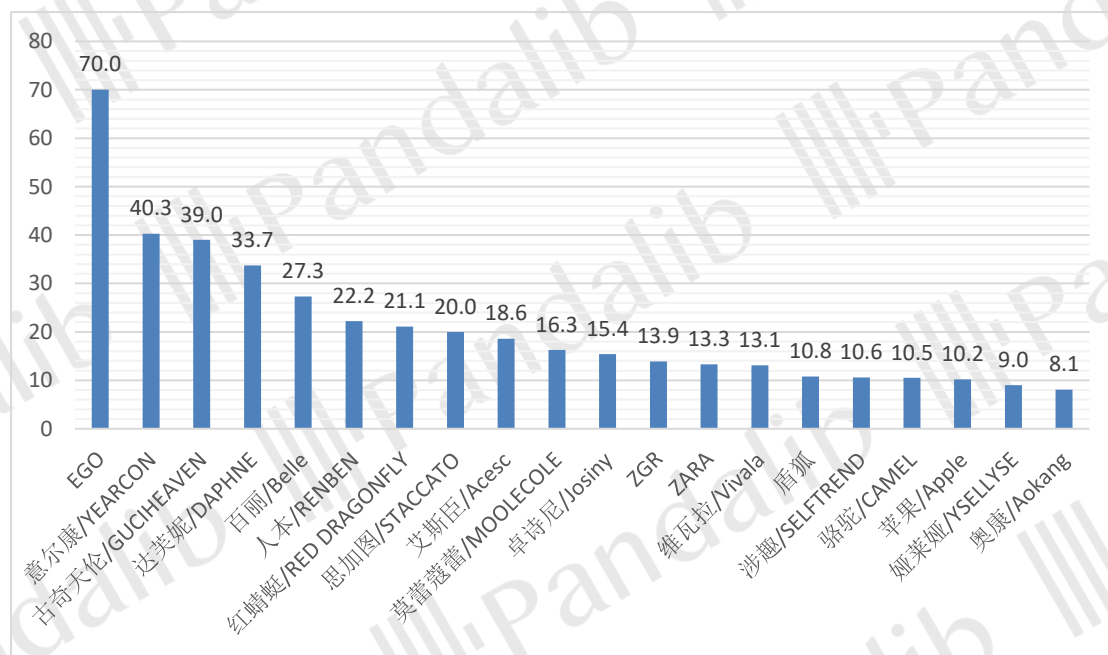
目录

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

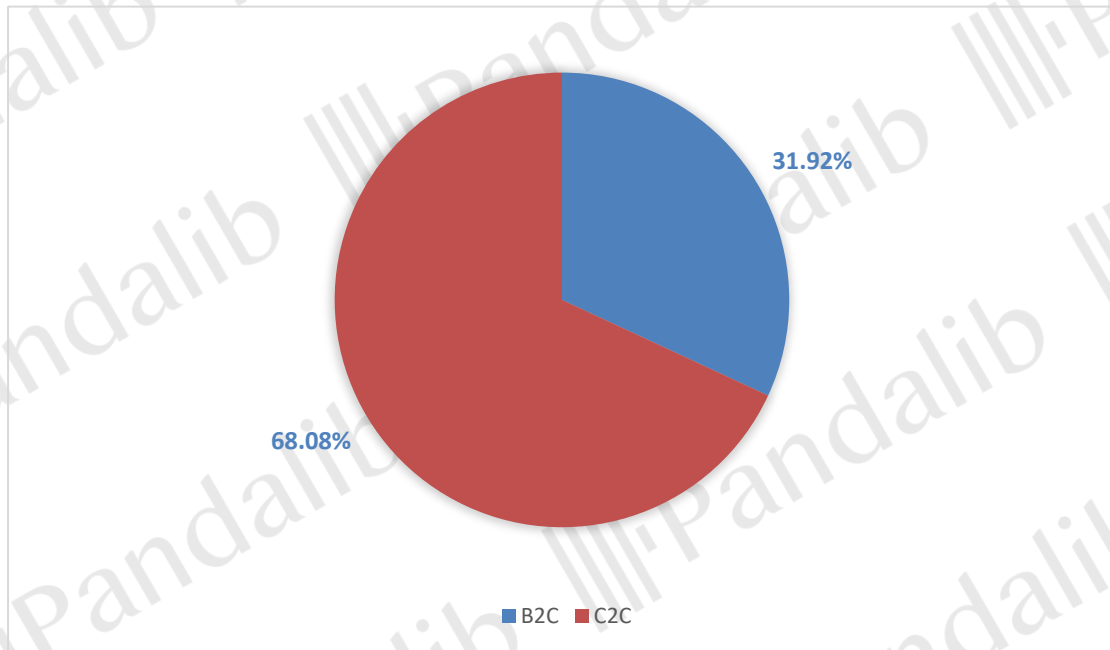
一、市场概况

2014 年 12 月，女鞋在线上共销售 4501.9 万件，销售额为 482536.6 万元，成交均价为 107.2 元，销售额环比-19.0%。销售量排在前三位的品牌为：EGO、意尔康/YEARCON、古奇天伦/GUCIHEAVEN，其中 EGO 的销售量最高，达到了 70.0 万件；销售额排在前三位的品牌为：思加图/STACCATO、古奇天伦/GUCIHEAVEN、意尔康/YEARCON，其中思加图/STACCATO 的销售额最高，达到了 8708.8 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 31.9%，C2C 的销售量占比为 68.1%；其中淘宝的销售量最高，占比为 68.1%。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 41.8%，其次为华北地区和华南地区。

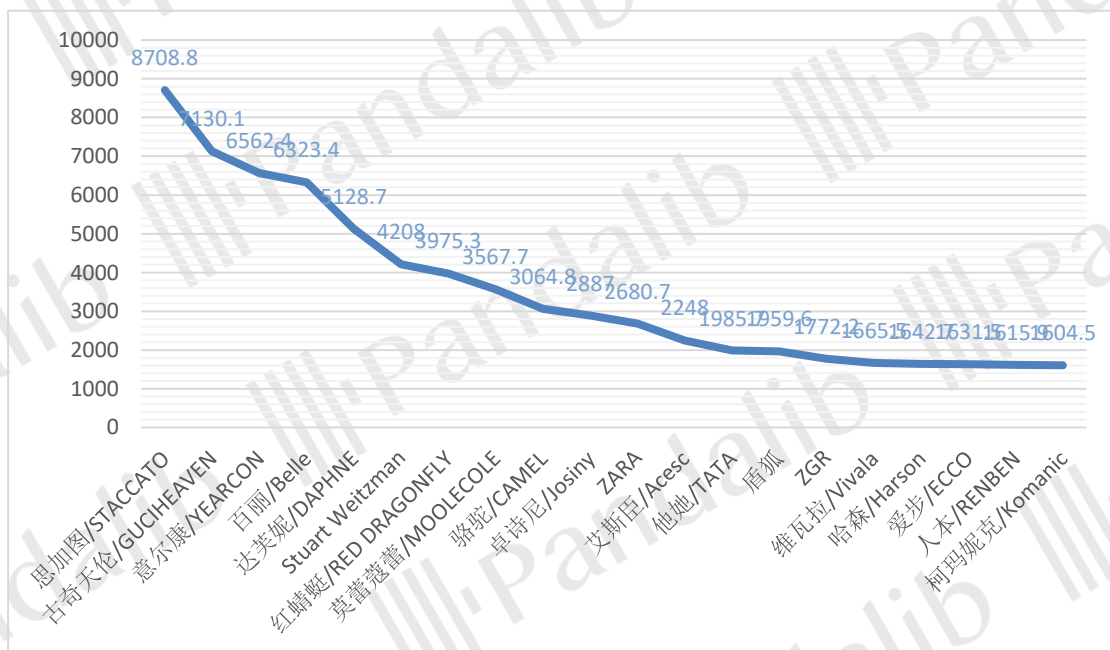
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



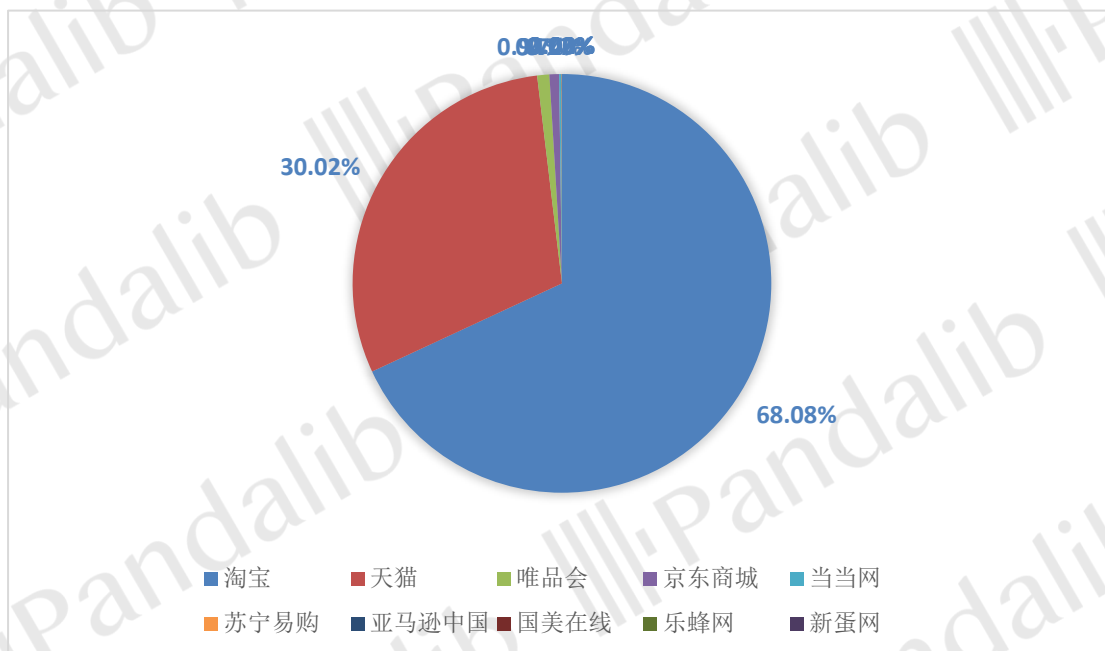
网络零售平台类型销售量占比



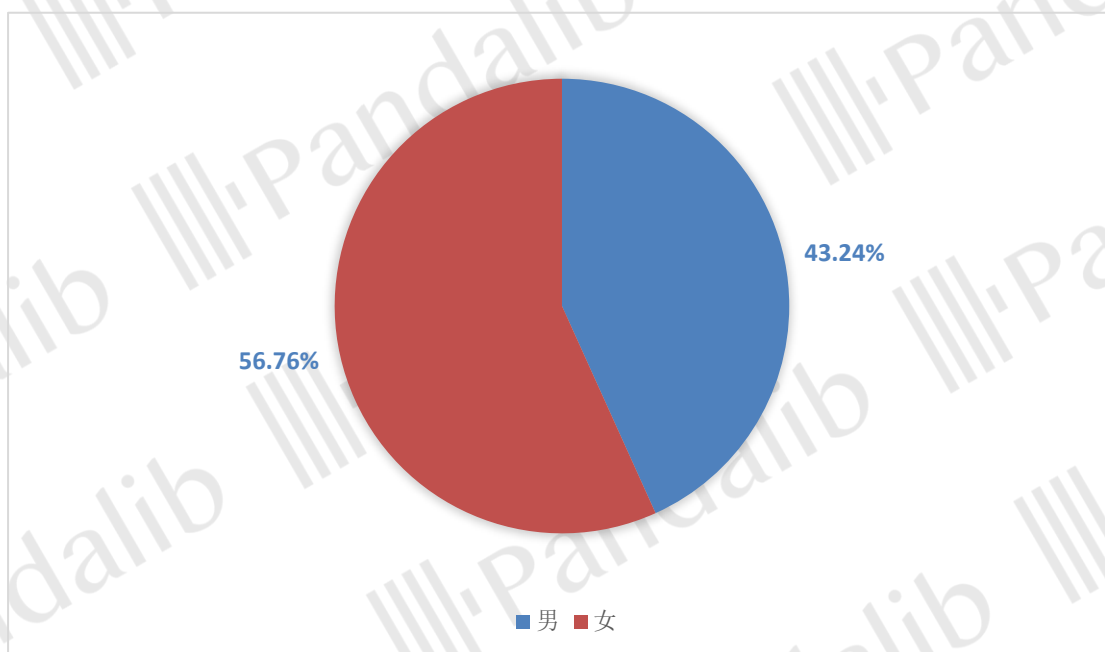
网络零售销售额排名 TOP20 品牌（万元）



网络零售渠道销售量占比



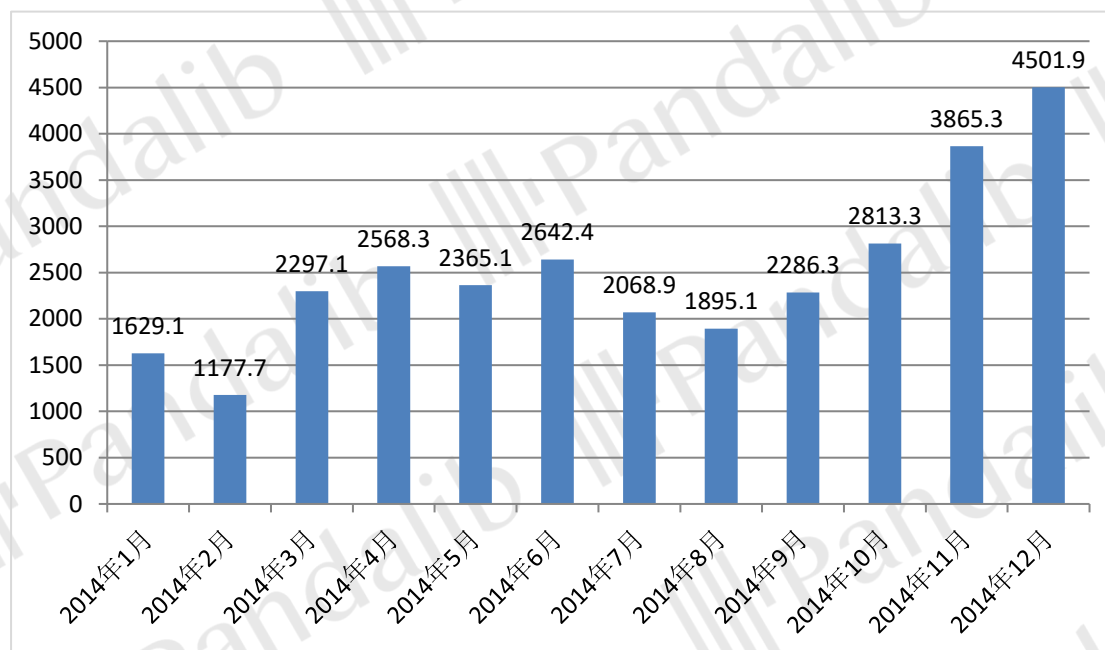
网络零售消费者性别分布



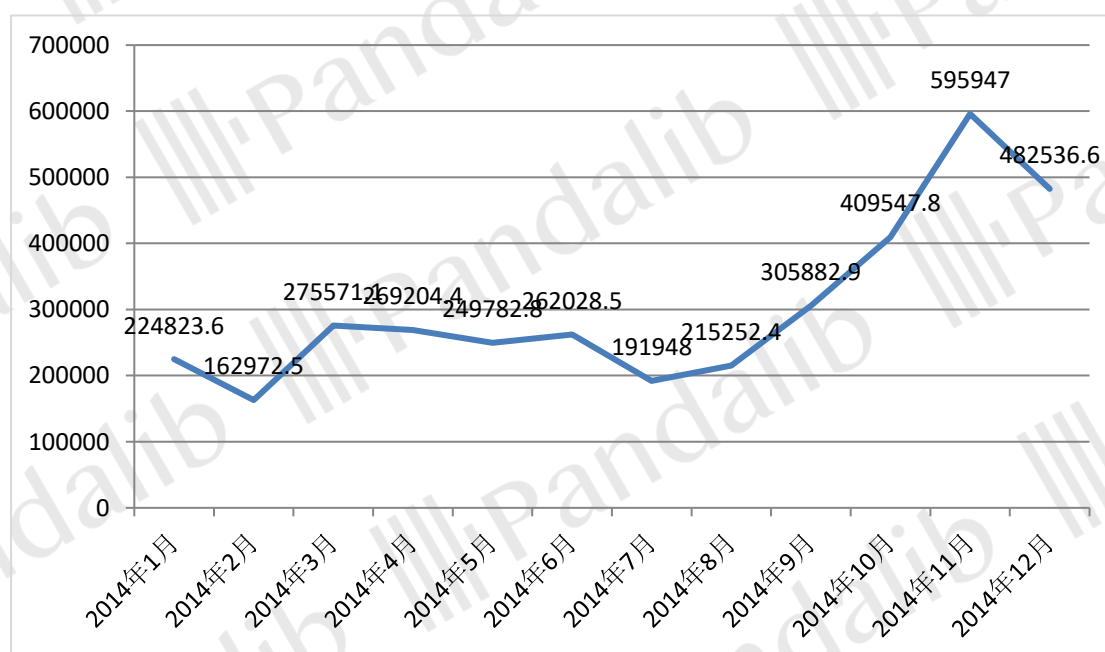
二、趋势分析

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）
2014 年 12 月	4501.9	482536.6	107.2
2014 年 11 月	3865.3	595947	154.2
2014 年 10 月	2813.3	409547.8	145.6
2014 年 9 月	2286.3	305882.9	133.8
2014 年 8 月	1895.1	215252.4	113.6
2014 年 7 月	2068.9	191948	92.8
2014 年 6 月	2642.4	262028.5	99.2
2014 年 5 月	2365.1	249782.8	105.6
2014 年 4 月	2568.3	269204.4	104.8
2014 年 3 月	2297.1	275571.1	120
2014 年 2 月	1177.7	162972.5	138.4
2014 年 1 月	1629.1	224823.6	138

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**