



2014 年 09 月 女包 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

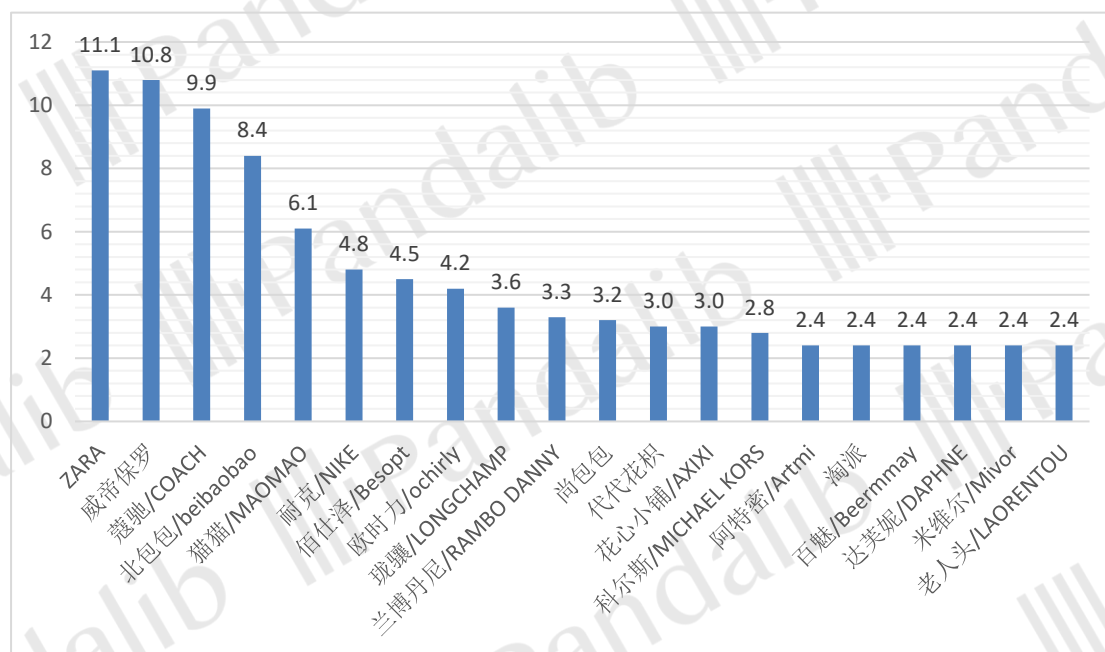
目录

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

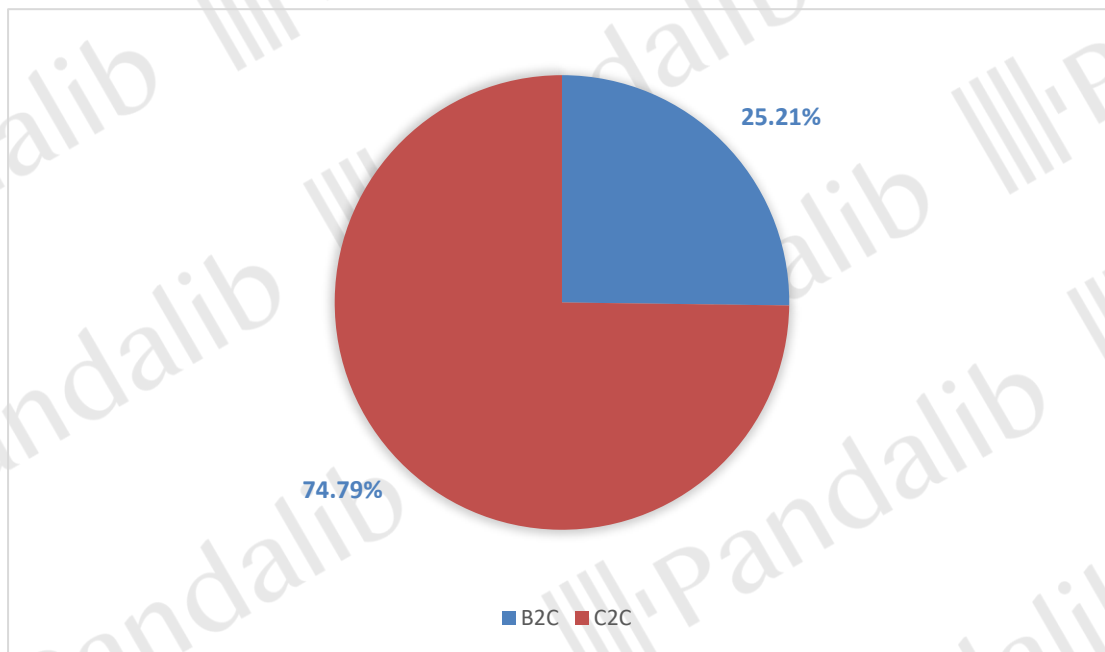
一、市场概况

2014年9月,女包在线上共销售844.2万件,销售额为113972.3万元,成交均价为135.0元,销售额环比0.9%。销售量排在前三位的品牌为:ZARA、威帝保罗、蔻驰/COACH,其中ZARA的销售量最高,达到了11.1万件;销售额排在前三位的品牌为:蔻驰/COACH、科尔斯/MICHAEL KORS、珑骧/LONGCHAMP,其中蔻驰/COACH的销售额最高,达到了7046.9万元。在电商渠道方面,B2C的销售量占比为25.2%,C2C的销售量占比为74.8%;其中淘宝的销售量最高,占比为74.8%。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38.2%,其次为华北地区和华中地区。

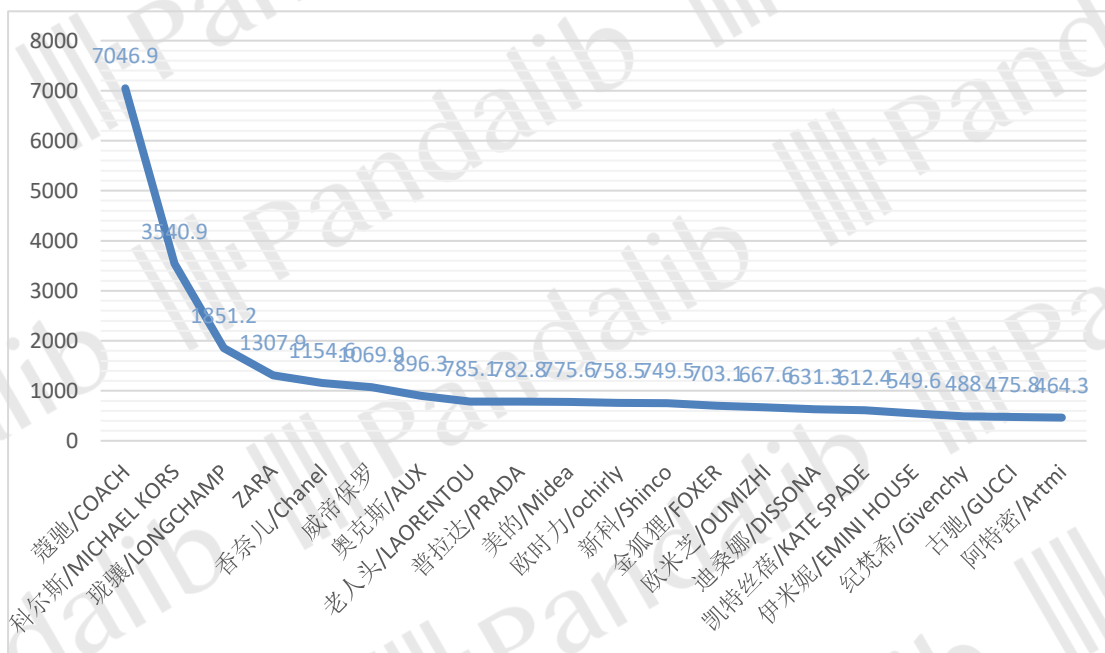
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析 (万件)



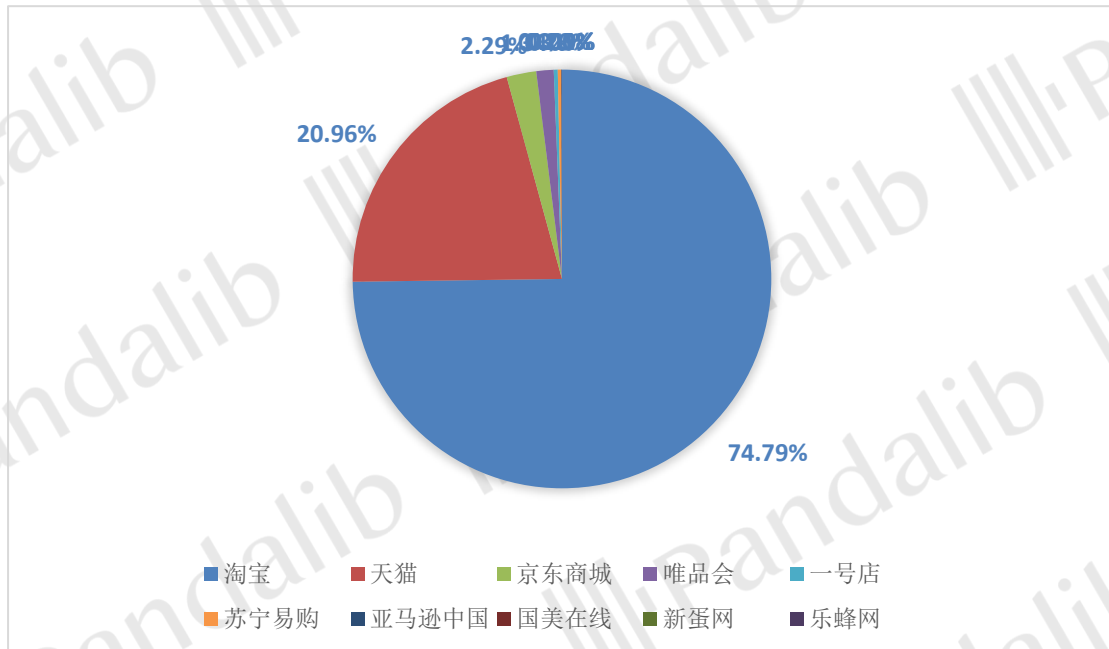
网络零售平台类型销售量占比



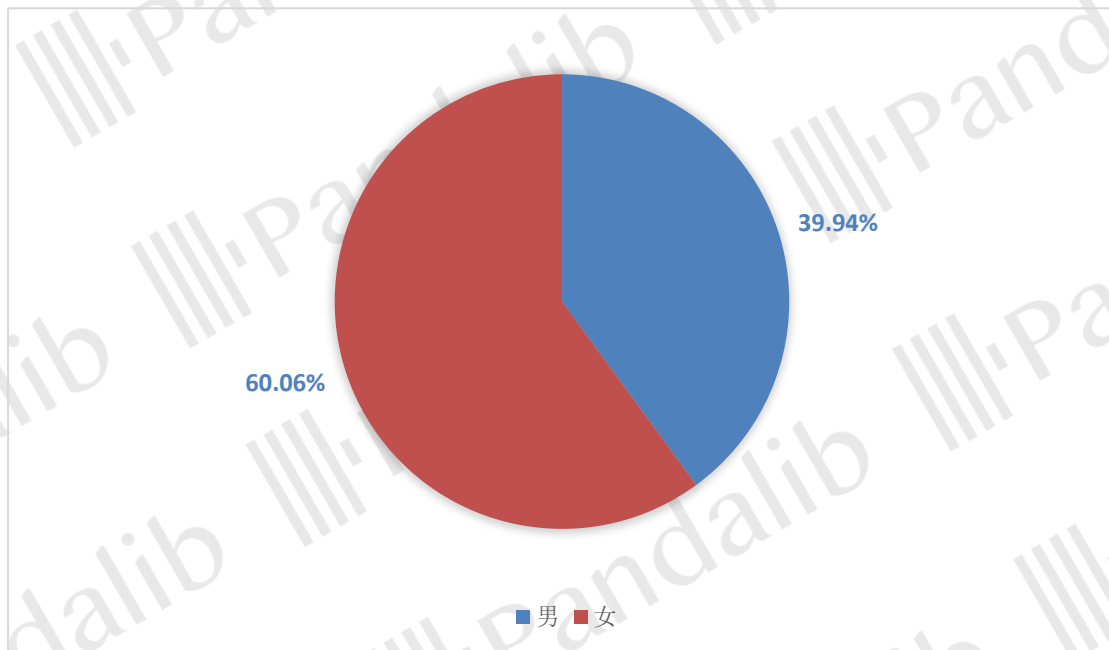
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



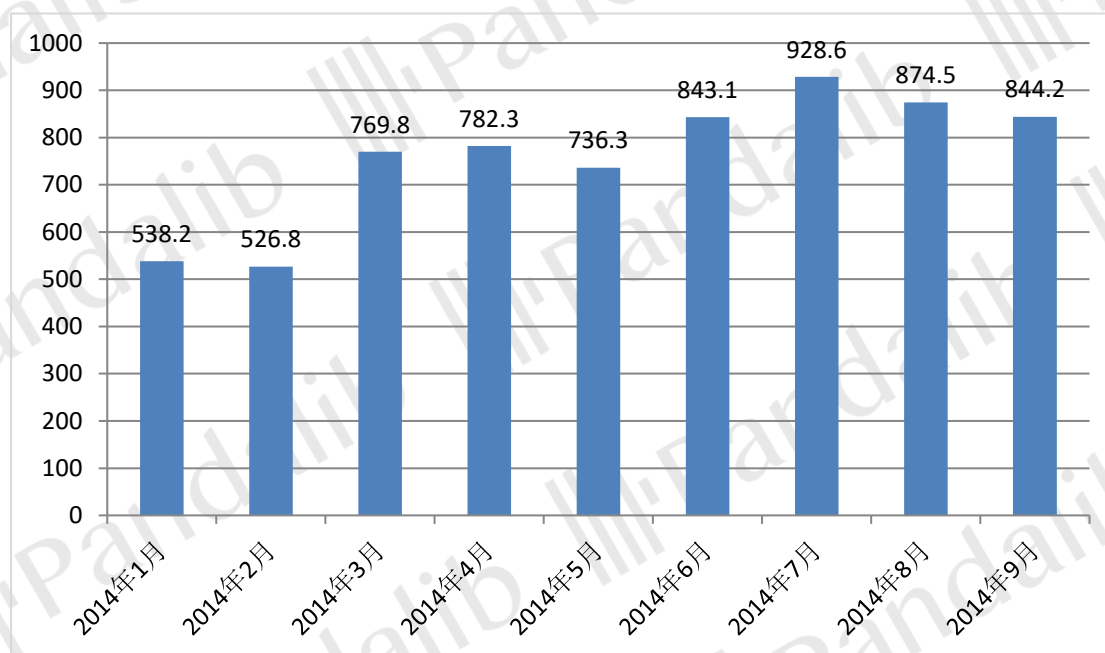
网络零售消费者性别分布



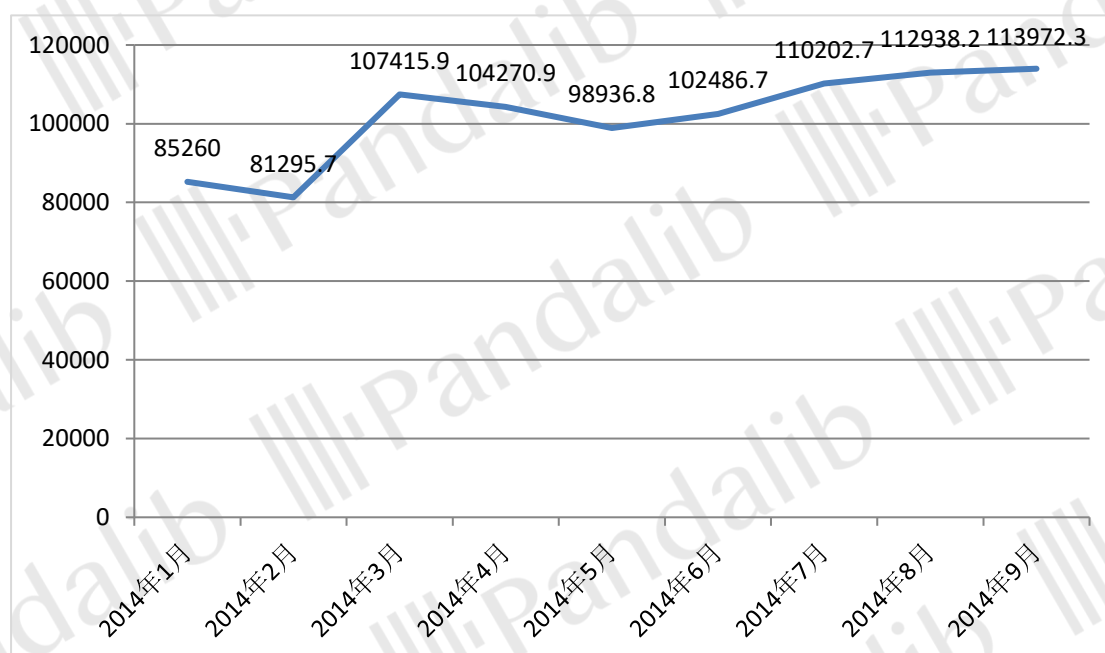
二、趋势分析

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 9 月	844.2	113972.3	135

2014 年 8 月	874.5	112938.2	129.1
2014 年 7 月	928.6	110202.7	118.7
2014 年 6 月	843.1	102486.7	121.6
2014 年 5 月	736.3	98936.8	134.4
2014 年 4 月	782.3	104270.9	133.3
2014 年 3 月	769.8	107415.9	139.5
2014 年 2 月	526.8	81295.7	154.3
2014 年 1 月	538.2	85260	158.4

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！