



2016 年 12 月 袜子 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

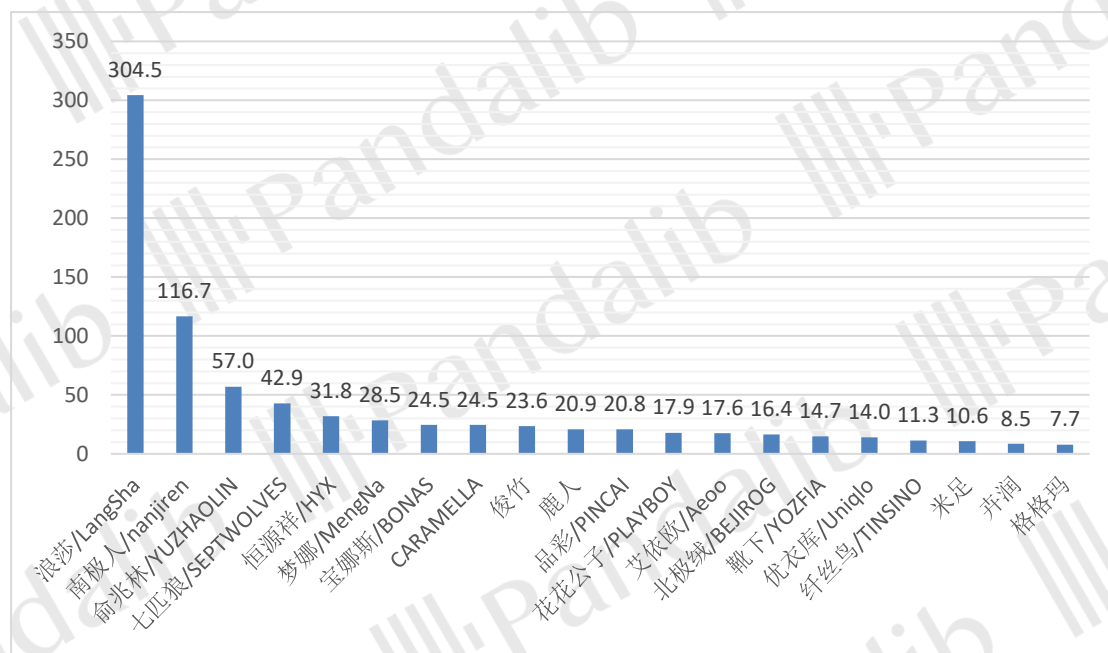
目录

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

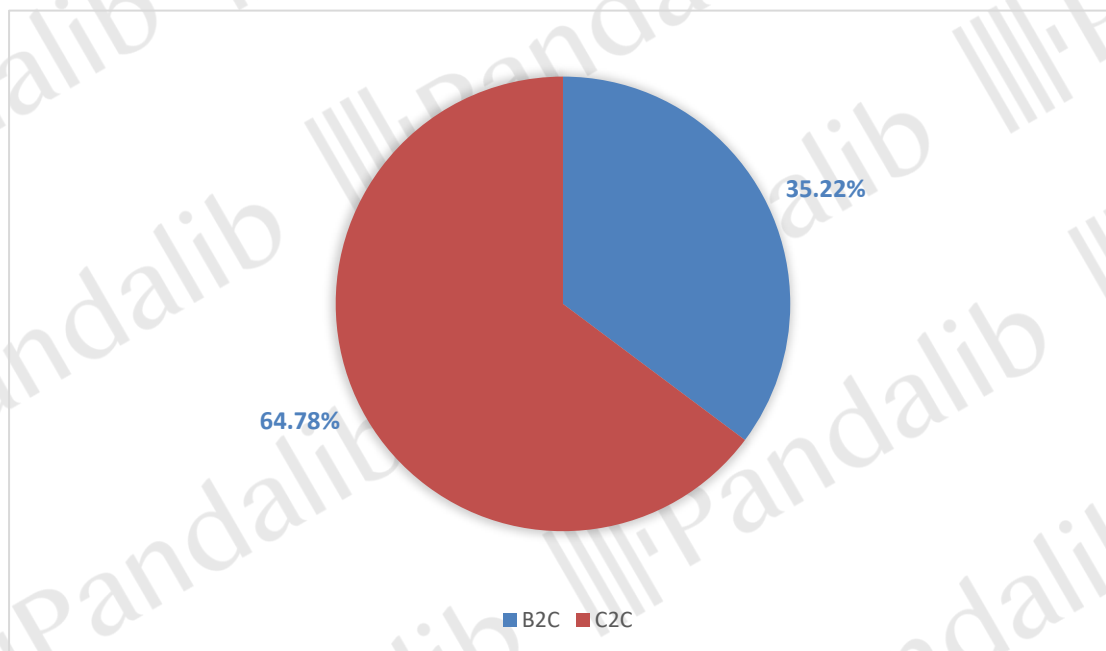
一、市场概况

2016 年 12 月，袜子在线上共销售 4036.7 万件，销售额为 82808.9 万元，成交均价为 20.5 元，销售额环比-51.3%。销售量排在前三位的品牌为：浪莎/LangSha、南极人/nanjiren、俞兆林/YUZHAOLIN，其中浪莎/LangSha 的销售量最高，达到了 304.5 万件；销售额排在前三位的品牌为：浪莎/LangSha、南极人/nanjiren、七匹狼/SEPTWOLVES，其中浪莎/LangSha 的销售额最高，达到了 5377.6 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 35.2%，C2C 的销售量占比为 64.8%；其中淘宝的销售量最高，占比为 64.8%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 41.0%；华东地区的消费者占比最高，达到 46.2%，其次为华北地区和西南地区。

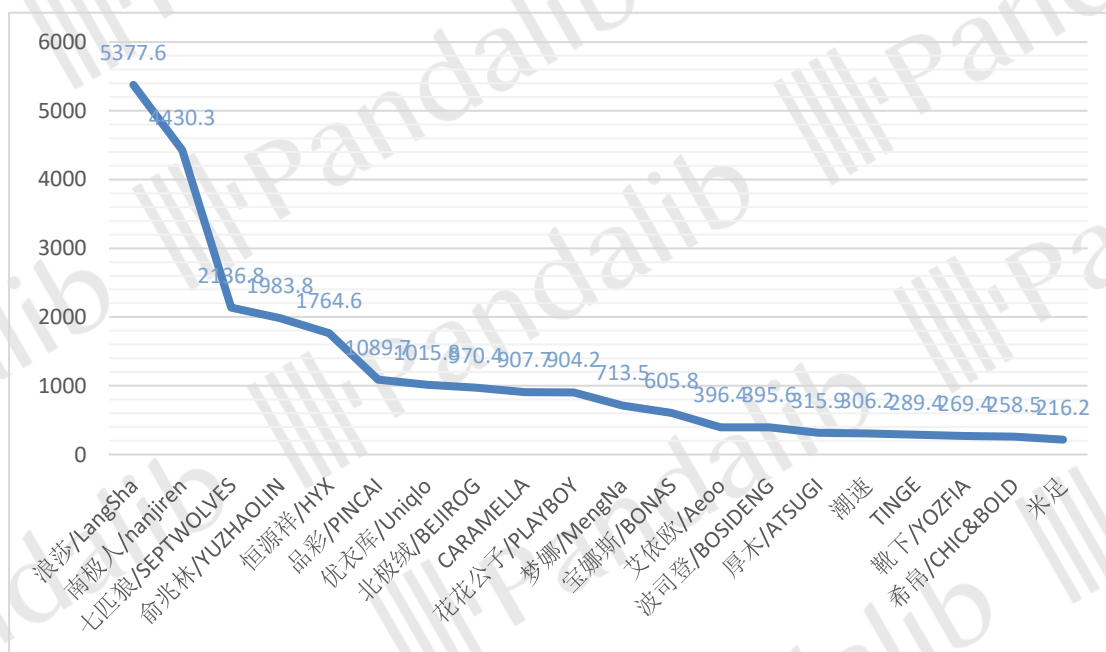
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



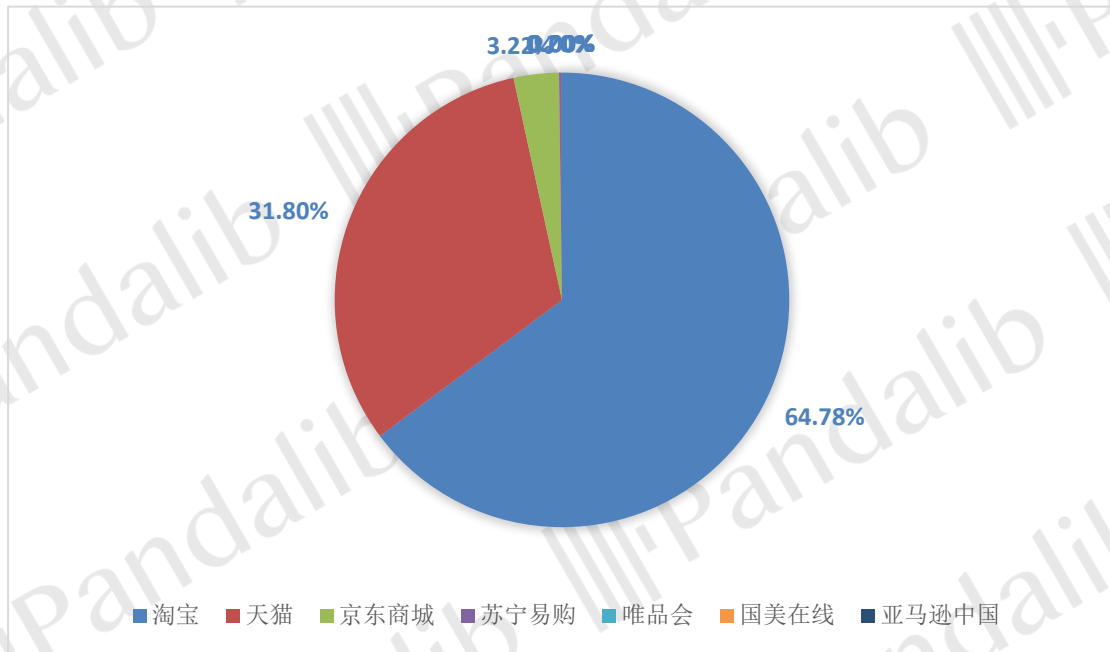
网络零售平台类型销售量占比



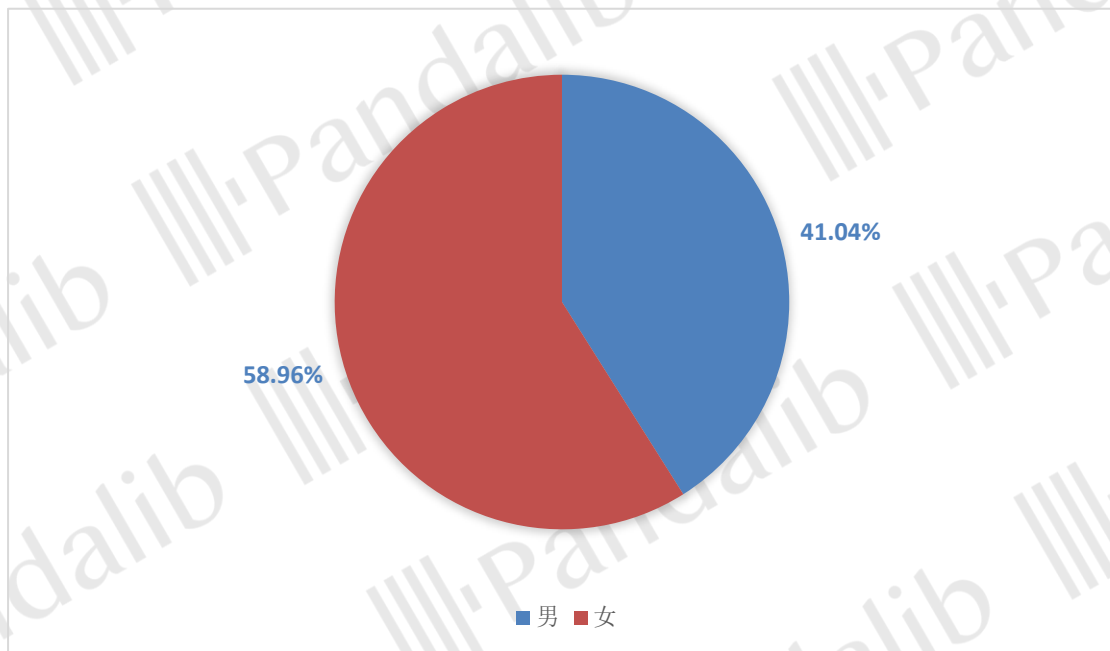
网络零售销售额排名 TOP20 品牌（万元）



网络零售渠道销售量占比



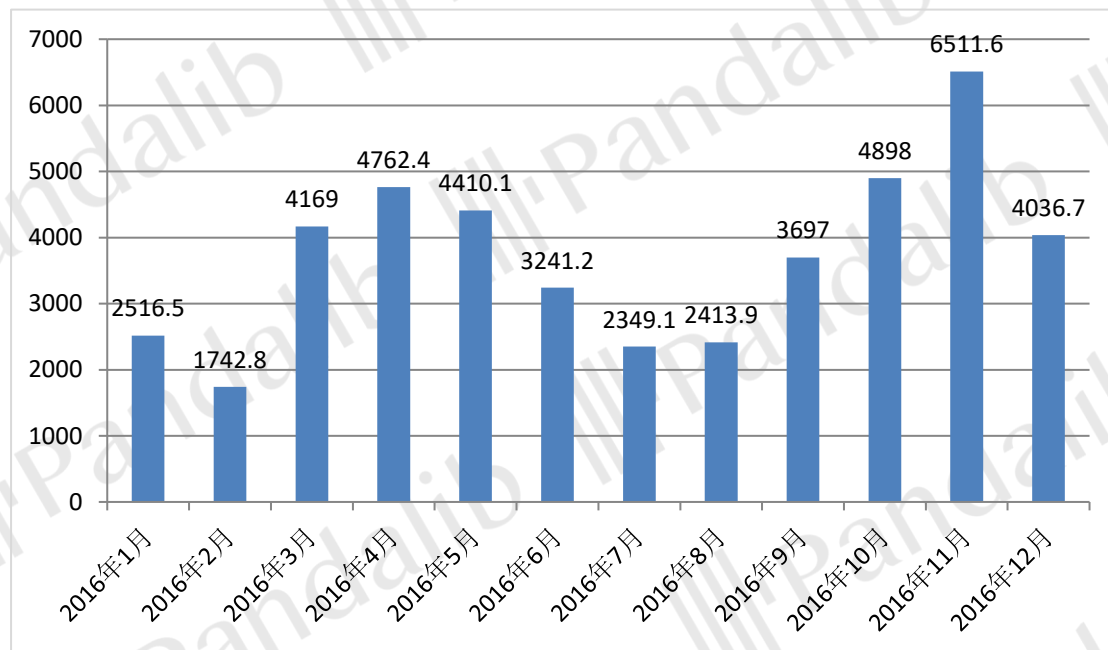
网络零售消费者性别分布



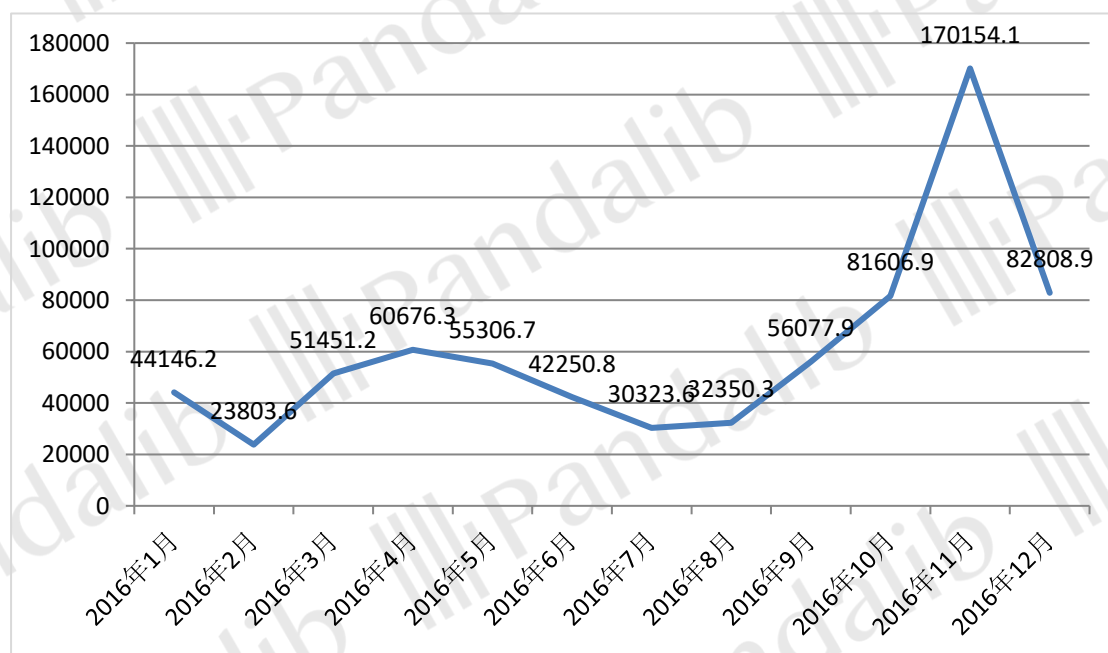
二、趋势分析

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）
2016 年 12 月	4036.7	82808.9	20.5
2016 年 11 月	6511.6	170154.1	26.1
2016 年 10 月	4898	81606.9	16.7
2016 年 9 月	3697	56077.9	15.2
2016 年 8 月	2413.9	32350.3	13.4
2016 年 7 月	2349.1	30323.6	12.9
2016 年 6 月	3241.2	42250.8	13
2016 年 5 月	4410.1	55306.7	12.5
2016 年 4 月	4762.4	60676.3	12.7
2016 年 3 月	4169	51451.2	12.3
2016 年 2 月	1742.8	23803.6	13.7
2016 年 1 月	2516.5	44146.2	17.5

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**