



2015 年 01 月 袜子 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

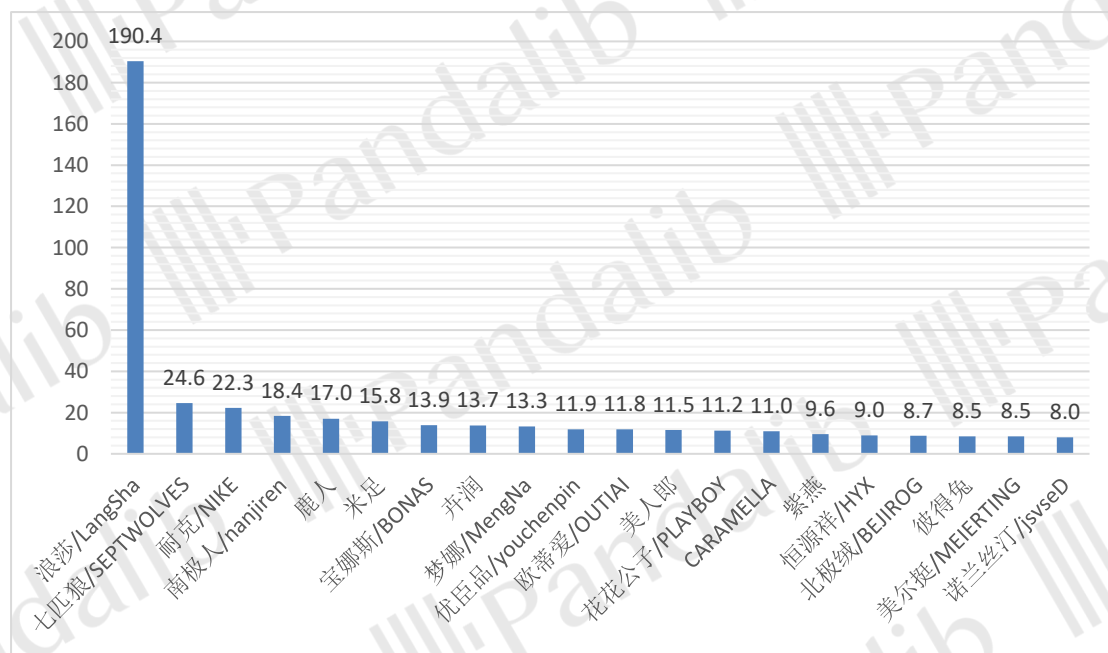
目录

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

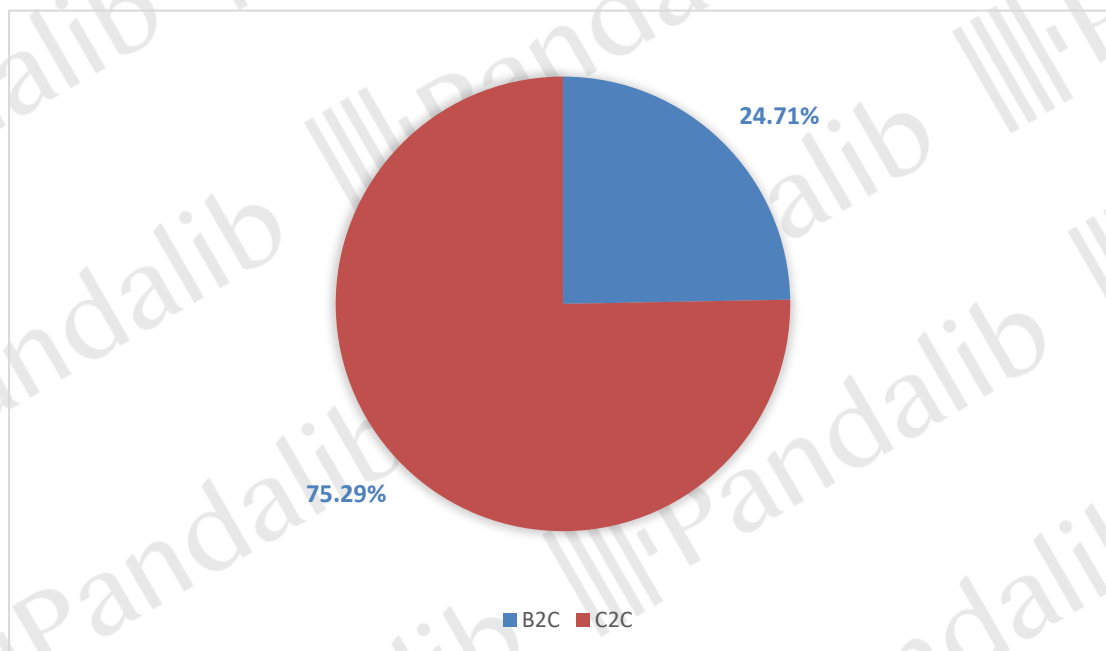
一、市场概况

2015 年 1 月，袜子在线上共销售 2390.1 万件，销售额为 33145.5 万元，成交均价为 13.9 元，销售额环比-33.5%。销售量排在前三位的品牌为：浪莎/LangSha、七匹狼/SEPTWOLVES、耐克/NIKE，其中浪莎/LangSha 的销售量最高，达到了 190.4 万件；销售额排在前三位的品牌为：浪莎/LangSha、七匹狼/SEPTWOLVES、南极人/nanjiren，其中浪莎/LangSha 的销售额最高，达到了 2409.5 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 24.7%，C2C 的销售量占比为 75.3%；其中淘宝的销售量最高，占比为 75.3%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 39.2%；华东地区的消费者占比最高，达到 44.3%，其次为华北地区和华中区地区。

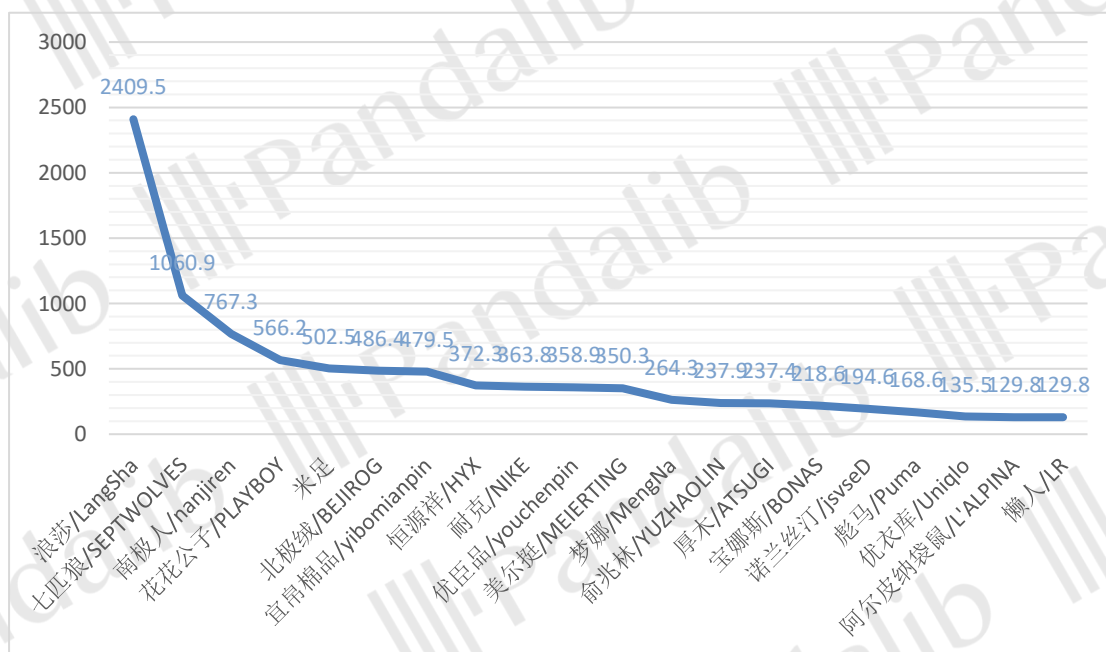
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



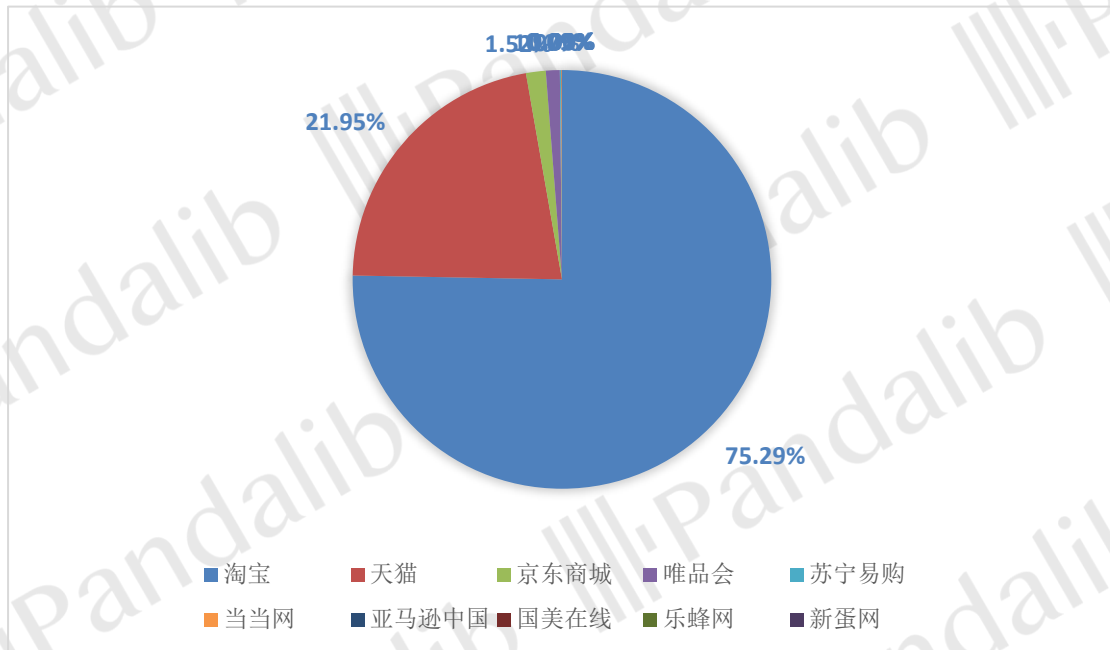
网络零售平台类型销售量占比



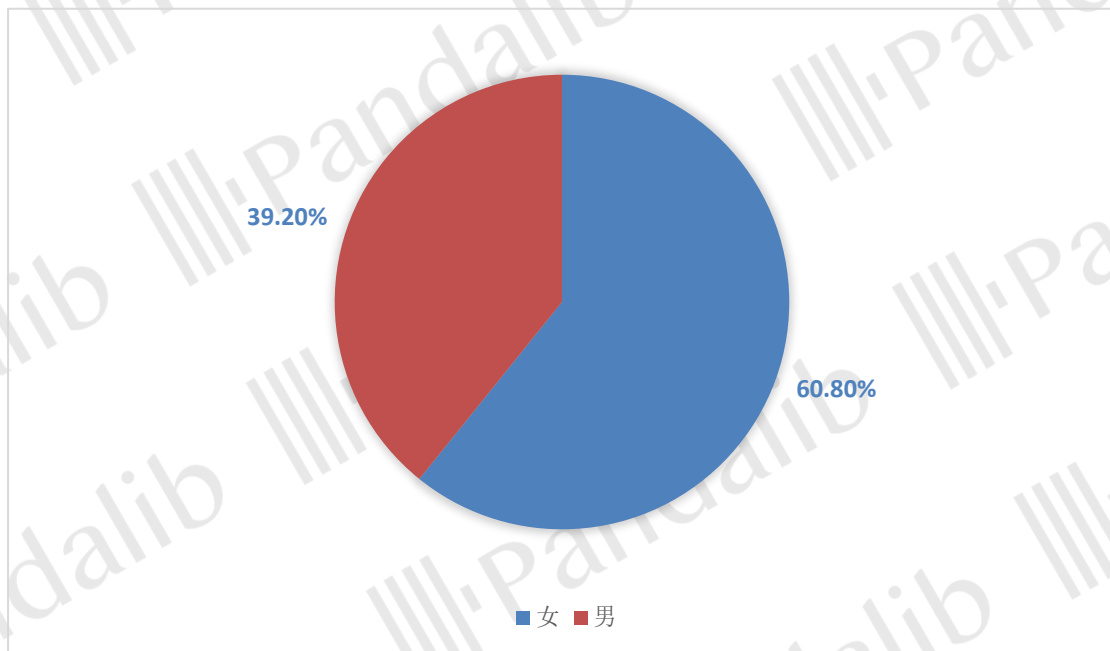
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



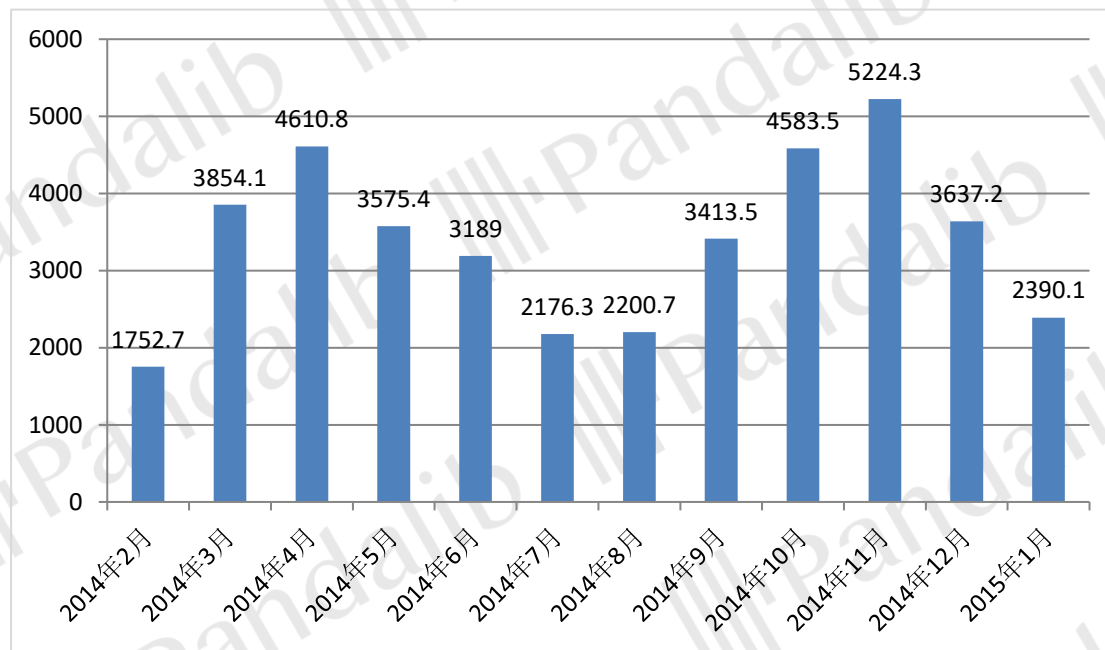
网络零售消费者性别分布



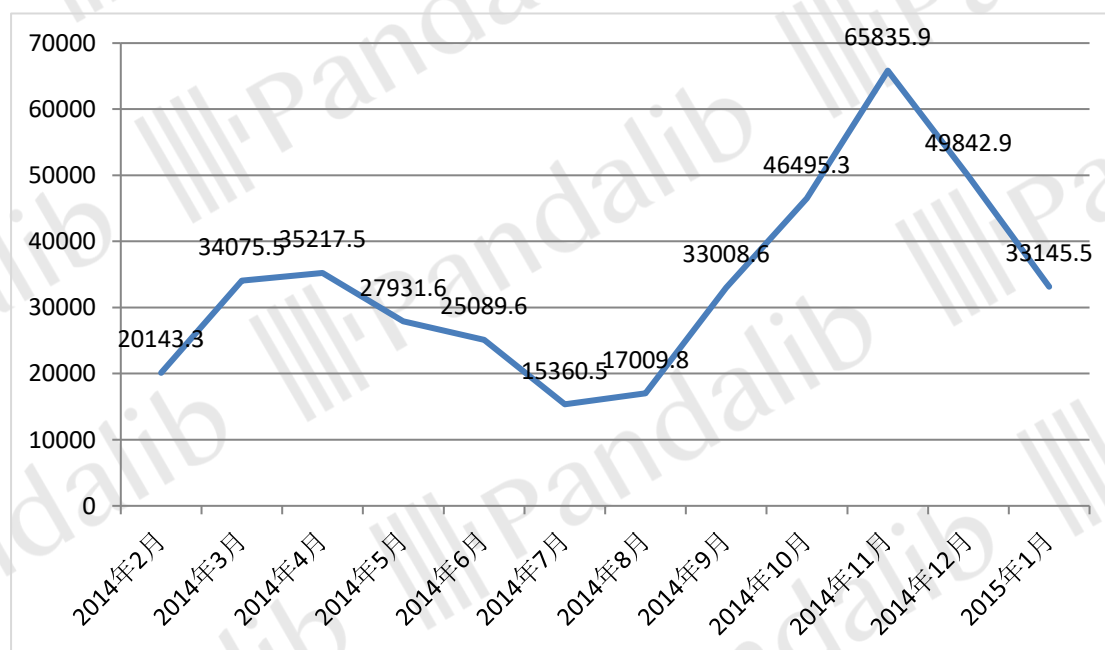
二、趋势分析

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 1 月	2390.1	33145.5	13.9
2014 年 12 月	3637.2	49842.9	13.7
2014 年 11 月	5224.3	65835.9	12.6
2014 年 10 月	4583.5	46495.3	10.1
2014 年 9 月	3413.5	33008.6	9.7
2014 年 8 月	2200.7	17009.8	7.7
2014 年 7 月	2176.3	15360.5	7.1
2014 年 6 月	3189	25089.6	7.9
2014 年 5 月	3575.4	27931.6	7.8
2014 年 4 月	4610.8	35217.5	7.6
2014 年 3 月	3854.1	34075.5	8.8
2014 年 2 月	1752.7	20143.3	11.5

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**