



2015 年 12 月 洗衣液 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

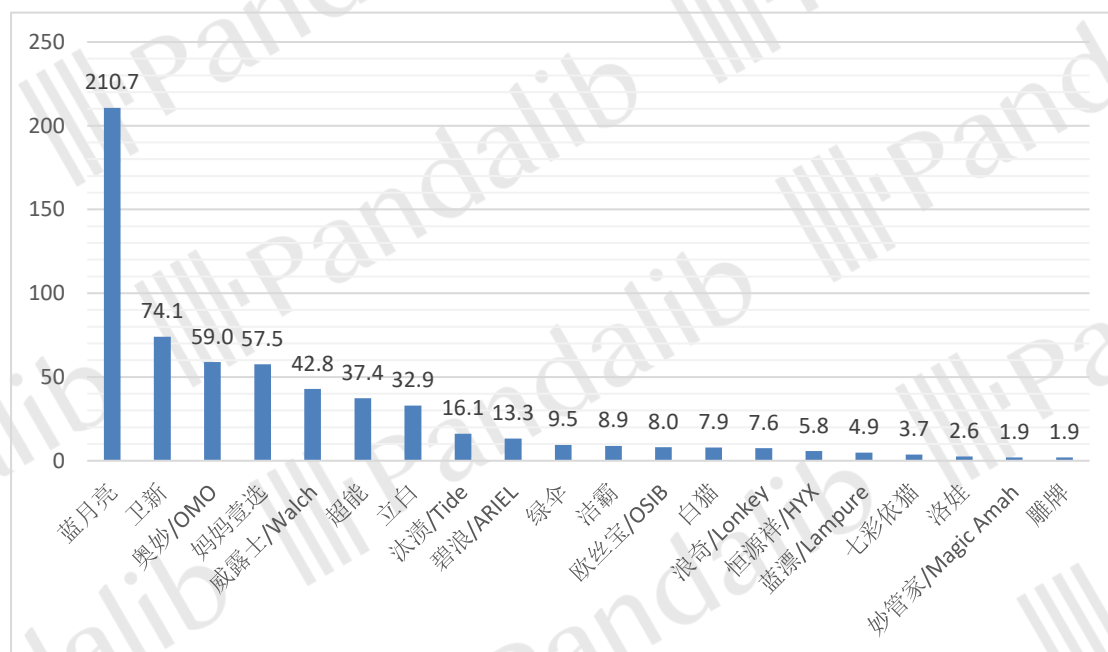
目录

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

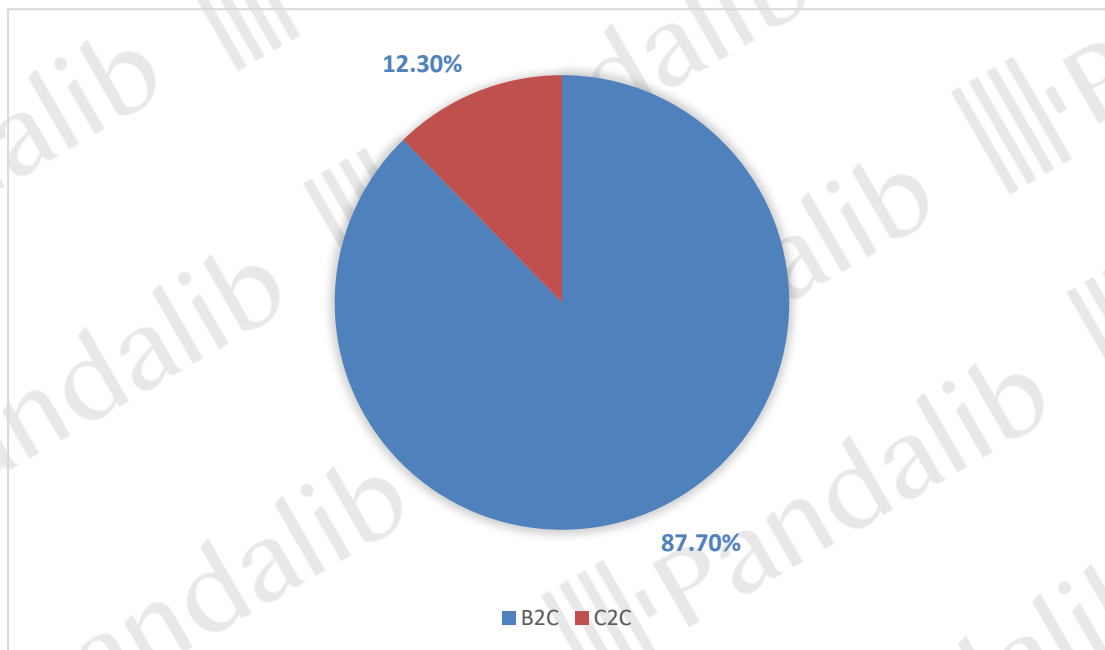
一、市场概况

2015 年 12 月，洗衣液在线上共销售 704.2 万件，销售额为 22252.6 万元，成交均价为 31.6 元，销售额环比-52.8%。销售量排在前三位的品牌为：蓝月亮、卫新、奥妙/OMO，其中蓝月亮的销售量最高，达到了 210.7 万件；销售额排在前三位的品牌为：蓝月亮、卫新、威露士/Walch，其中蓝月亮的销售额最高，达到了 5331.2 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 87.7%,C2C 的销售量占比为 12.3%；其中天猫的销售量最高，占比为 44.3%。女性消费者高于男性,其中男性消费者占比为 31.0%；华东地区的消费者占比最高，达到 38.5%，其次为华南地区和西南地区。

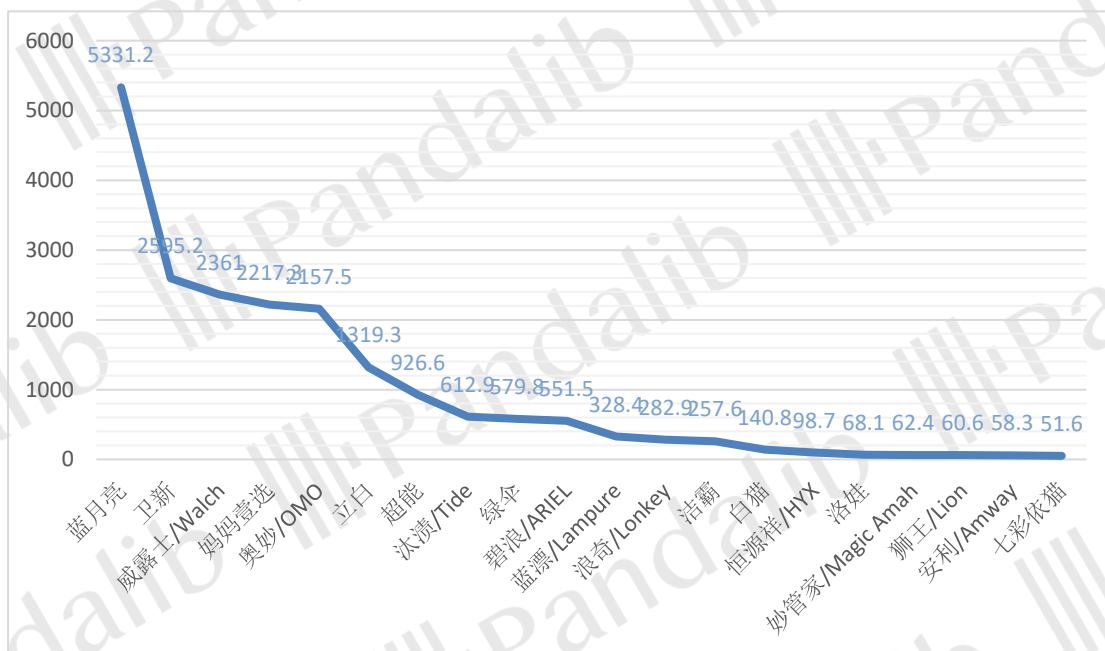
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



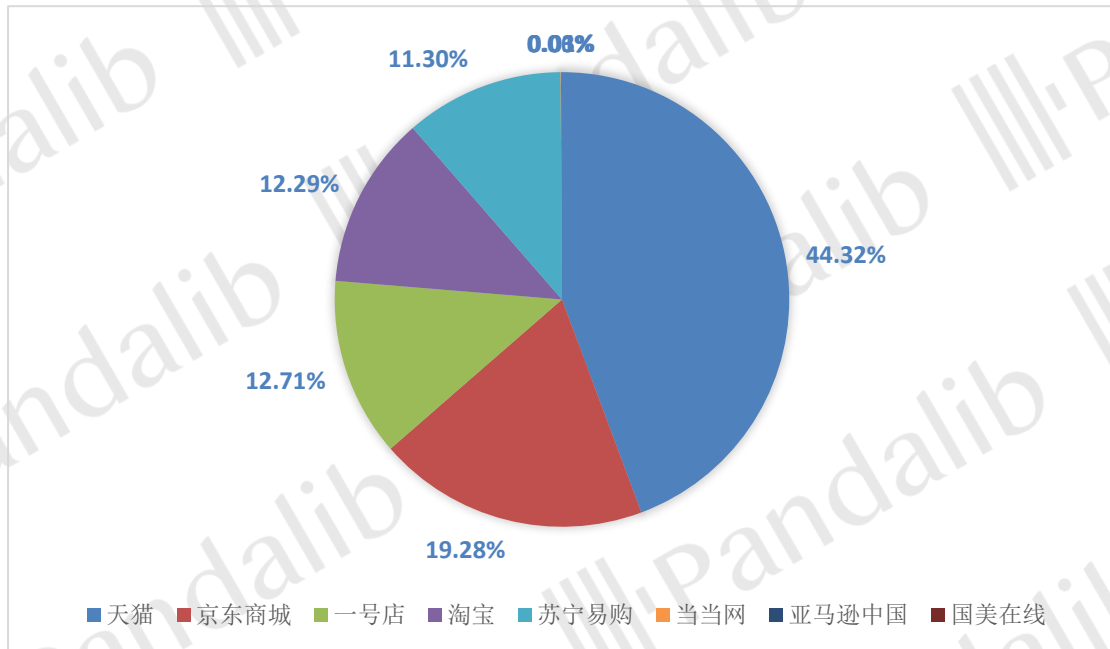
网络零售平台类型销售量占比



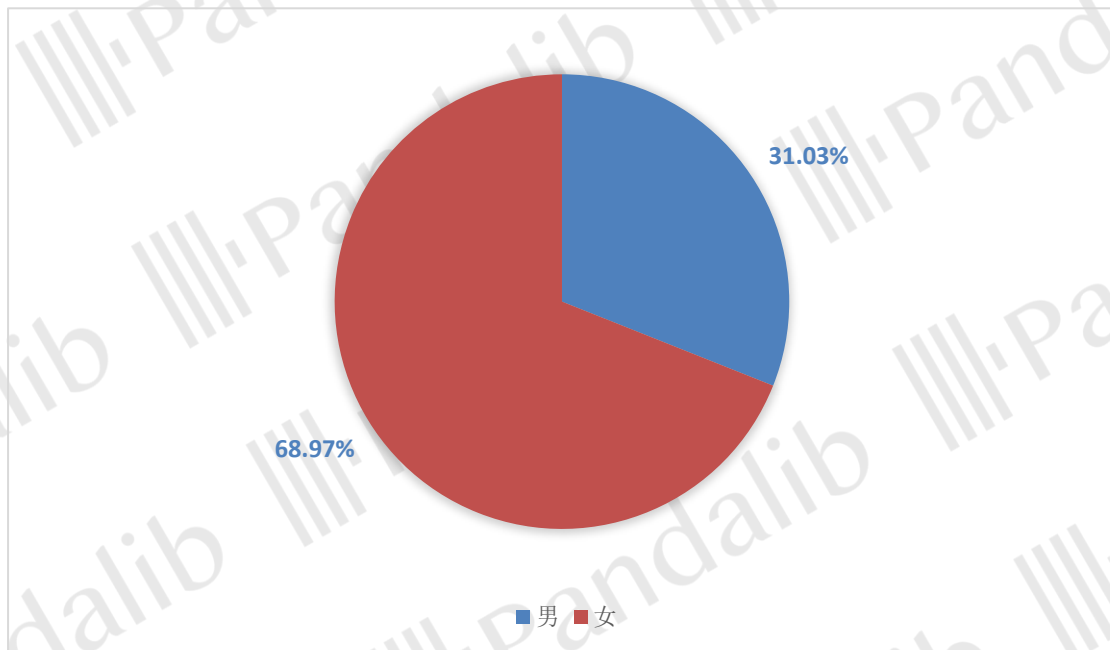
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



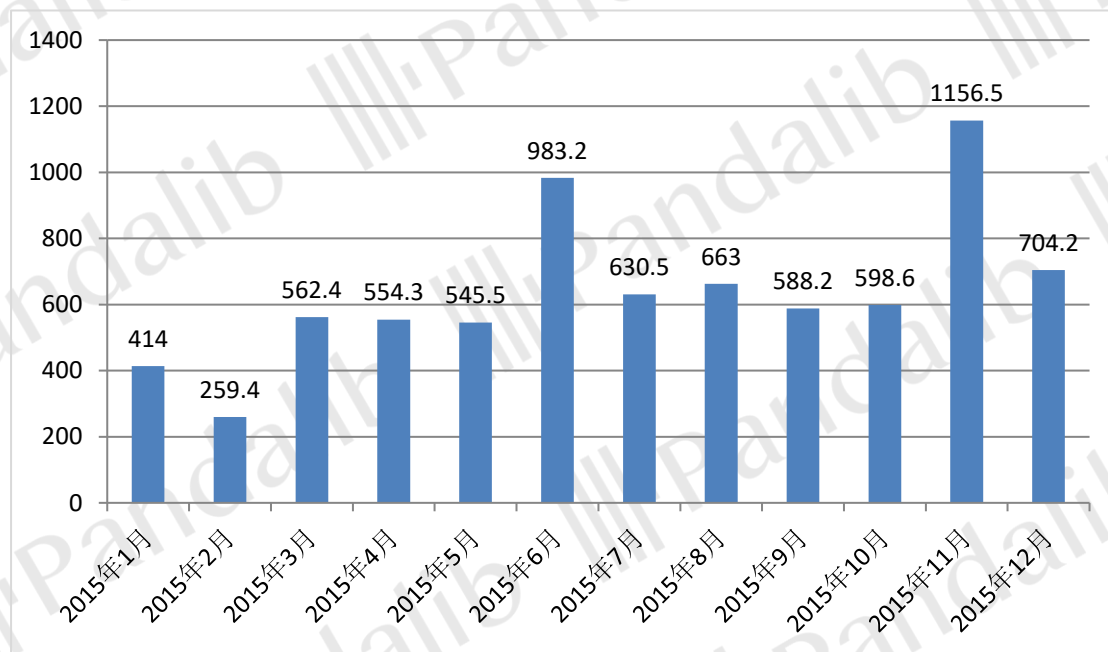
网络零售消费者性别分布



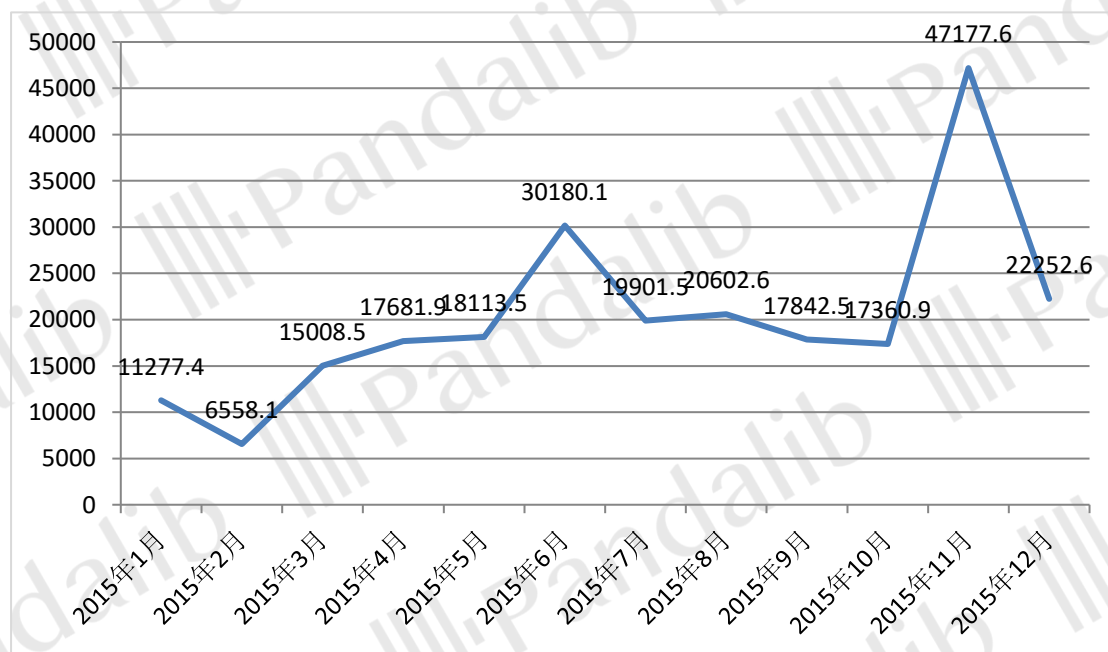
二、趋势分析

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）
2015 年 12 月	704.2	22252.6	31.6

2015 年 11 月	1156.5	47177.6	40.8
2015 年 10 月	598.6	17360.9	29
2015 年 9 月	588.2	17842.5	30.3
2015 年 8 月	663	20602.6	31.1
2015 年 7 月	630.5	19901.5	31.6
2015 年 6 月	983.2	30180.1	30.7
2015 年 5 月	545.5	18113.5	33.2
2015 年 4 月	554.3	17681.9	31.9
2015 年 3 月	562.4	15008.5	26.7
2015 年 2 月	259.4	6558.1	25.3
2015 年 1 月	414	11277.4	27.2

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！