



2017 年 02 月 洗衣液 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

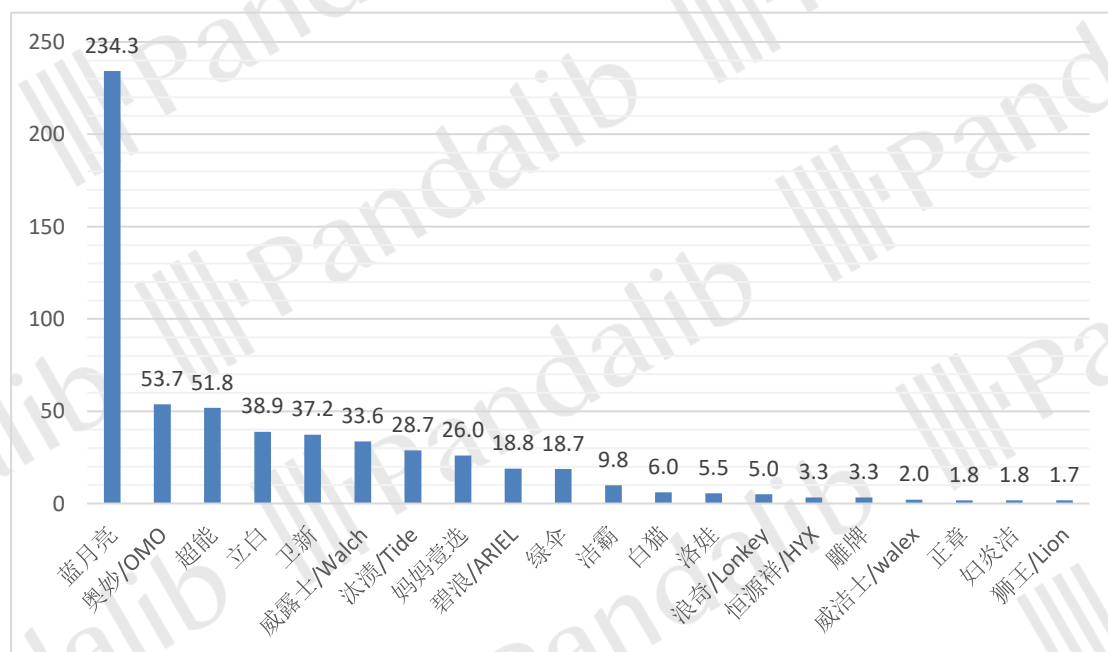
目录

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

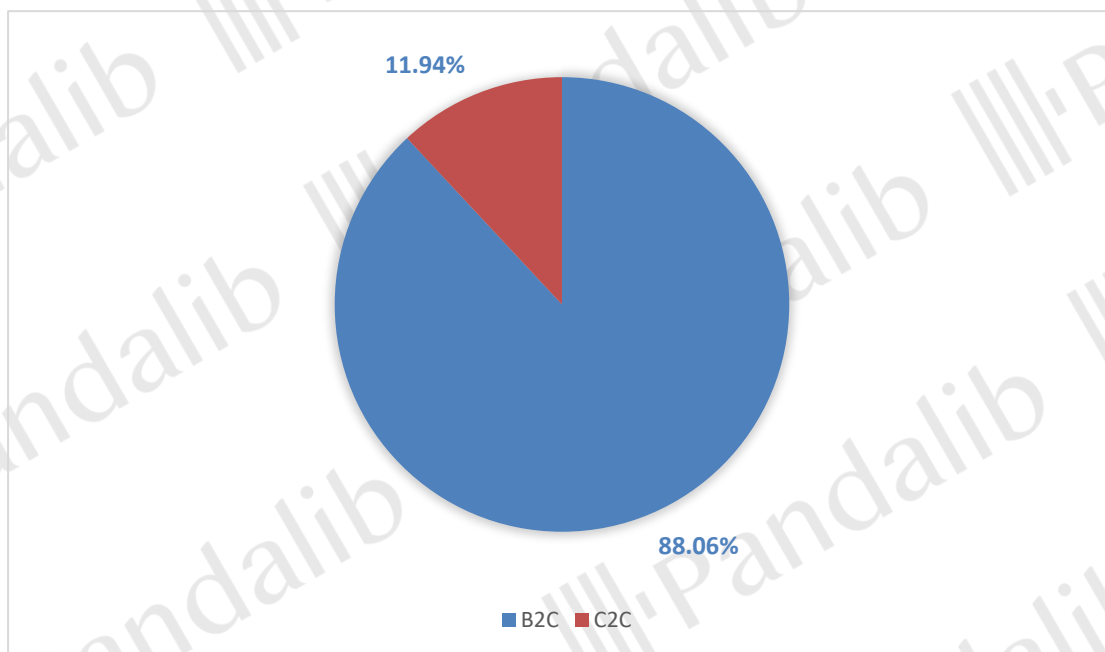
一、市场概况

2017 年 2 月，洗衣液在线上共销售 682.7 万件，销售额为 27918.3 万元，成交均价为 40.9 元，销售额环比 26.0%。销售量排在前三位的品牌为：蓝月亮、奥妙/OMO、超能，其中蓝月亮的销售量最高，达到了 234.3 万件；销售额排在前三位的品牌为：蓝月亮、威露士/Walch、奥妙/OMO，其中蓝月亮的销售额最高，达到了 7926.6 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 88.1%，C2C 的销售量占比为 11.9%；其中天猫的销售量最高，占比为 47.8%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 31.5%；华东地区的消费者占比最高，达到 39.9%，其次为华南地区和西南地区。

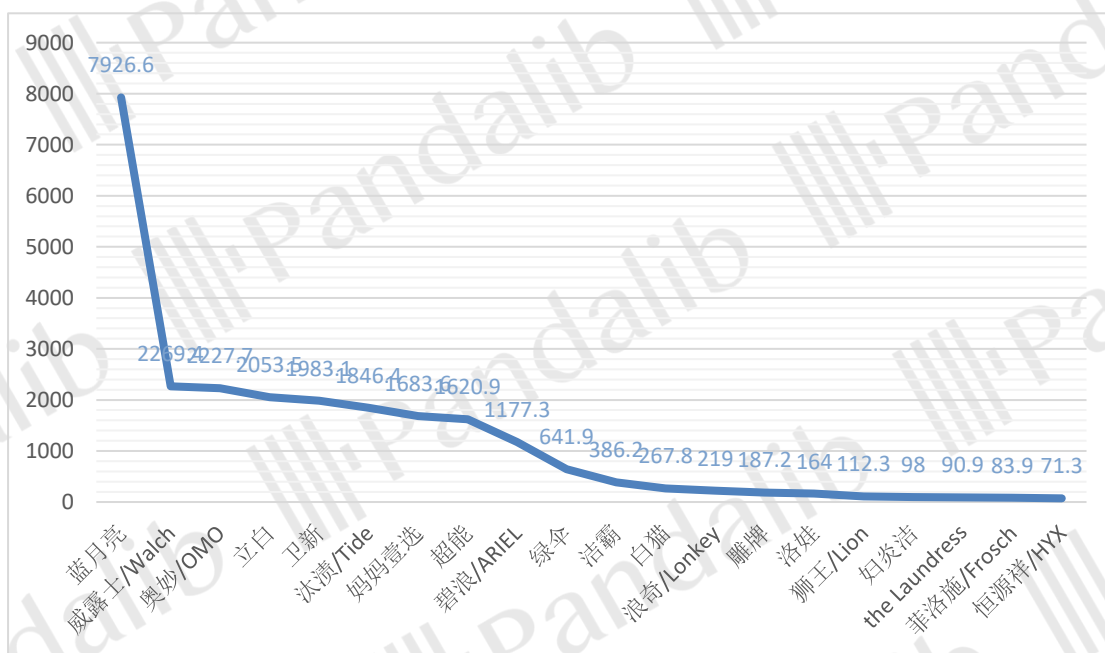
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



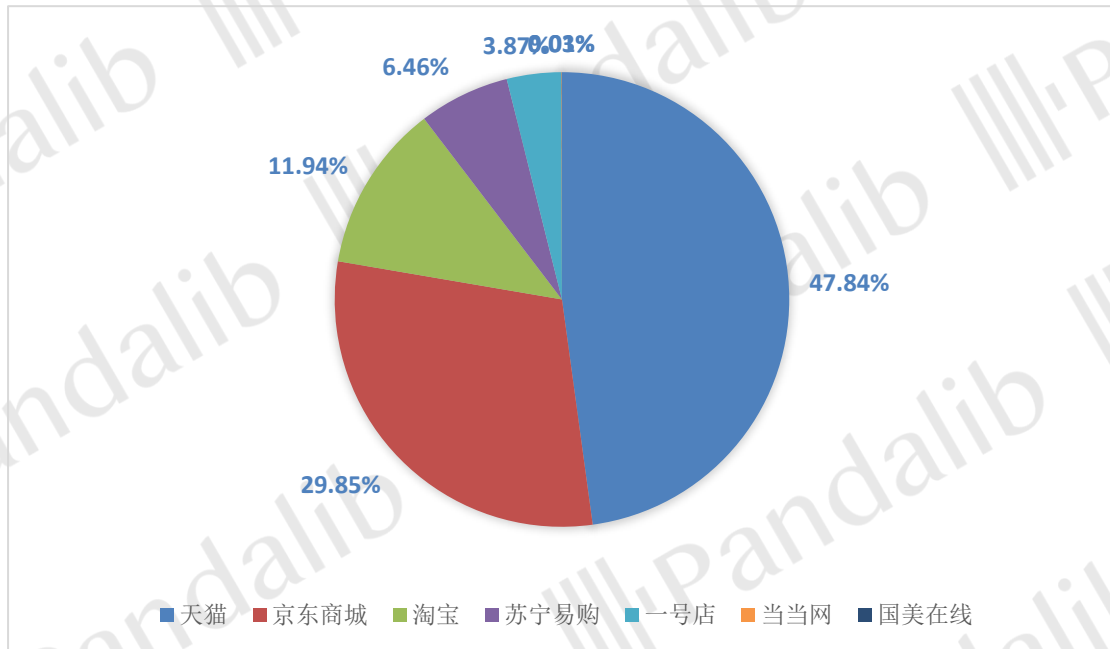
网络零售平台类型销售量占比



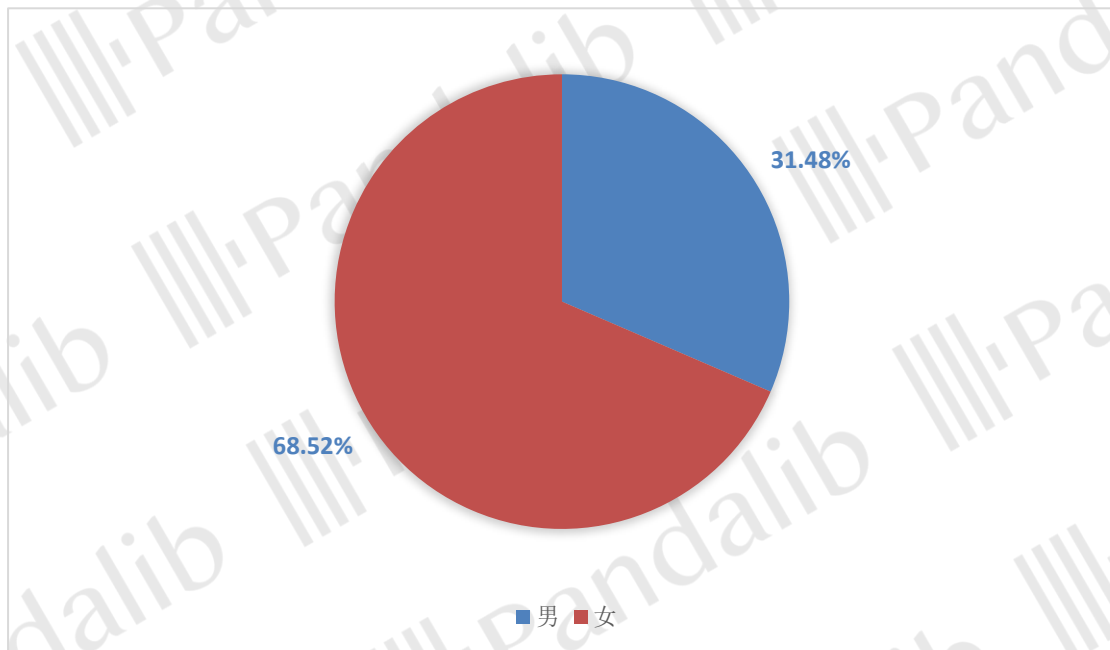
网络零售销售额排名 TOP20 品牌（万元）



网络零售渠道销售量占比



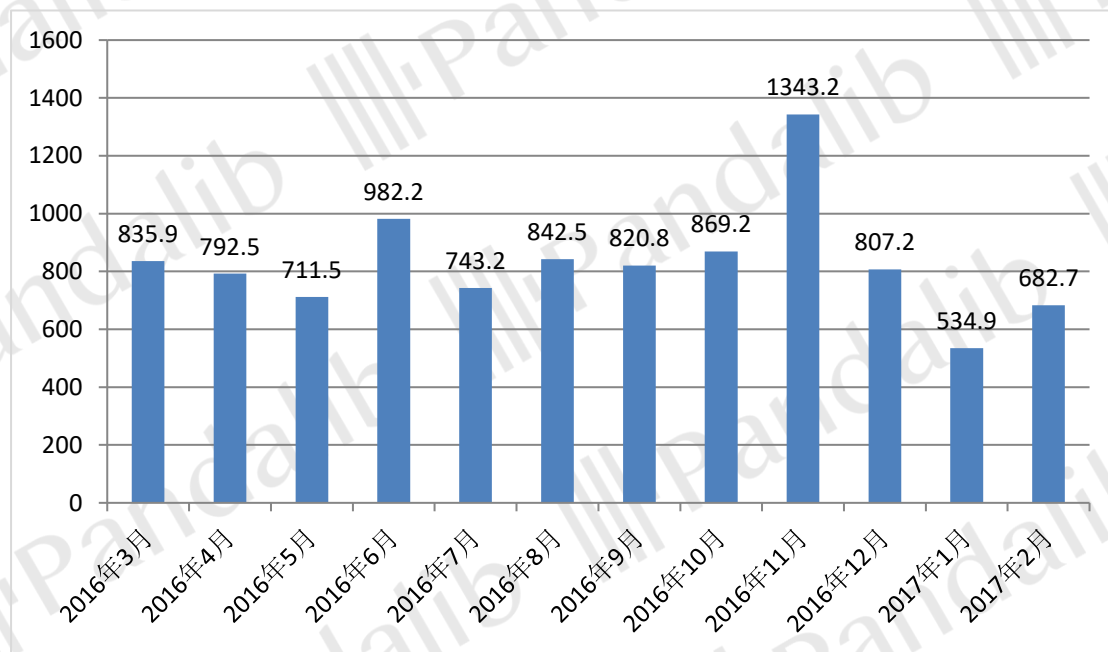
网络零售消费者性别分布



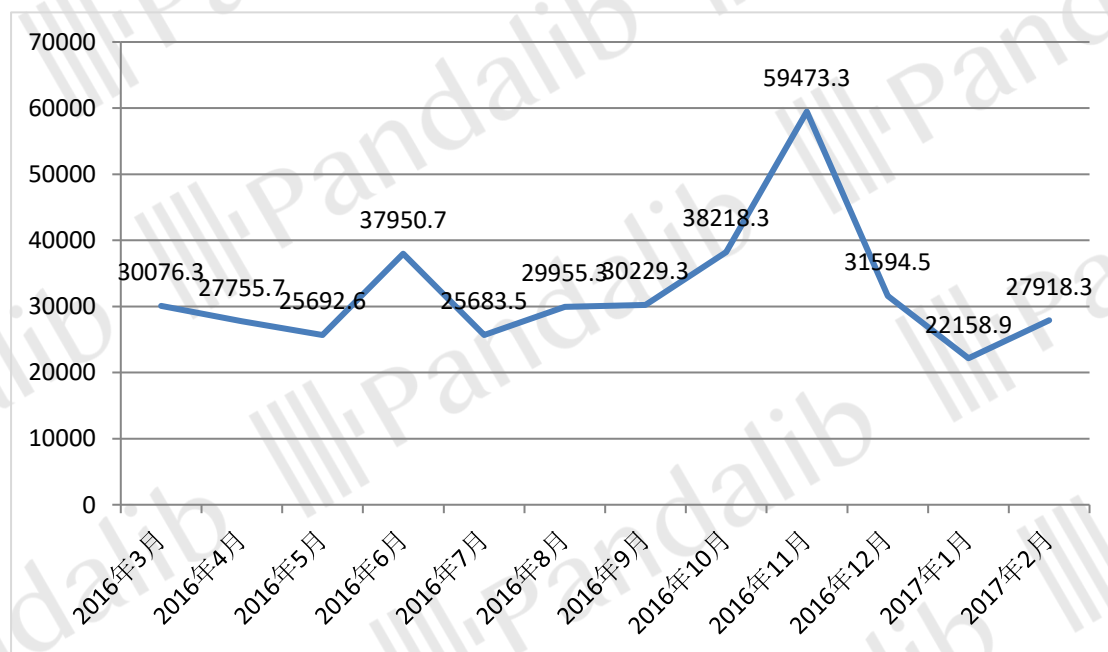
二、趋势分析

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）
2017年2月	682.7	27918.3	40.9

2017 年 1 月	534.9	22158.9	41.4
2016 年 12 月	807.2	31594.5	39.1
2016 年 11 月	1343.2	59473.3	44.3
2016 年 10 月	869.2	38218.3	44
2016 年 9 月	820.8	30229.3	36.8
2016 年 8 月	842.5	29955.3	35.6
2016 年 7 月	743.2	25683.5	34.6
2016 年 6 月	982.2	37950.7	38.6
2016 年 5 月	711.5	25692.6	36.1
2016 年 4 月	792.5	27755.7	35
2016 年 3 月	835.9	30076.3	36

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**