



2014 年 09 月 沐浴套装 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

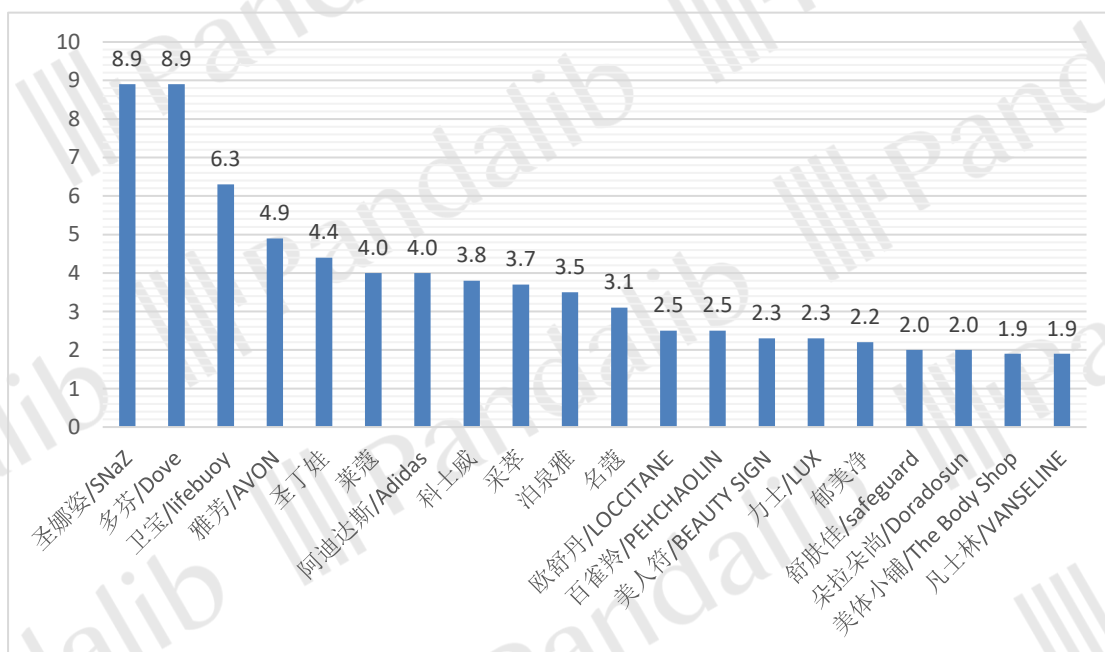
目录

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

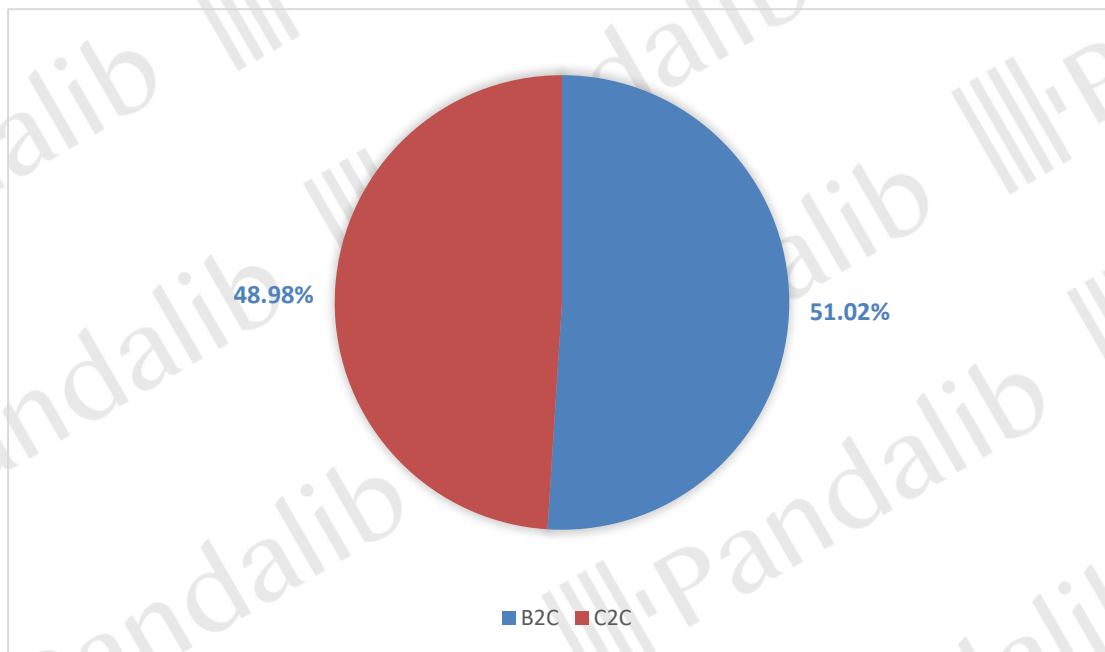
一、市场概况

2014年9月,沐浴套装在线上共销售182.1万件,销售额为7609.4万元,成交均价为41.8元,销售额环比-20.1%。销售量排在前三位的品牌为:圣娜姿/SNaZ、多芬/Dove、卫宝/lifebuoy,其中圣娜姿/SNaZ的销售量最高,达到了8.9万件;销售额排在前三位的品牌为:多芬/Dove、欧舒丹/LOCCITANE、娇韵诗/Clarins,其中多芬/Dove的销售额最高,达到了377.2万元。在电商渠道方面,B2C的销售量占比为51.0%,C2C的销售量占比为49.0%;其中淘宝的销售量最高,占比为49.0%。女性消费者高于男性,其中男性消费者占比为30.7%;华东地区的消费者占比最高,达到43.6%,其次为华南地区和华中地区。

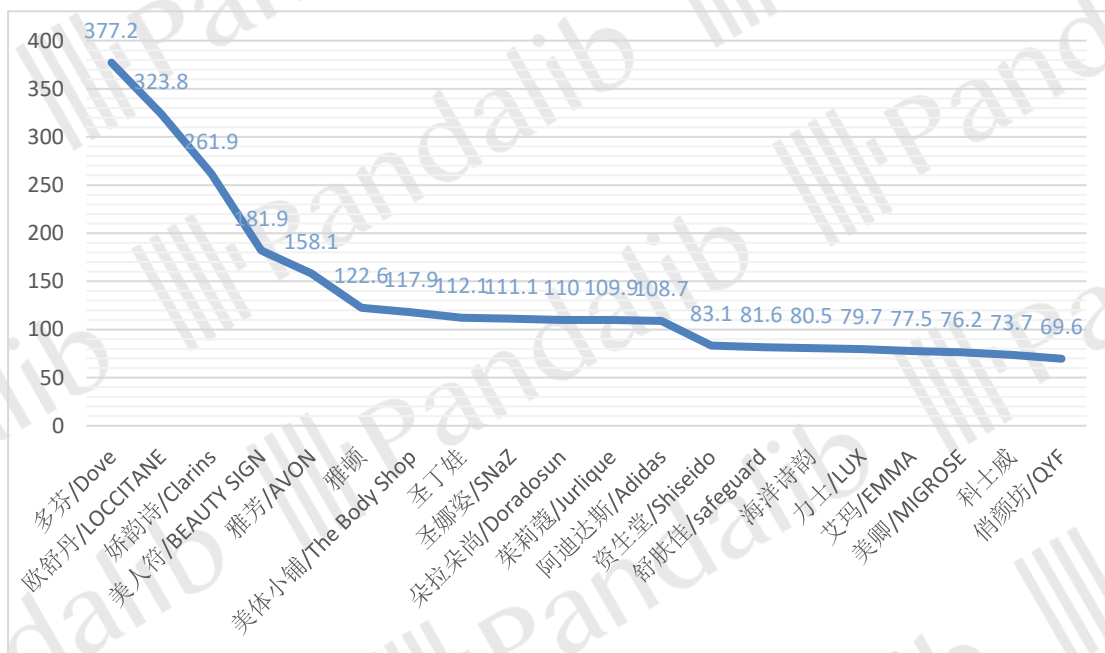
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析 (万件)



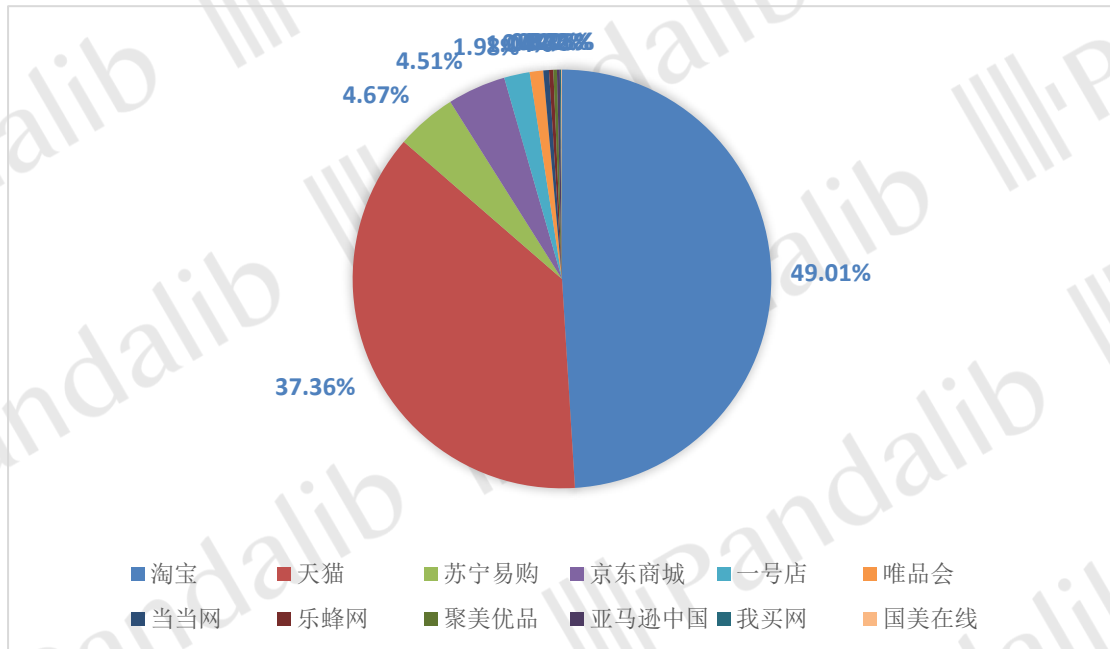
网络零售平台类型销售量占比



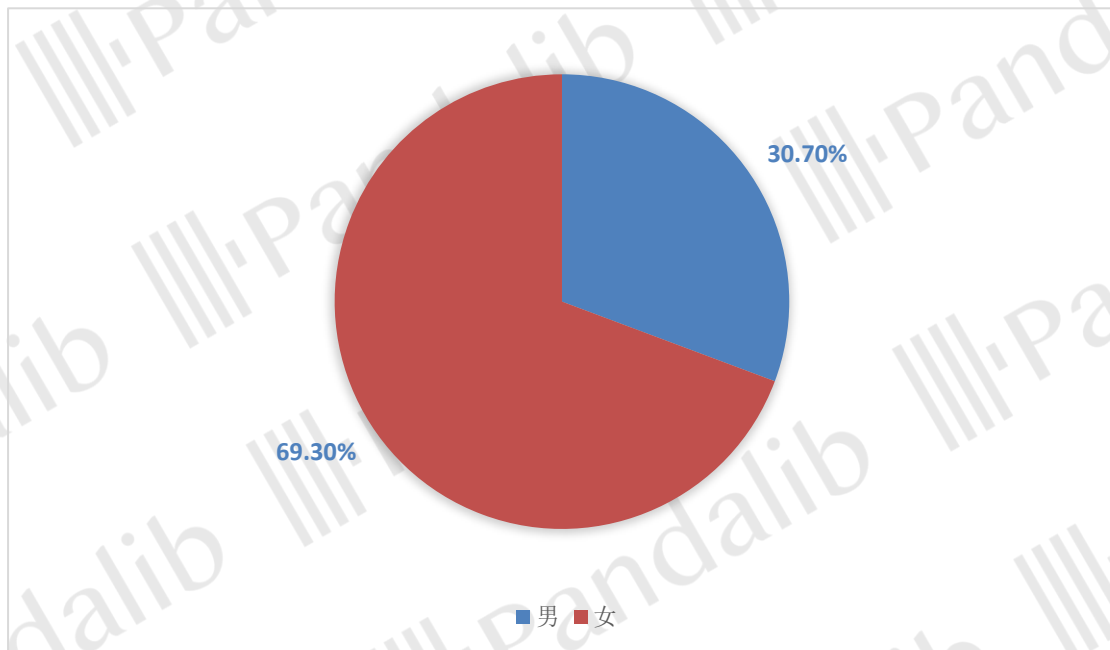
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



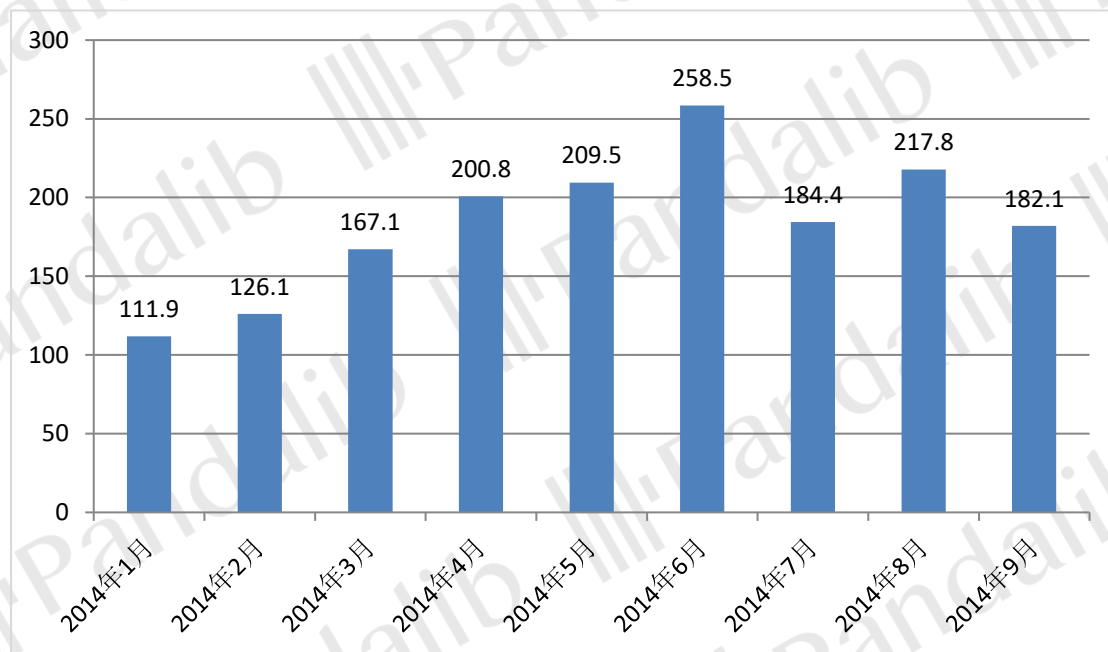
网络零售消费者性别分布



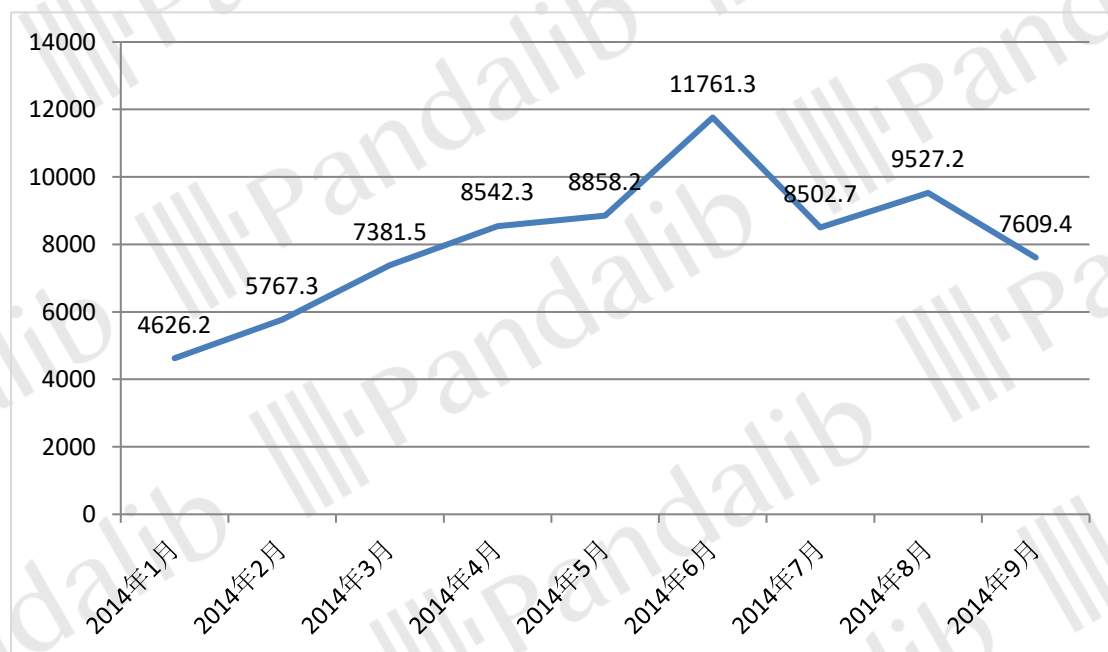
二、趋势分析

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	182.1	7609.4	41.8

2014 年 8 月	217.8	9527.2	43.7
2014 年 7 月	184.4	8502.7	46.1
2014 年 6 月	258.5	11761.3	45.5
2014 年 5 月	209.5	8858.2	42.3
2014 年 4 月	200.8	8542.3	42.5
2014 年 3 月	167.1	7381.5	44.2
2014 年 2 月	126.1	5767.3	45.7
2014 年 1 月	111.9	4626.2	41.4

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！