



2016 年 02 月 男鞋 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

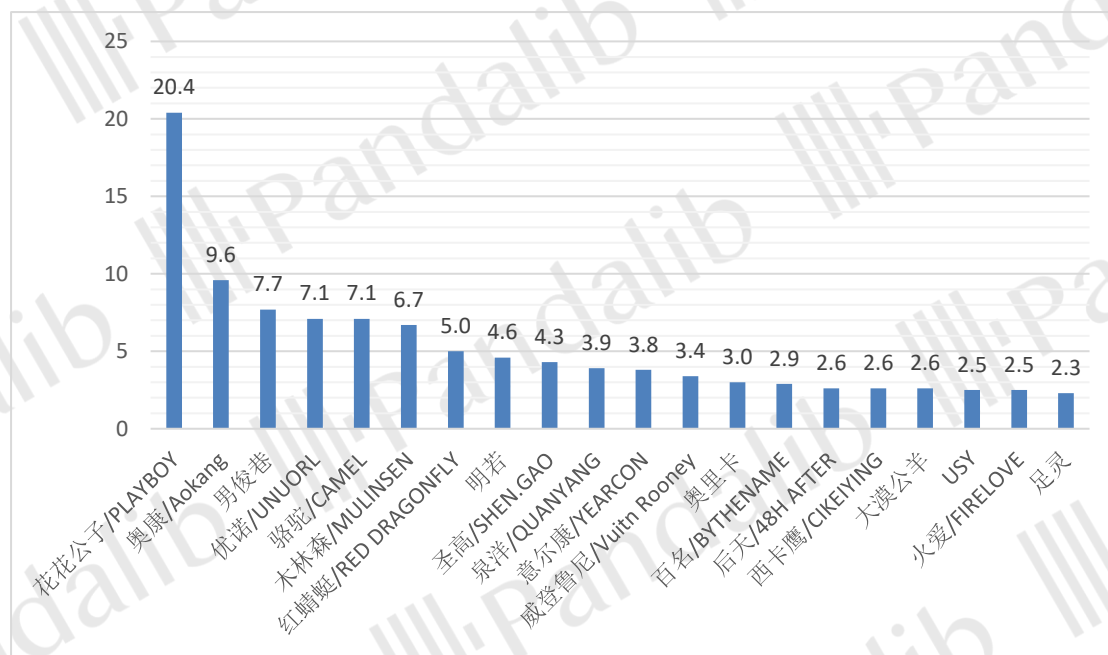
目录

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

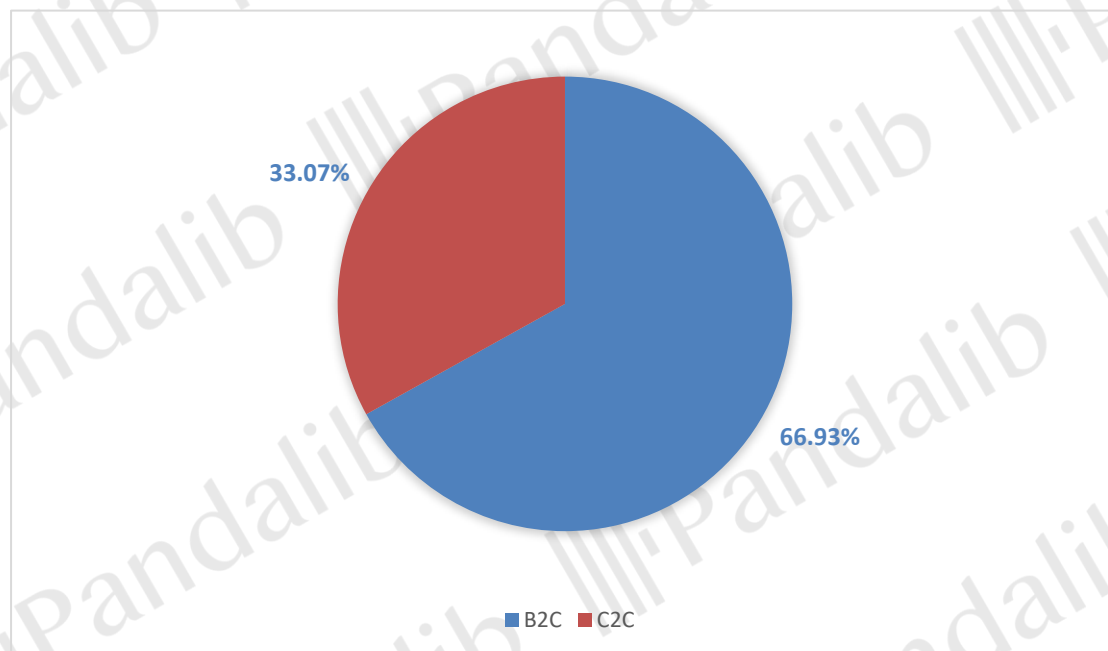
一、市场概况

2016年2月，男鞋在线上共销售643.9万件，销售额为78862.9万元，成交均价为122.5元，销售额环比-62.6%。销售量排在前三位的品牌为：花花公子/PLAYBOY、奥康/Aokang、男俊巷，其中花花公子/PLAYBOY的销售量最高，达到了20.4万件；销售额排在前三位的品牌为：花花公子/PLAYBOY、奥康/Aokang、骆驼/CAMEL，其中花花公子/PLAYBOY的销售额最高，达到了4516.6万元。在电商渠道方面，B2C的销售量占比为66.9%，C2C的销售量占比为33.1%；其中天猫的销售量最高，占比为56.3%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为47.6%；华东地区的消费者占比最高，达到40.4%，其次为华北地区和华中地区。

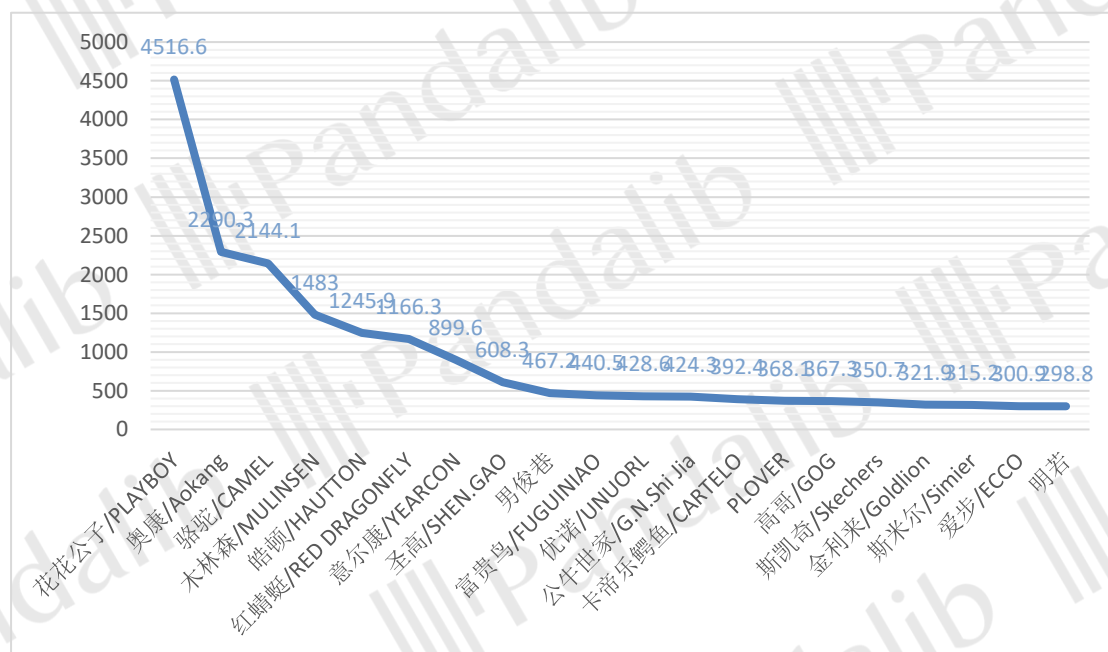
网络零售销售量排名TOP20品牌分析（万件）



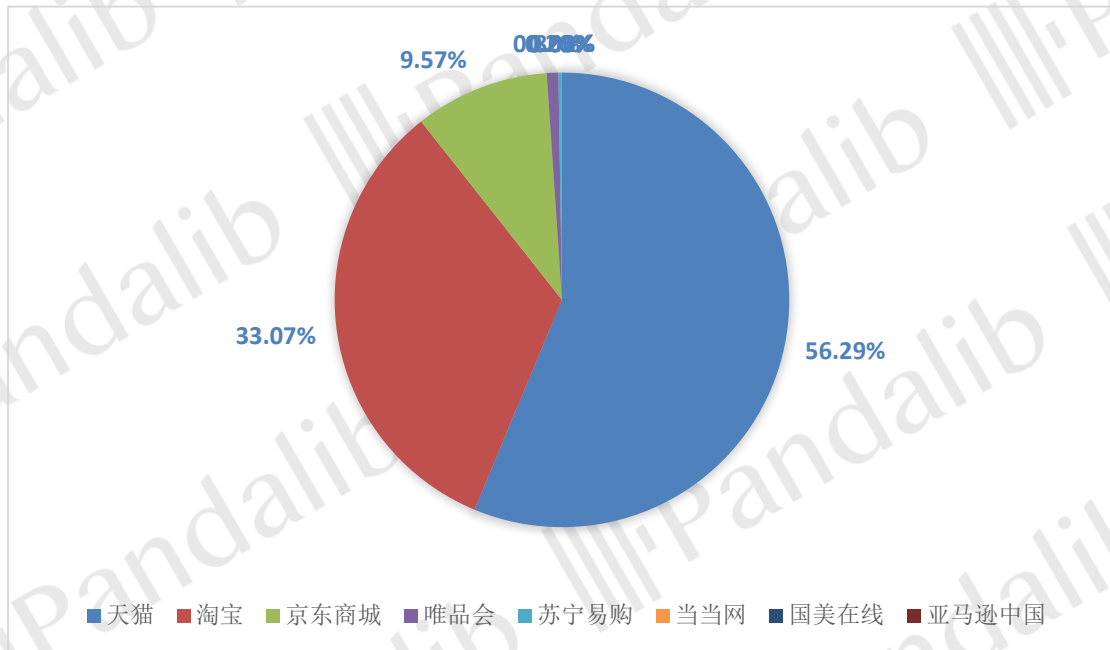
网络零售平台类型销售量占比



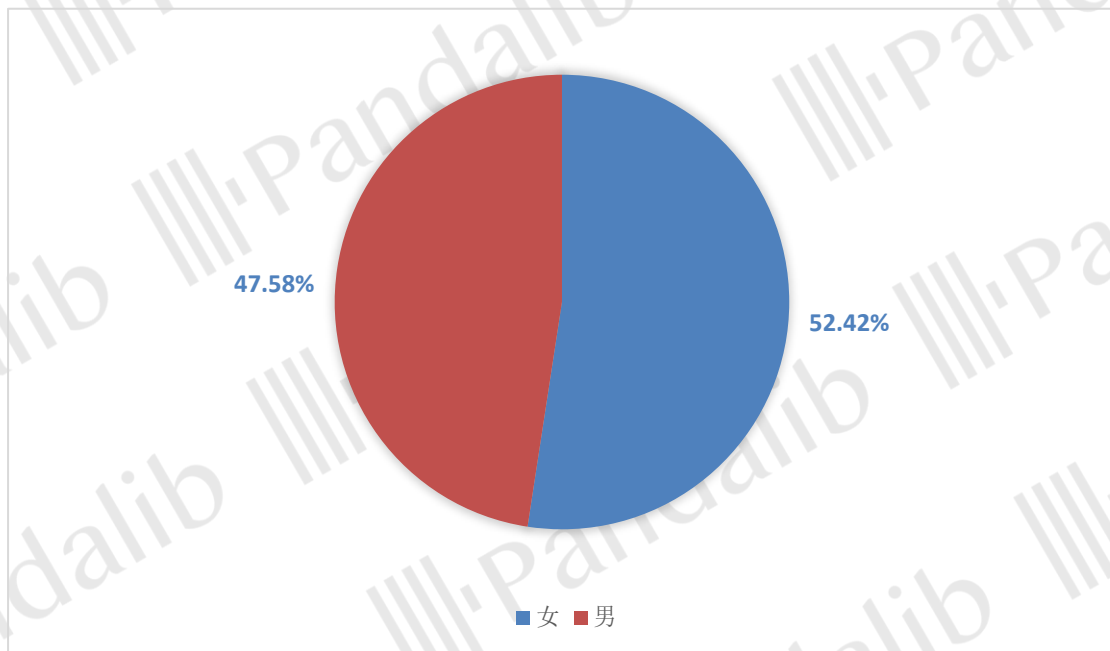
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



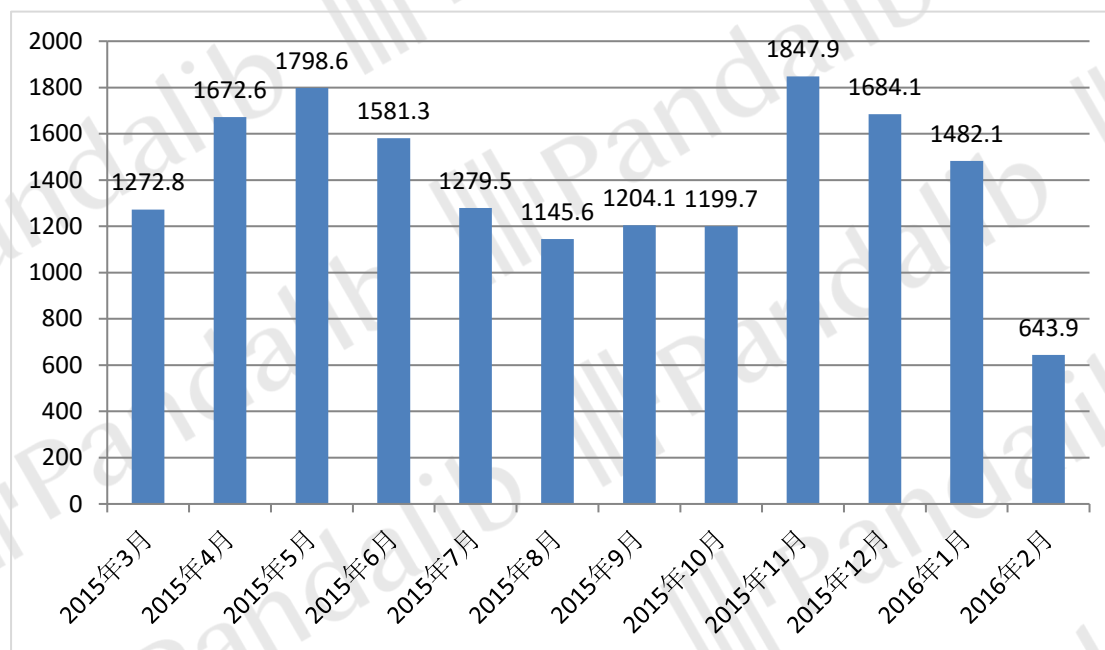
网络零售消费者性别分布



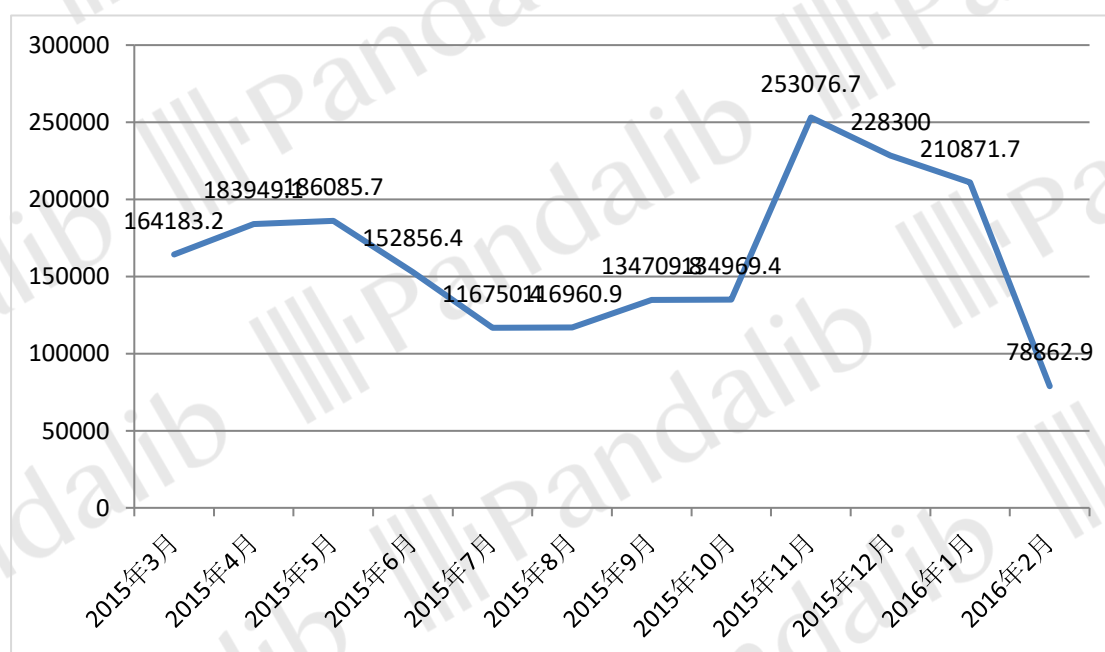
二、趋势分析

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）
2016 年 2 月	643.9	78862.9	122.5
2016 年 1 月	1482.1	210871.7	142.3
2015 年 12 月	1684.1	228300	135.6
2015 年 11 月	1847.9	253076.7	137
2015 年 10 月	1199.7	134969.4	112.5
2015 年 9 月	1204.1	134709.8	111.9
2015 年 8 月	1145.6	116960.9	102.1
2015 年 7 月	1279.5	116750.4	91.2
2015 年 6 月	1581.3	152856.4	96.7
2015 年 5 月	1798.6	186085.7	103.5
2015 年 4 月	1672.6	183949.1	110
2015 年 3 月	1272.8	164183.2	129

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**