



2017 年 03 月 内裤 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

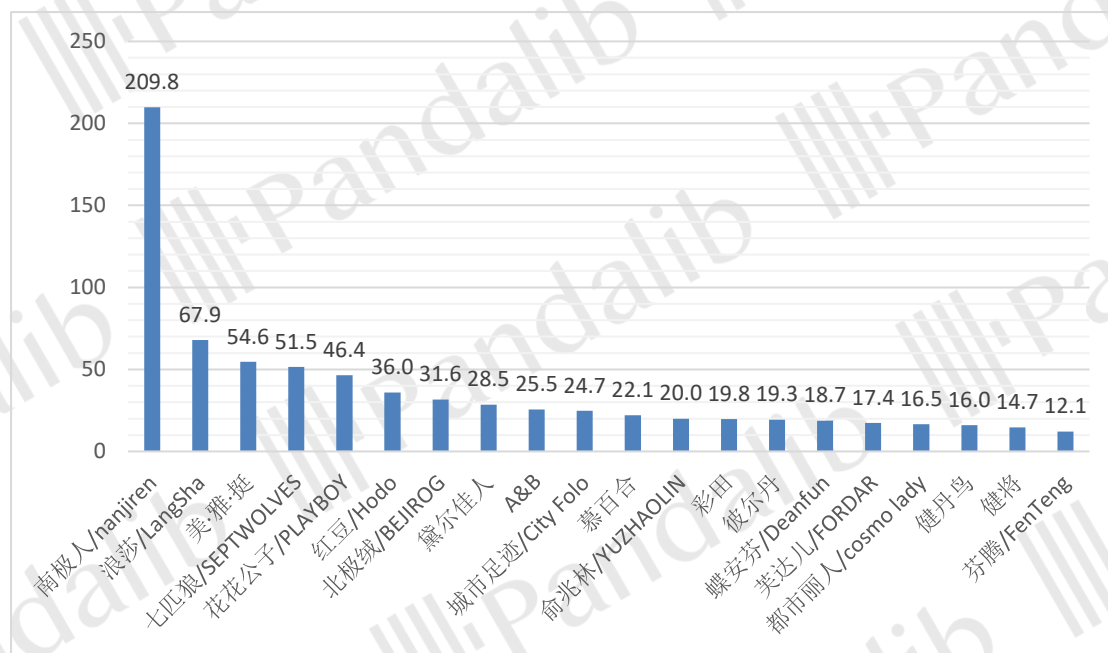
目录

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

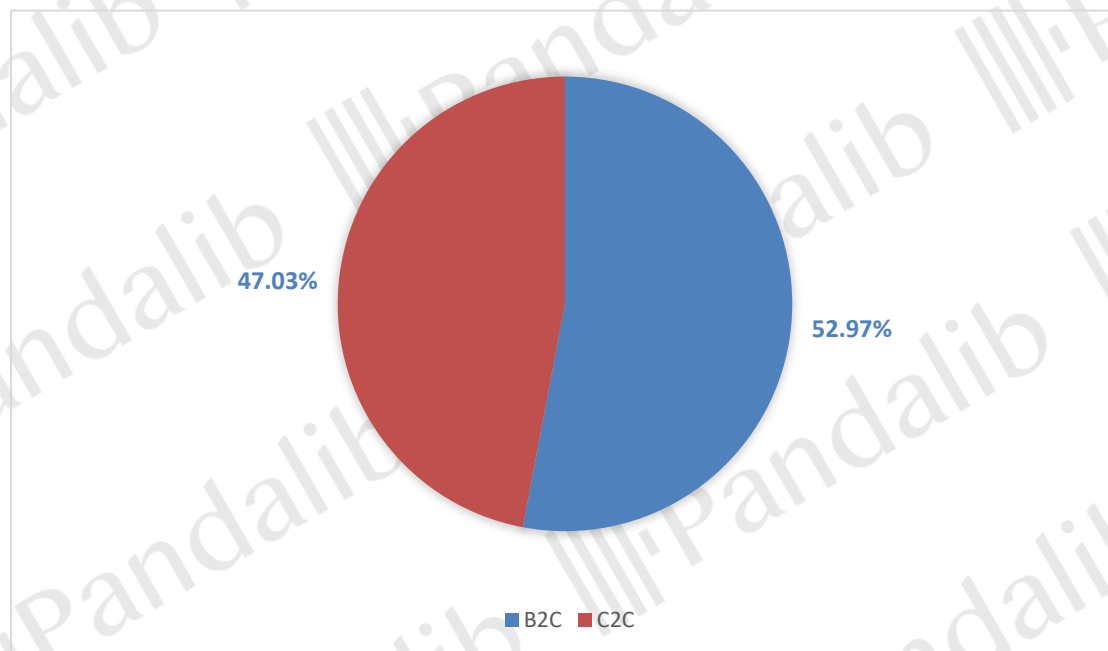
一、市场概况

2017 年 3 月，内裤在线上共销售 2174.3 万件，销售额为 78447.1 万元，成交均价为 36.1 元，销售额环比 18.9%。销售量排在前三位的品牌为：南极人/nanjiren、浪莎/LangSha、美·雅·挺，其中南极人/nanjiren 的销售量最高，达到了 209.8 万件；销售额排在前三位的品牌为：南极人/nanjiren、七匹狼/SEPTWOLVES、花花公子/PLAYBOY，其中南极人/nanjiren 的销售额最高，达到了 8540.5 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 53.0%，C2C 的销售量占比为 47.0%；其中淘宝的销售量最高，占比为 47.0%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 35.6%；华东地区的消费者占比最高，达到 47.2%，其次为华北地区和华中地区。

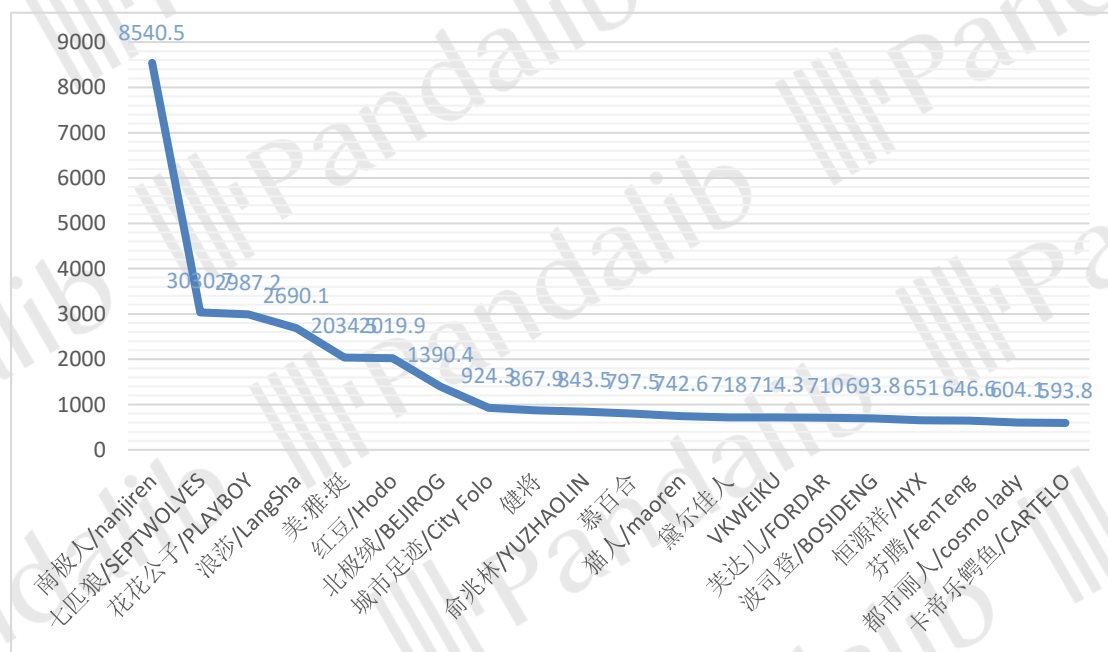
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



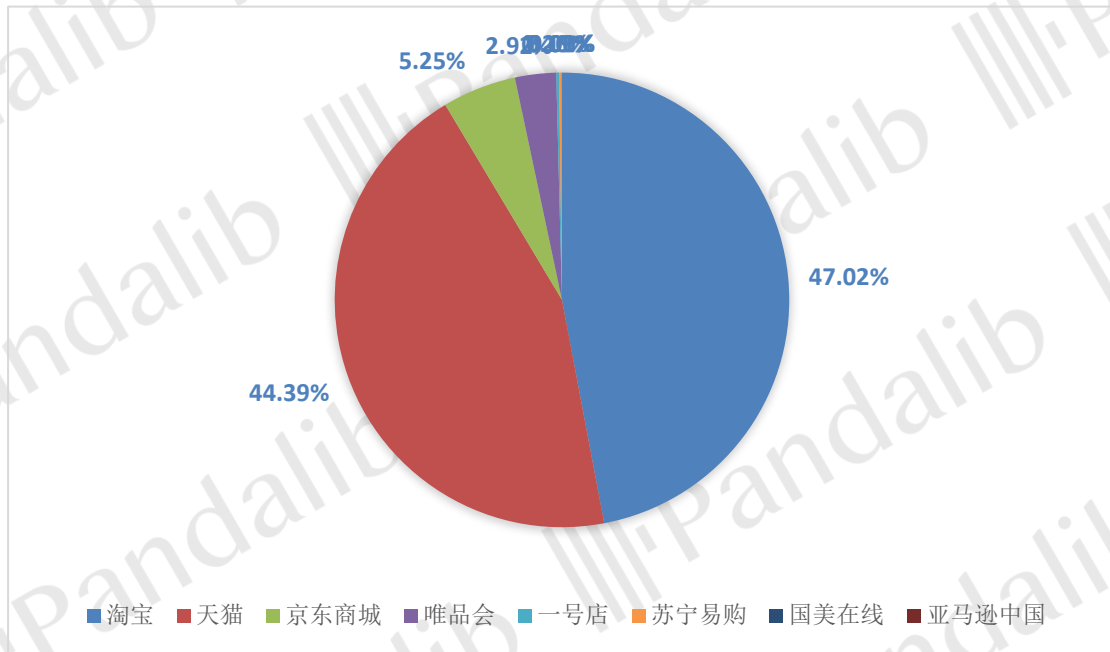
网络零售平台类型销售量占比



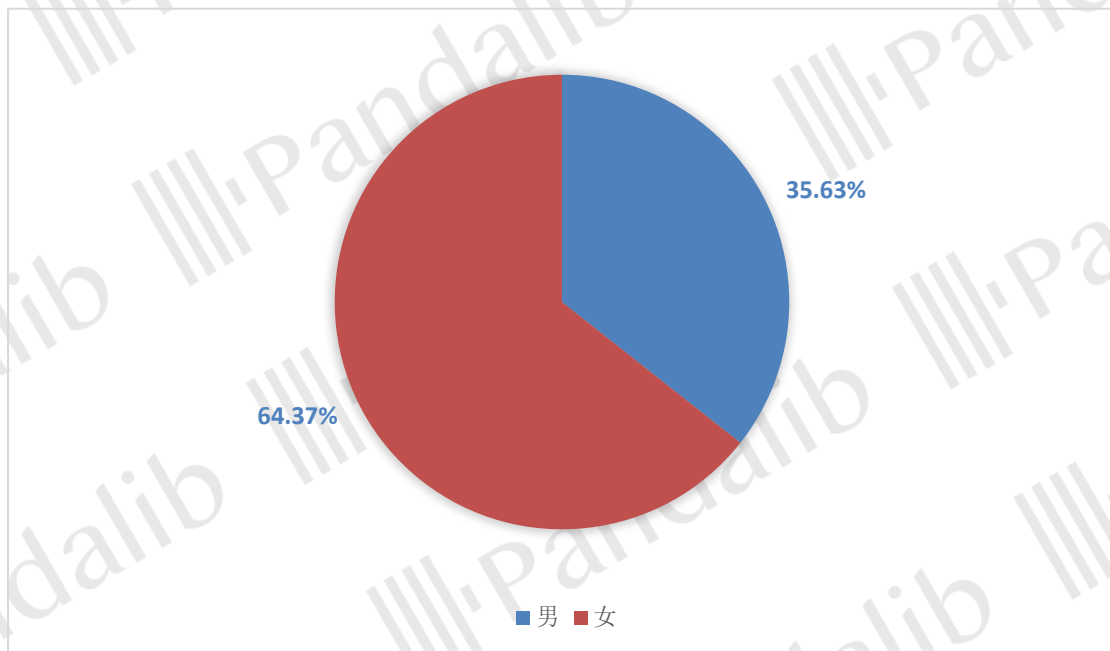
网络零售销售额排名 TOP20 品牌（万元）



网络零售渠道销售量占比



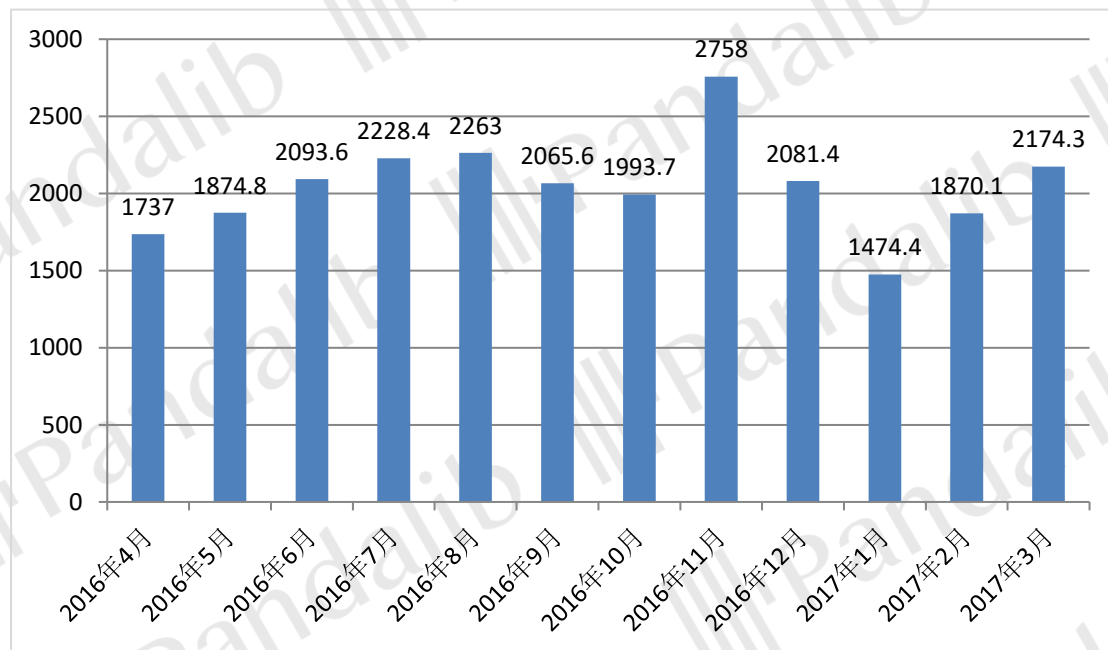
网络零售消费者性别分布



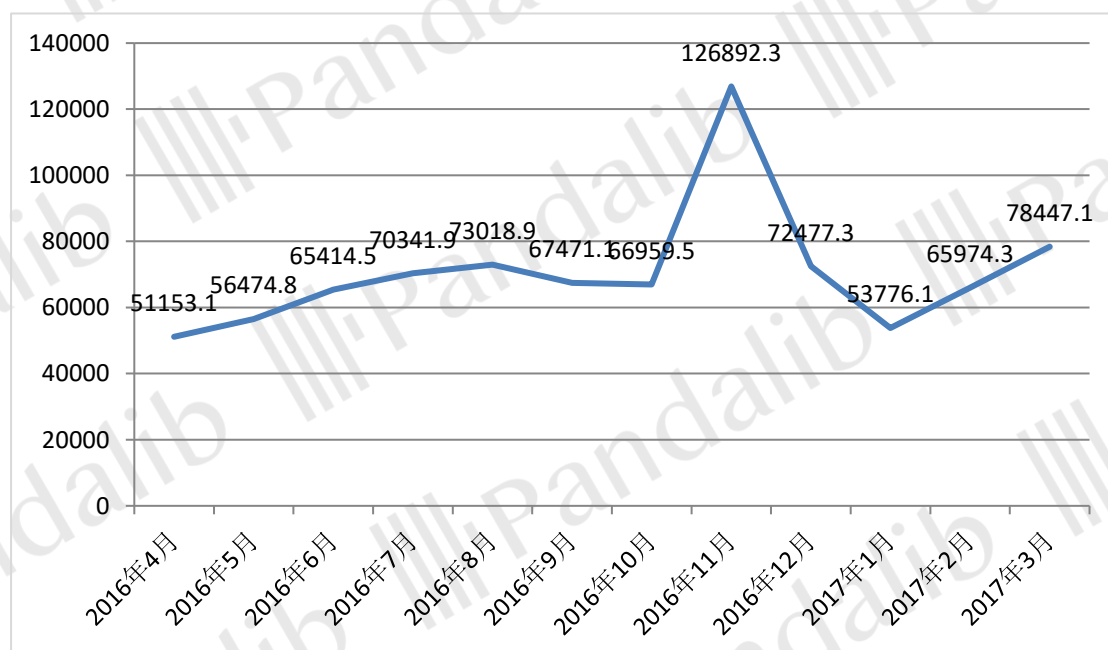
二、趋势分析

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）
2017 年 3 月	2174.3	78447.1	36.1
2017 年 2 月	1870.1	65974.3	35.3
2017 年 1 月	1474.4	53776.1	36.5
2016 年 12 月	2081.4	72477.3	34.8
2016 年 11 月	2758	126892.3	46
2016 年 10 月	1993.7	66959.5	33.6
2016 年 9 月	2065.6	67471.1	32.7
2016 年 8 月	2263	73018.9	32.3
2016 年 7 月	2228.4	70341.9	31.6
2016 年 6 月	2093.6	65414.5	31.2
2016 年 5 月	1874.8	56474.8	30.1
2016 年 4 月	1737	51153.1	29.4

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**