



2015 年 02 月 沐浴 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

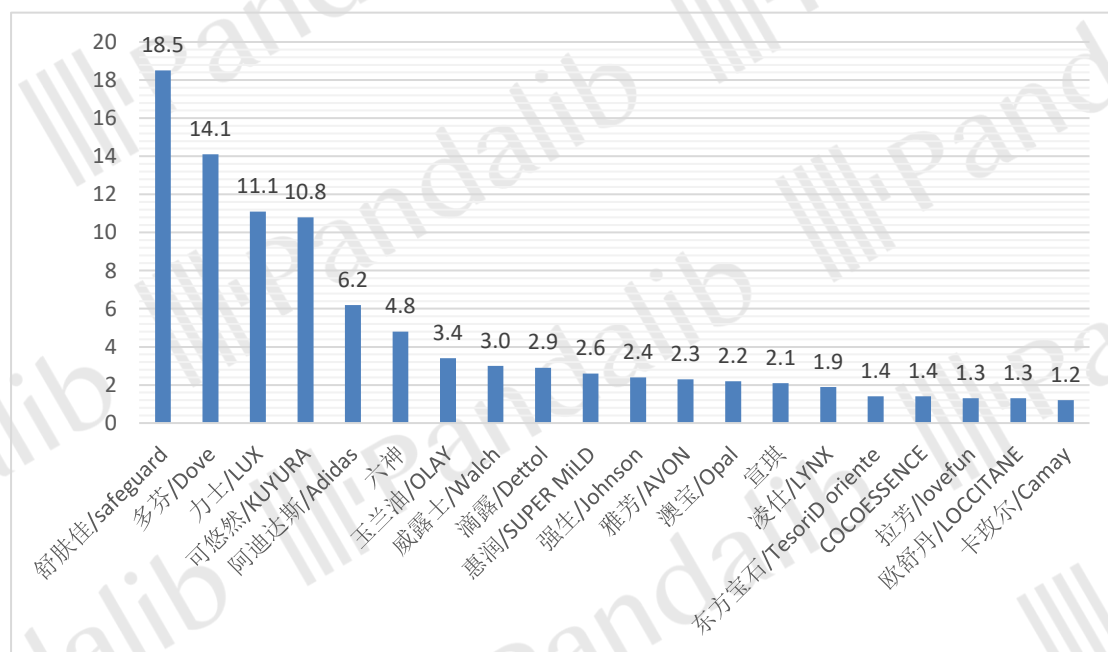
目录

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

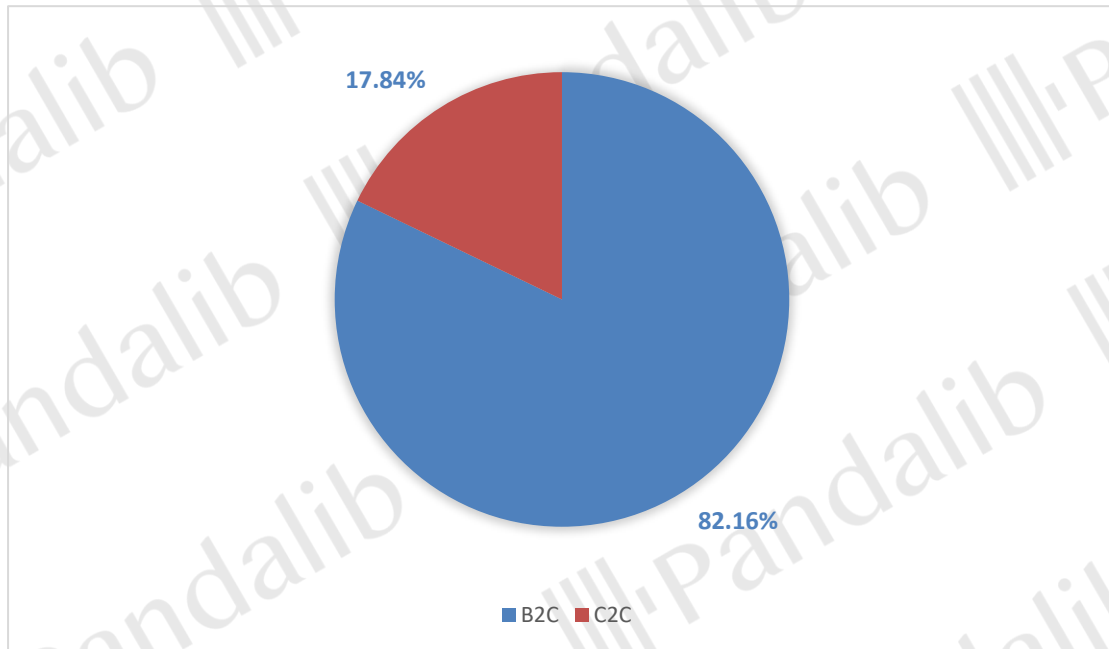
一、市场概况

2015 年 2 月，沐浴在线上共销售 145.2 万件，销售额为 5718.0 万元，成交均价为 39.4 元，销售额环比-20.2%。销售量排在前三位的品牌为：舒肤佳/safeguard、多芬/Dove、力士/LUX，其中舒肤佳/safeguard 的销售量最高，达到了 18.5 万件；销售额排在前三位的品牌为：舒肤佳/safeguard、多芬/Dove、可悠然/KUYURA，其中舒肤佳/safeguard 的销售额最高，达到了 632.2 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 82.2%，C2C 的销售量占比为 17.8%；其中天猫的销售量最高，占比为 22.9%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 37.2%；华东地区的消费者占比最高，达到 35.6%，其次为华北地区和西南地区。

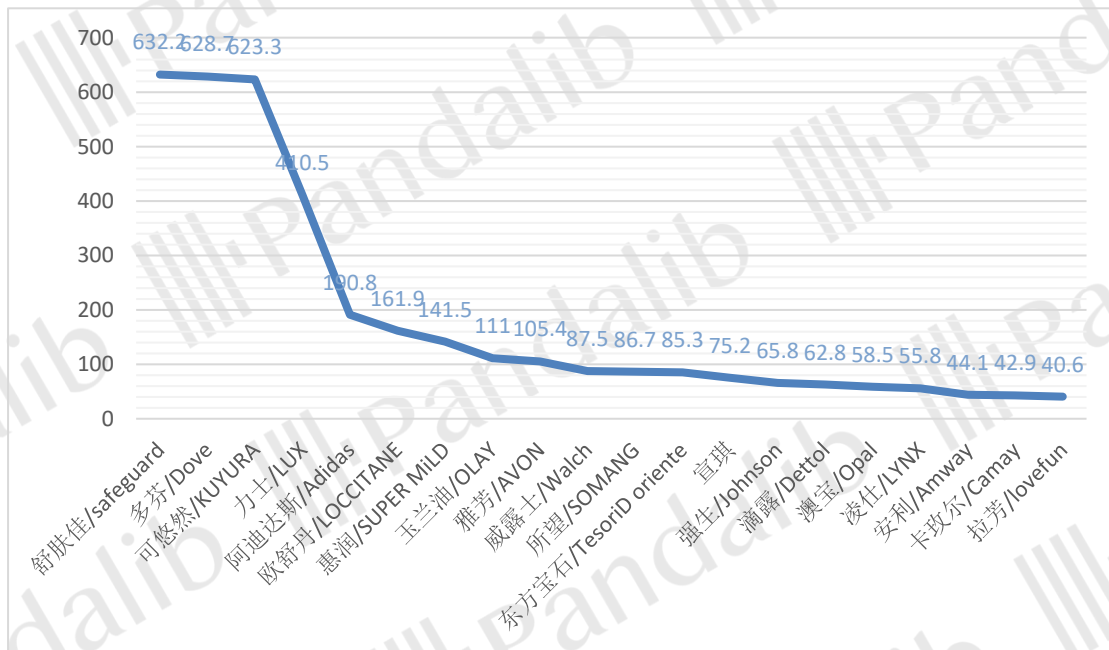
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



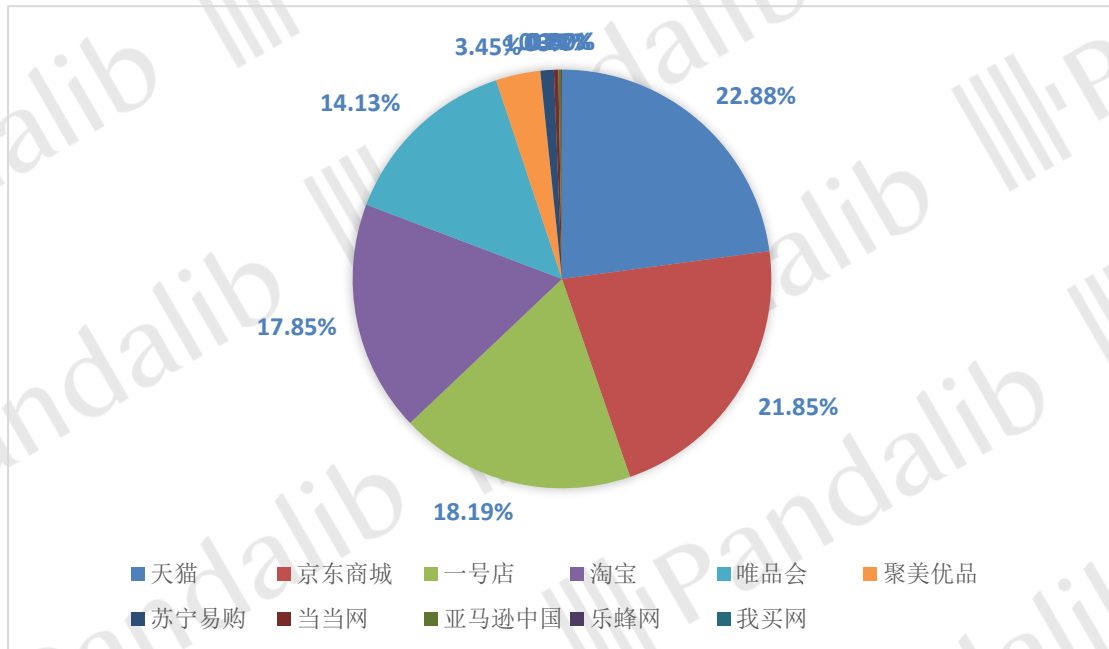
网络零售平台类型销售量占比



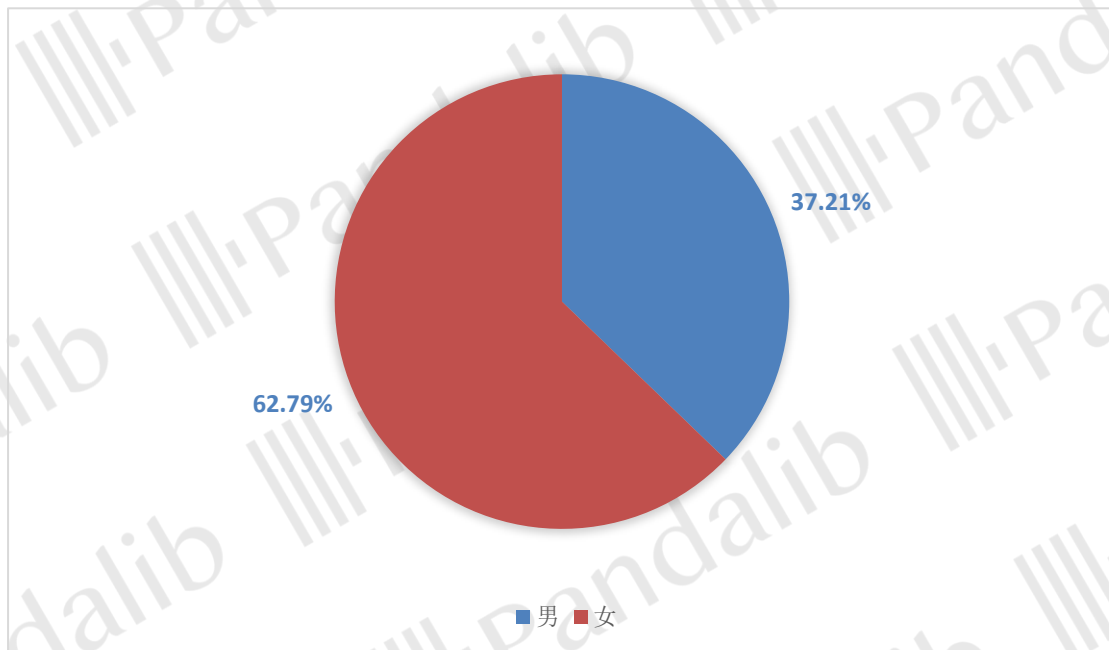
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



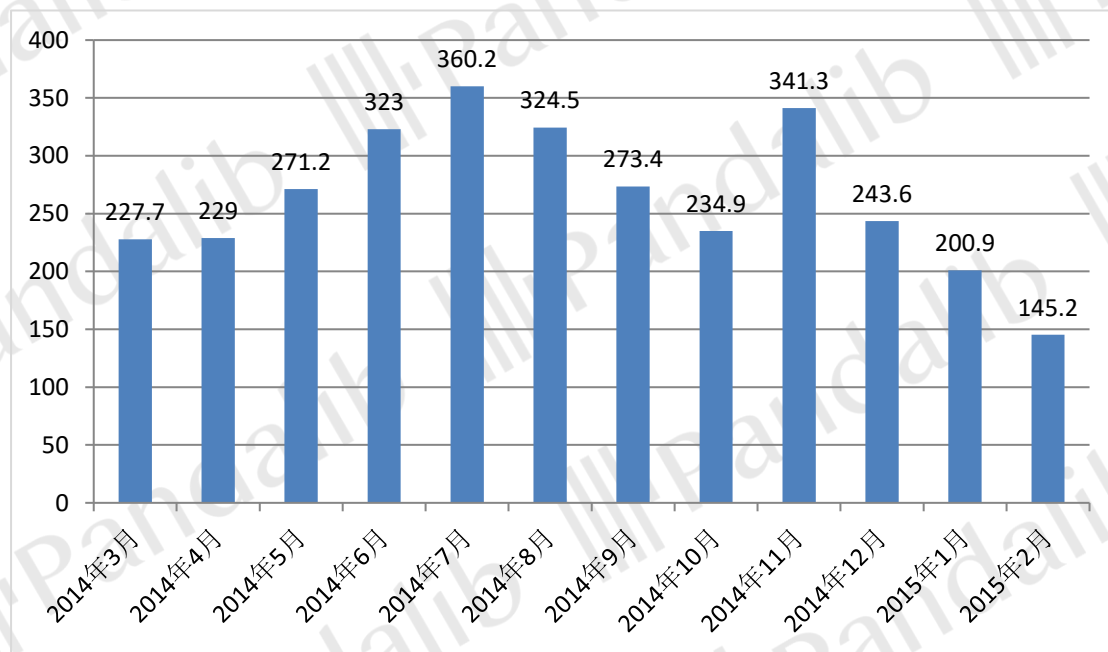
网络零售消费者性别分布



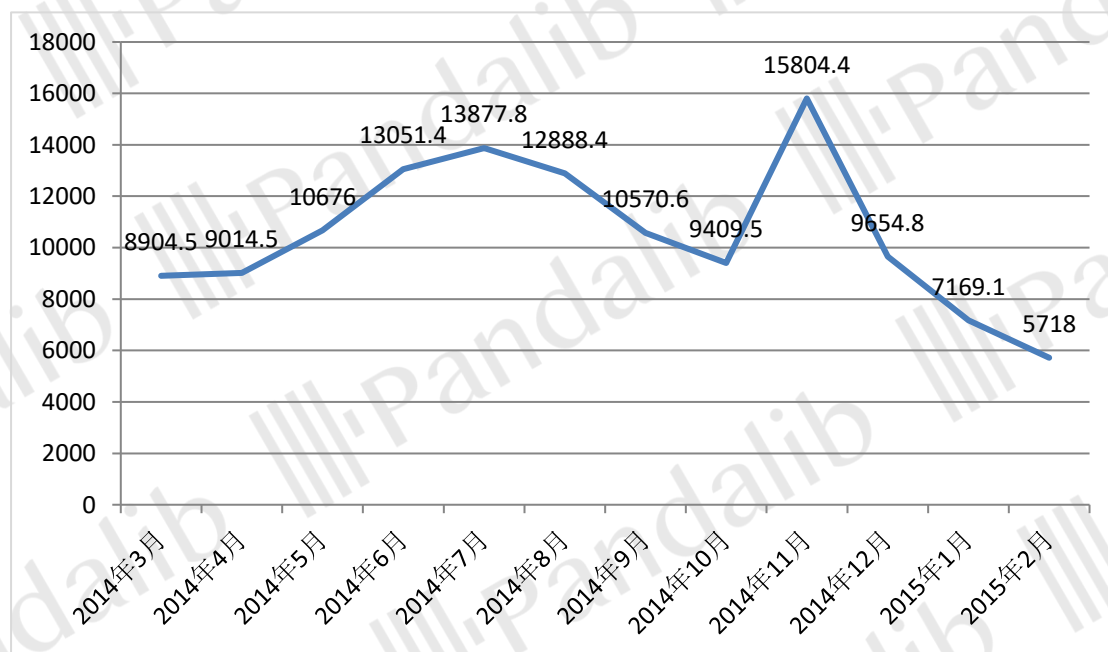
二、趋势分析

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2月	145.2	5718	39.4

2015 年 1 月	200.9	7169.1	35.7
2014 年 12 月	243.6	9654.8	39.6
2014 年 11 月	341.3	15804.4	46.3
2014 年 10 月	234.9	9409.5	40.1
2014 年 9 月	273.4	10570.6	38.7
2014 年 8 月	324.5	12888.4	39.7
2014 年 7 月	360.2	13877.8	38.5
2014 年 6 月	323	13051.4	40.4
2014 年 5 月	271.2	10676	39.4
2014 年 4 月	229	9014.5	39.4
2014 年 3 月	227.7	8904.5	39.1

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！