



2014 年 11 月 洗护套装 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

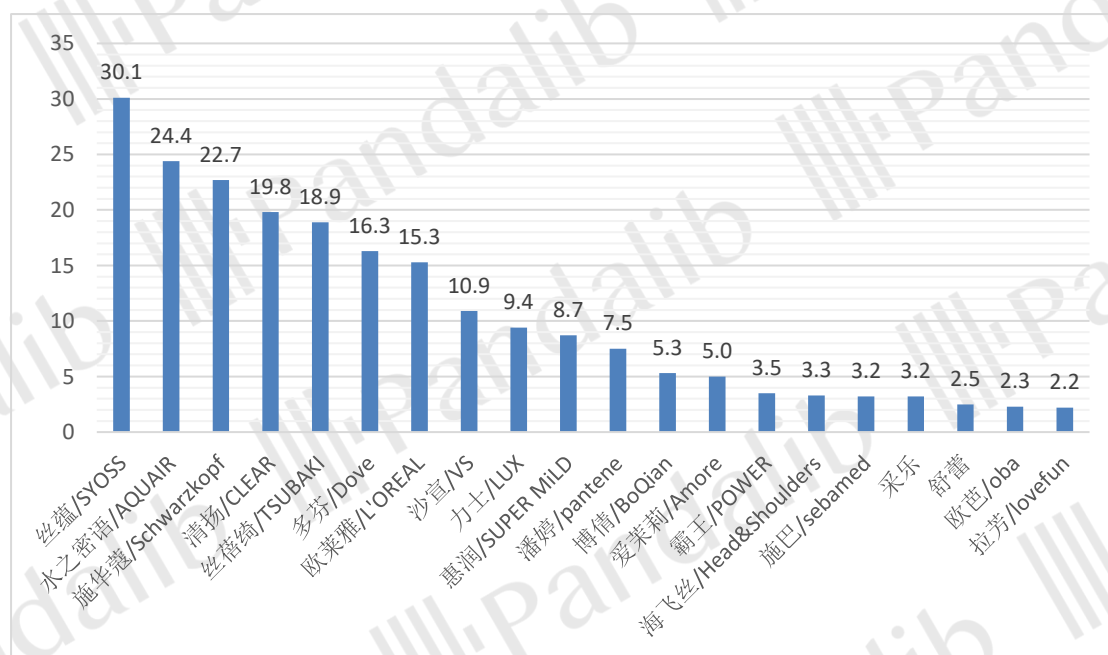
目录

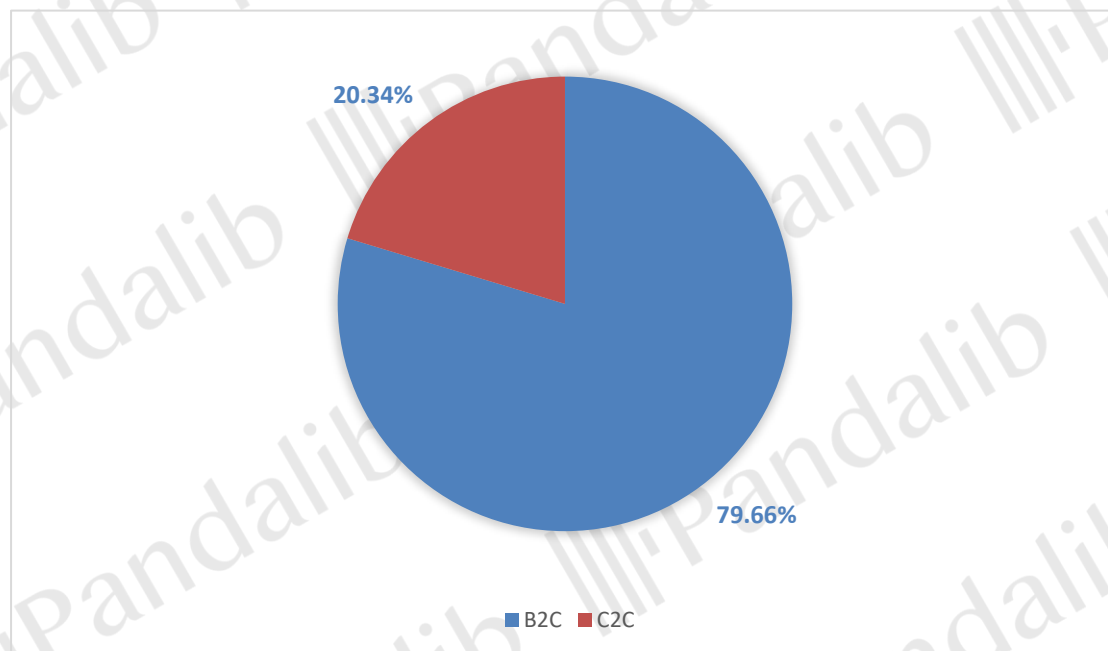
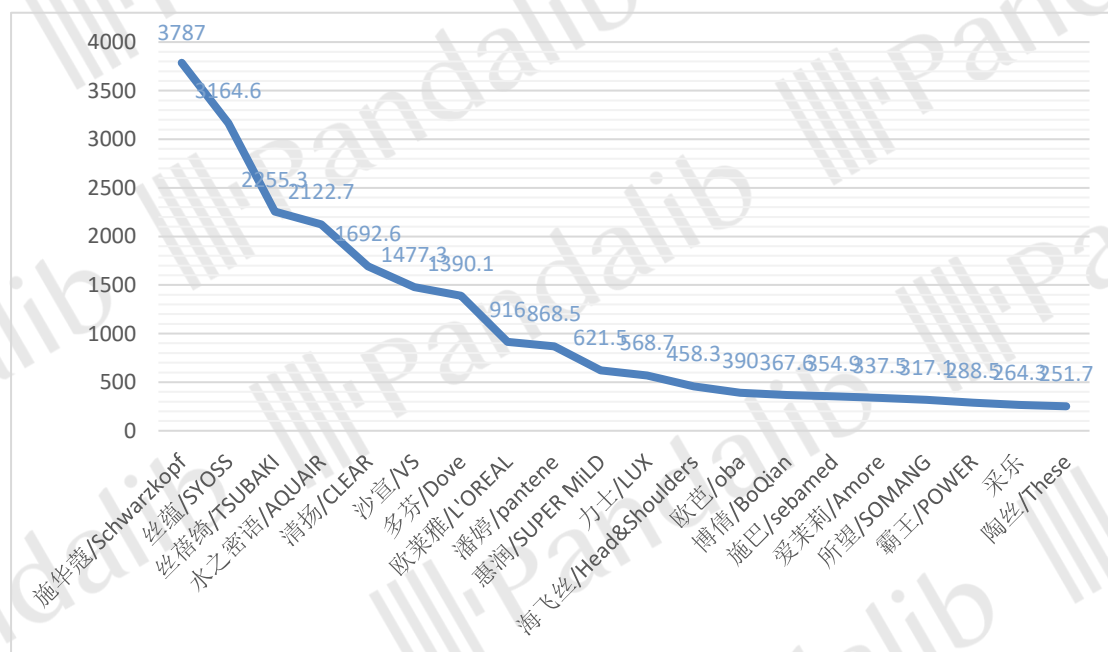
一、市场概况.....	3
二、趋势分析.....	6
市场规模变化趋势.....	6
品牌变化趋势.....	7
渠道变化趋势.....	8
价格区间变化趋势.....	9
三、品牌分析.....	11
品牌销售排名.....	11
品牌渠道分布.....	13
品牌价格区间分布.....	14
品牌评论得分.....	17
品牌地区分布.....	17
品牌性别分布.....	17
四、渠道分析.....	18
电商渠道分布.....	18
渠道自营开放结构.....	19
渠道品牌分布.....	20
渠道价格区间分布.....	22
天猫店铺排行.....	23
淘宝店铺排行.....	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

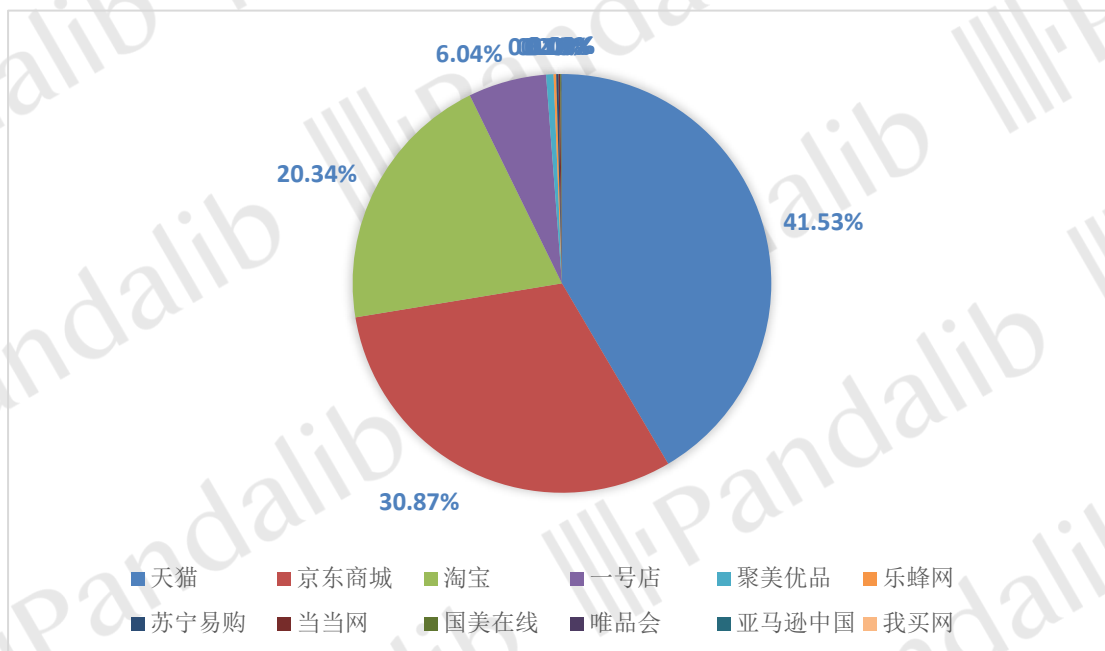
2014 年 11 月，洗护套装在线上共销售 296.5 万件，销售额为 28535.2 万元，成交均价为 96.3 元，销售额环比 100.0%。销售量排在前三位的品牌为：丝蕴/SYOSS、水之密语/AQUAIR、施华蔻/Schwarzkopf，其中丝蕴/SYOSS 的销售量最高，达到了 30.1 万件；销售额排在前三位的品牌为：施华蔻/Schwarzkopf、丝蕴/SYOSS、丝蓓绮/TSUBAKI，其中施华蔻/Schwarzkopf 的销售额最高，达到了 3787.0 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 79.7%，C2C 的销售量占比为 20.3%；其中天猫的销售量最高，占比为 41.5%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 22.9%；华东地区的消费者占比最高，达到 37.0%，其次为华南地区和华东地区。

网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）

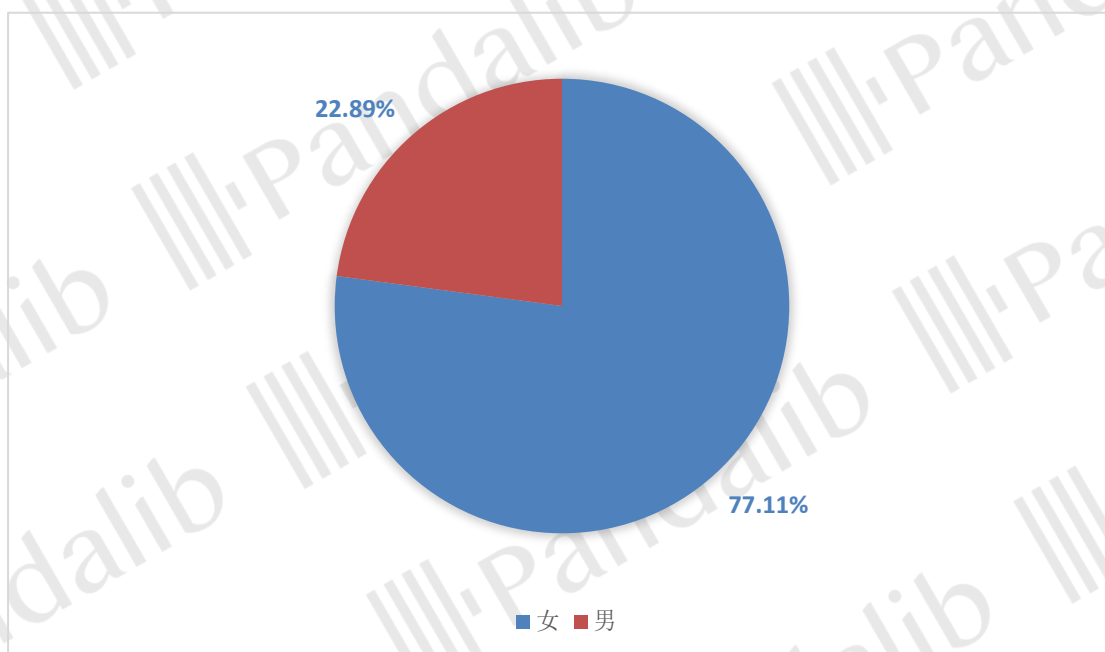


网络零售平台类型销售量占比

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



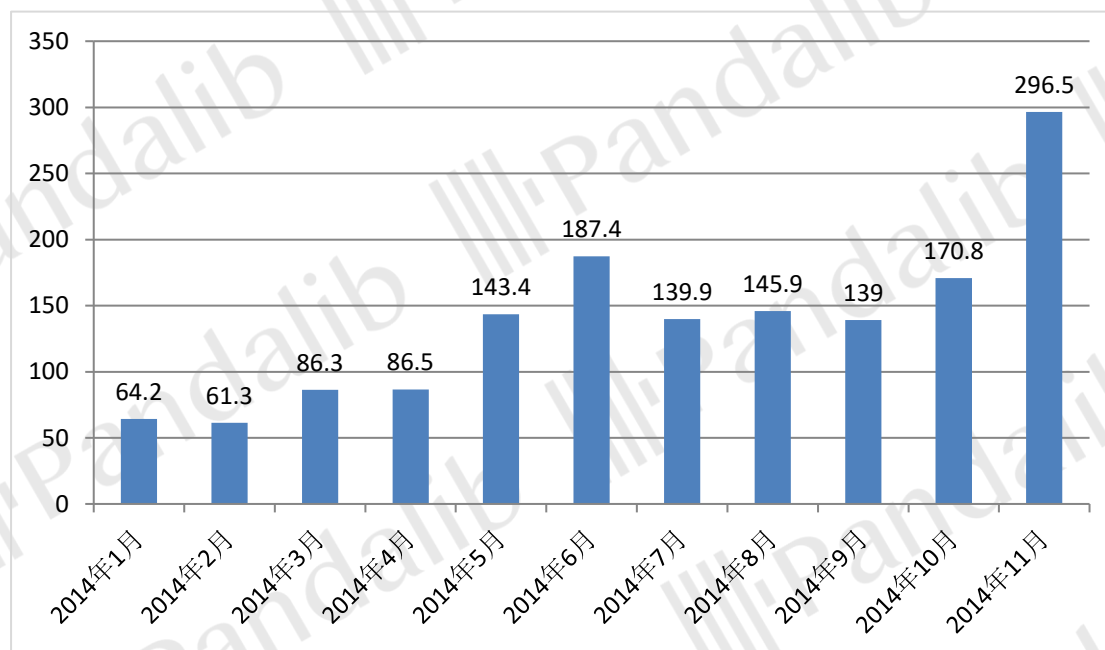
网络零售消费者性别分布



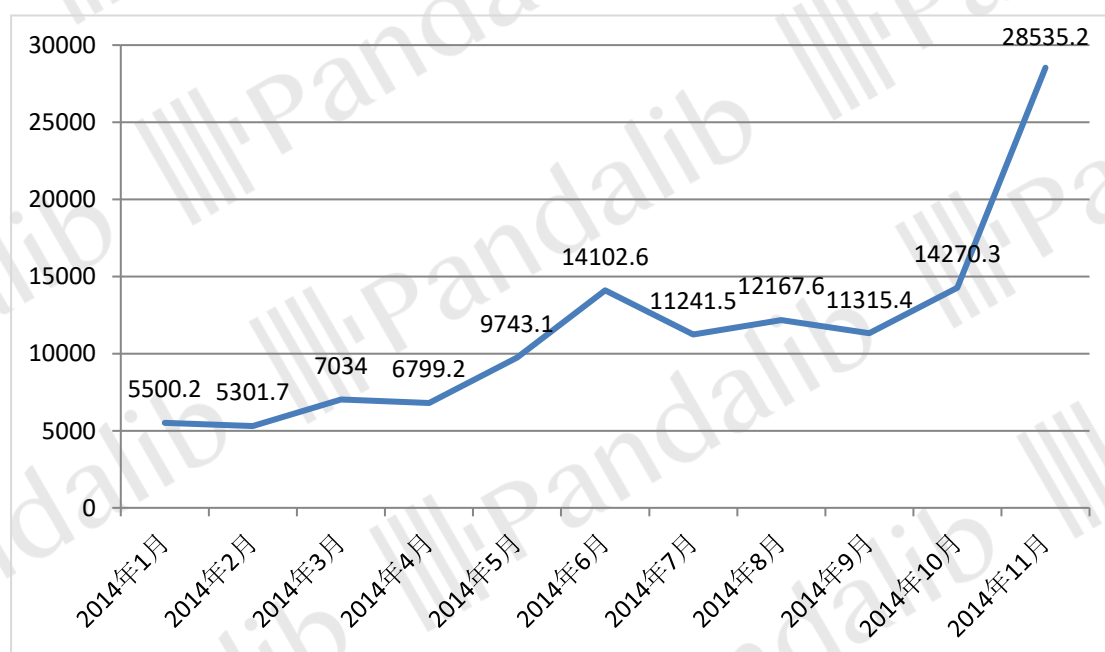
二、趋势分析

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 11 月	296.5	28535.2	96.3
2014 年 10 月	170.8	14270.3	83.6
2014 年 9 月	139	11315.4	81.4
2014 年 8 月	145.9	12167.6	83.4
2014 年 7 月	139.9	11241.5	80.4
2014 年 6 月	187.4	14102.6	75.3
2014 年 5 月	143.4	9743.1	68
2014 年 4 月	86.5	6799.2	78.6
2014 年 3 月	86.3	7034	81.5
2014 年 2 月	61.3	5301.7	86.5
2014 年 1 月	64.2	5500.2	85.7

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！