



2014 年 09 月 男士卫衣 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

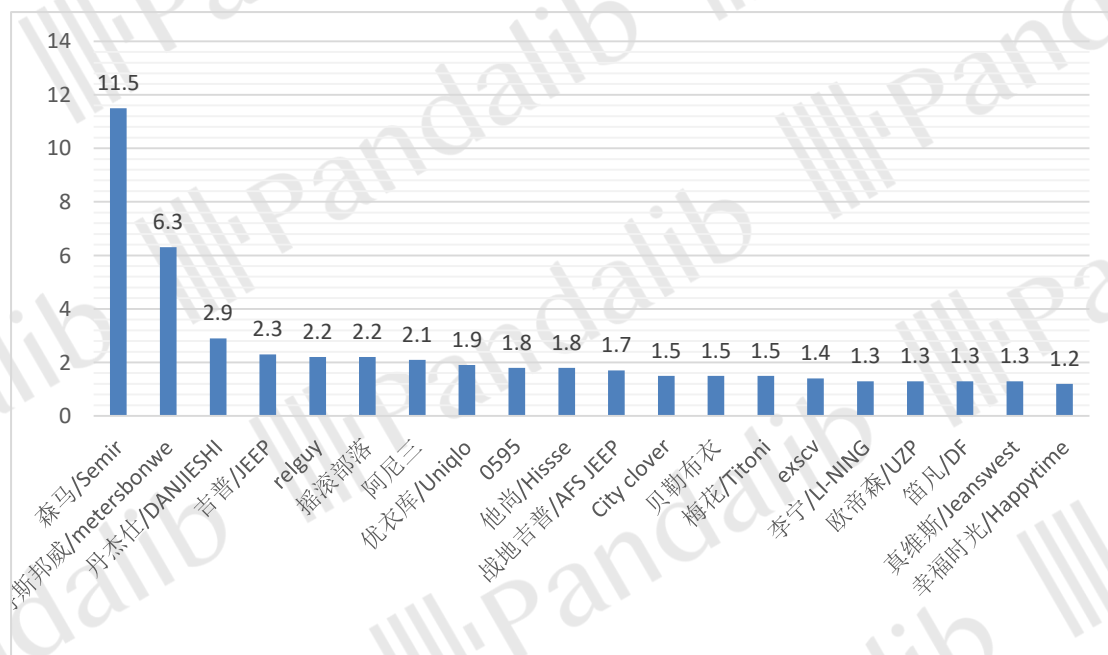
目录

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

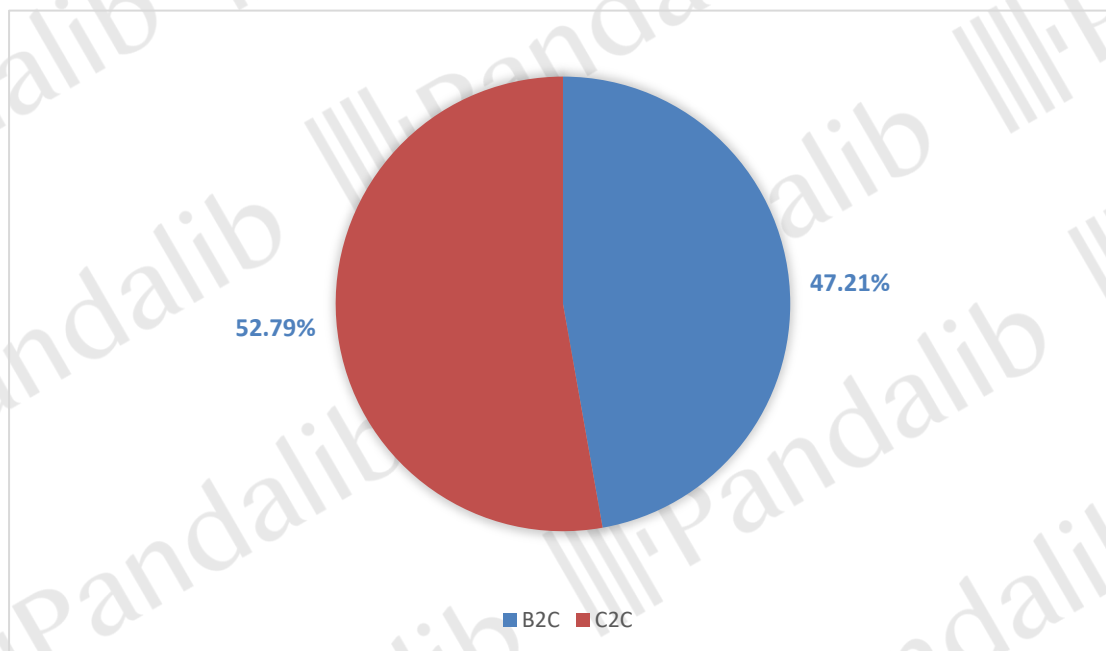
一、市场概况

2014年9月,男士卫衣在线上共销售283.0万件,销售额为29655.9万元,成交均价为104.8元,销售额环比119.5%。销售量排在前三位的品牌为:森马/Semir、美特斯邦威/metersbonwe、丹杰仕/DANJIESHI,其中森马/Semir的销售量最高,达到了11.5万件;销售额排在前三位的品牌为:森马/Semir、美特斯邦威/metersbonwe、丹杰仕/DANJIESHI,其中森马/Semir的销售额最高,达到了907.6万元。在电商渠道方面,B2C的销售量占比为47.2%,C2C的销售量占比为52.8%;其中淘宝的销售量最高,占比为52.8%。男性消费者高于女性,其中男性消费者占比为55.0%;华东地区的消费者占比最高,达到39.1%,其次为华中地区和华南地区。

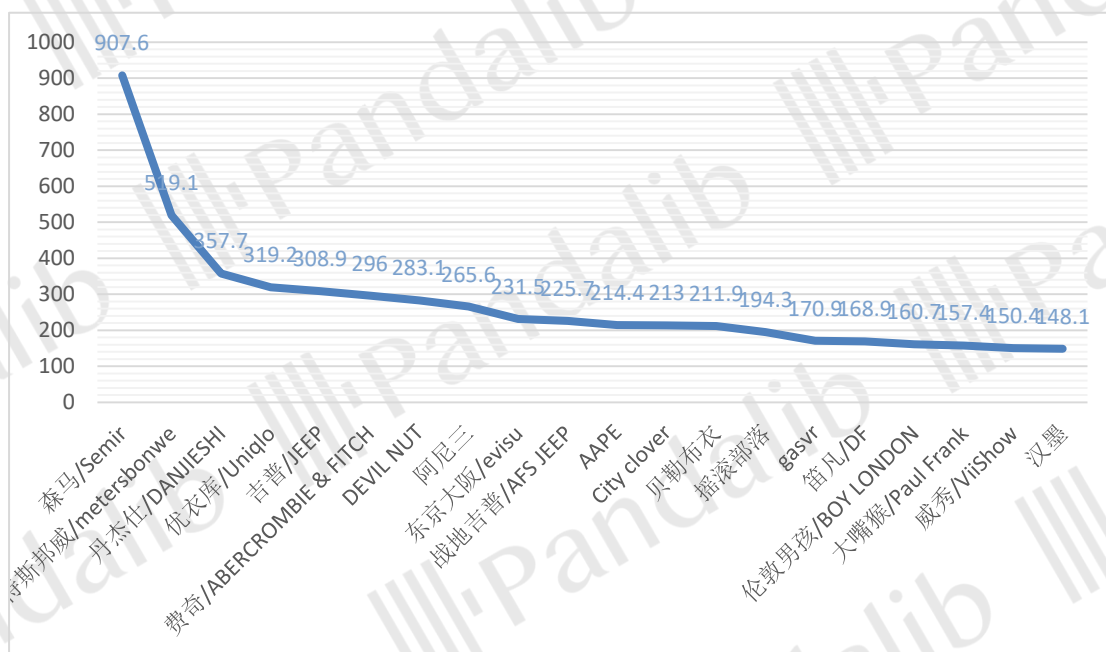
网络零售销售量排名TOP20品牌分析(万件)



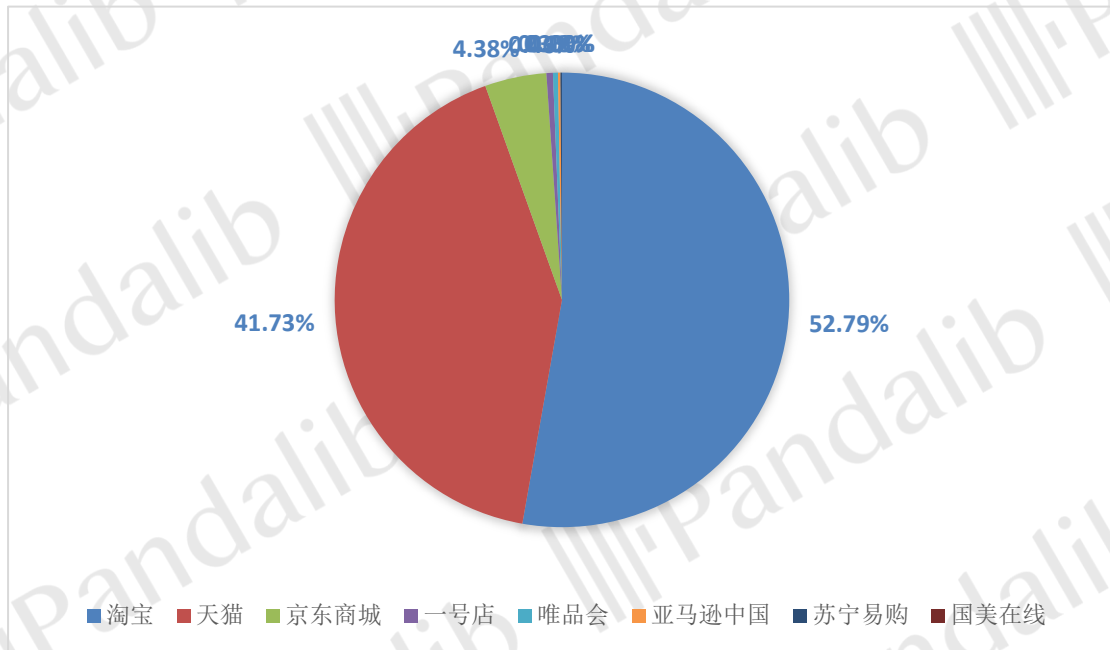
网络零售平台类型销售量占比



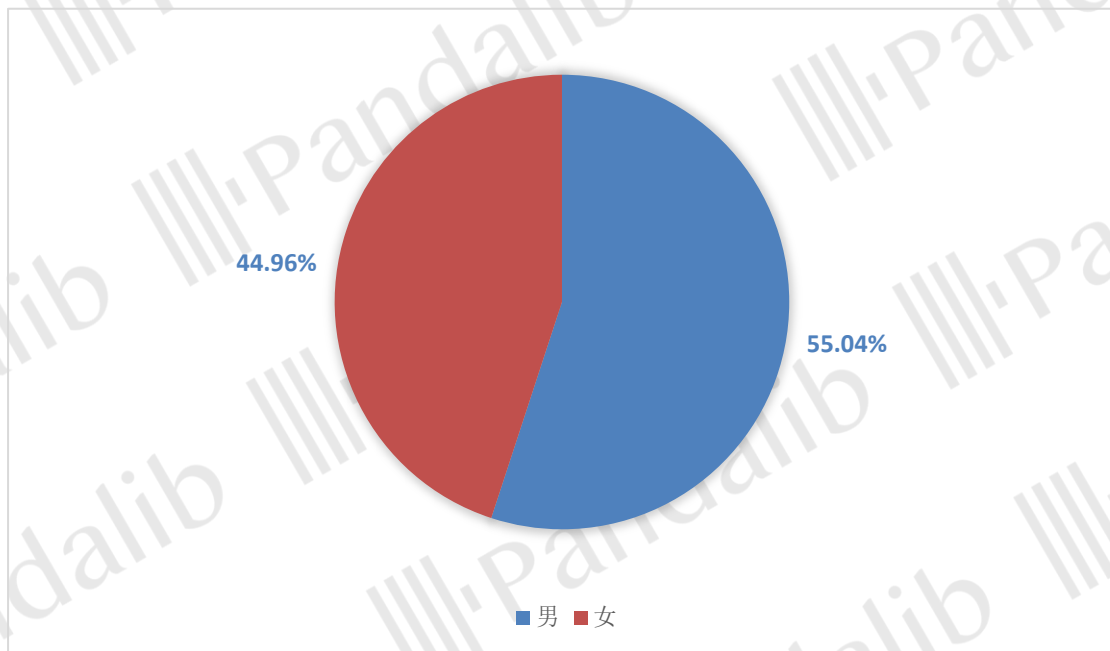
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



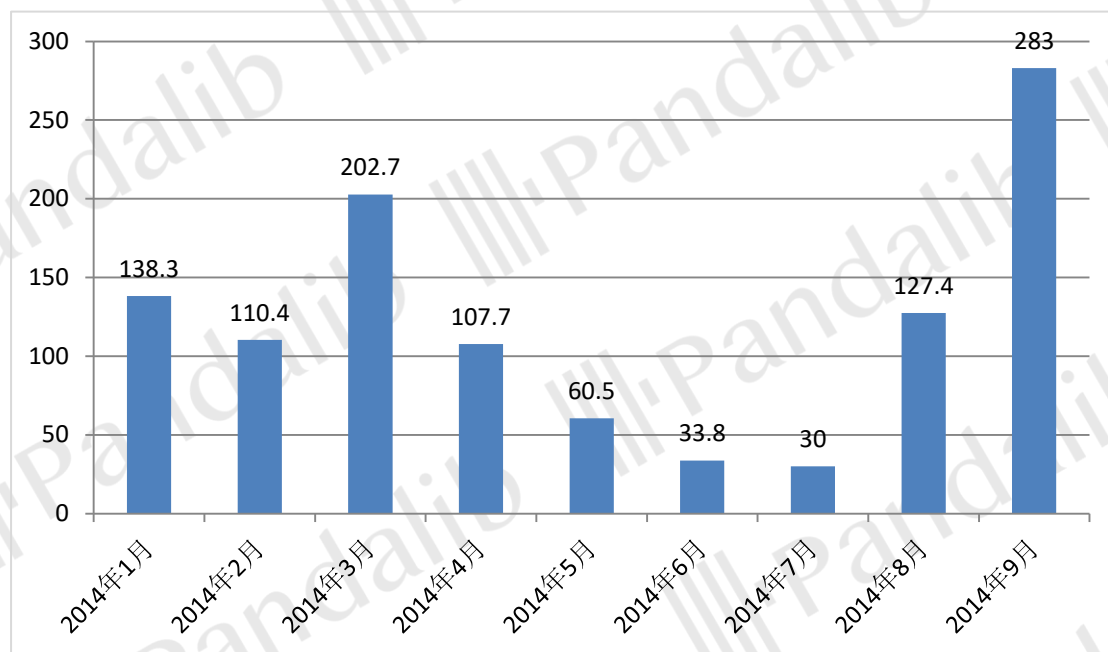
网络零售消费者性别分布



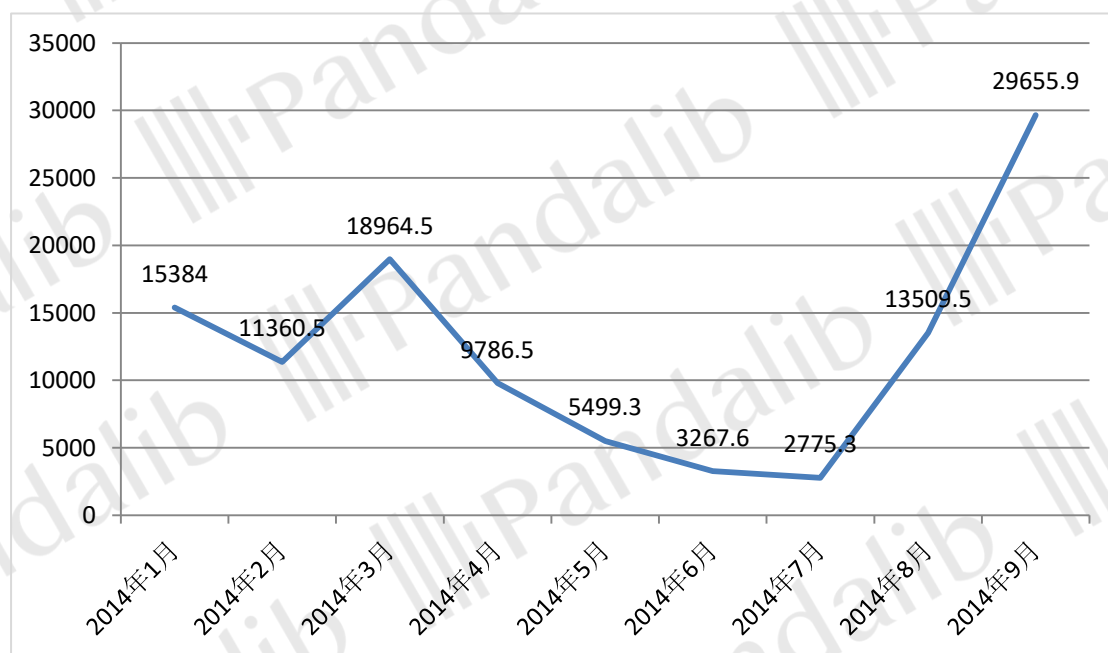
二、趋势分析

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）
2014 年 9 月	283	29655.9	104.8
2014 年 8 月	127.4	13509.5	106
2014 年 7 月	30	2775.3	92.4
2014 年 6 月	33.8	3267.6	96.8
2014 年 5 月	60.5	5499.3	90.9
2014 年 4 月	107.7	9786.5	90.9
2014 年 3 月	202.7	18964.5	93.6
2014 年 2 月	110.4	11360.5	102.9
2014 年 1 月	138.3	15384	111.2

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！