



2015 年 03 月 文胸
电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

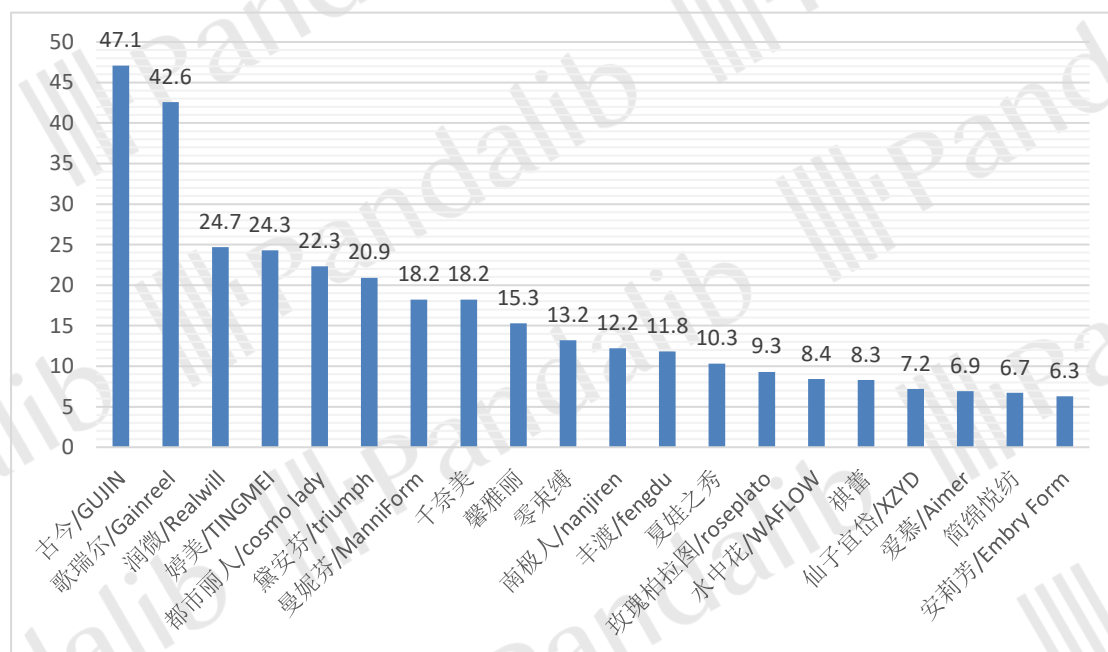
目录

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

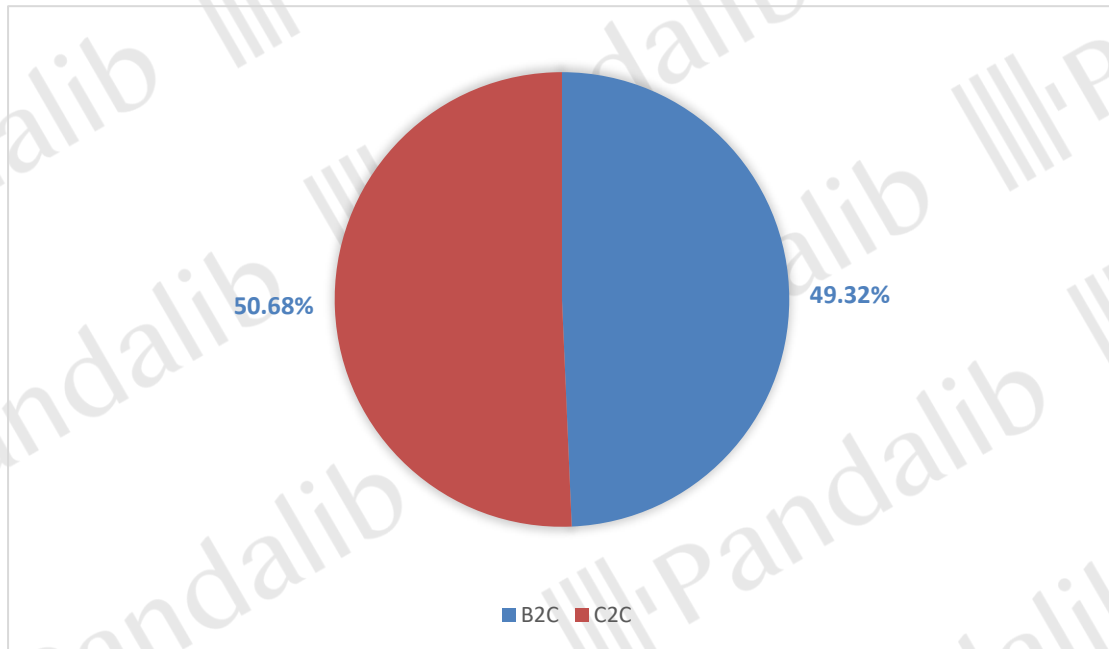
一、市场概况

2015 年 3 月，文胸在线上共销售 1112.5 万件，销售额为 78329.7 万元，成交均价为 70.4 元，销售额环比 155.4%。销售量排在前三位的品牌为：古今/GUJIN、歌瑞尔/Gainreel、润微/Realwill，其中古今/GUJIN 的销售量最高，达到了 47.1 万件；销售额排在前三位的品牌为：歌瑞尔/Gainreel、古今/GUJIN、曼妮芬/ManniForm，其中歌瑞尔/Gainreel 的销售额最高，达到了 6643.8 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 49.3%，C2C 的销售量占比为 50.7%；其中淘宝的销售量最高，占比为 50.7%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 39.0%；华东地区的消费者占比最高，达到 45.3%，其次为华北地区和华中地区。

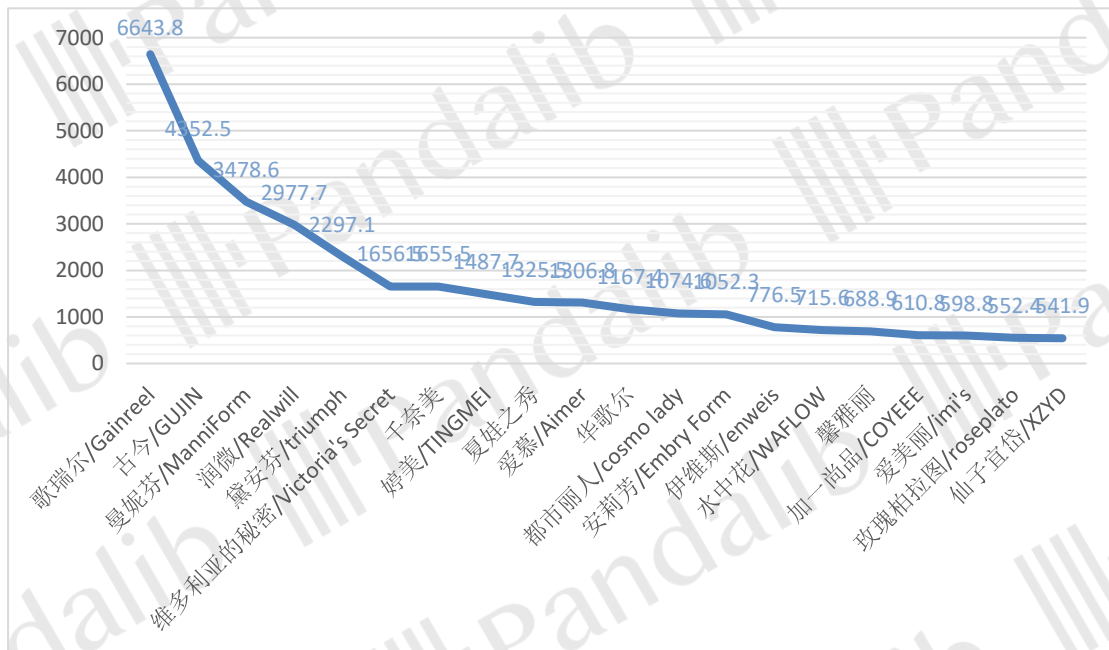
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



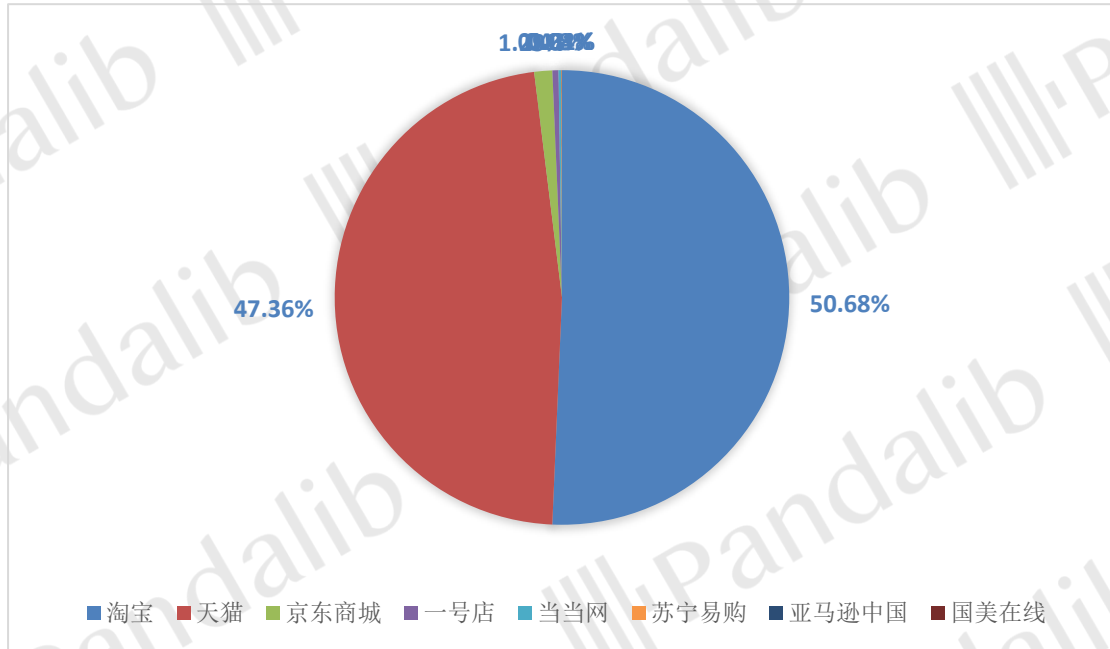
网络零售平台类型销售量占比



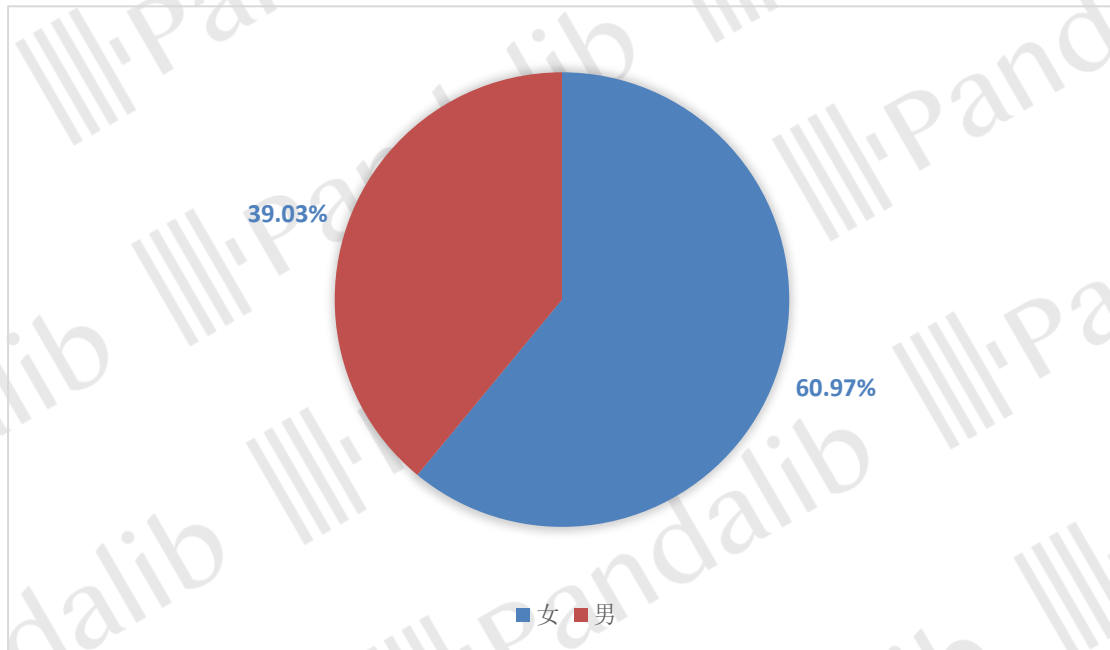
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



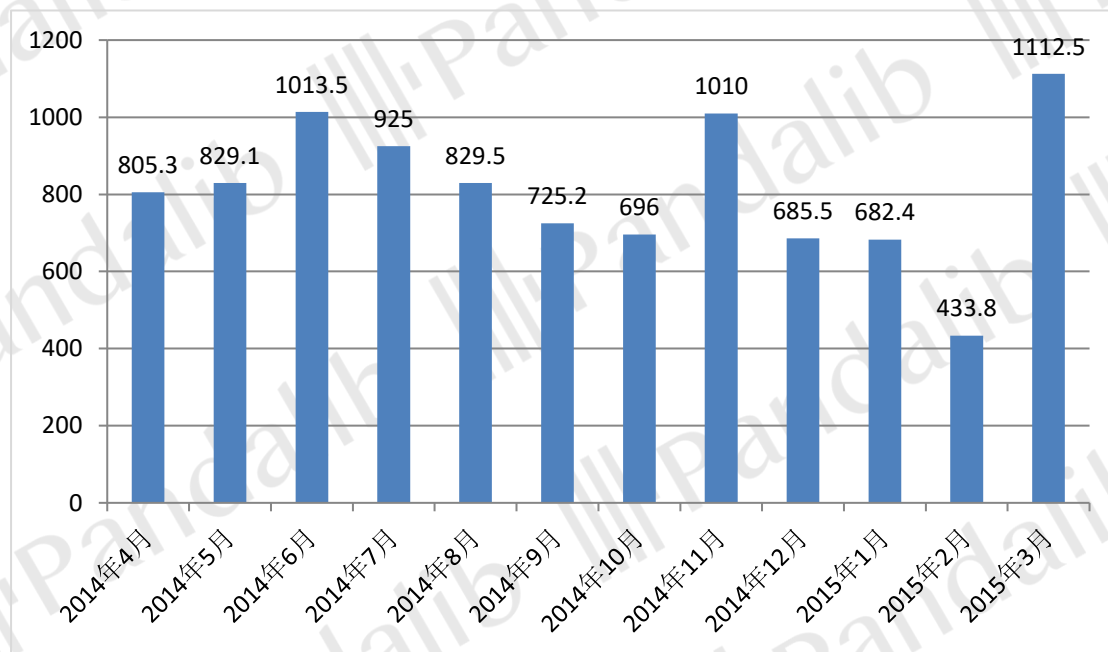
网络零售消费者性别分布



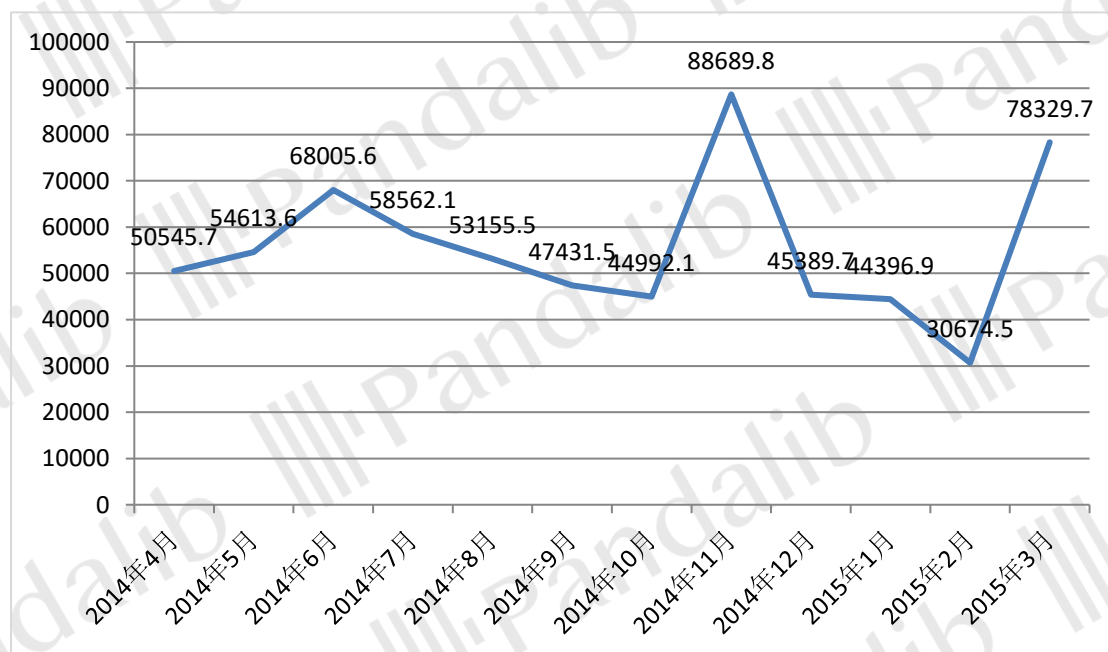
二、趋势分析

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）
2015年3月	1112.5	78329.7	70.4

2015 年 2 月	433.8	30674.5	70.7
2015 年 1 月	682.4	44396.9	65.1
2014 年 12 月	685.5	45389.7	66.2
2014 年 11 月	1010	88689.8	87.8
2014 年 10 月	696	44992.1	64.6
2014 年 9 月	725.2	47431.5	65.4
2014 年 8 月	829.5	53155.5	64.1
2014 年 7 月	925	58562.1	63.3
2014 年 6 月	1013.5	68005.6	67.1
2014 年 5 月	829.1	54613.6	65.9
2014 年 4 月	805.3	50545.7	62.8

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！