



2014 年 11 月 洗衣液 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

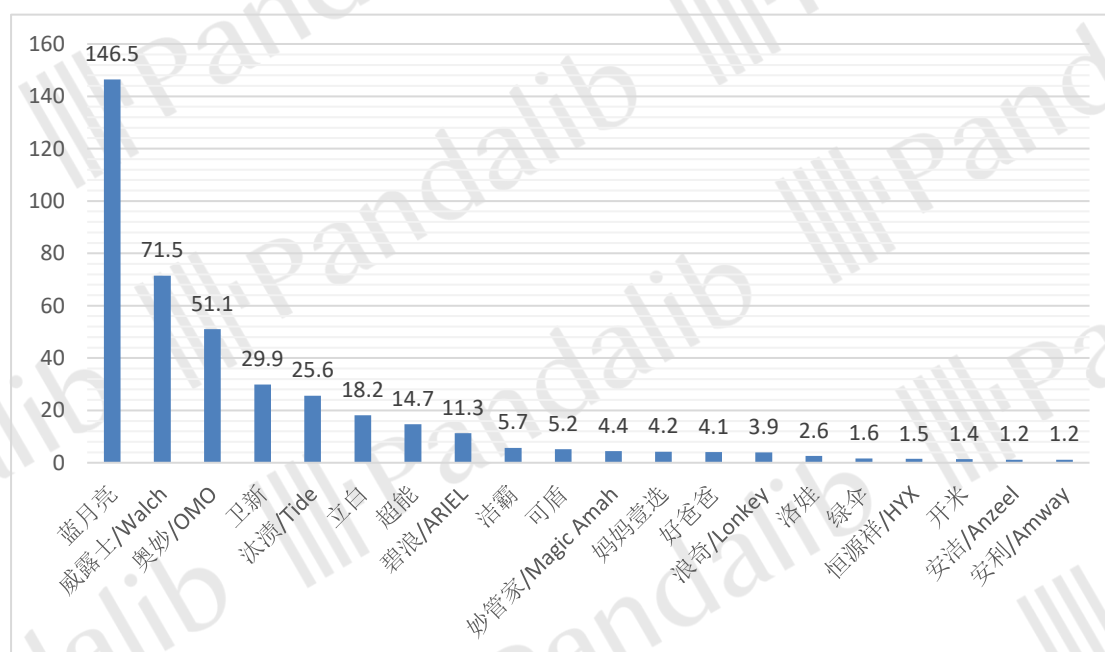
目录

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

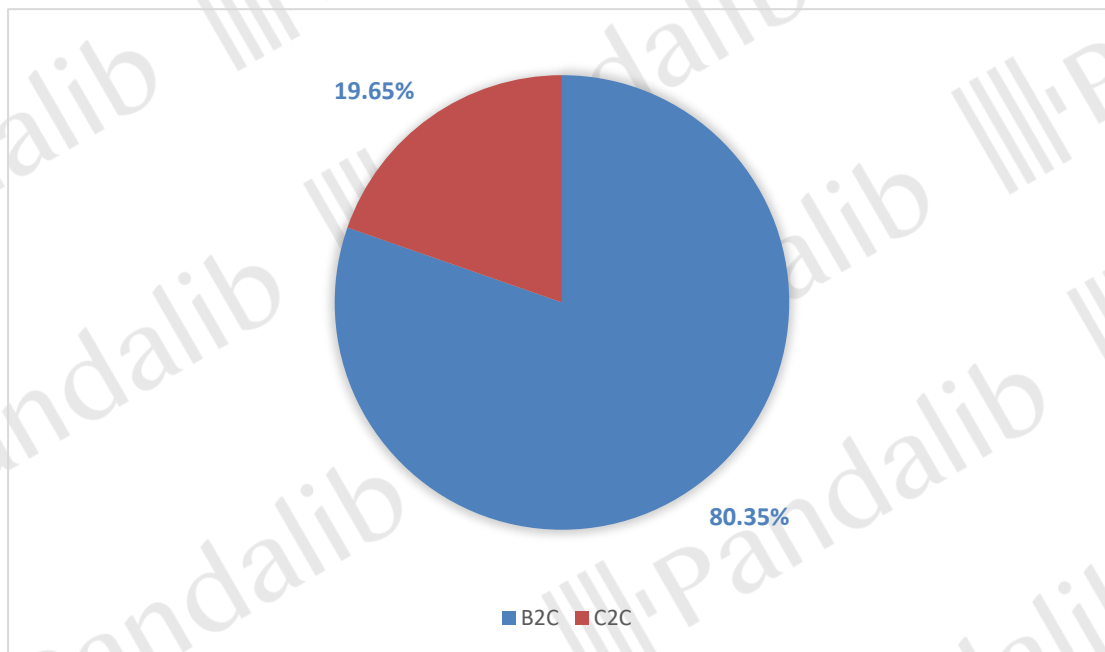
一、市场概况

2014 年 11 月，洗衣液在线上共销售 425.8 万件，销售额为 11753.3 万元，成交均价为 27.6 元，销售额环比 29.6%。销售量排在前三位的品牌为：蓝月亮、威露士/Walch、奥妙/OMO，其中蓝月亮的销售量最高，达到了 146.5 万件；销售额排在前三位的品牌为：蓝月亮、奥妙/OMO、威露士/Walch，其中蓝月亮的销售额最高，达到了 3652.5 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 80.4%，C2C 的销售量占比为 19.6%；其中一号店的销售量最高，占比为 24.5%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 31.8%；华东地区的消费者占比最高，达到 42.3%，其次为华南地区和华东地区。

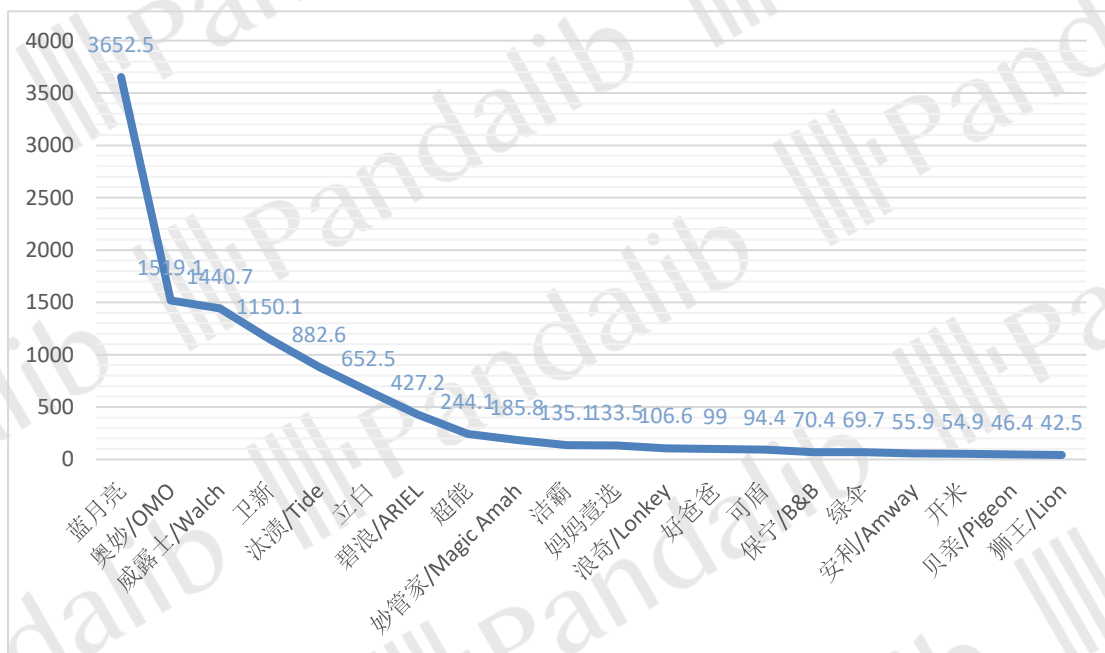
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



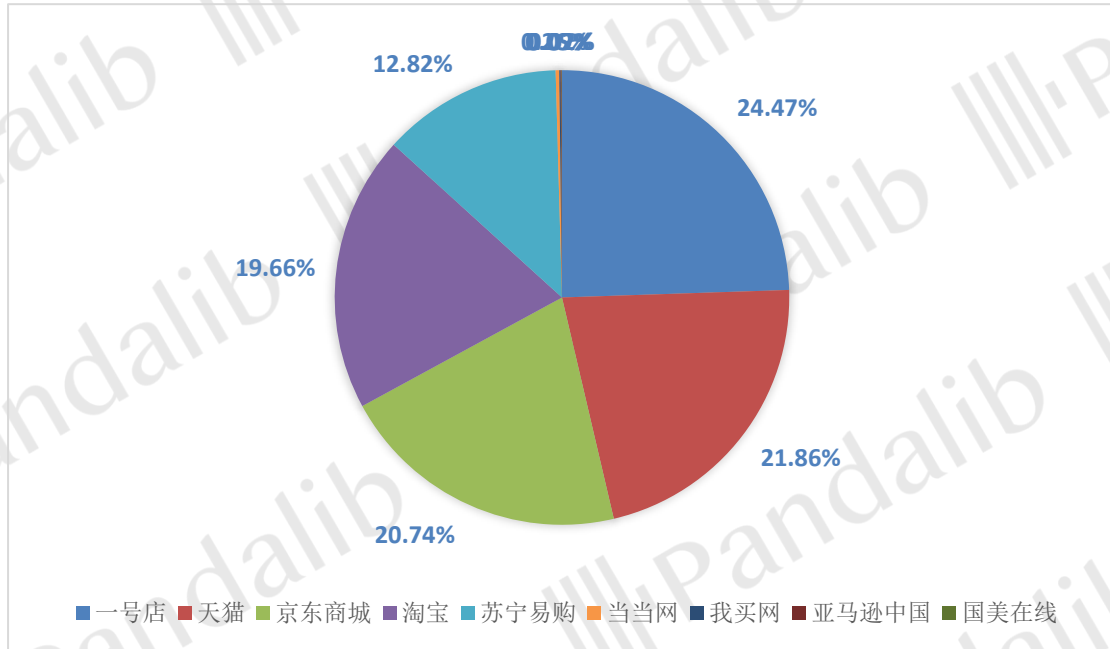
网络零售平台类型销售量占比



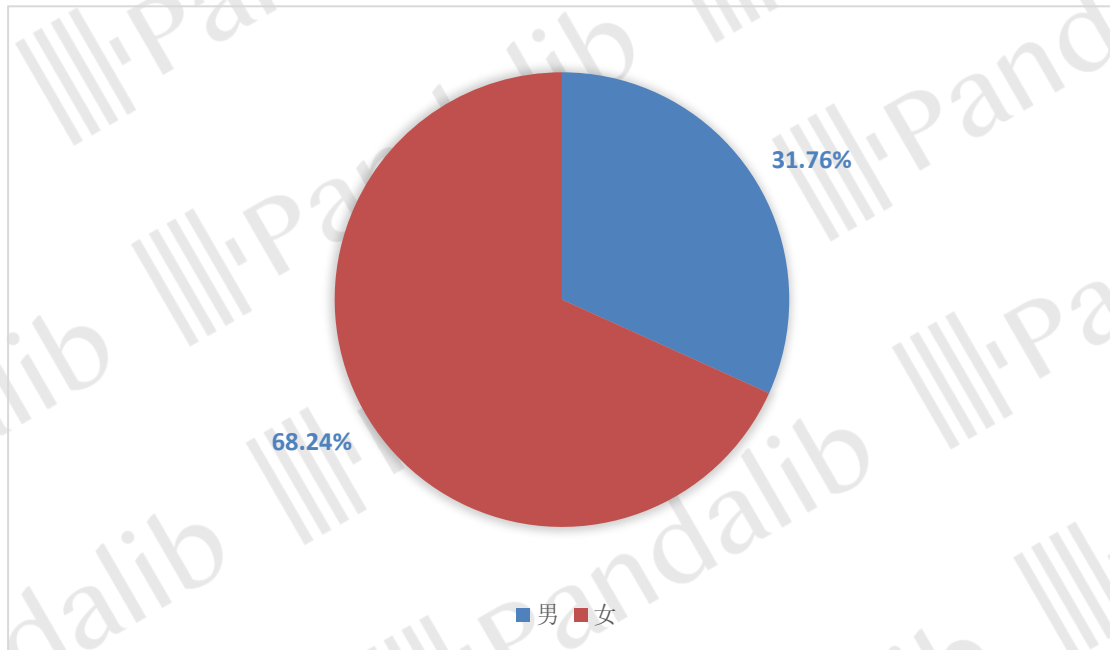
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



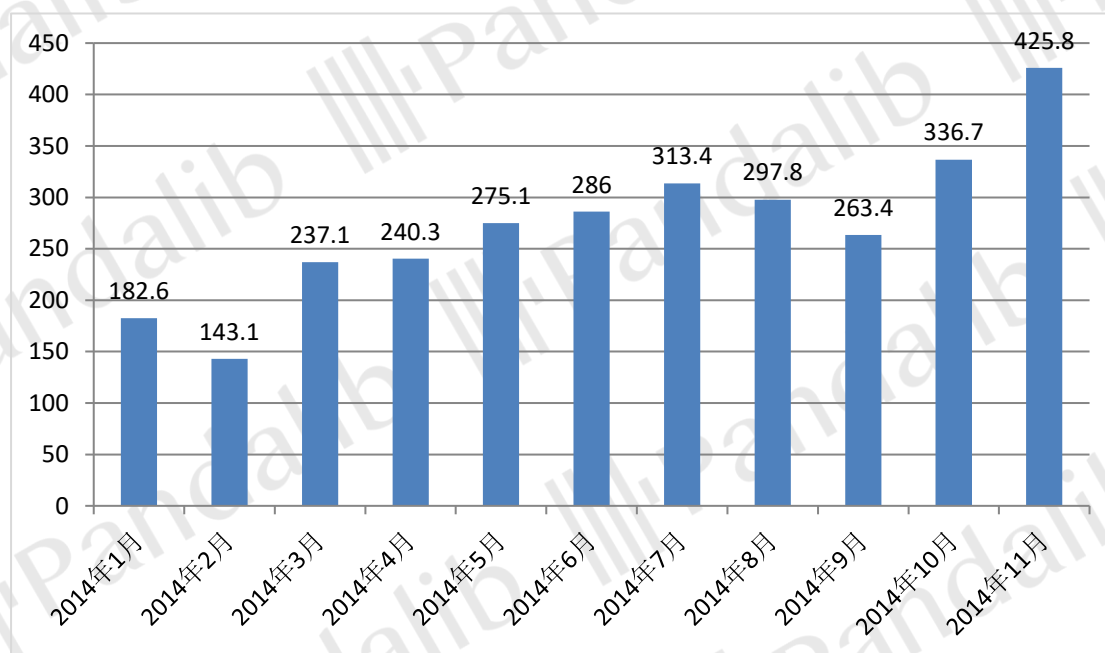
网络零售消费者性别分布



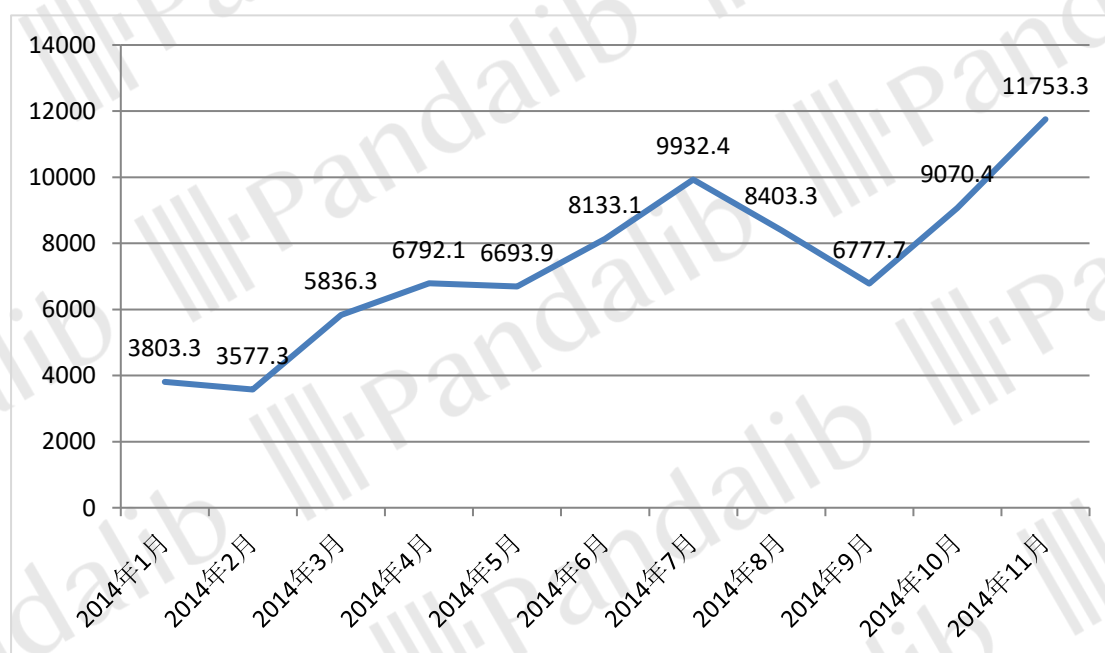
二、趋势分析

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	425.8	11753.3	27.6

2014 年 10 月	336.7	9070.4	26.9
2014 年 9 月	263.4	6777.7	25.7
2014 年 8 月	297.8	8403.3	28.2
2014 年 7 月	313.4	9932.4	31.7
2014 年 6 月	286	8133.1	28.4
2014 年 5 月	275.1	6693.9	24.3
2014 年 4 月	240.3	6792.1	28.3
2014 年 3 月	237.1	5836.3	24.6
2014 年 2 月	143.1	3577.3	25
2014 年 1 月	182.6	3803.3	20.8

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**