



2014 年 12 月 护肤套装 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

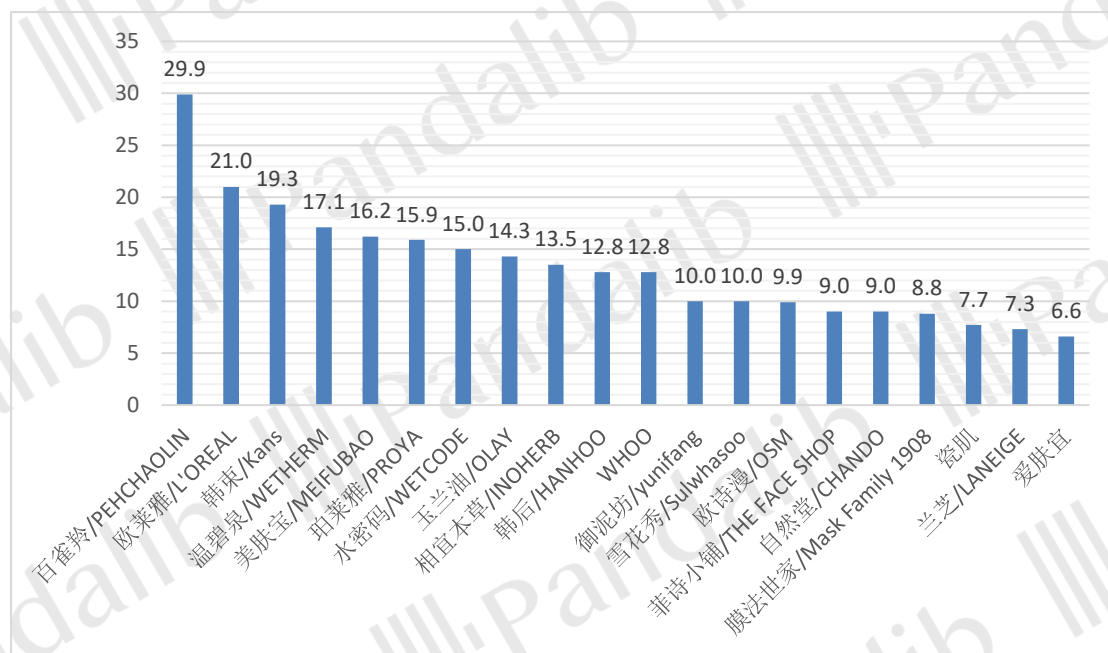
目录

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

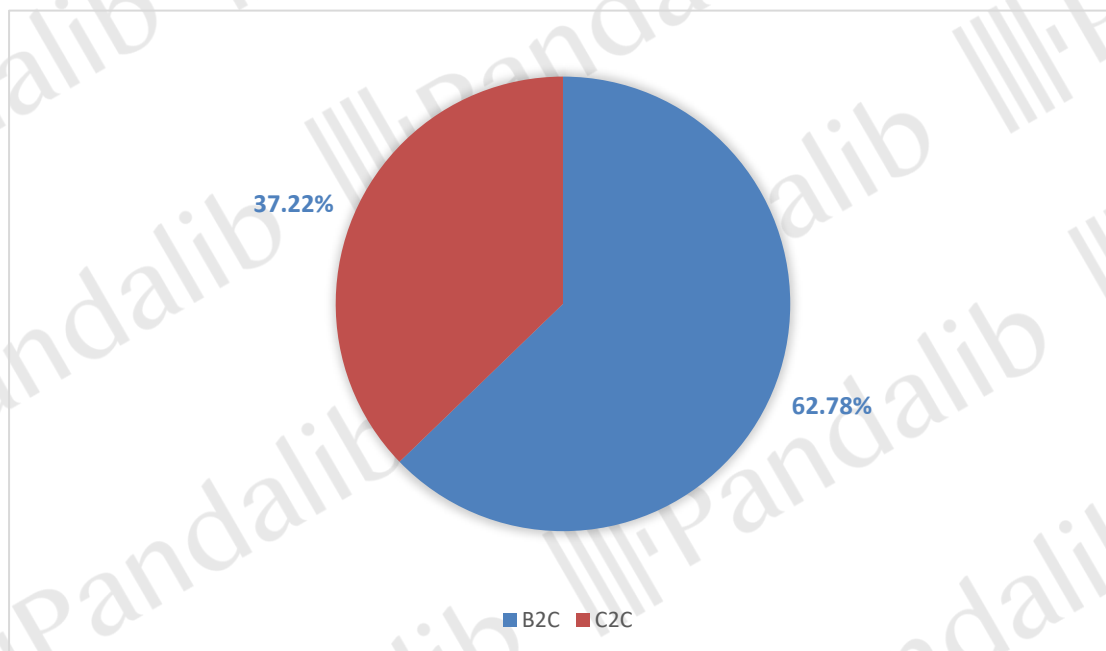
一、市场概况

2014 年 12 月，护肤套装在线上共销售 681.2 万件，销售额为 92309.5 万元，成交均价为 135.5 元，销售额环比-42.7%。销售量排在前三位的品牌为：百雀羚/PEHCHAOLIN、欧莱雅/L'OREAL、韩束/Kans，其中百雀羚/PEHCHAOLIN 的销售量最高，达到了 29.9 万件；销售额排在前三位的品牌为：百雀羚/PEHCHAOLIN、雅诗兰黛/Estee Lauder、欧莱雅/L'OREAL，其中百雀羚/PEHCHAOLIN 的销售额最高，达到了 4420.3 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 62.8%，C2C 的销售量占比为 37.2%；其中天猫的销售量最高，占比为 39.5%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 36.1%；华东地区的消费者占比最高，达到 40.1%，其次为华南地区和华中地区。

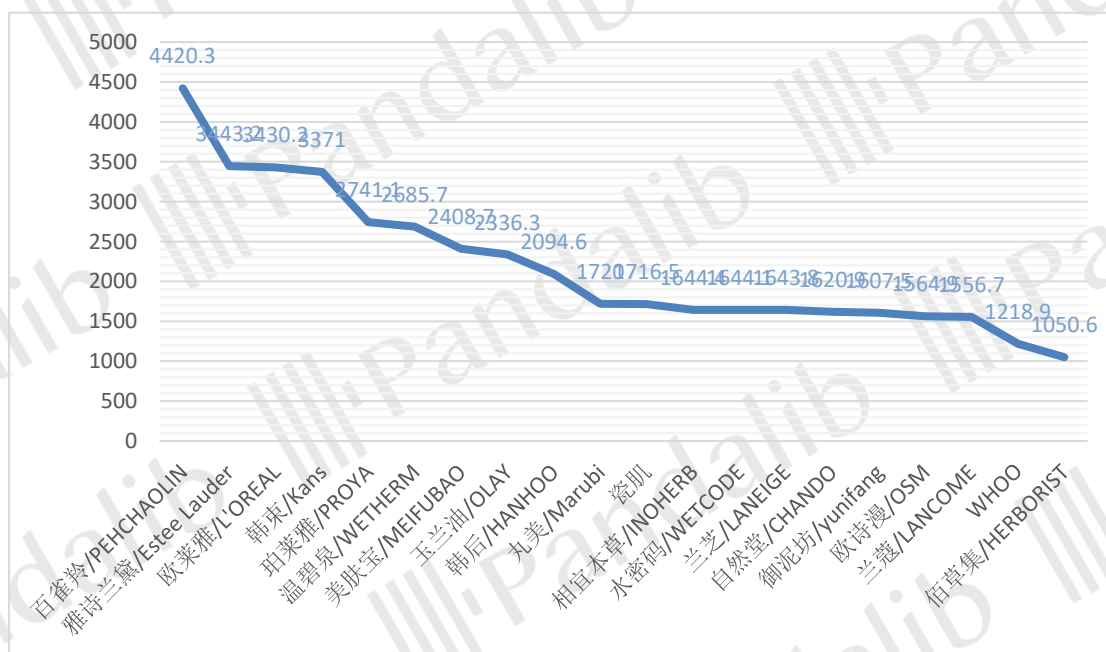
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



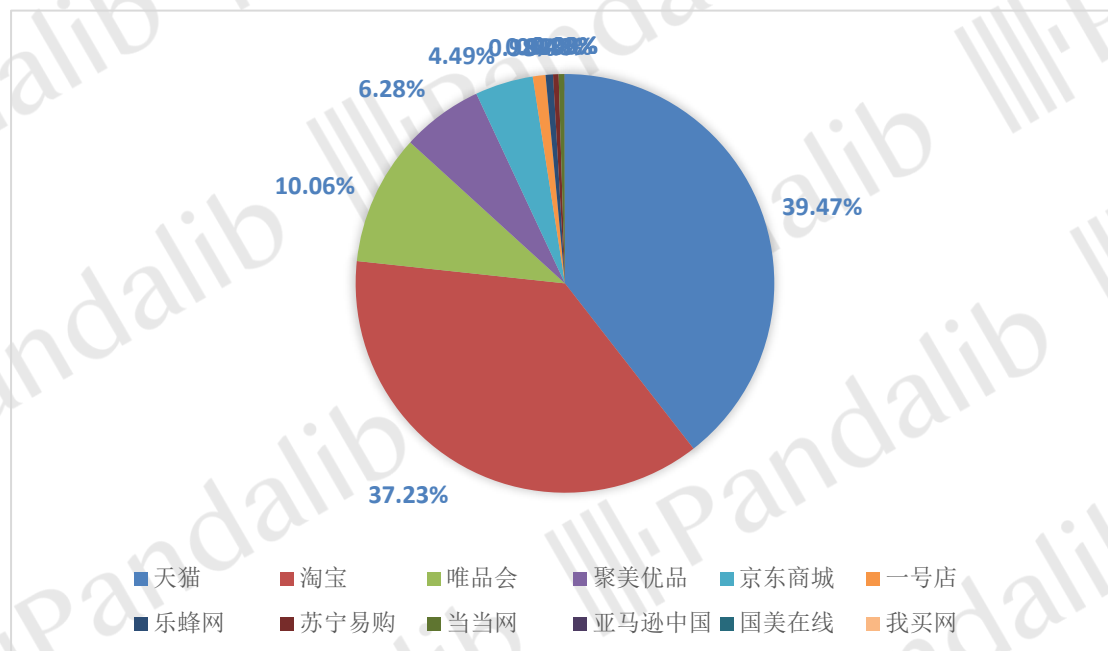
网络零售平台类型销售量占比



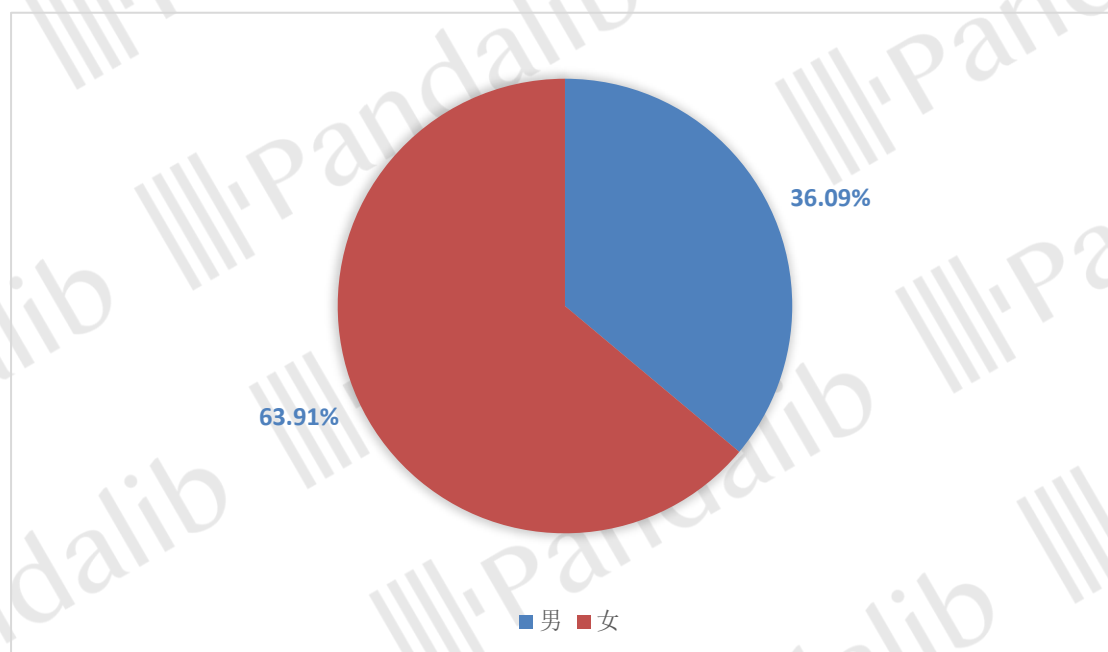
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



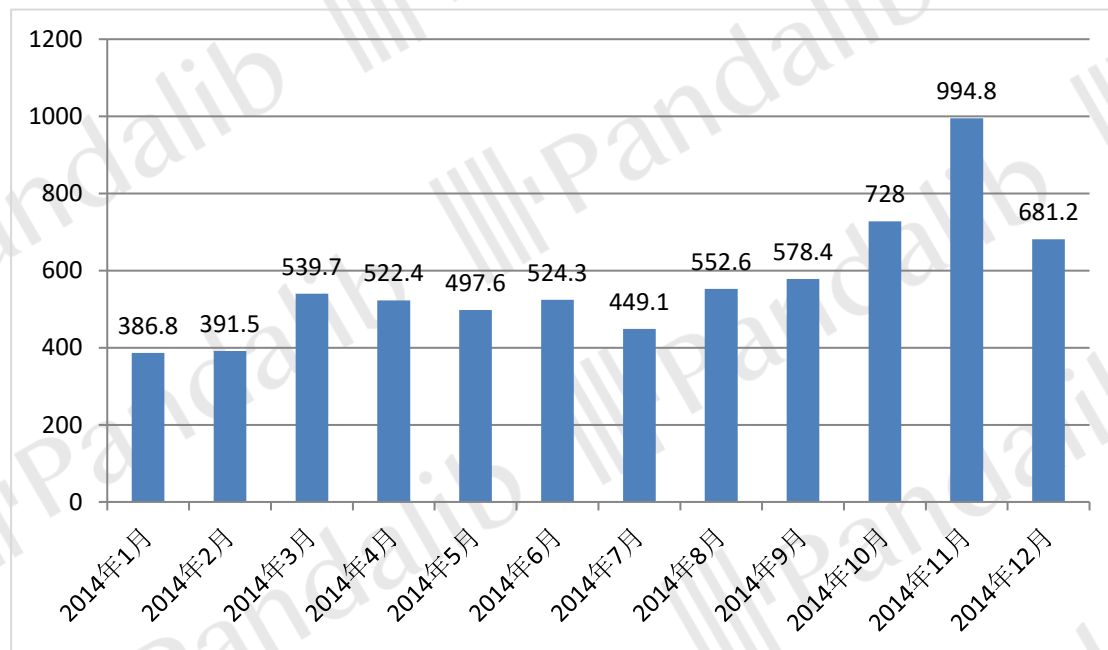
网络零售消费者性别分布



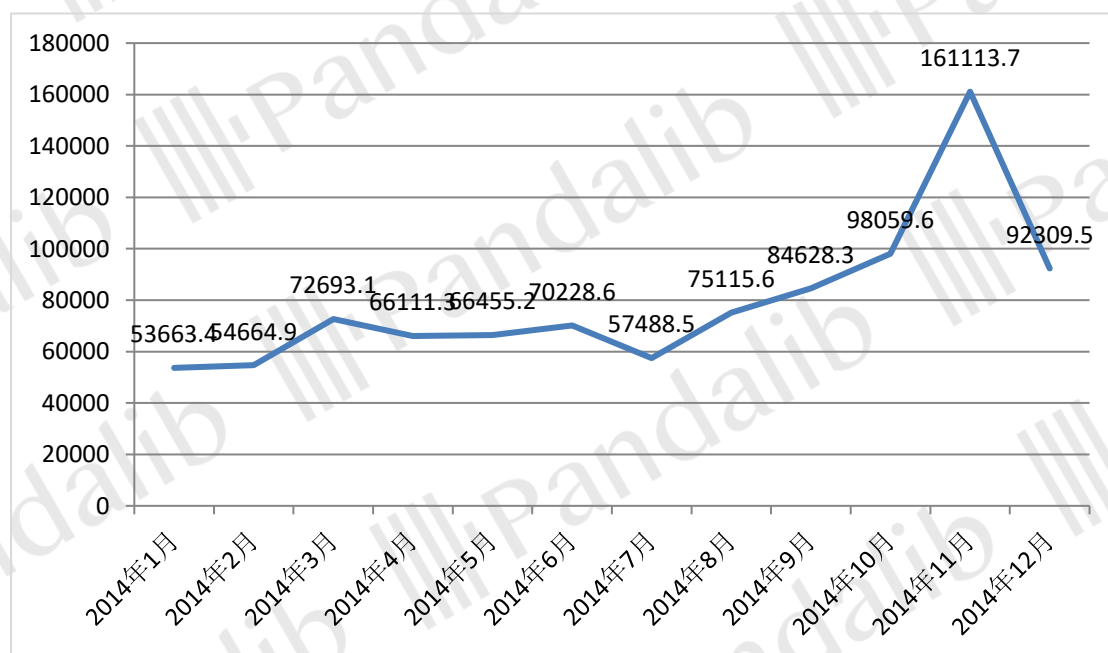
二、趋势分析

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）
2014 年 12 月	681.2	92309.5	135.5
2014 年 11 月	994.8	161113.7	161.9
2014 年 10 月	728	98059.6	134.7
2014 年 9 月	578.4	84628.3	146.3
2014 年 8 月	552.6	75115.6	135.9
2014 年 7 月	449.1	57488.5	128
2014 年 6 月	524.3	70228.6	133.9
2014 年 5 月	497.6	66455.2	133.5
2014 年 4 月	522.4	66111.3	126.5
2014 年 3 月	539.7	72693.1	134.7
2014 年 2 月	391.5	54664.9	139.6
2014 年 1 月	386.8	53663.4	138.7

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**