



2015 年 12 月 男士卫衣 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

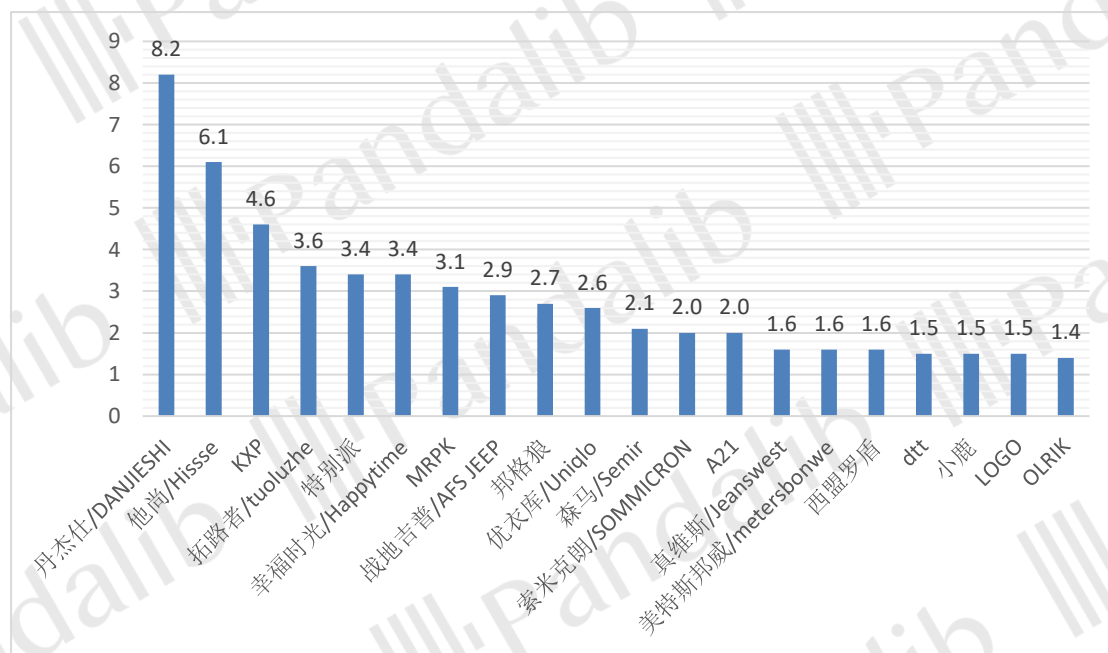
目录

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

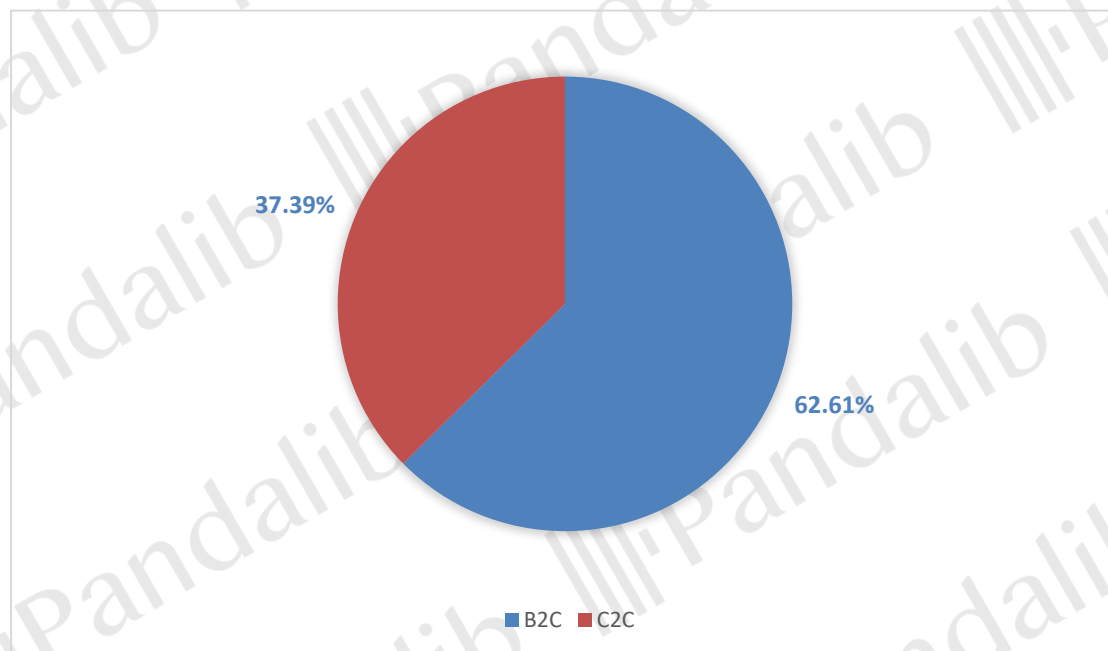
一、市场概况

2015 年 12 月，男士卫衣在线上共销售 332.4 万件，销售额为 33178.1 万元，成交均价为 99.8 元，销售额环比-23.9%。销售量排在前三位的品牌为：丹杰仕/DANJIESHI、他尚/Hisse、KXP，其中丹杰仕/DANJIESHI 的销售量最高，达到了 8.2 万件；销售额排在前三位的品牌为：丹杰仕/DANJIESHI、优衣库/Uniqlo、幸福时光/Happytime，其中丹杰仕/DANJIESHI 的销售额最高，达到了 1288.1 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 62.6%，C2C 的销售量占比为 37.4%；其中天猫的销售量最高，占比为 49.7%。男性消费者高于女性，其中男性消费者占比为 59.3%；华东地区的消费者占比最高，达到 42.6%，其次为华南地区和华中地区。

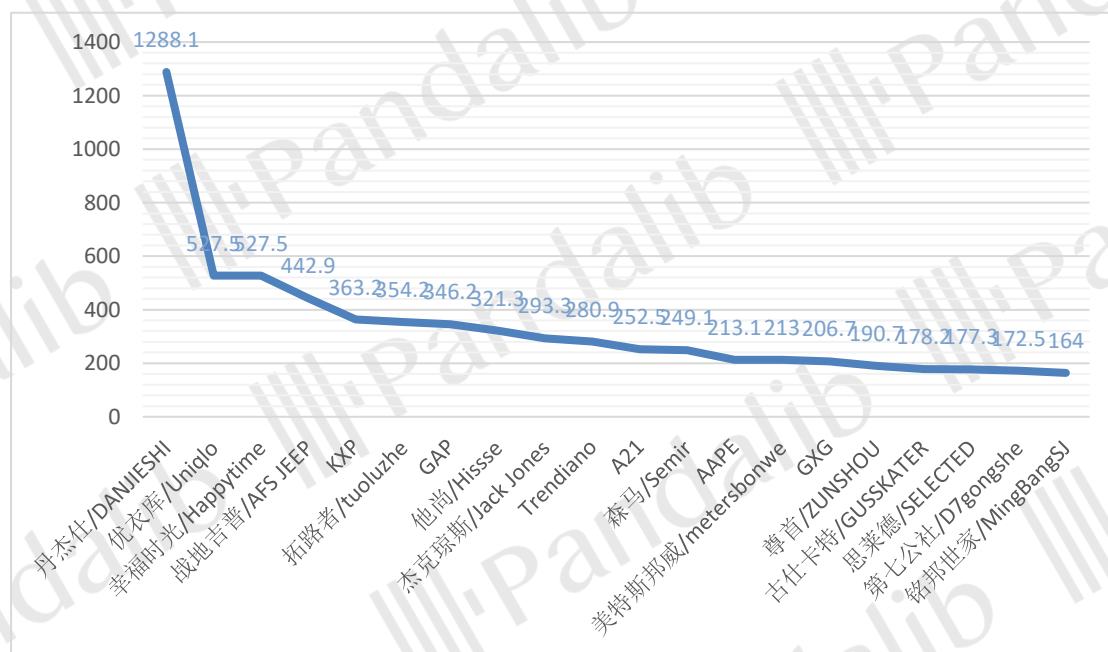
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



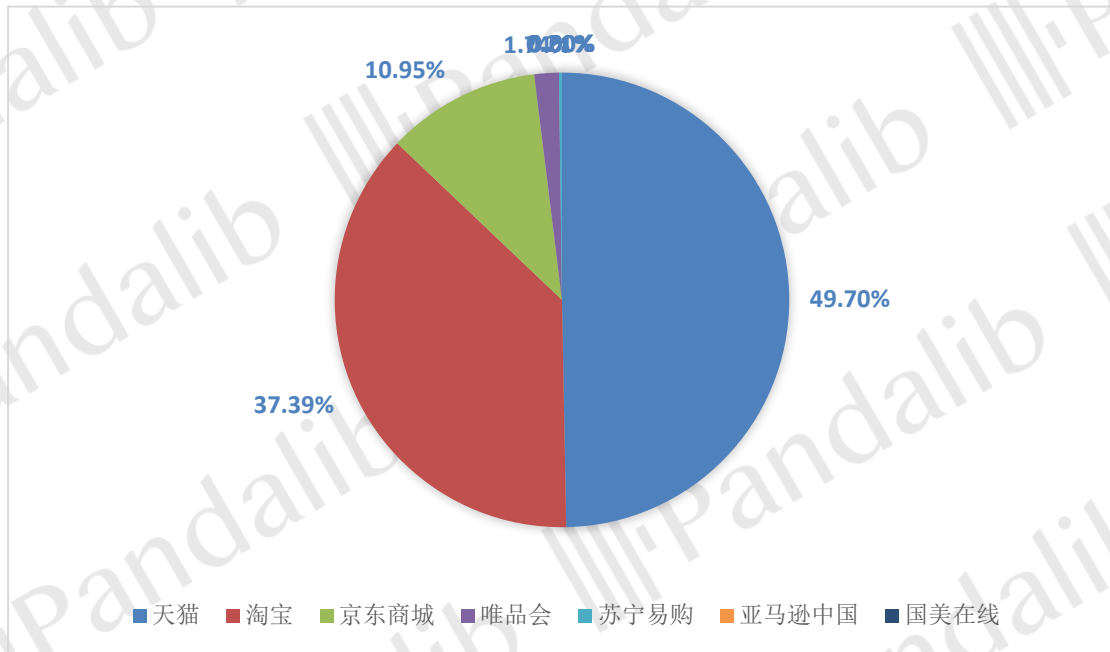
网络零售平台类型销售量占比



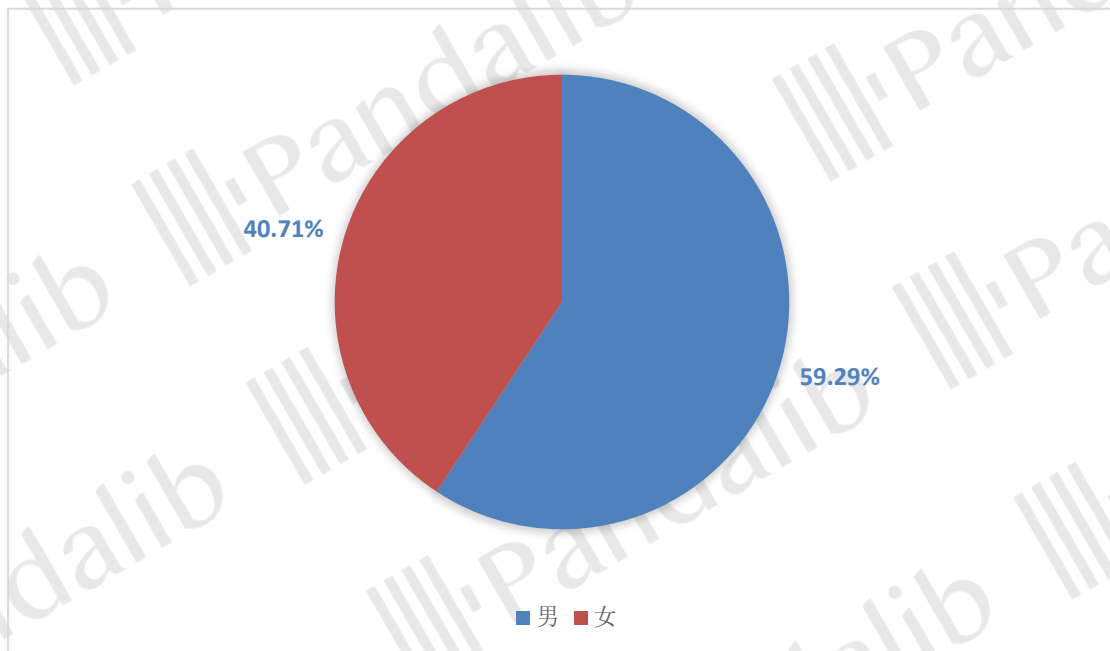
网络零售销售额排名 TOP20 品牌（万元）



网络零售渠道销售量占比



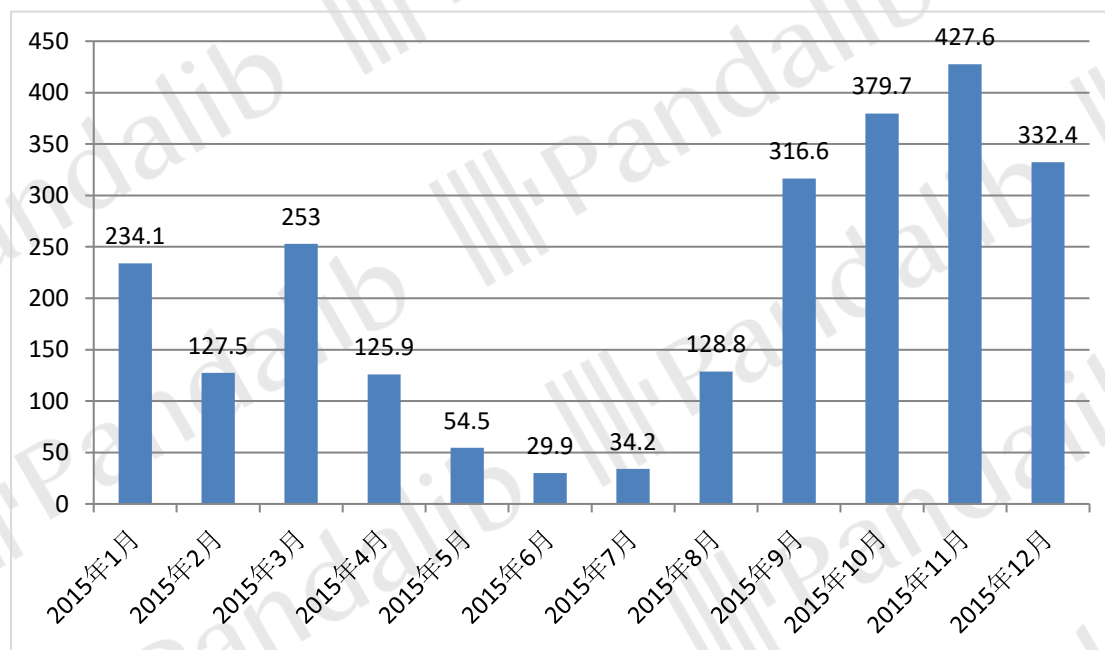
网络零售消费者性别分布



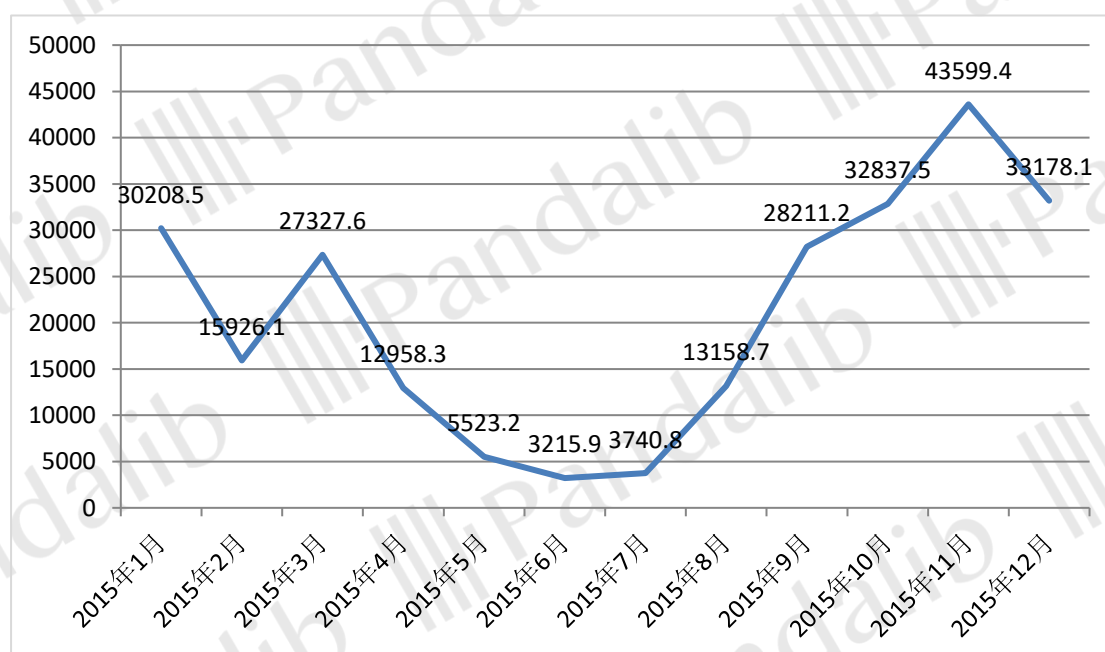
二、趋势分析

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）
2015 年 12 月	332.4	33178.1	99.8
2015 年 11 月	427.6	43599.4	102
2015 年 10 月	379.7	32837.5	86.5
2015 年 9 月	316.6	28211.2	89.1
2015 年 8 月	128.8	13158.7	102.2
2015 年 7 月	34.2	3740.8	109.3
2015 年 6 月	29.9	3215.9	107.5
2015 年 5 月	54.5	5523.2	101.3
2015 年 4 月	125.9	12958.3	102.9
2015 年 3 月	253	27327.6	108
2015 年 2 月	127.5	15926.1	124.9
2015 年 1 月	234.1	30208.5	129

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**