



# Pandalib

## 2016 年 10 月 宝宝洗浴 (沐浴露) 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.  
[www.pandalib.com](http://www.pandalib.com)

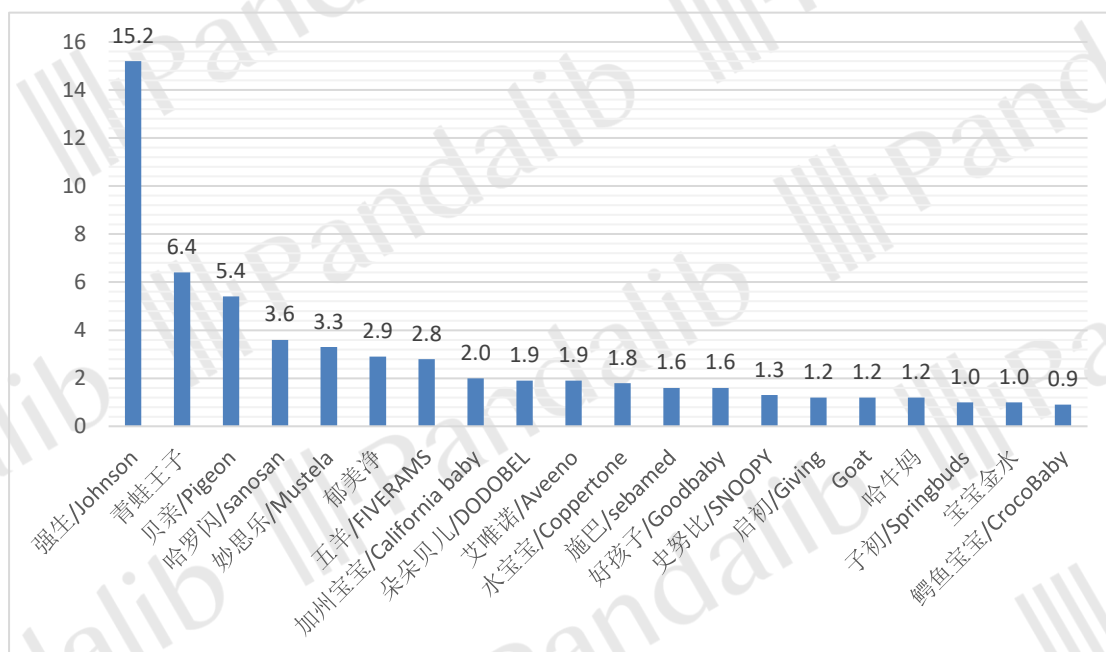
## 目录

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

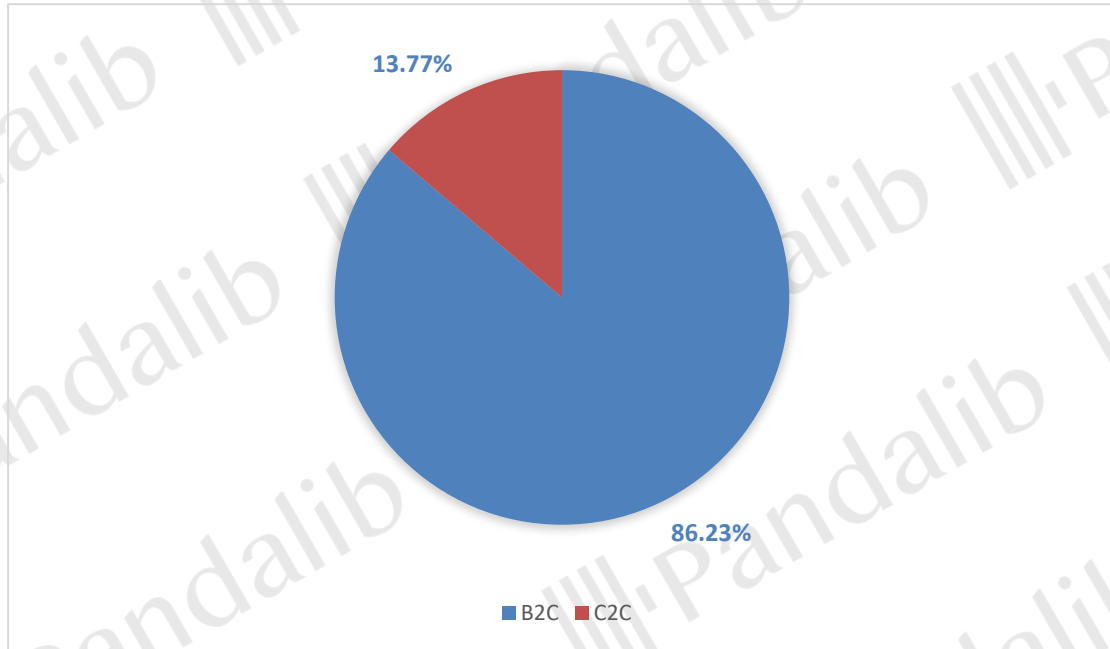
## 一、市场概况

2016年10月,宝宝洗浴(沐浴露)在线上共销售82.8万件,销售额为4370.3万元,成交均价为52.8元,销售额环比7.2%。销售量排在前三位的品牌为:强生/Johnson、青蛙王子、贝亲/Pigeon,其中强生/Johnson的销售量最高,达到了15.2万件;销售额排在前三位的品牌为:强生/Johnson、哈罗闪/sanosan、妙思乐/Mustela,其中强生/Johnson的销售额最高,达到了598.5万元。在电商渠道方面,B2C的销售量占比为86.2%,C2C的销售量占比为13.8%;其中天猫的销售量最高,占比为60.6%。女性消费者高于男性,其中男性消费者占比为44.9%;华东地区的消费者占比最高,达到45.0%,其次为华南地区和华中地区。

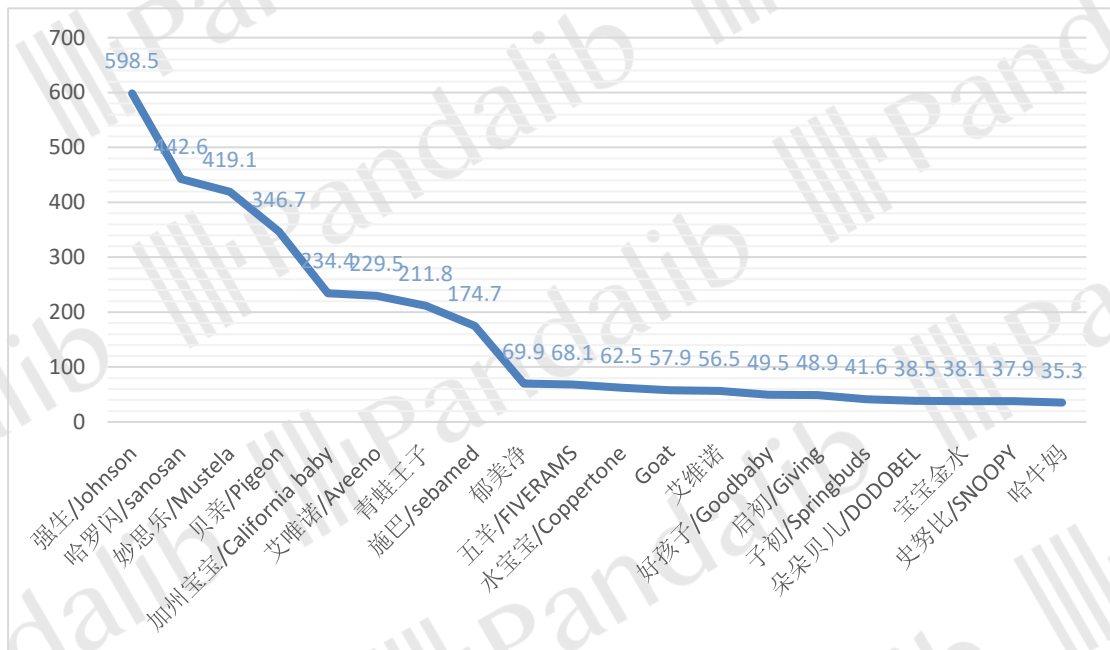
网络零售销售量排名TOP20品牌分析(万件)



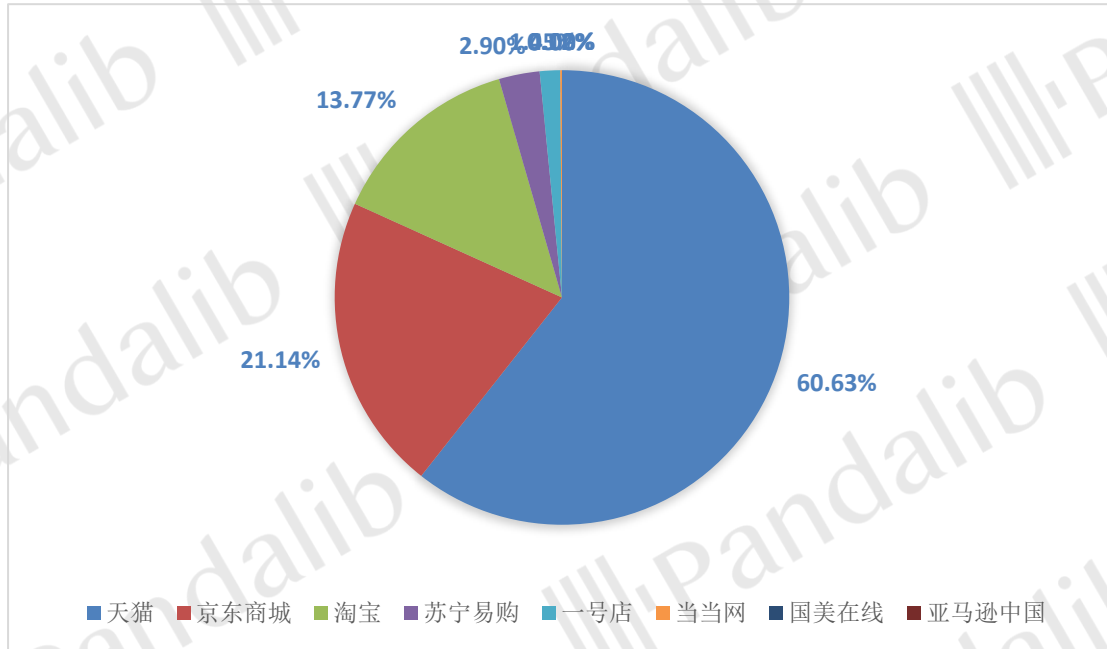
网络零售平台类型销售量占比



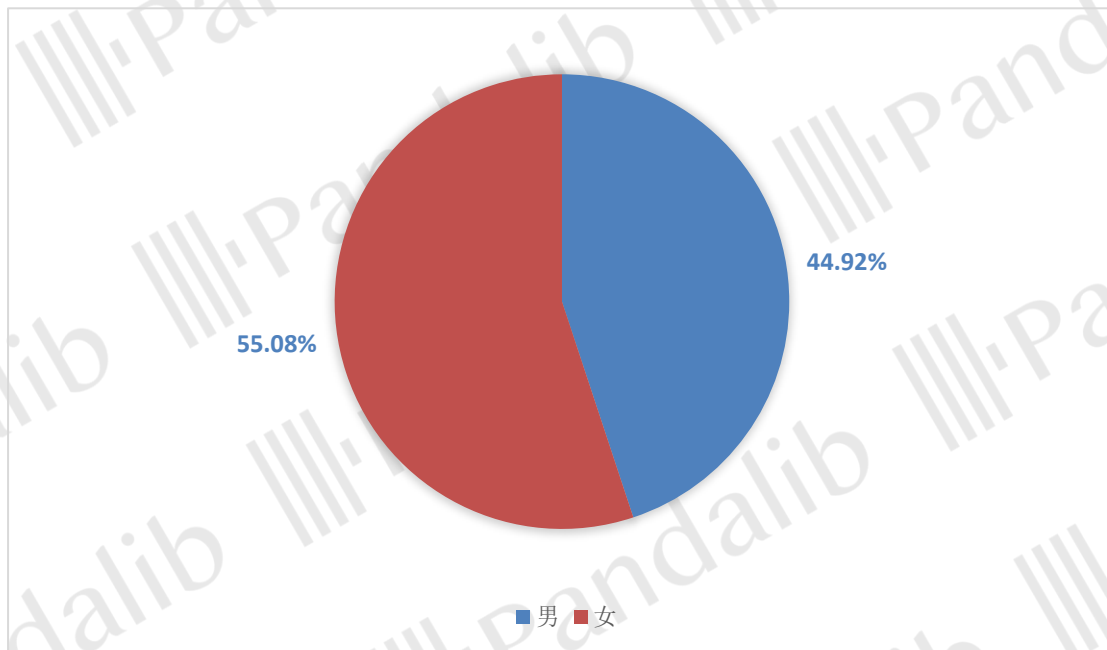
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



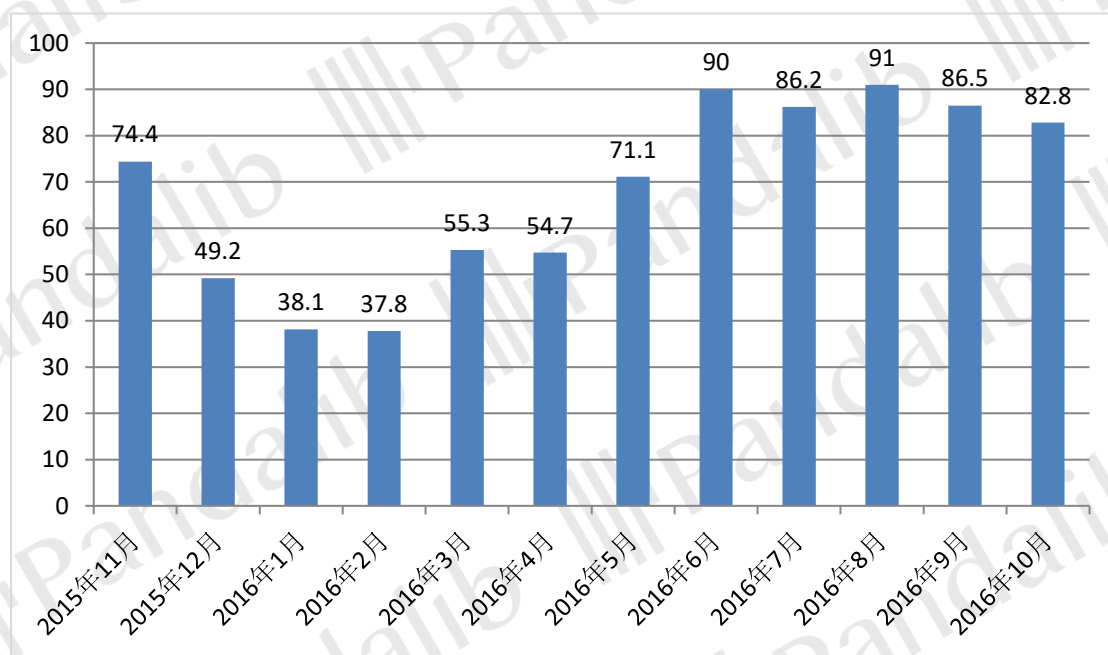
网络零售消费者性别分布



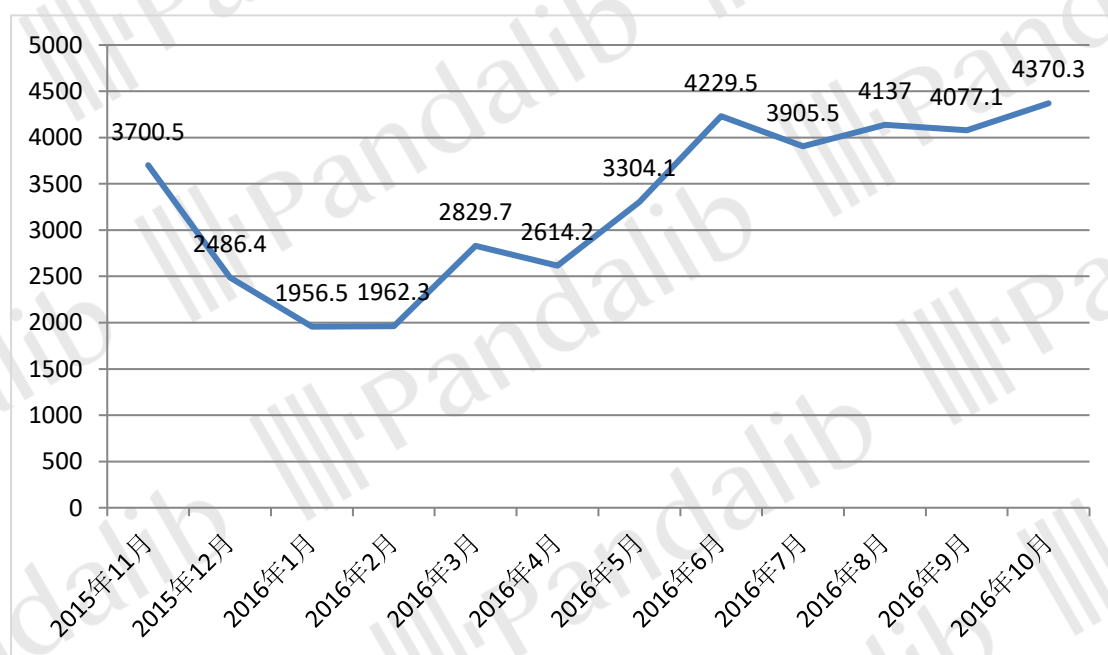
## 二、趋势分析

### 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）
2016年10月	82.8	4370.3	52.8

2016年9月	86.5	4077.1	47.2
2016年8月	91	4137	45.5
2016年7月	86.2	3905.5	45.3
2016年6月	90	4229.5	47
2016年5月	71.1	3304.1	46.4
2016年4月	54.7	2614.2	47.8
2016年3月	55.3	2829.7	51.2
2016年2月	37.8	1962.3	52
2016年1月	38.1	1956.5	51.3
2015年12月	49.2	2486.4	50.6
2015年11月	74.4	3700.5	49.7

**如需查看更多维度分析，请登录下载  
完整版报告！**