



2017 年 05 月 爽肤水 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

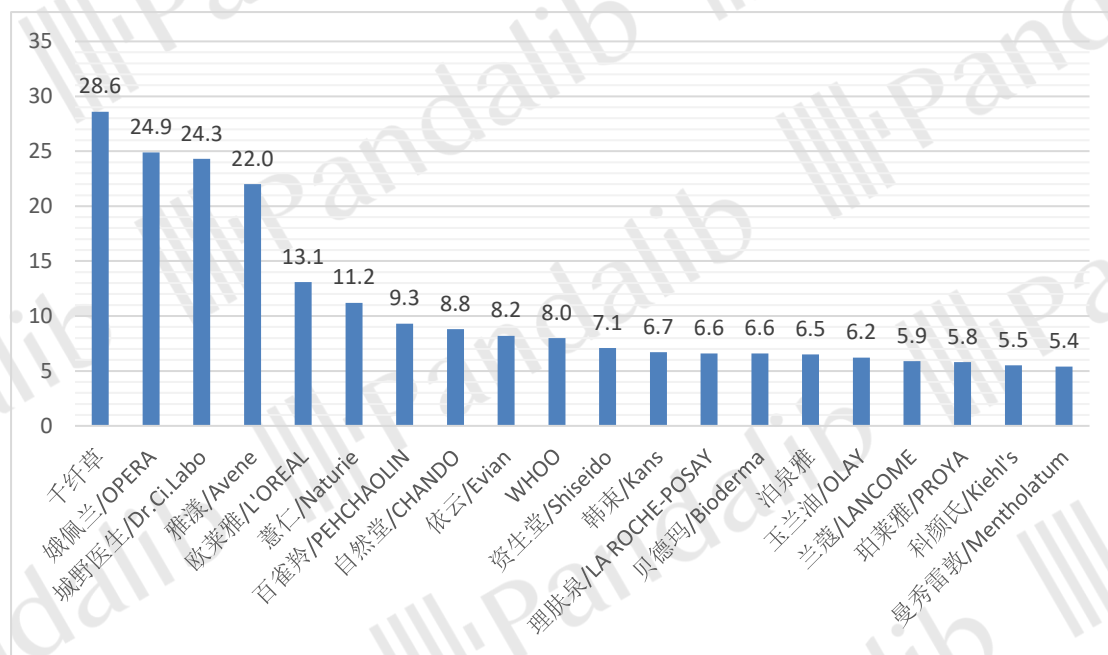
目录

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

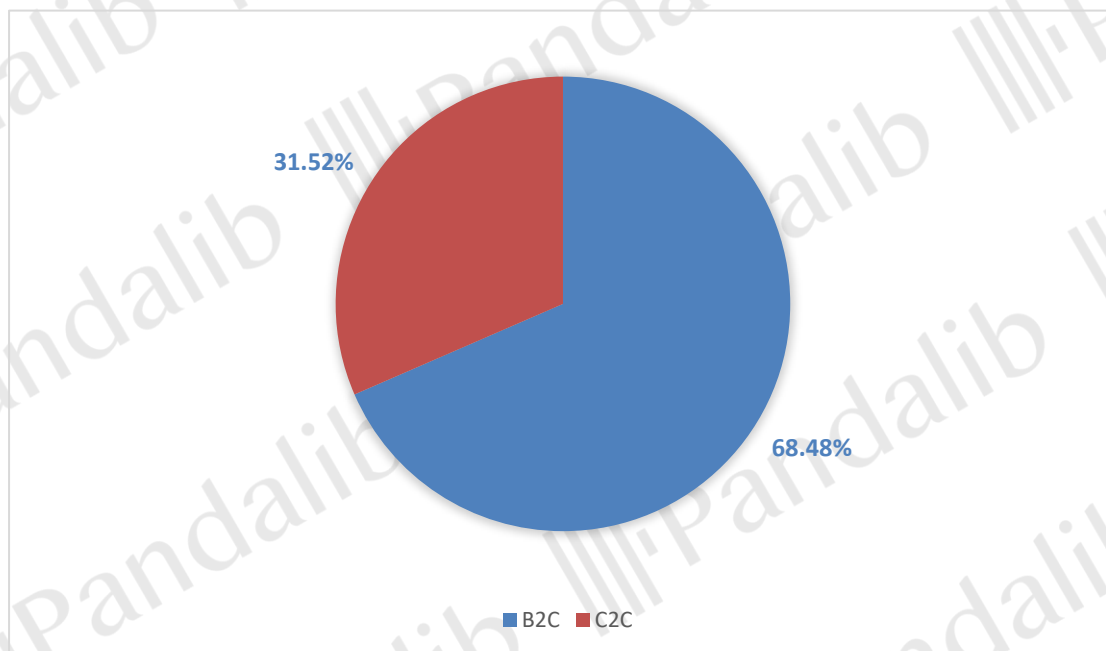
一、市场概况

2017 年 5 月，爽肤水在线上共销售 488.2 万件，销售额为 41333.0 万元，成交均价为 84.7 元，销售额环比-17.1%。销售量排在前三位的品牌为：千纤草、娥佩兰/OPERA、城野医生/Dr.Ci.Labo，其中千纤草的销售量最高，达到了 28.6 万件；销售额排在前三位的品牌为：城野医生/Dr.Ci.Labo、雅漾/Avene、兰蔻/LANCOME，其中城野医生/Dr.Ci.Labo 的销售额最高，达到了 2655.6 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 68.5%，C2C 的销售量占比为 31.5%；其中天猫的销售量最高，占比为 38.5%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 20.4%；华东地区的消费者占比最高，达到 43.3%，其次为华南地区和华中地区。

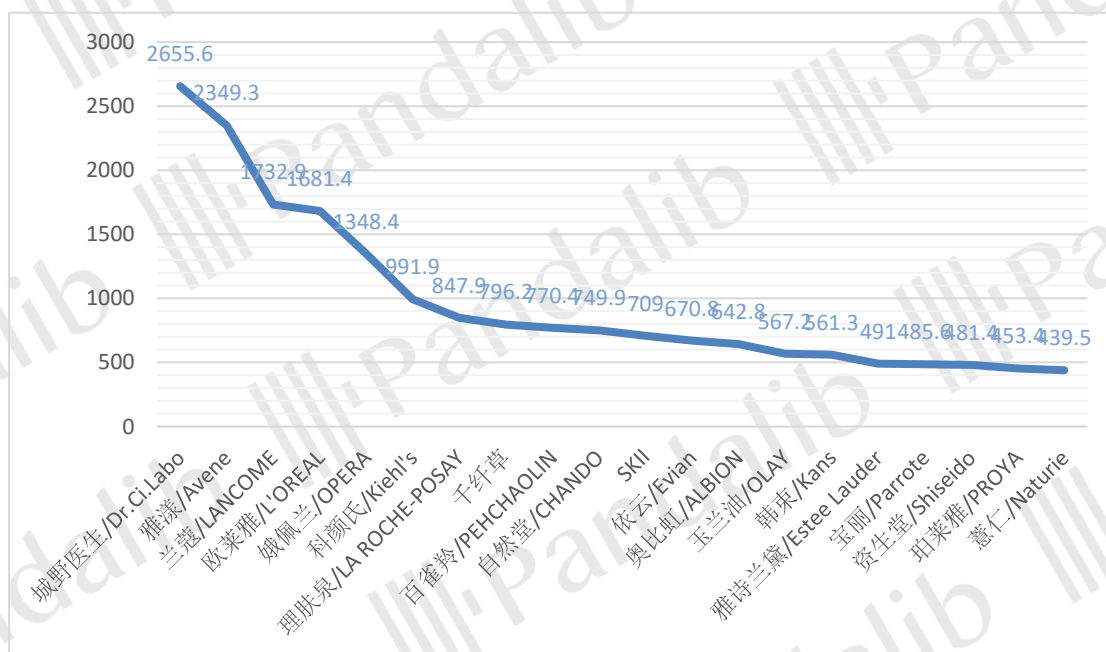
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



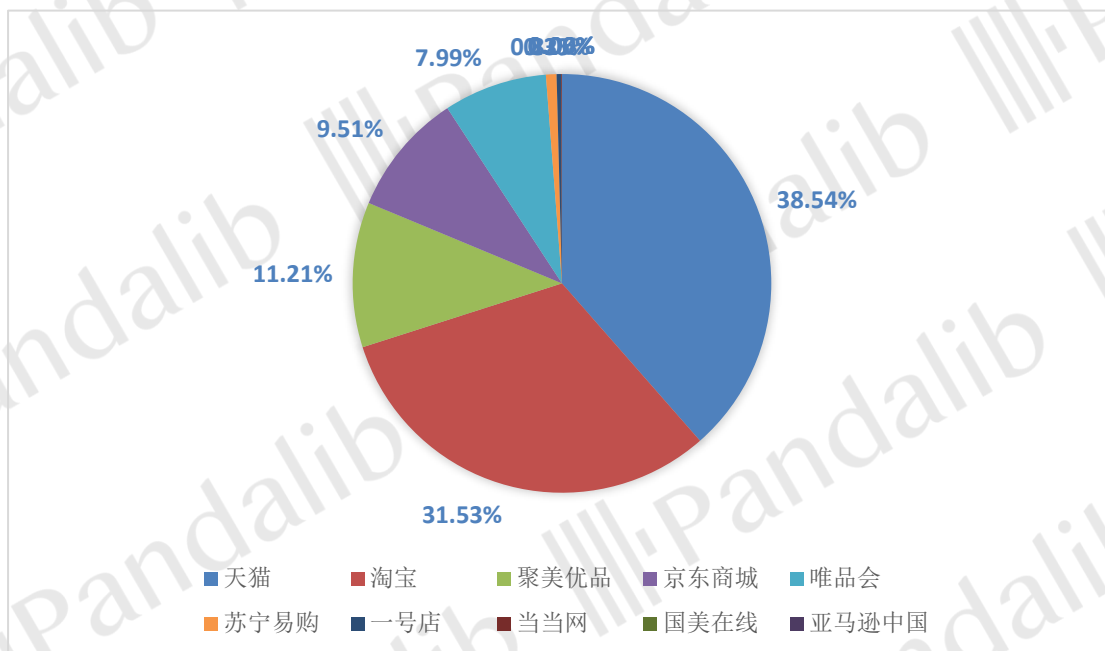
网络零售平台类型销售量占比



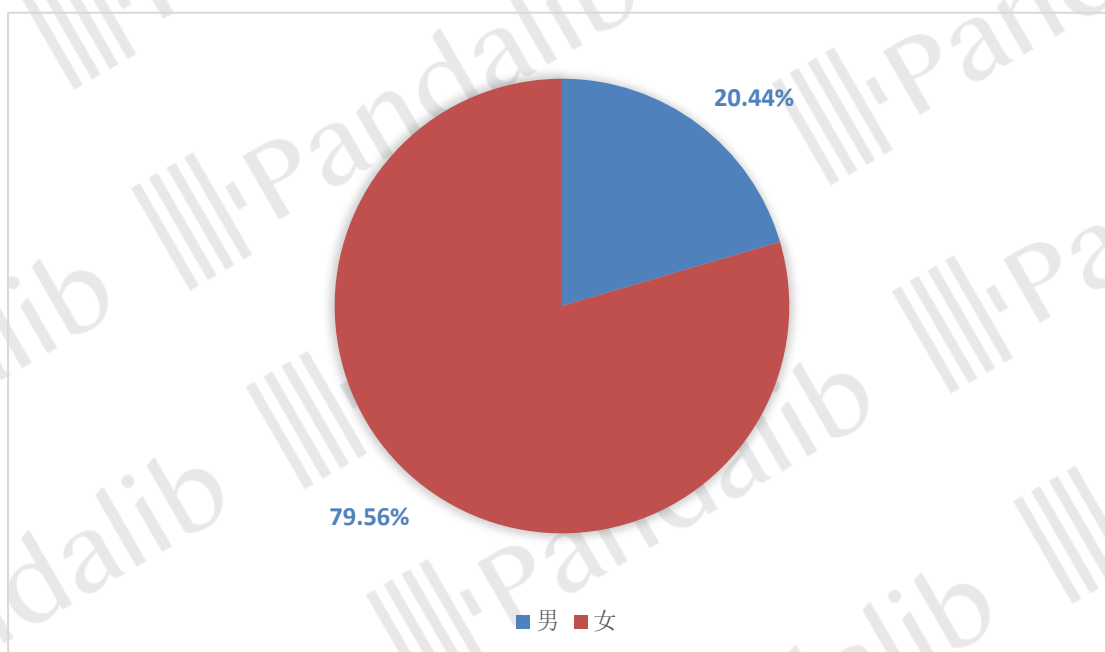
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



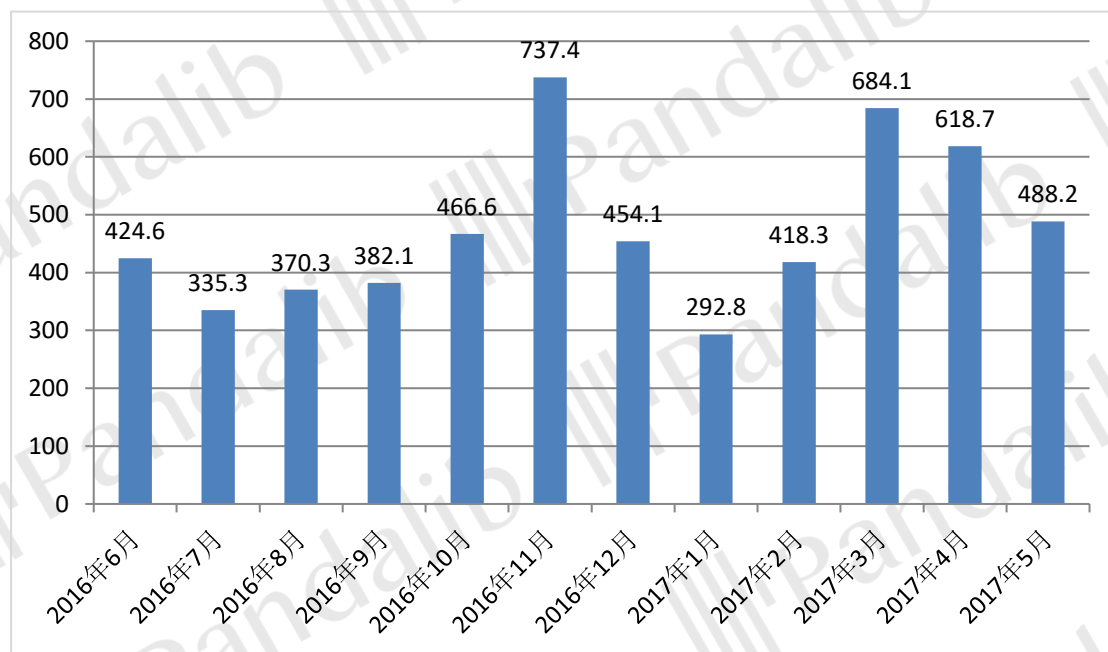
网络零售消费者性别分布



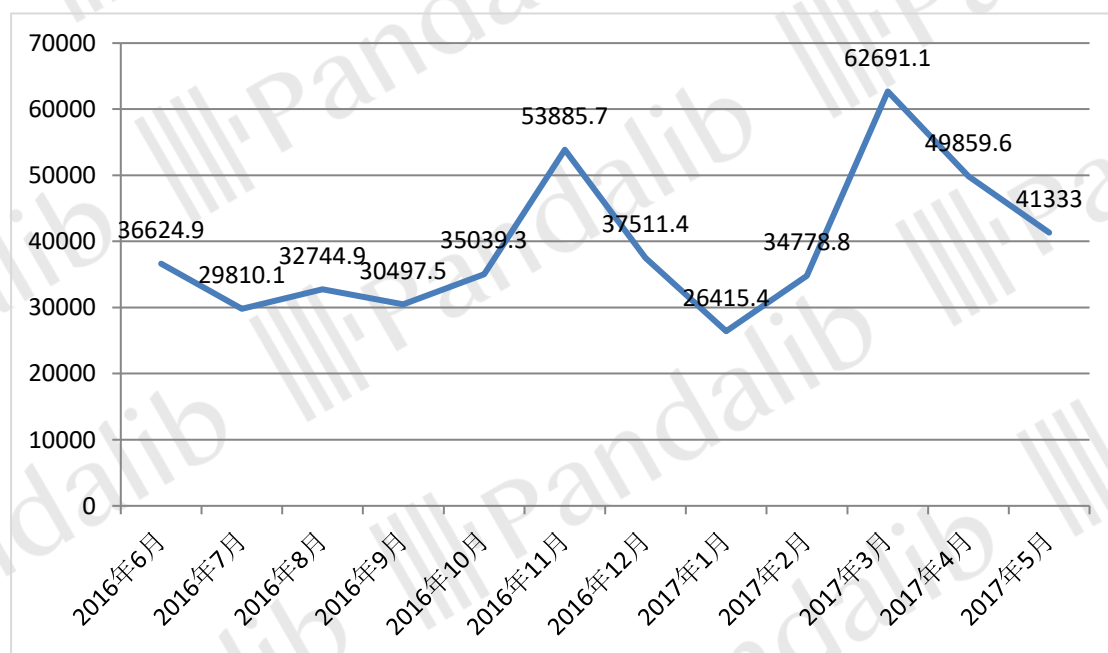
二、趋势分析

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）
2017 年 5 月	488.2	41333	84.7
2017 年 4 月	618.7	49859.6	80.6
2017 年 3 月	684.1	62691.1	91.6
2017 年 2 月	418.3	34778.8	83.1
2017 年 1 月	292.8	26415.4	90.2
2016 年 12 月	454.1	37511.4	82.6
2016 年 11 月	737.4	53885.7	73.1
2016 年 10 月	466.6	35039.3	75.1
2016 年 9 月	382.1	30497.5	79.8
2016 年 8 月	370.3	32744.9	88.4
2016 年 7 月	335.3	29810.1	88.9
2016 年 6 月	424.6	36624.9	86.3

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！