



2017 年 11 月 护肤套装 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

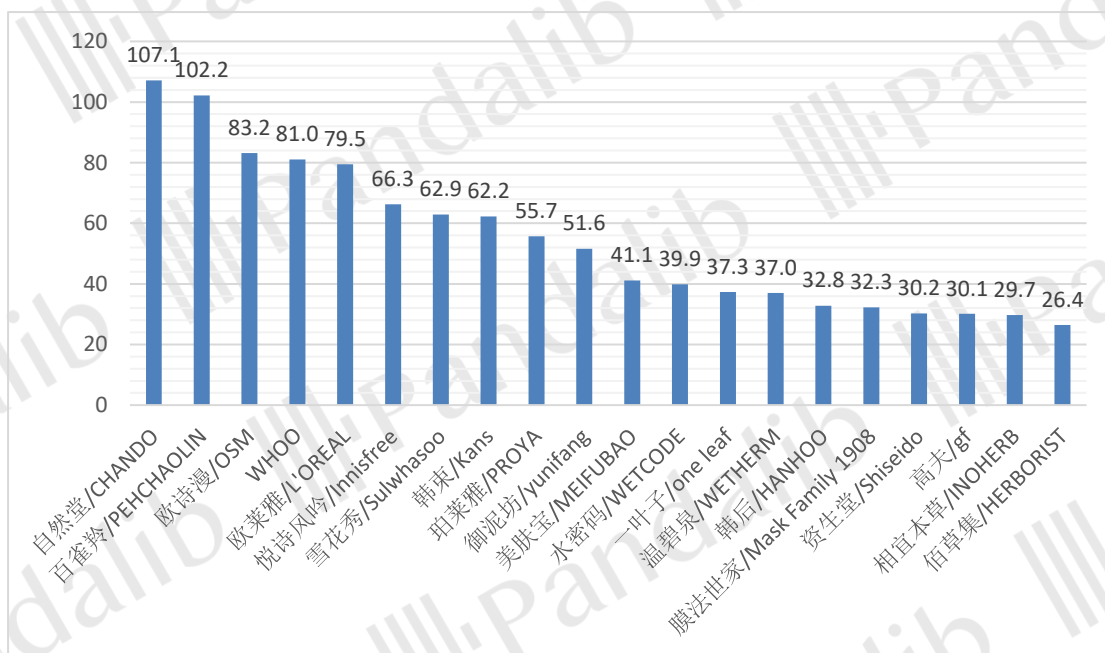
目录

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

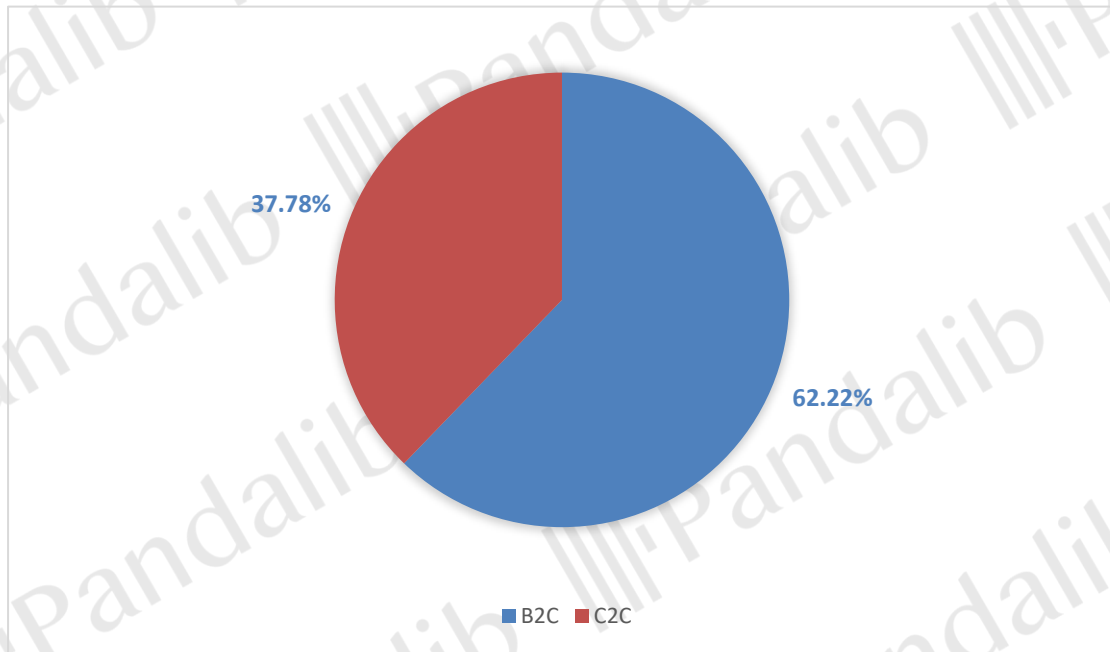
一、市场概况

2017 年 11 月，护肤套装在线上共销售 2803.9 万件，销售额为 421807.5 万元，成交均价为 150.4 元，销售额环比 65.3%。销售量排在前三位的品牌为：自然堂/CHANDO、百雀羚/PEHCHAOLIN、欧诗漫/OSM，其中自然堂/CHANDO 的销售量最高，达到了 107.1 万件；销售额排在前三位的品牌为：自然堂/CHANDO、百雀羚/PEHCHAOLIN、欧莱雅/L'OREAL，其中自然堂/CHANDO 的销售额最高，达到了 23473.3 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 62.2%，C2C 的销售量占比为 37.8%；其中天猫的销售量最高，占比为 43.8%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 34.3%；华东地区的消费者占比最高，达到 40.6%，其次为华中地区和华南地区。

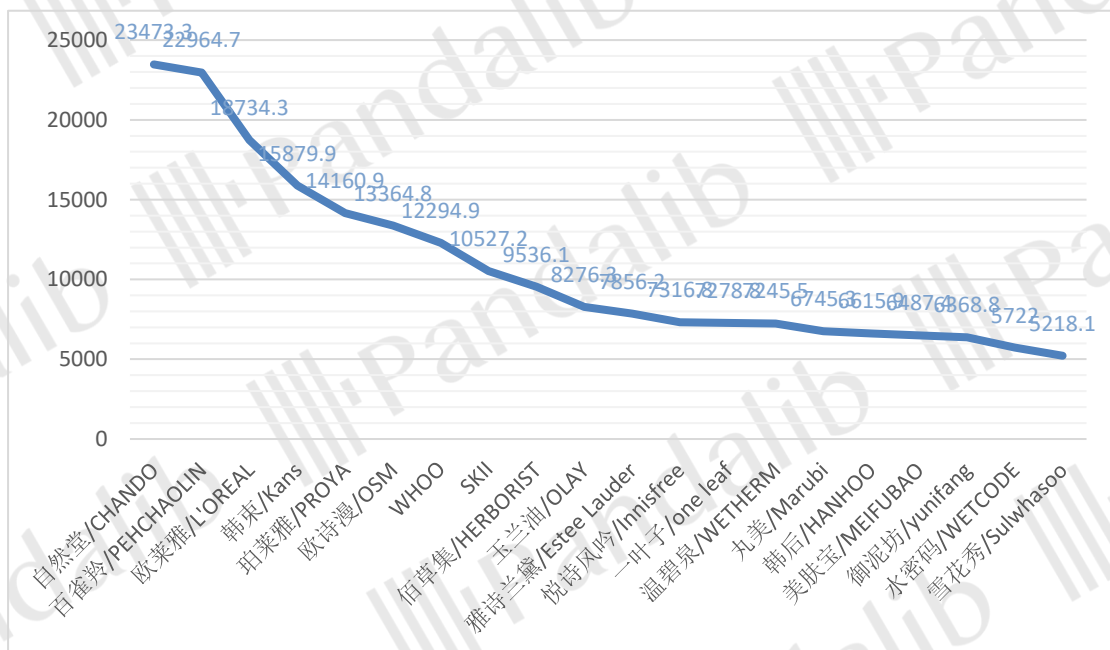
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



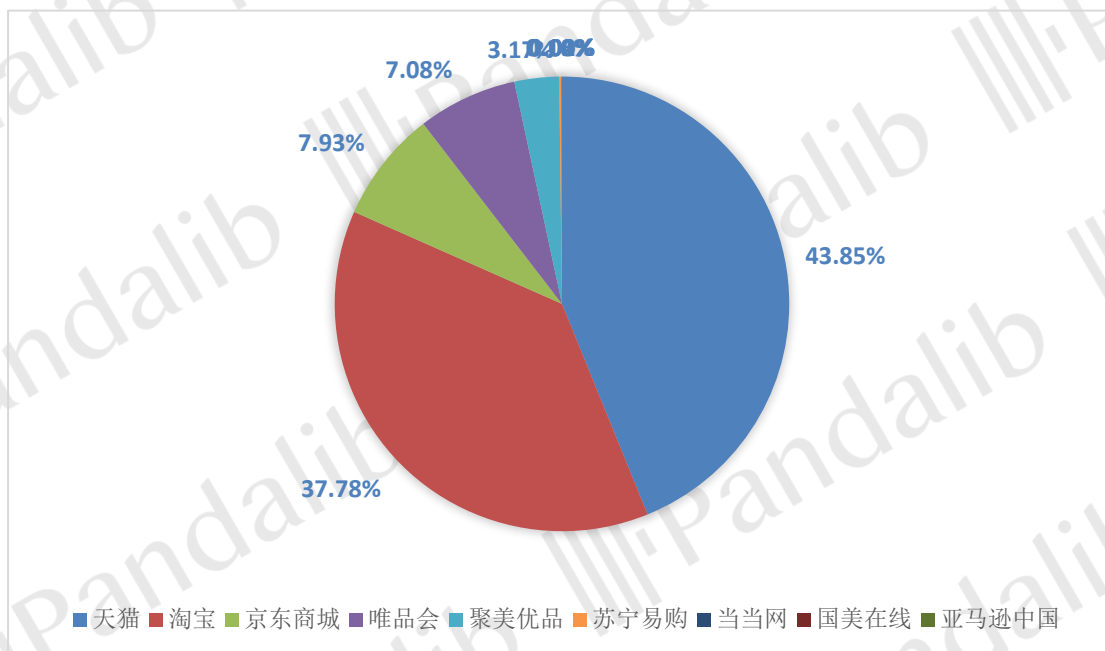
网络零售平台类型销售量占比



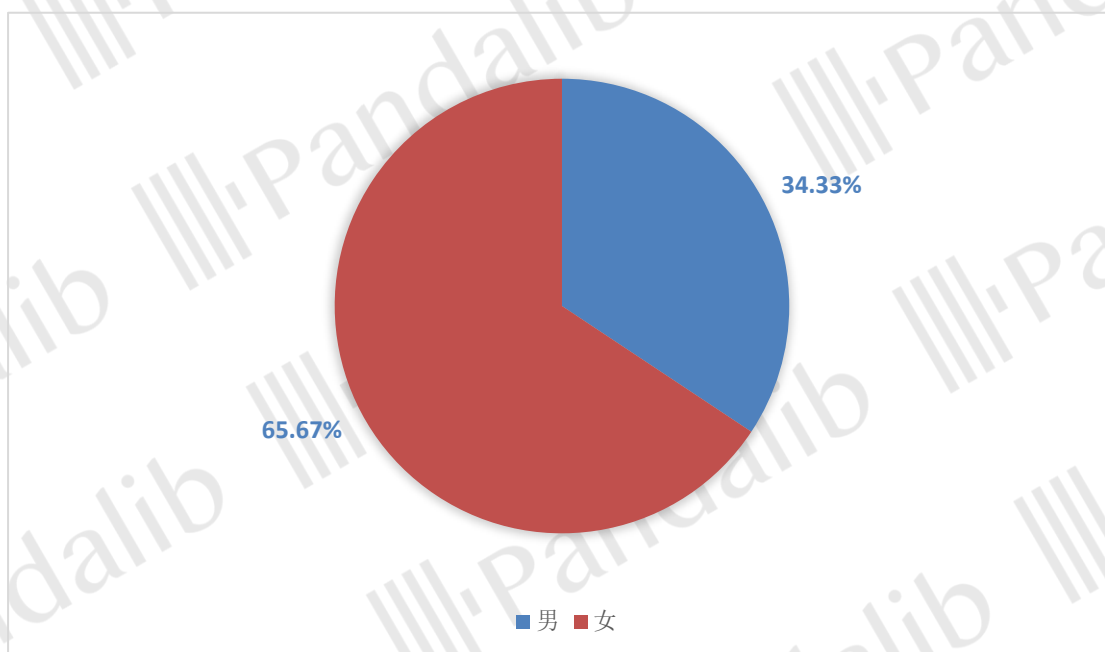
网络零售销售额排名 TOP20 品牌（万元）



网络零售渠道销售量占比



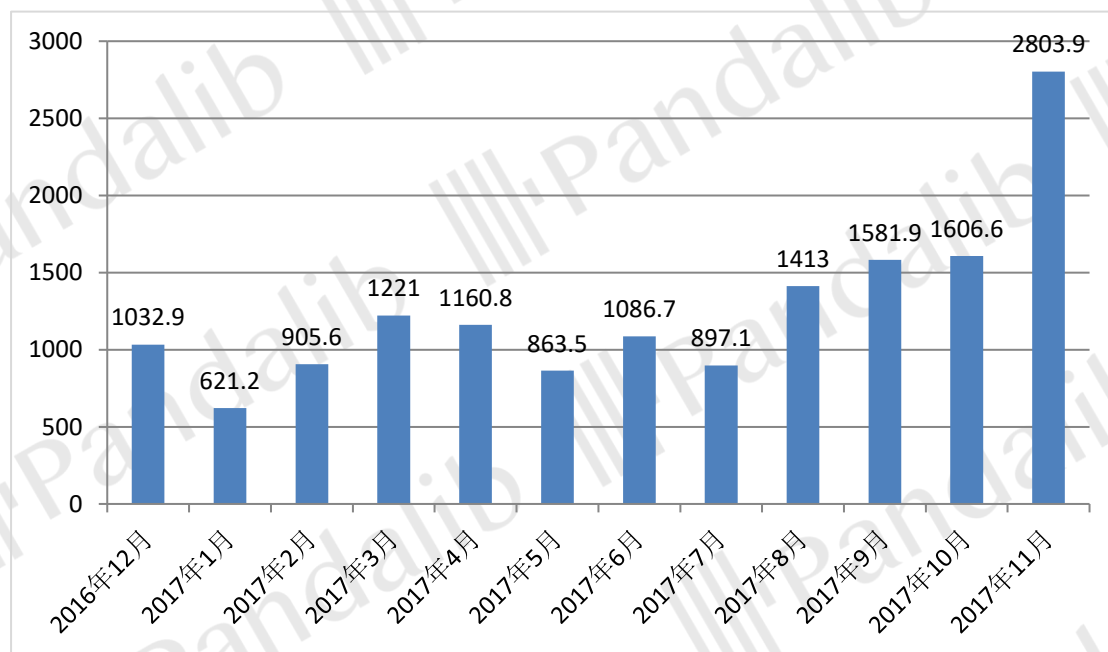
网络零售消费者性别分布



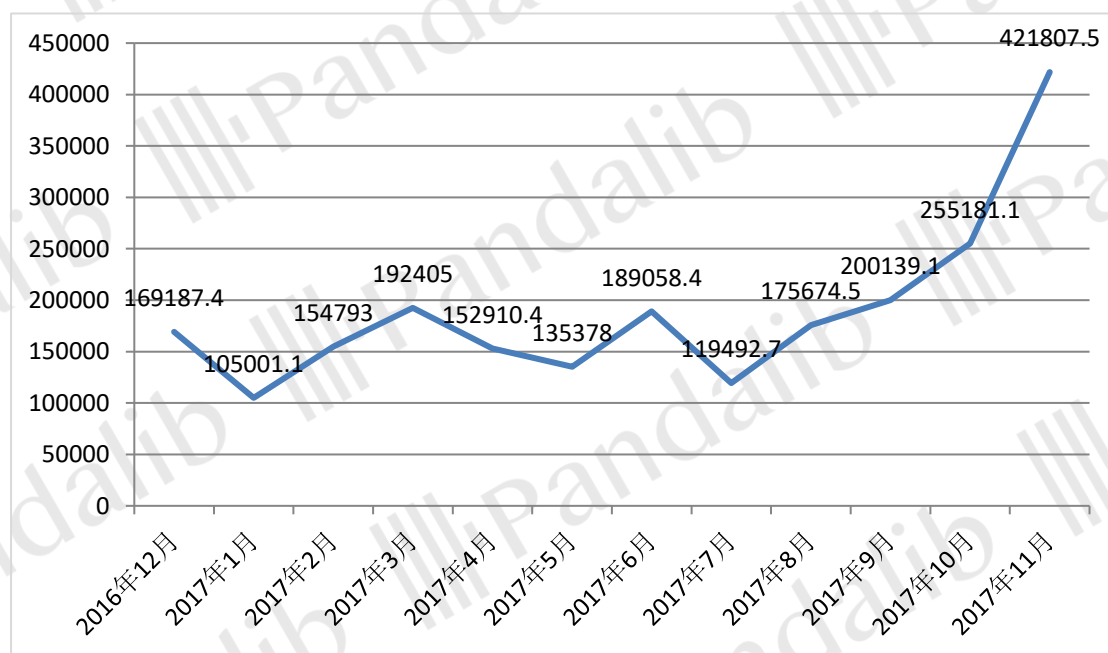
二、趋势分析

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 11 月	2803.9	421807.5	150.4
2017 年 10 月	1606.6	255181.1	158.8
2017 年 9 月	1581.9	200139.1	126.5
2017 年 8 月	1413	175674.5	124.3
2017 年 7 月	897.1	119492.7	133.2
2017 年 6 月	1086.7	189058.4	174
2017 年 5 月	863.5	135378	156.8
2017 年 4 月	1160.8	152910.4	131.7
2017 年 3 月	1221	192405	157.6
2017 年 2 月	905.6	154793	170.9
2017 年 1 月	621.2	105001.1	169
2016 年 12 月	1032.9	169187.4	163.8

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**