



2016 年 04 月 文胸
电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

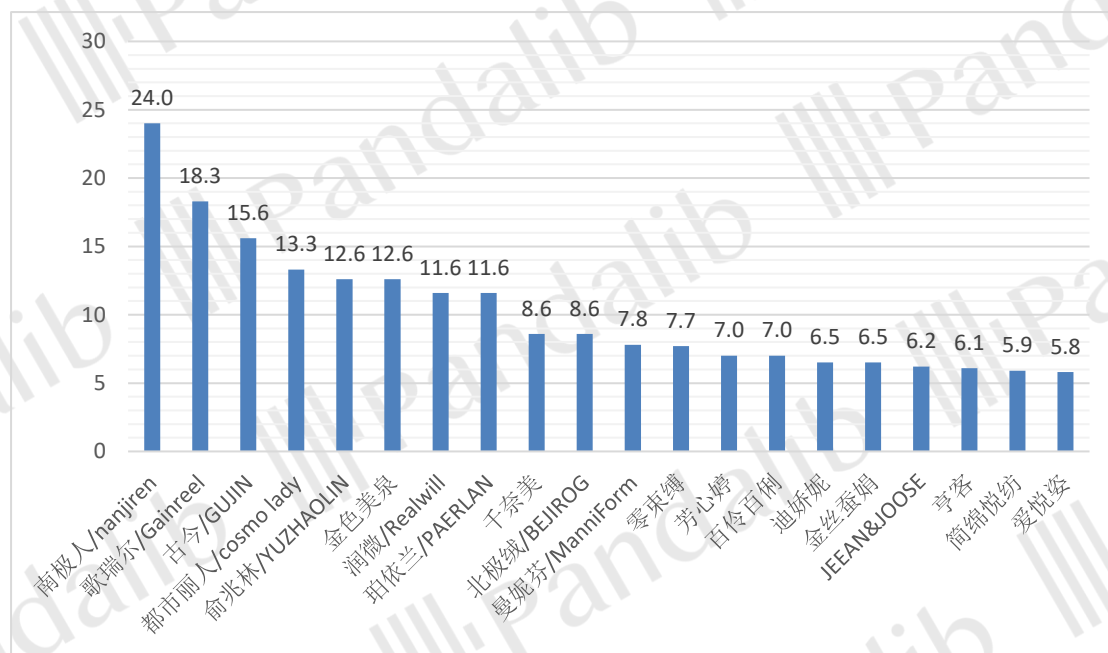
目录

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

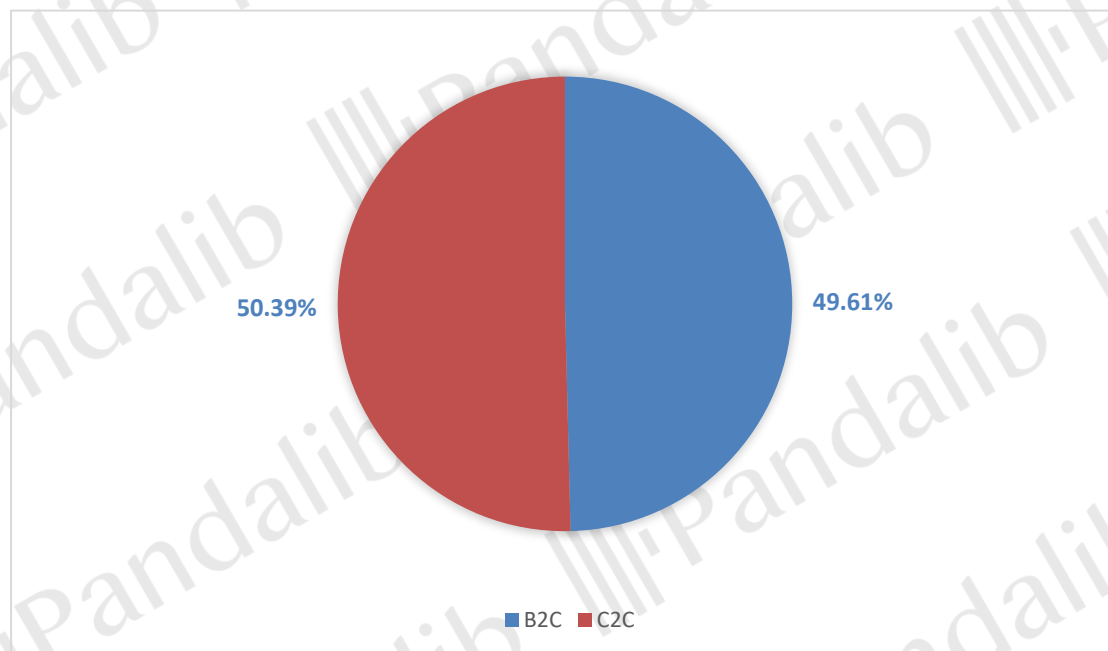
一、市场概况

2016 年 4 月，文胸在线上共销售 1139.0 万件，销售额为 59107.7 万元，成交均价为 51.9 元，销售额环比-22.4%。销售量排在前三位的品牌为：南极人/nanjiren、歌瑞尔/Gainreel、古今/GUJIN，其中南极人/nanjiren 的销售量最高，达到了 24.0 万件；销售额排在前三位的品牌为：歌瑞尔/Gainreel、润微/Realwill、曼妮芬/ManniForm，其中歌瑞尔/Gainreel 的销售额最高，达到了 2755.9 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 49.6%，C2C 的销售量占比为 50.4%；其中淘宝的销售量最高，占比为 50.4%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 40.9%；华东地区的消费者占比最高，达到 44.9%，其次为华北地区和华中地区。

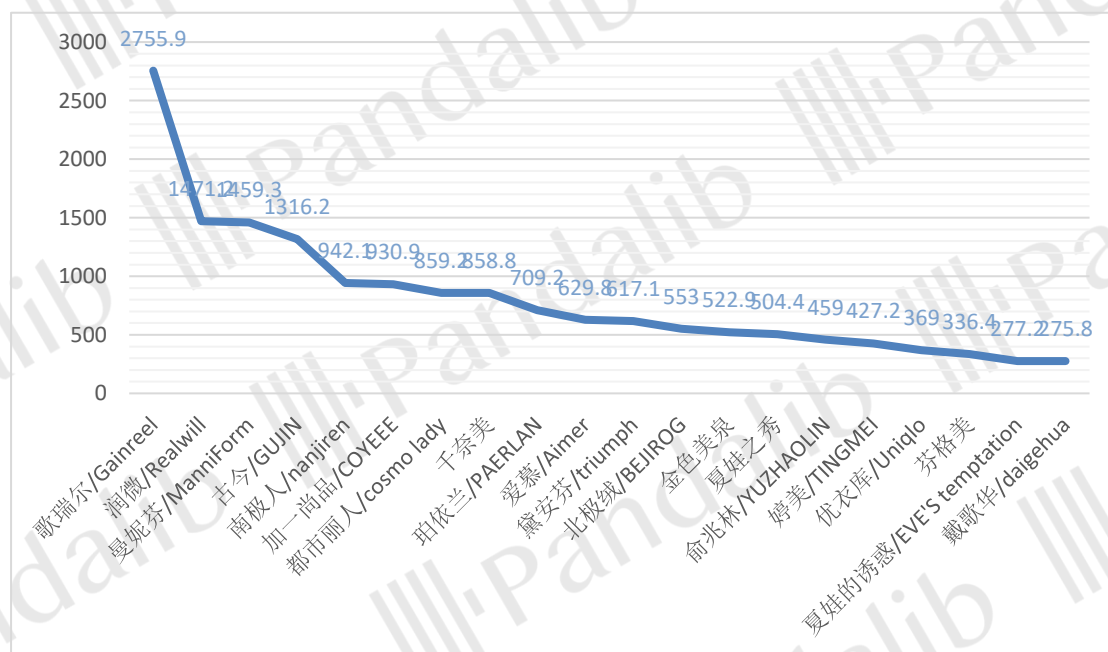
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



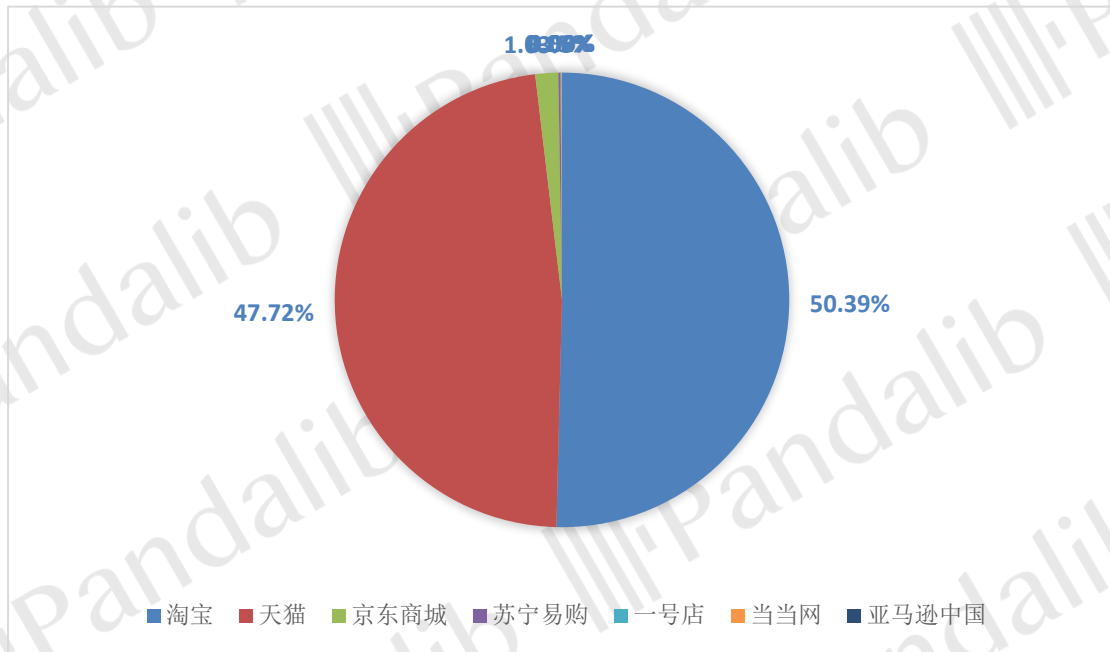
网络零售平台类型销售量占比



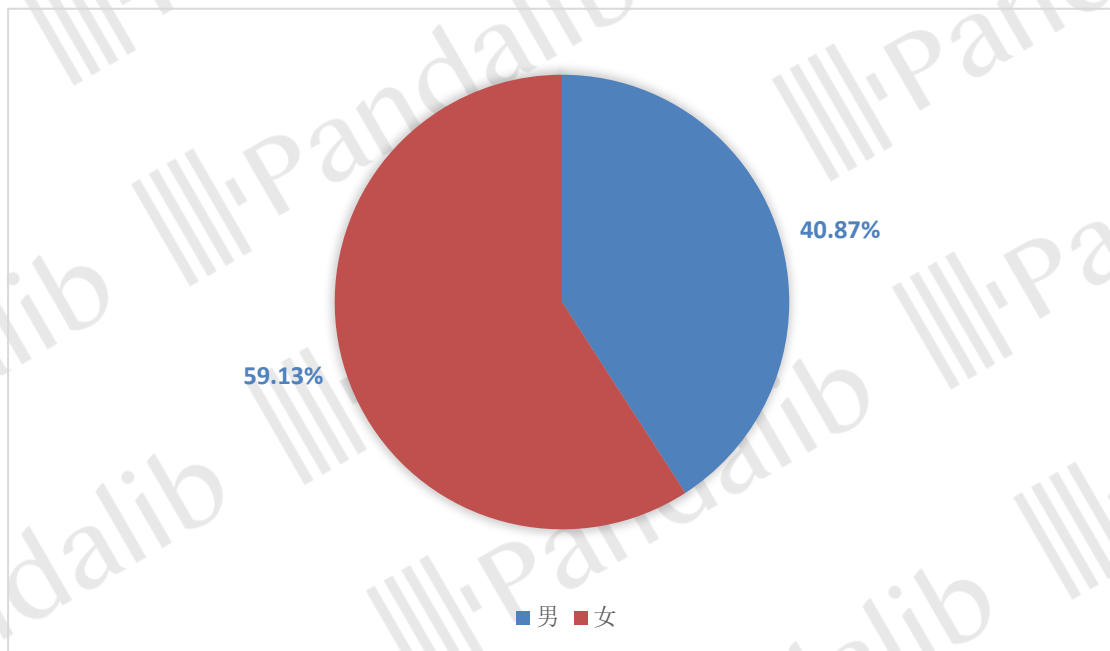
网络零售销售额排名 TOP20 品牌（万元）



网络零售渠道销售量占比



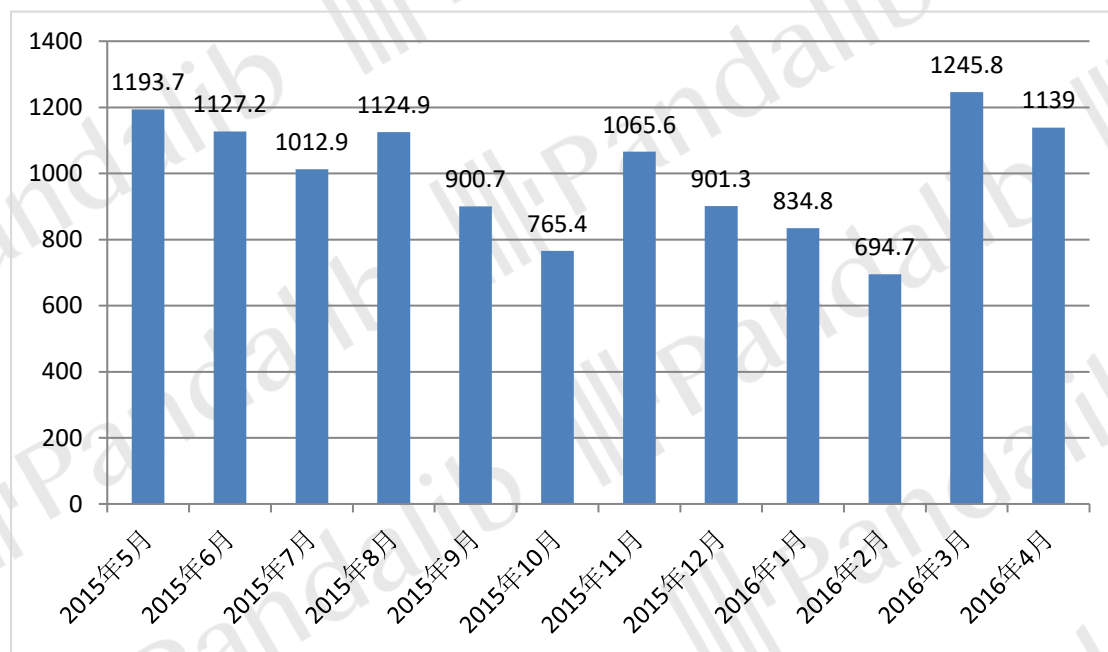
网络零售消费者性别分布



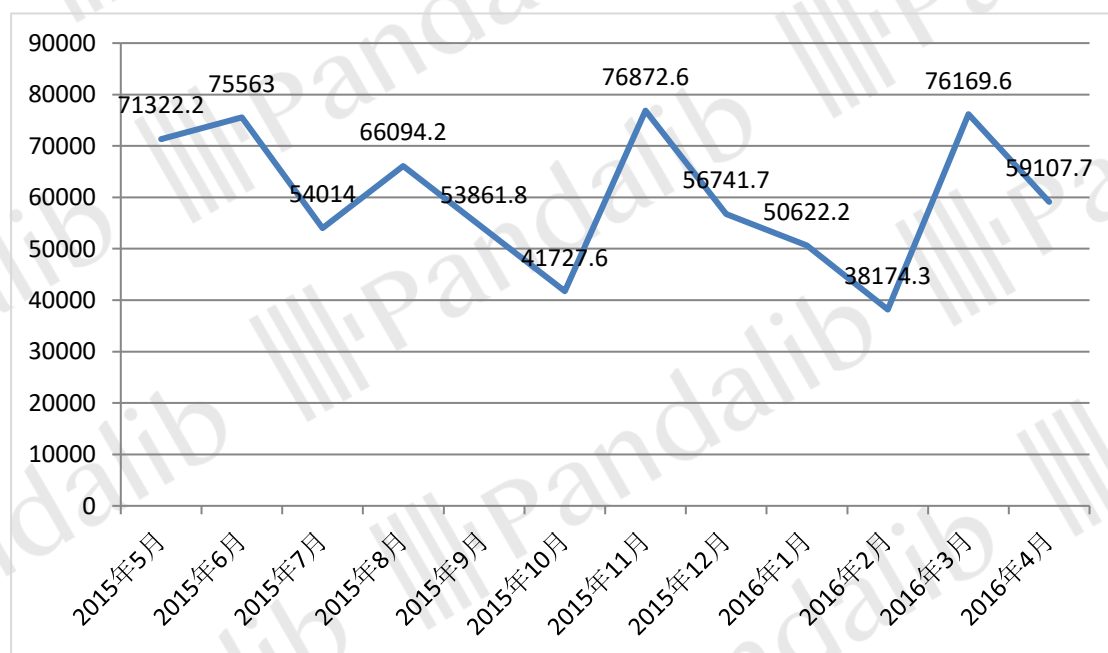
二、趋势分析

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 4 月	1139	59107.7	51.9
2016 年 3 月	1245.8	76169.6	61.1
2016 年 2 月	694.7	38174.3	55
2016 年 1 月	834.8	50622.2	60.6
2015 年 12 月	901.3	56741.7	63
2015 年 11 月	1065.6	76872.6	72.1
2015 年 10 月	765.4	41727.6	54.5
2015 年 9 月	900.7	53861.8	59.8
2015 年 8 月	1124.9	66094.2	58.8
2015 年 7 月	1012.9	54014	53.3
2015 年 6 月	1127.2	75563	67
2015 年 5 月	1193.7	71322.2	59.8

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**