



2015 年 11 月 童装 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

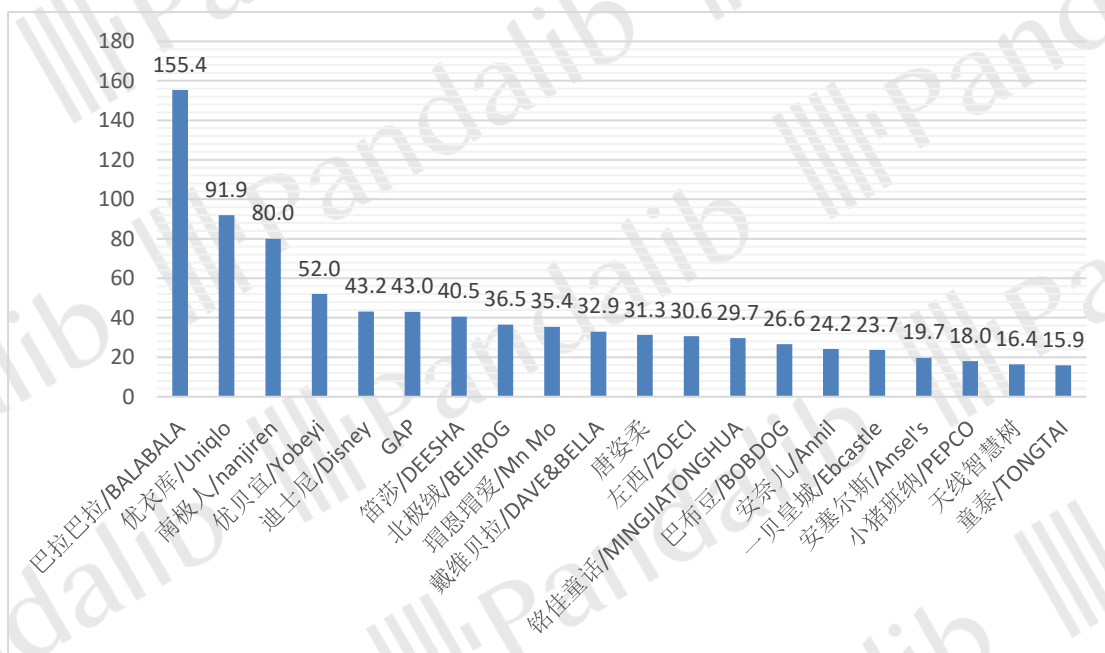
目录

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

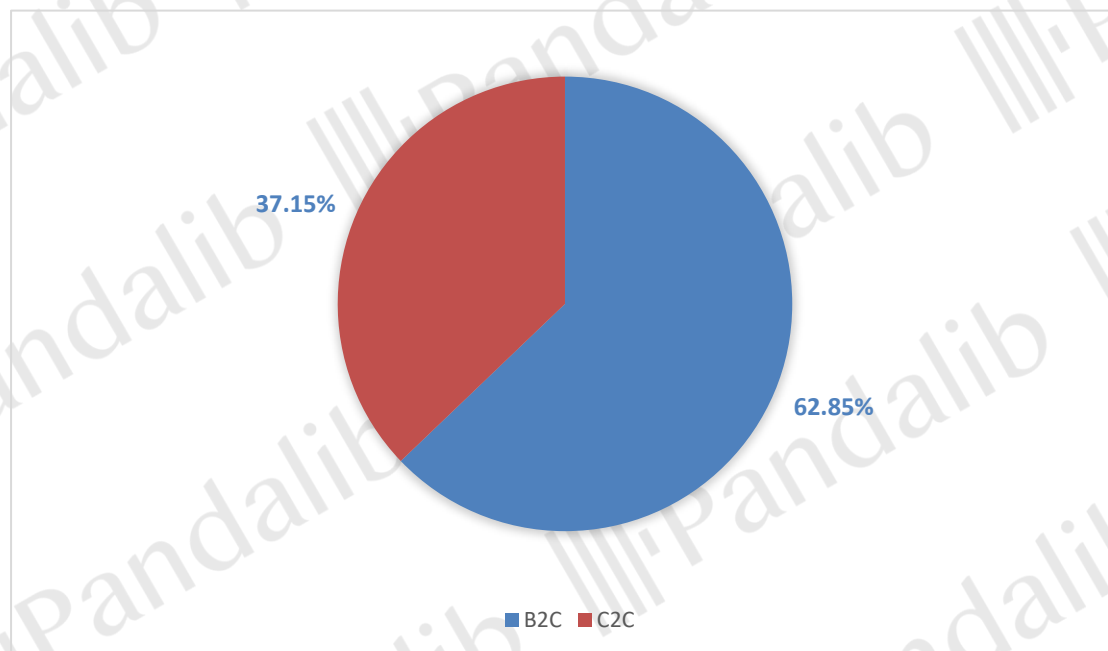
一、市场概况

2015 年 11 月，童装在线上共销售 4509.8 万件，销售额为 310871.1 万元，成交均价为 68.9 元，销售额环比 53.7%。销售量排在前三位的品牌为：巴拉巴拉/BALABALA、优衣库/Uniqlo、南极人/nanjiren，其中巴拉巴拉/BALABALA 的销售量最高，达到了 155.4 万件；销售额排在前三位的品牌为：巴拉巴拉/BALABALA、优衣库/Uniqlo、GAP，其中巴拉巴拉/BALABALA 的销售额最高，达到了 18848.7 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 62.9%，C2C 的销售量占比为 37.1%；其中天猫的销售量最高，占比为 60.0%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 26.0%；华东地区的消费者占比最高，达到 47.1%，其次为华北地区和华南地区。

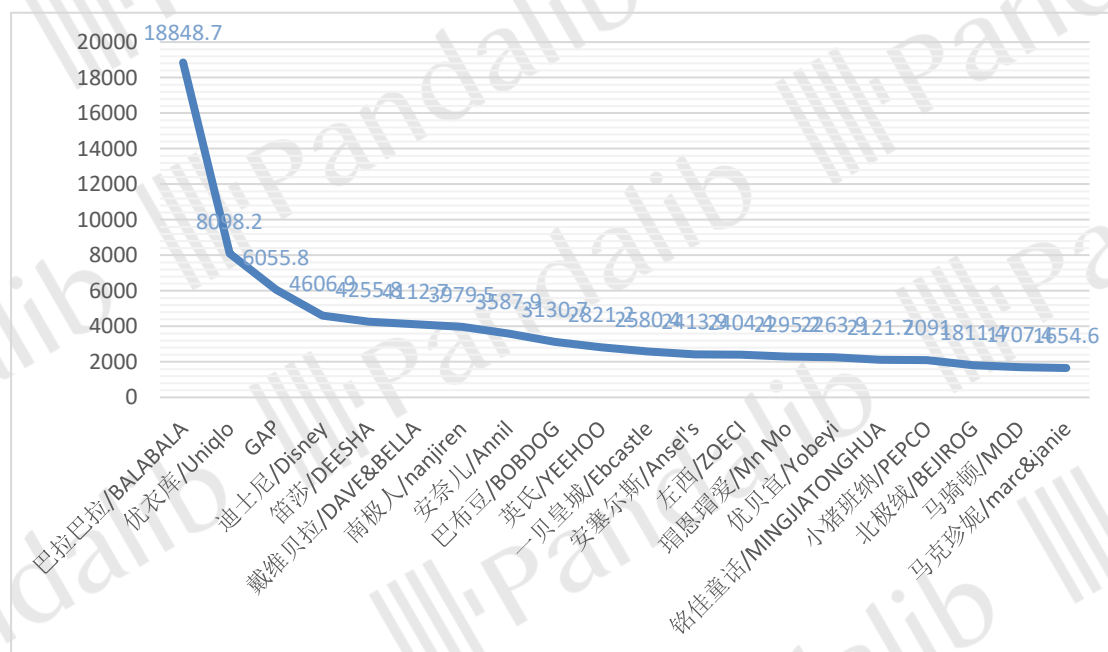
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



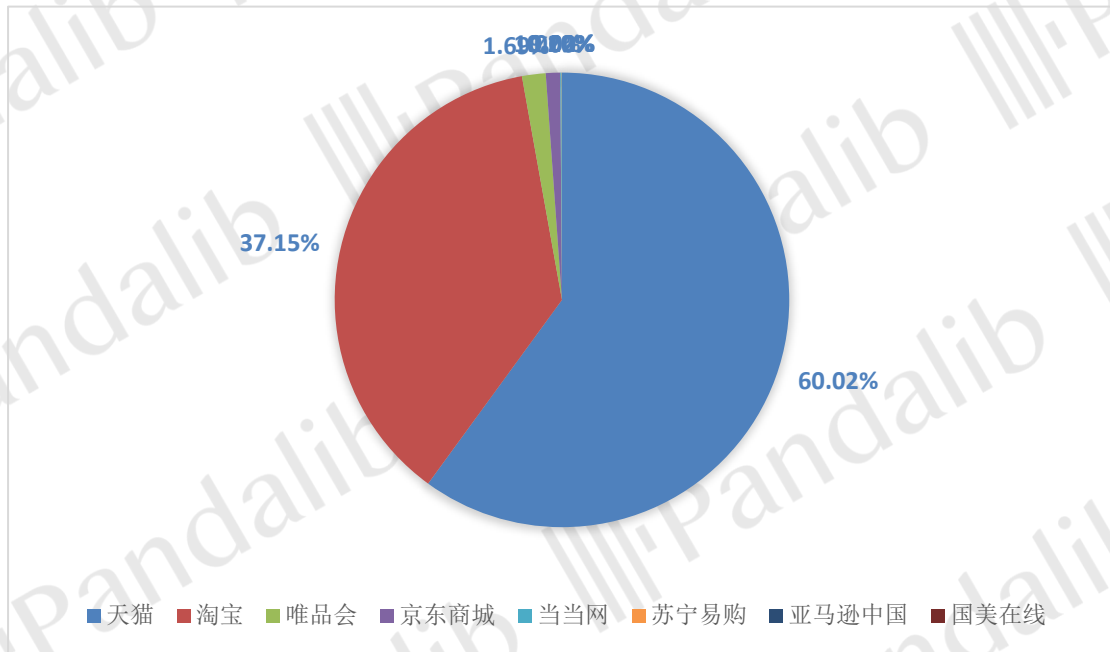
网络零售平台类型销售量占比



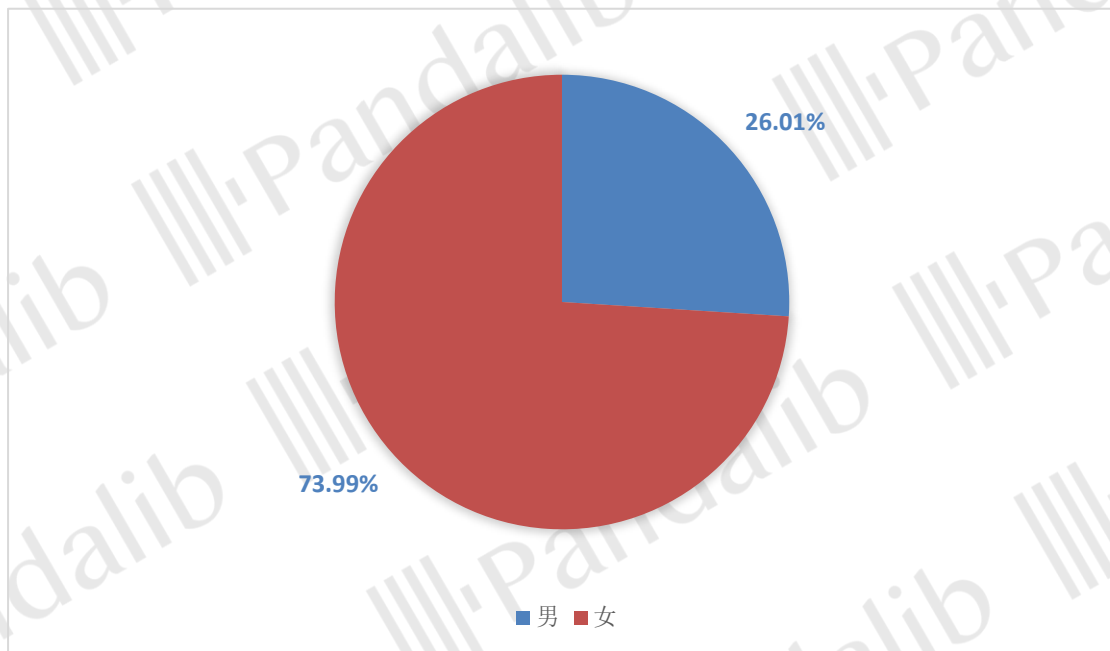
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



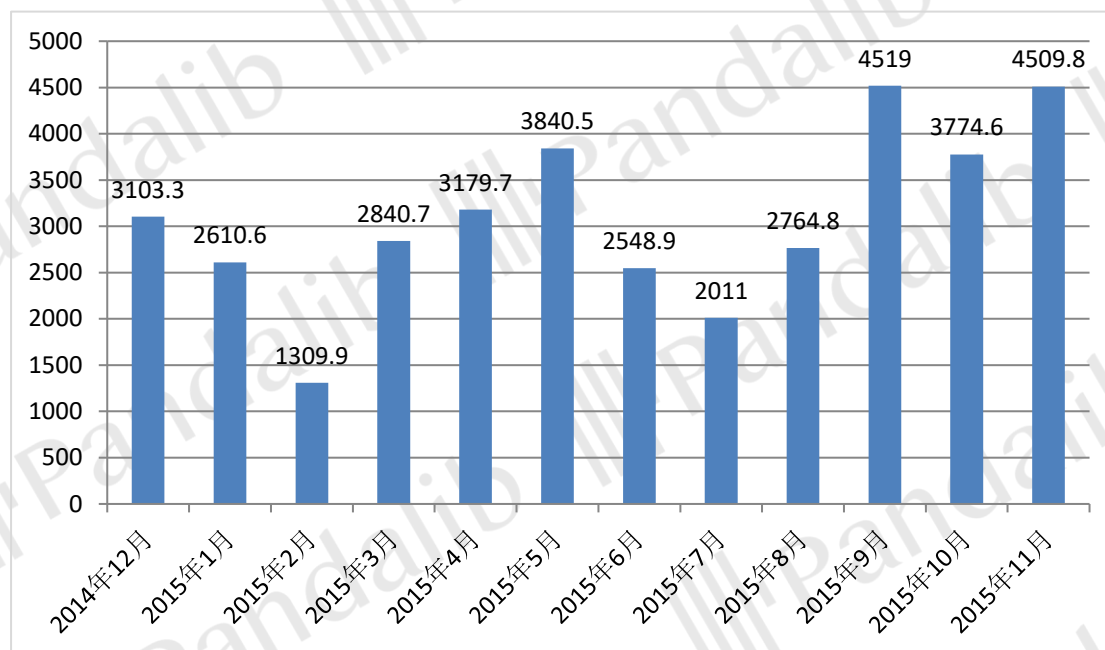
网络零售消费者性别分布



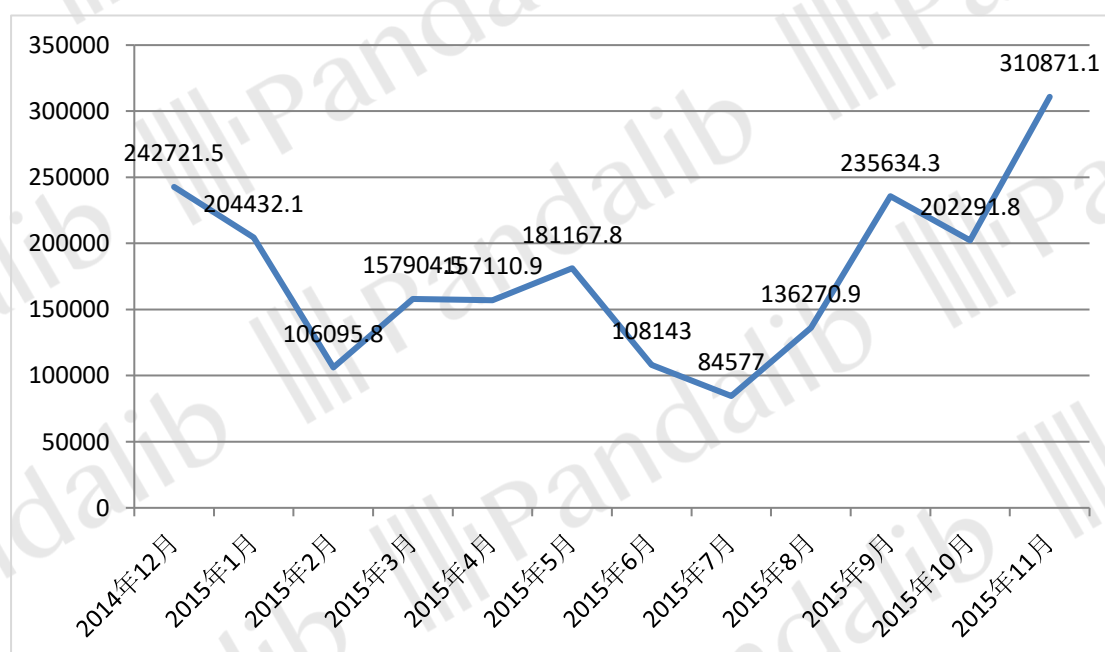
二、趋势分析

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）
2015 年 11 月	4509.8	310871.1	68.9
2015 年 10 月	3774.6	202291.8	53.6
2015 年 9 月	4519	235634.3	52.1
2015 年 8 月	2764.8	136270.9	49.3
2015 年 7 月	2011	84577	42.1
2015 年 6 月	2548.9	108143	42.4
2015 年 5 月	3840.5	181167.8	47.2
2015 年 4 月	3179.7	157110.9	49.4
2015 年 3 月	2840.7	157904.5	55.6
2015 年 2 月	1309.9	106095.8	81
2015 年 1 月	2610.6	204432.1	78.3
2014 年 12 月	3103.3	242721.5	78.2

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**