



2014 年 07 月 婴幼儿奶粉 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

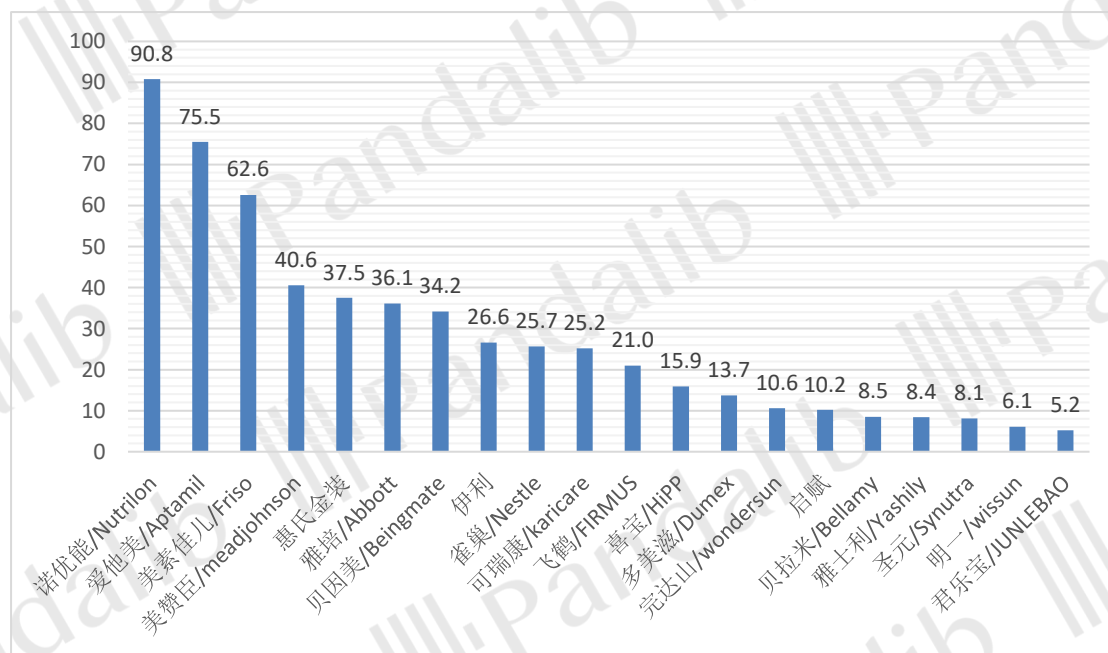
目录

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

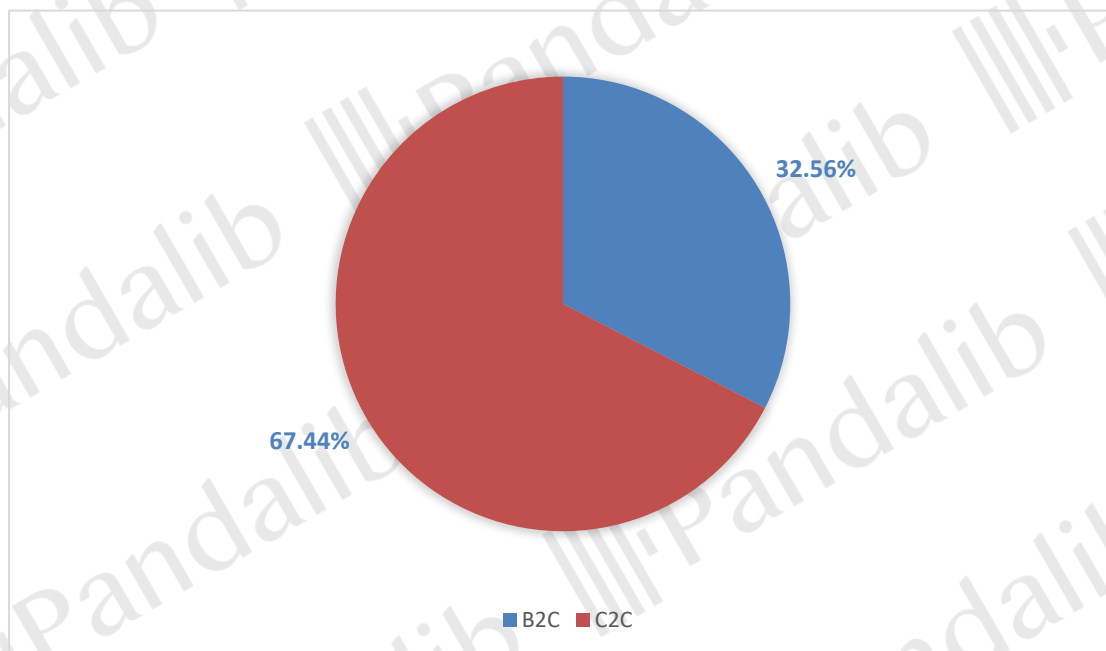
一、市场概况

2014 年 7 月,奶粉在线上共销售 657.6 万件,销售额为 115312.6 万元,成交均价为 175.4 元,销售额环比-20.2%。销售量排在前三位的品牌为:诺优能/Nutrilon、爱他美/Aptamil、美素佳儿/Friso, 其中诺优能/Nutrilon 的销售量最高,达到了 90.8 万件;销售额排在前三位的品牌为:诺优能/Nutrilon、爱他美/Aptamil、美素佳儿/Friso, 其中诺优能/Nutrilon 的销售额最高,达到了 18156.2 万元。在电商渠道方面,B2C 的销售量占比为 32.6%,C2C 的销售量占比为 67.4%;其中淘宝的销售量最高,占比为 67.4%。女性消费者高于男性,其中男性消费者占比为 44.4%;华东地区的消费者占比最高,达到 45.2%,其次为华南地区和华中地区。

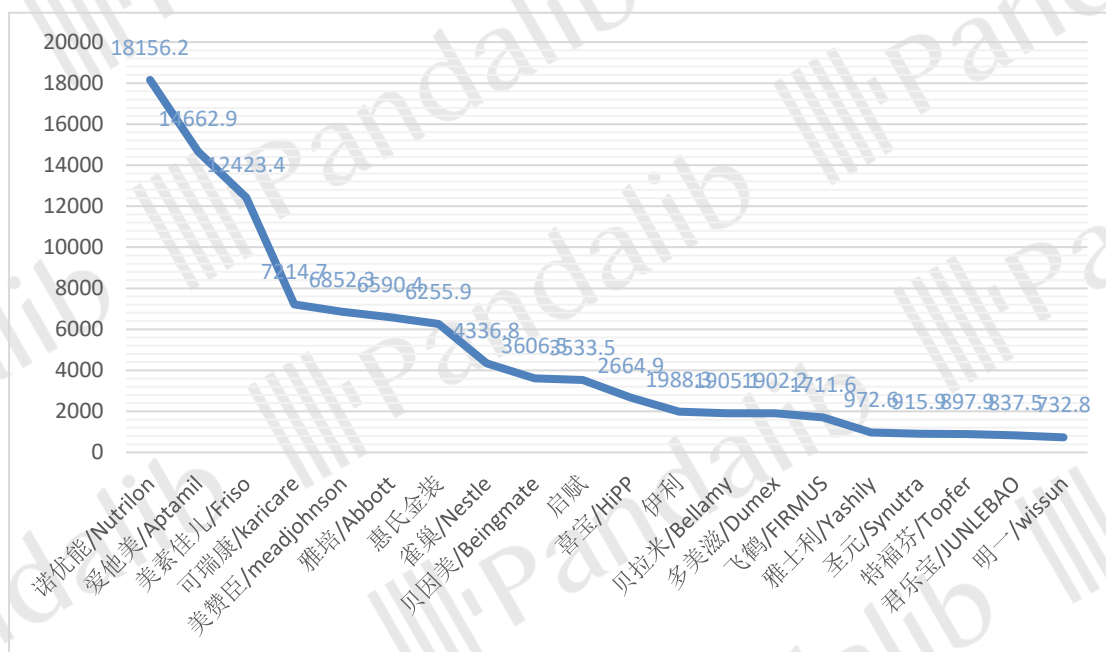
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析 (万件)



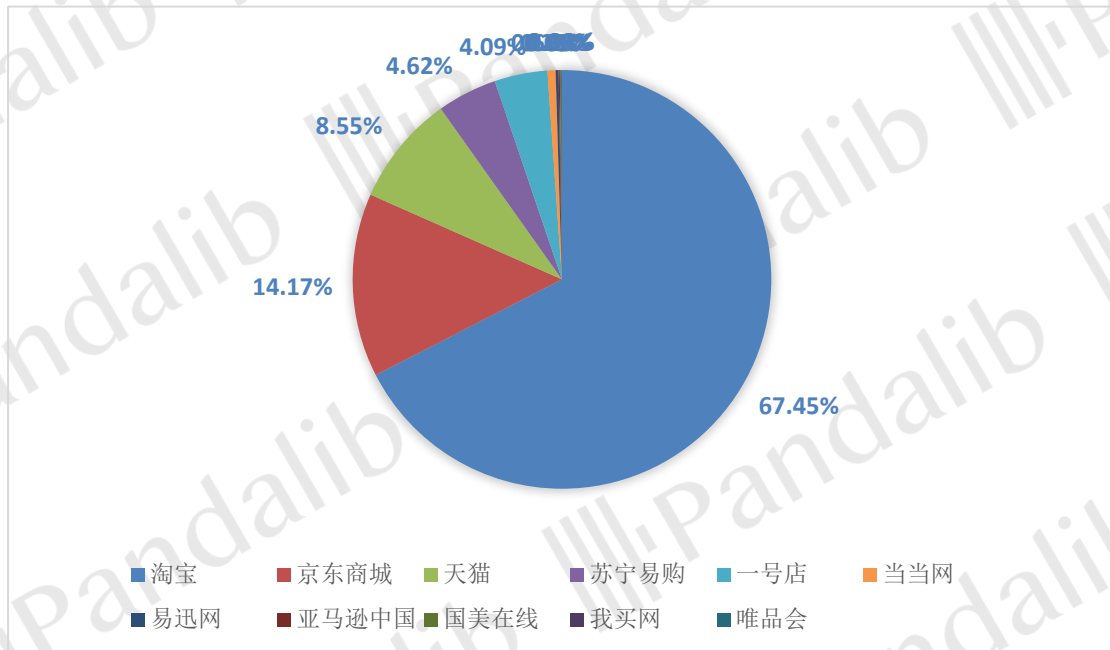
网络零售平台类型销售量占比



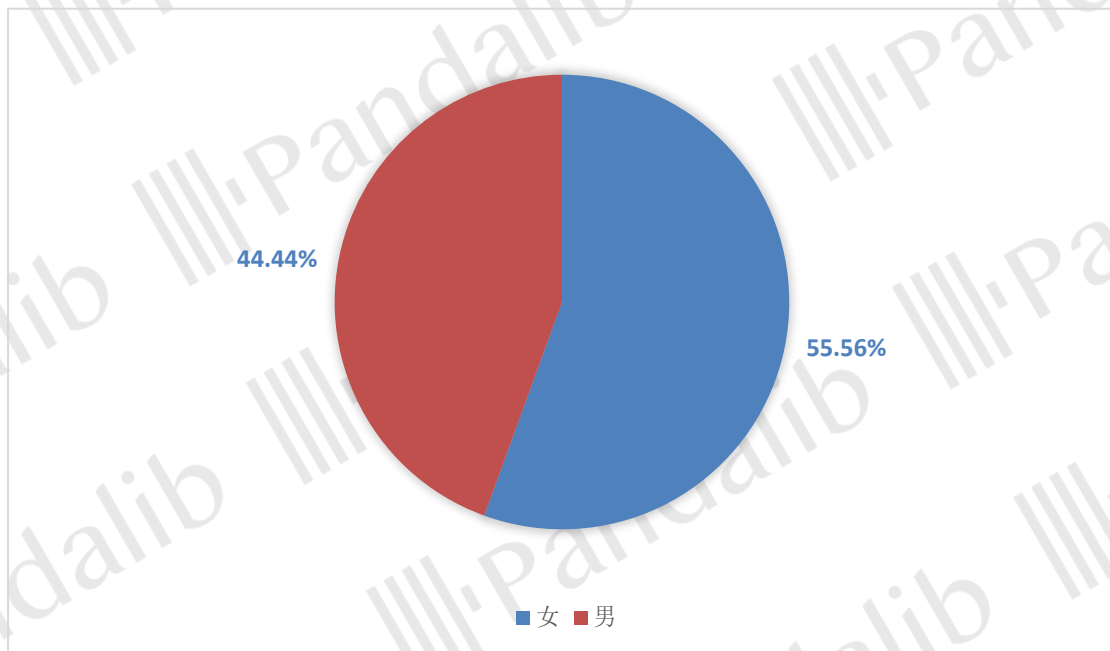
网络零售销售额排名 TOP20 品牌（万元）



网络零售渠道销售量占比



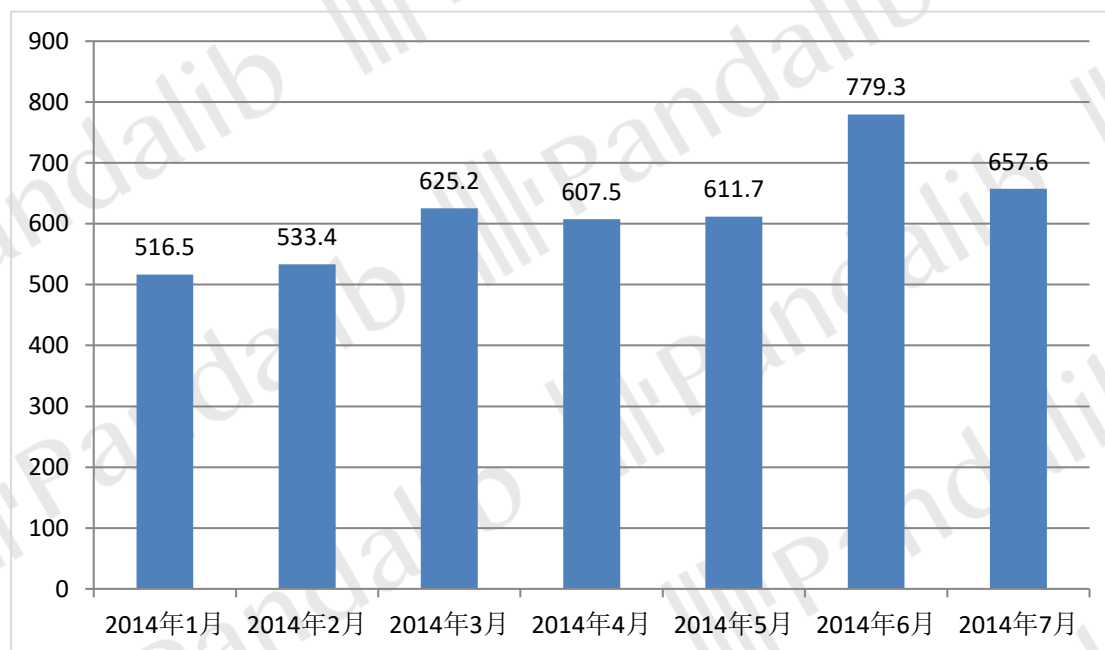
网络零售消费者性别分布



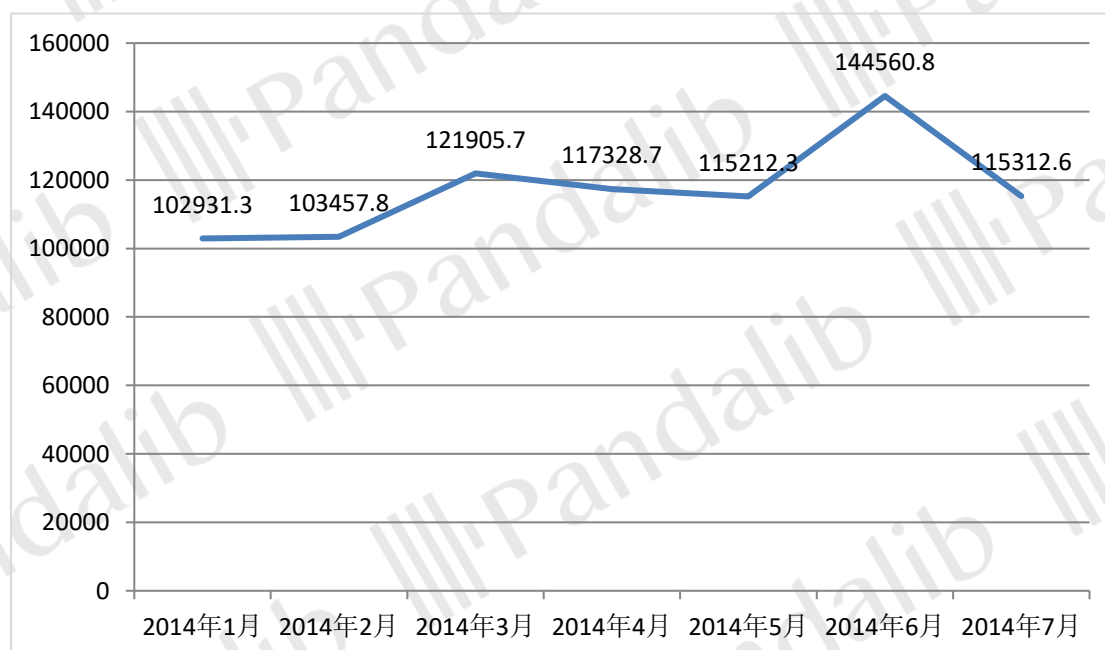
二、趋势分析

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）
2014 年 7 月	657.6	115312.6	175.4
2014 年 6 月	779.3	144560.8	185.5
2014 年 5 月	611.7	115212.3	188.4
2014 年 4 月	607.5	117328.7	193.1
2014 年 3 月	625.2	121905.7	195
2014 年 2 月	533.4	103457.8	194
2014 年 1 月	516.5	102931.3	199.3

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！