



2017 年 03 月 袜子 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

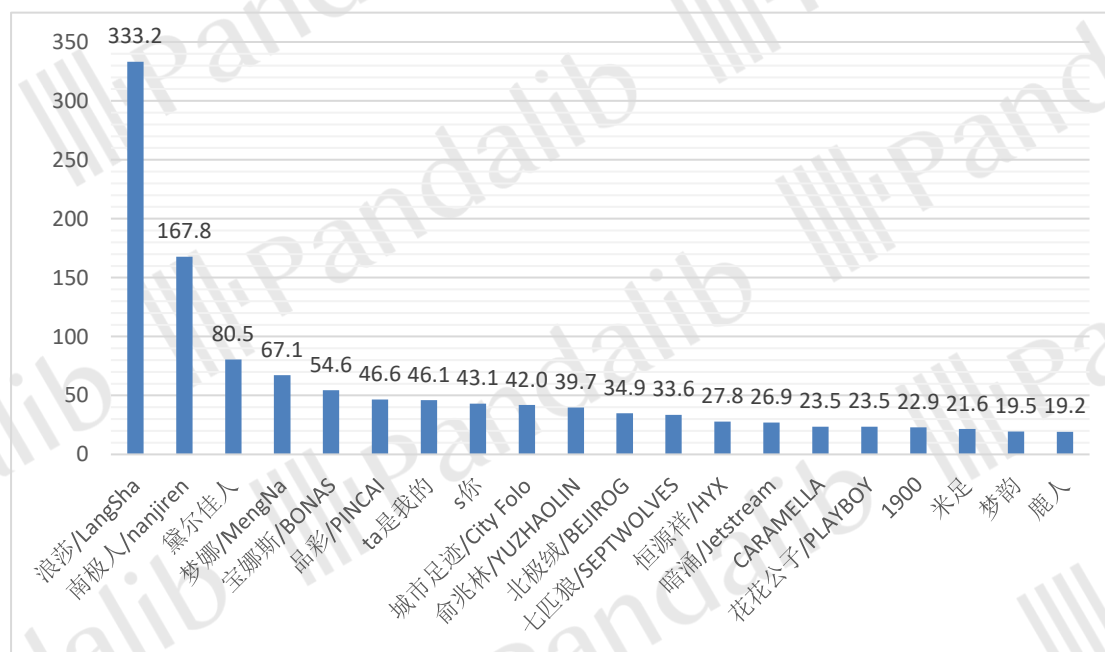
目录

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

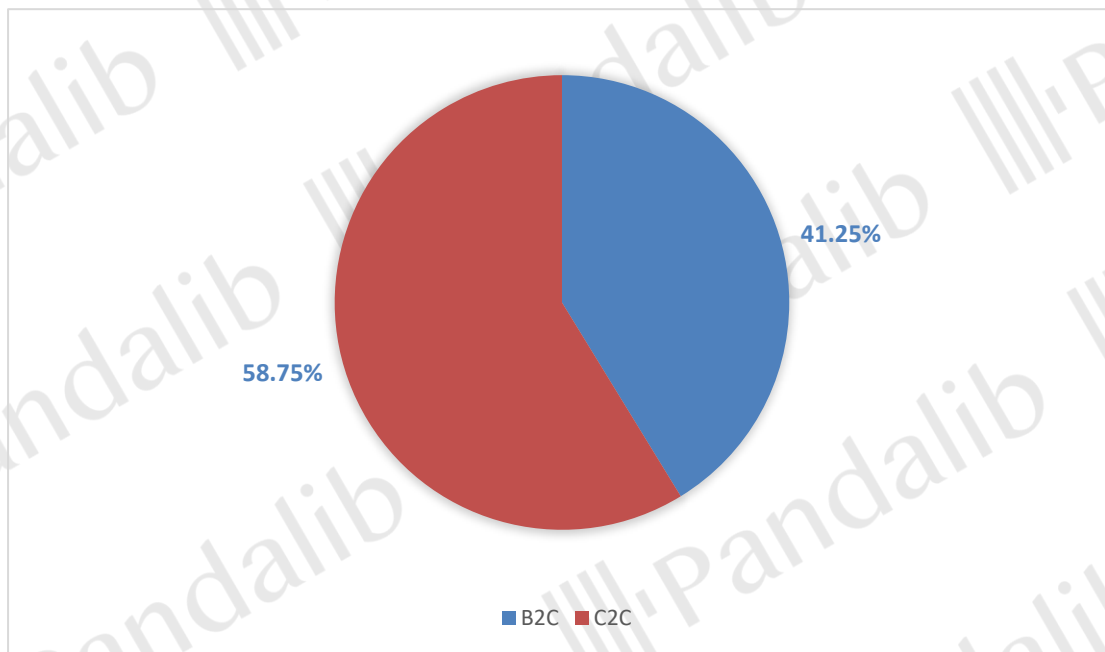
一、市场概况

2017 年 3 月, 袜子在线上共销售 4685.1 万件, 销售额为 81053.3 万元, 成交均价为 17.3 元, 销售额环比 53.9%。销售量排在前三位的品牌为: 浪莎/LangSha、南极人/nanjiren、黛尔佳人, 其中浪莎/LangSha 的销售量最高, 达到了 333.2 万件; 销售额排在前三位的品牌为: 浪莎/LangSha、南极人/nanjiren、品彩/PINCAI, 其中浪莎/LangSha 的销售额最高, 达到了 5516.8 万元。在电商渠道方面, B2C 的销售量占比为 41.2%, C2C 的销售量占比为 58.8%; 其中淘宝的销售量最高, 占比为 58.8%。女性消费者高于男性, 其中男性消费者占比为 39.8%; 华东地区的消费者占比最高, 达到 46.3%, 其次为华北地区和西南地区。

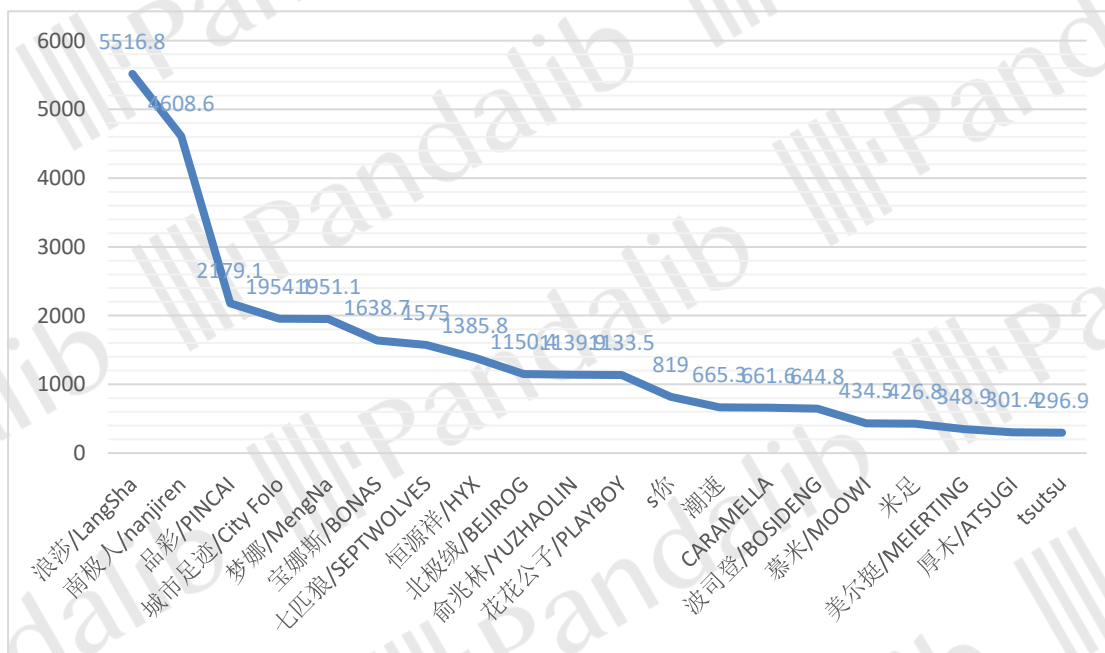
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析 (万件)



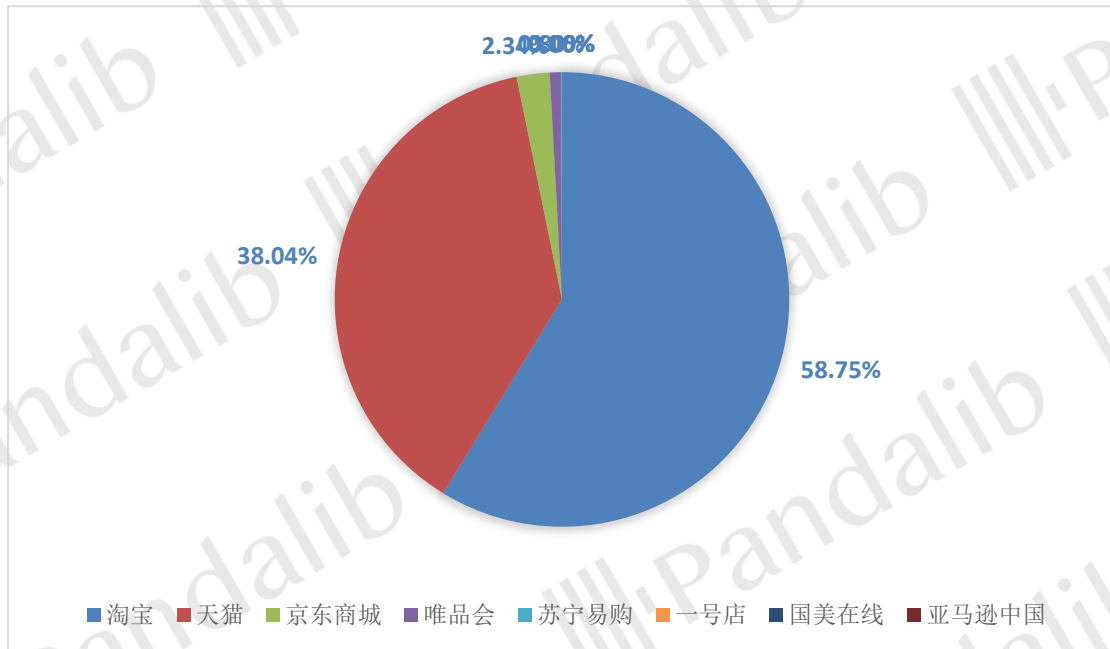
网络零售平台类型销售量占比



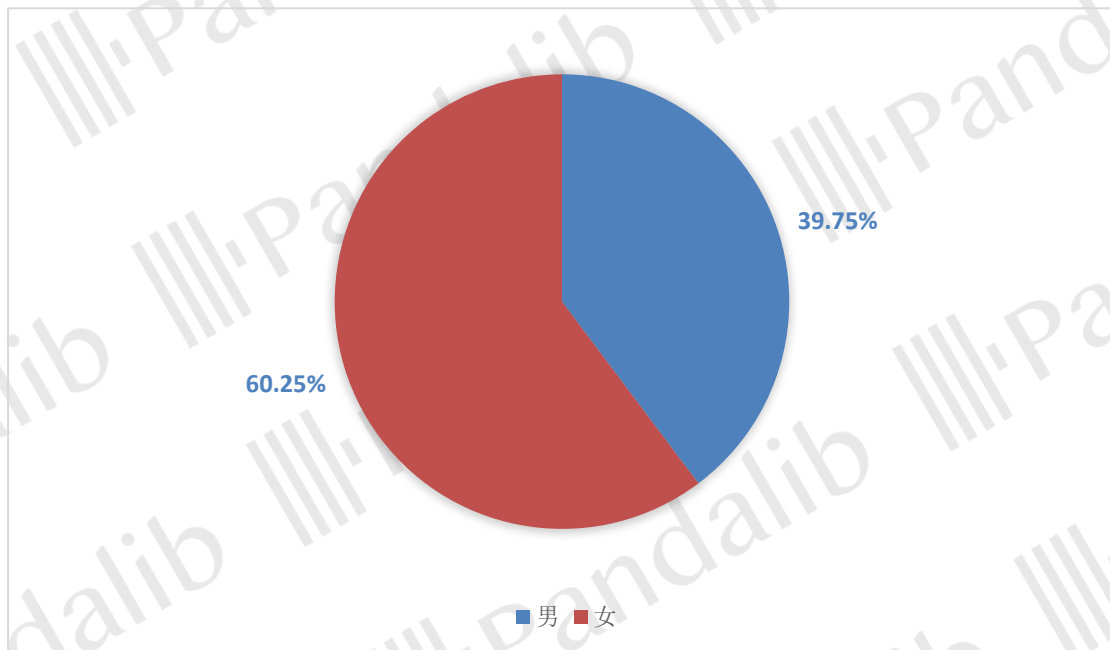
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



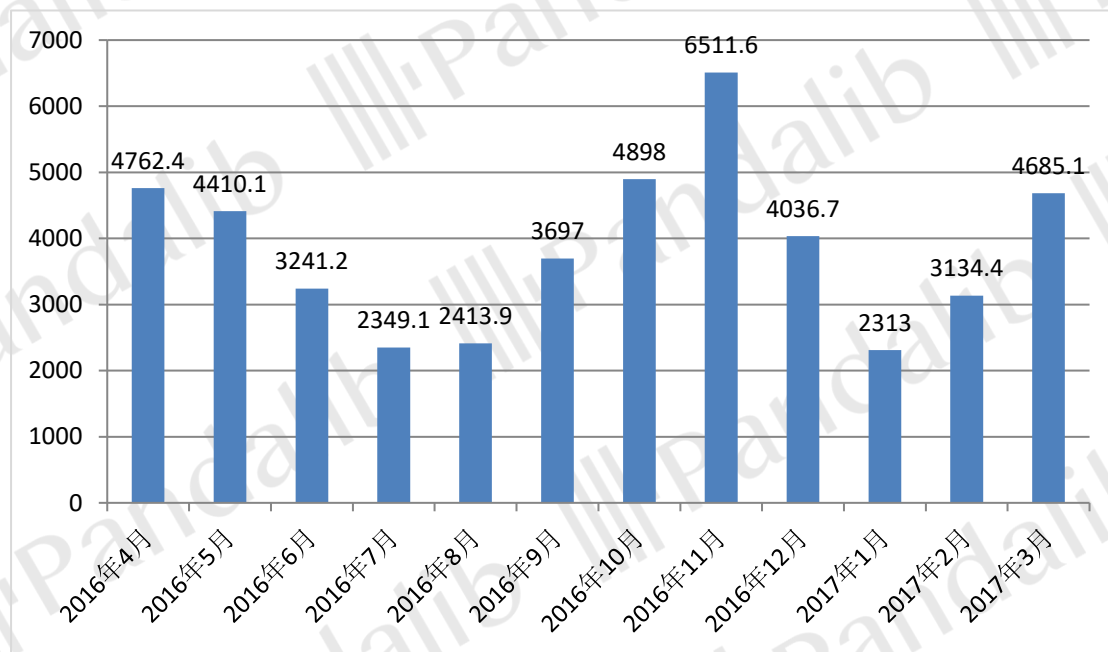
网络零售消费者性别分布



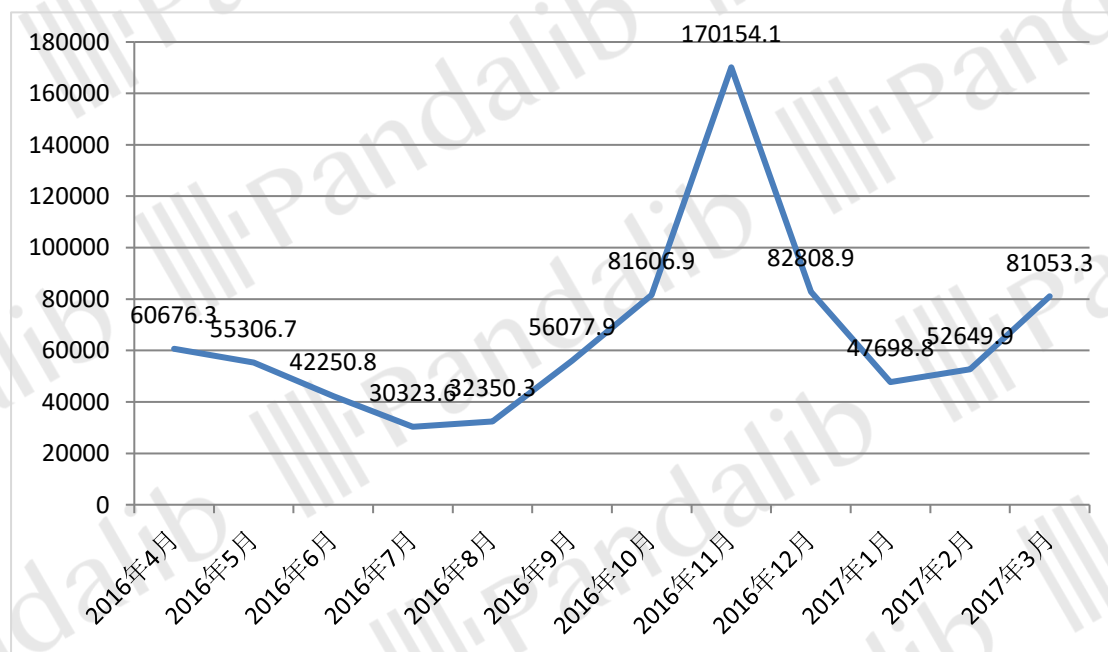
二、趋势分析

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3月	4685.1	81053.3	17.3

2017 年 2 月	3134.4	52649.9	16.8
2017 年 1 月	2313	47698.8	20.6
2016 年 12 月	4036.7	82808.9	20.5
2016 年 11 月	6511.6	170154.1	26.1
2016 年 10 月	4898	81606.9	16.7
2016 年 9 月	3697	56077.9	15.2
2016 年 8 月	2413.9	32350.3	13.4
2016 年 7 月	2349.1	30323.6	12.9
2016 年 6 月	3241.2	42250.8	13
2016 年 5 月	4410.1	55306.7	12.5
2016 年 4 月	4762.4	60676.3	12.7

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！