



2015 年 01 月 内裤 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

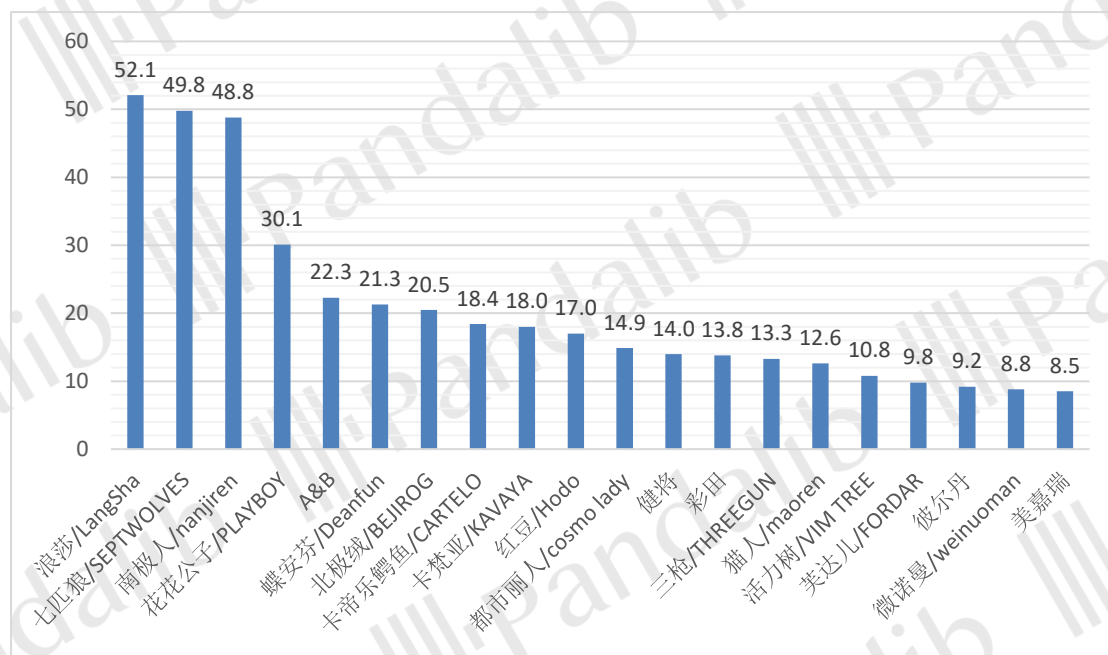
目录

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

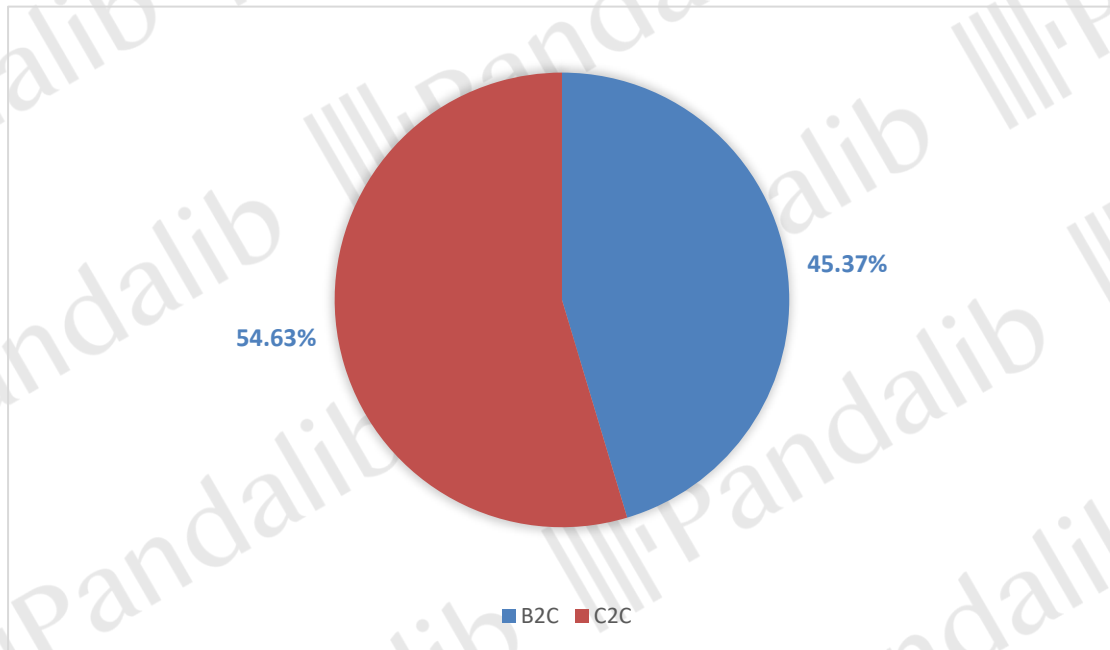
一、市场概况

2015年1月,内裤在线上共销售1714.2万件,销售额为42452.2万元,成交均价为24.8元,销售额环比23.1%。销售量排在前三位的品牌为:浪莎/LangSha、七匹狼/SEPTWOLVES、南极人/nanjiren,其中浪莎/LangSha的销售量最高,达到了52.1万件;销售额排在前三位的品牌为:七匹狼/SEPTWOLVES、南极人/nanjiren、花花公子/PLAYBOY,其中七匹狼/SEPTWOLVES的销售额最高,达到了2526.4万元。在电商渠道方面,B2C的销售量占比为45.4%,C2C的销售量占比为54.6%;其中淘宝的销售量最高,占比为54.6%。女性消费者高于男性,其中男性消费者占比为36.2%;华东地区的消费者占比最高,达到45.5%,其次为华北地区和华中地区。

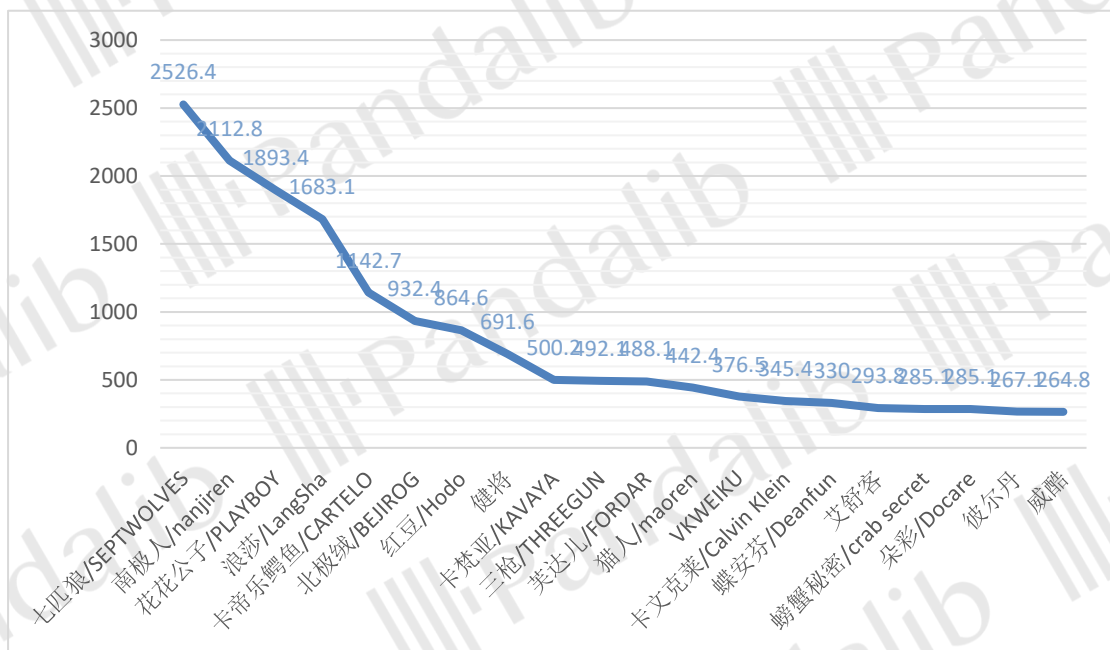
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析 (万件)



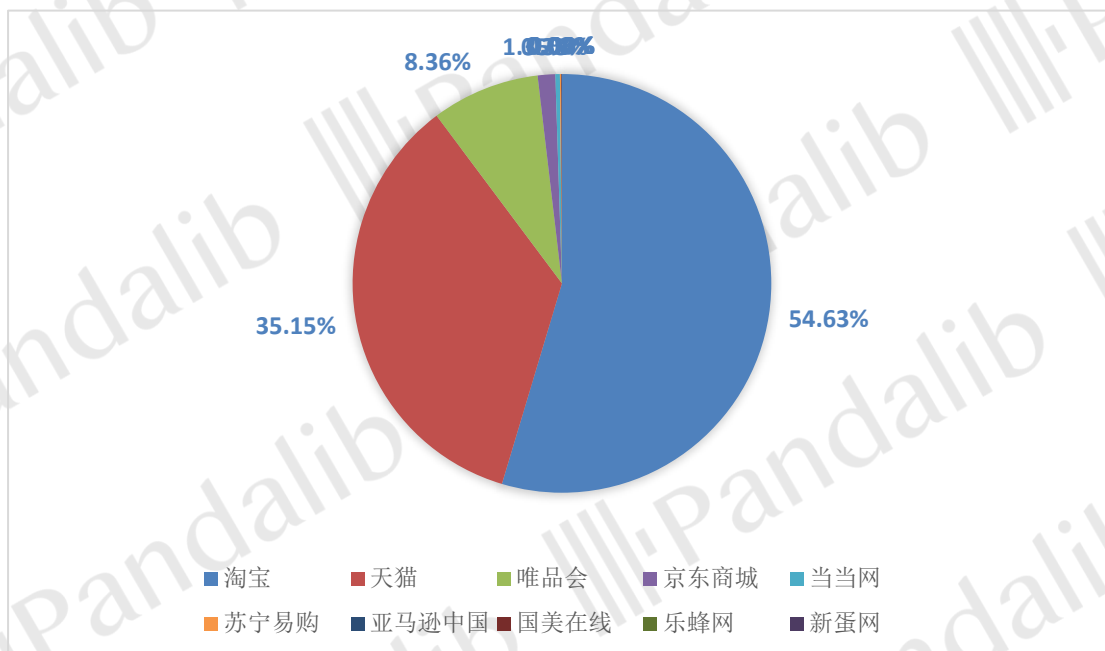
网络零售平台类型销售量占比



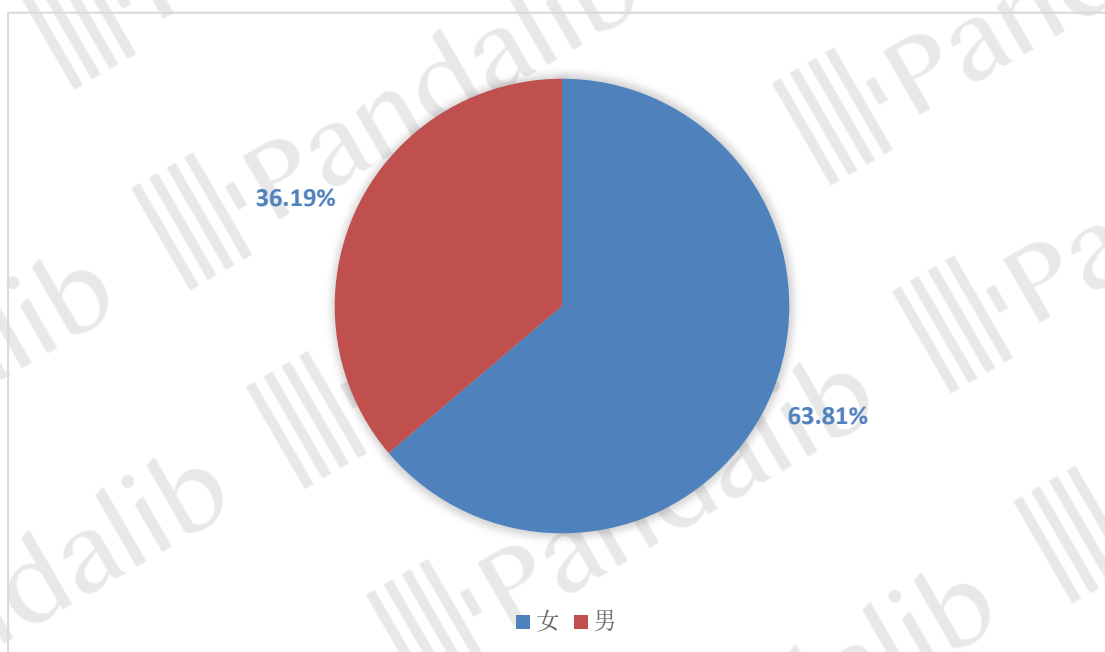
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



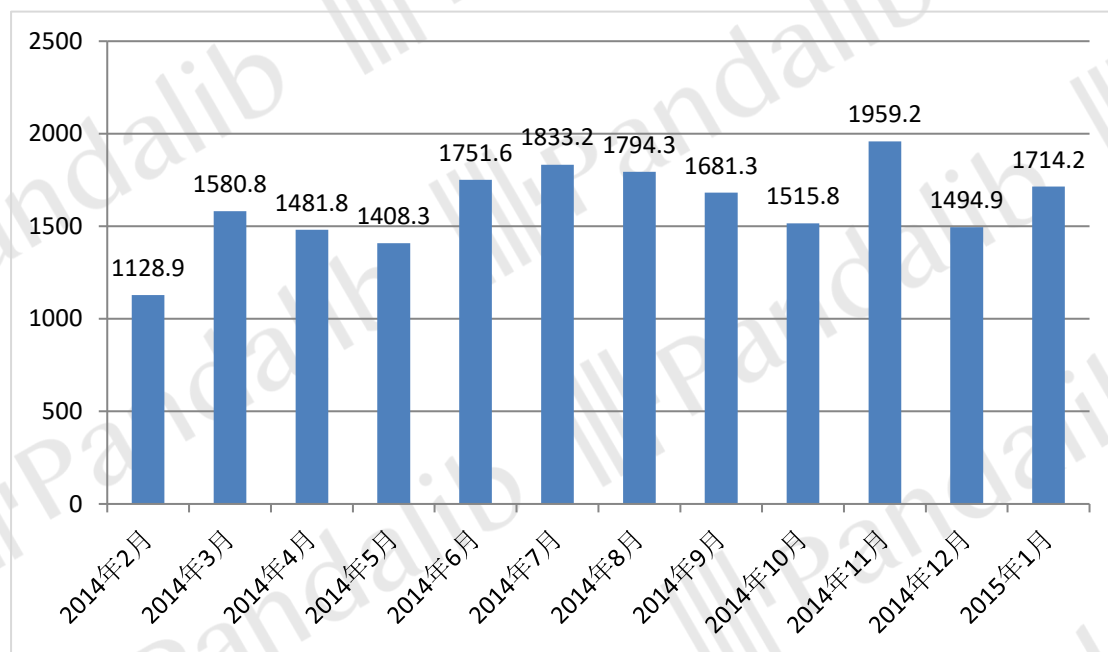
网络零售消费者性别分布



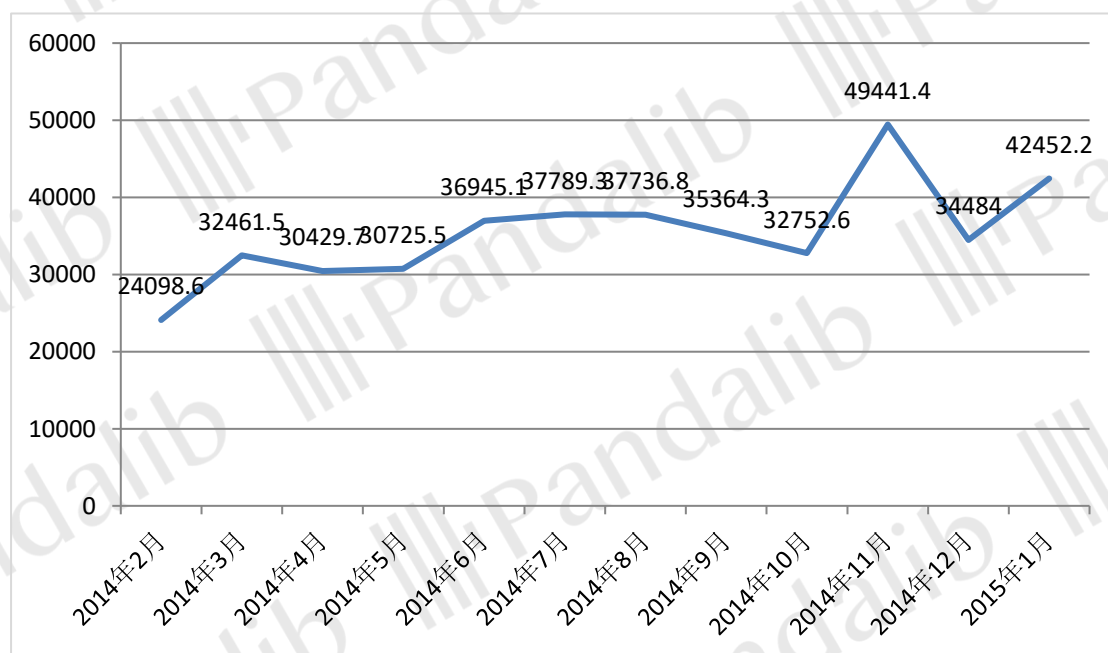
二、趋势分析

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）
2015 年 1 月	1714.2	42452.2	24.8
2014 年 12 月	1494.9	34484	23.1
2014 年 11 月	1959.2	49441.4	25.2
2014 年 10 月	1515.8	32752.6	21.6
2014 年 9 月	1681.3	35364.3	21
2014 年 8 月	1794.3	37736.8	21
2014 年 7 月	1833.2	37789.3	20.6
2014 年 6 月	1751.6	36945.1	21.1
2014 年 5 月	1408.3	30725.5	21.8
2014 年 4 月	1481.8	30429.7	20.5
2014 年 3 月	1580.8	32461.5	20.5
2014 年 2 月	1128.9	24098.6	21.3

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**