



2014 年 06 月 洗衣液 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

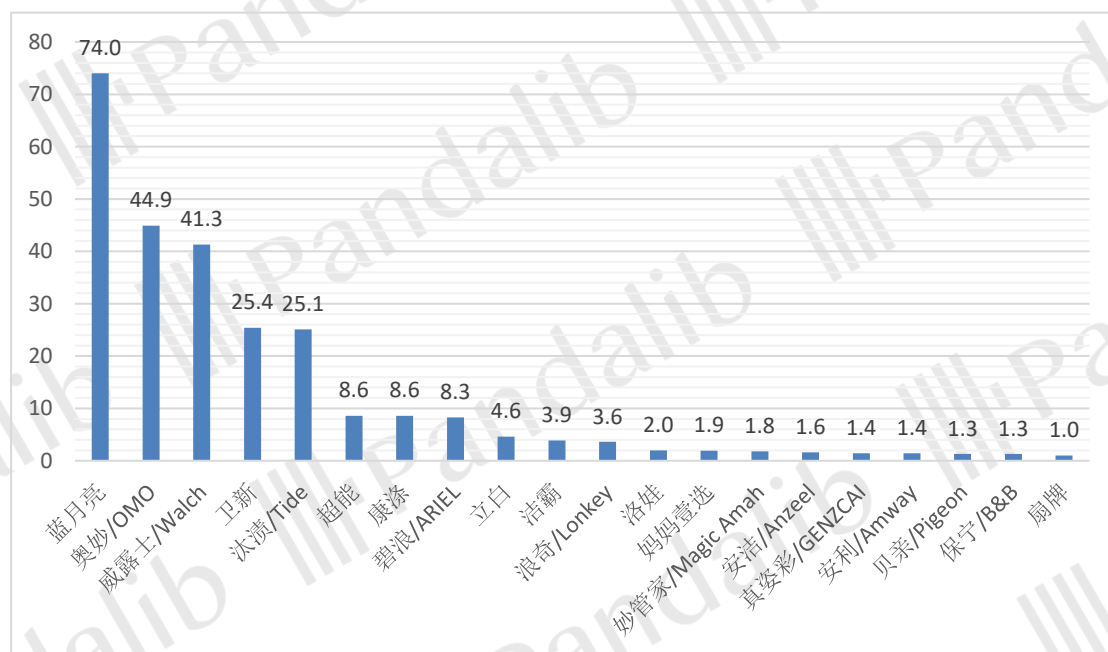
目录

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

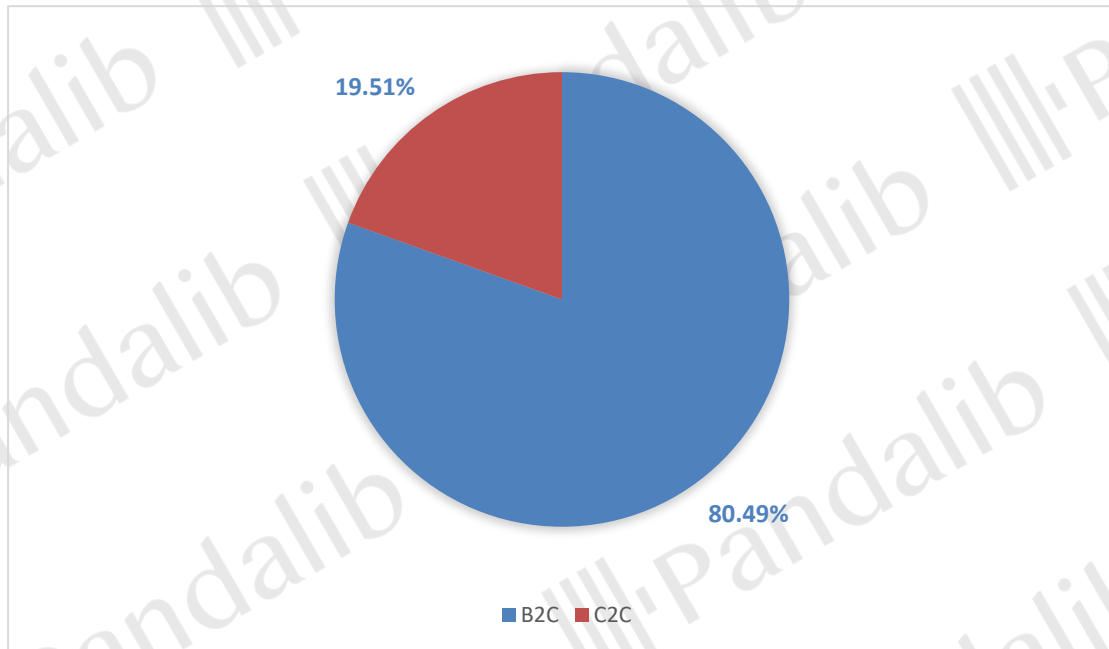
一、市场概况

2014年6月,洗衣液在线上共销售286.0万件,销售额为8133.1万元,成交均价为28.4元,销售额环比21.5%。销售量排在前三位的品牌为:蓝月亮、奥妙/OMO、威露士/Walch,其中蓝月亮的销售量最高,达到了74.0万件;销售额排在前三位的品牌为:威露士/Walch、蓝月亮、奥妙/OMO,其中威露士/Walch的销售额最高,达到了1552.7万元。在电商渠道方面,B2C的销售量占比为80.5%,C2C的销售量占比为19.5%;其中京东商城的销售量最高,占比为24.3%。女性消费者高于男性,其中男性消费者占比为31.8%;华东地区的消费者占比最高,达到41.5%,其次为华南地区和华中地区。

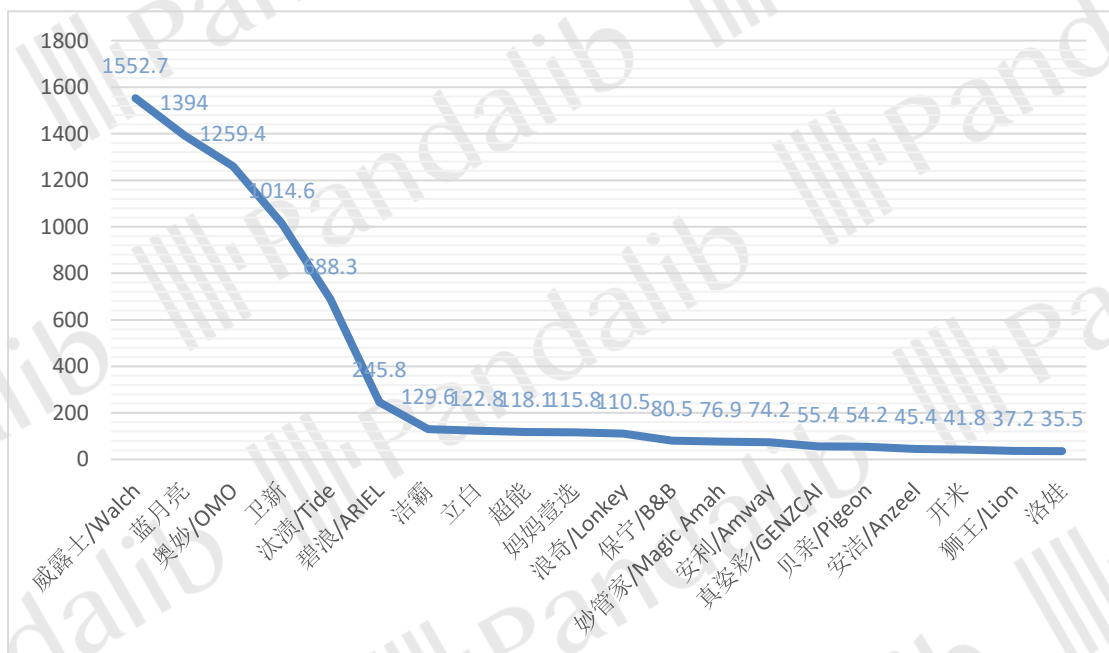
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析 (万件)



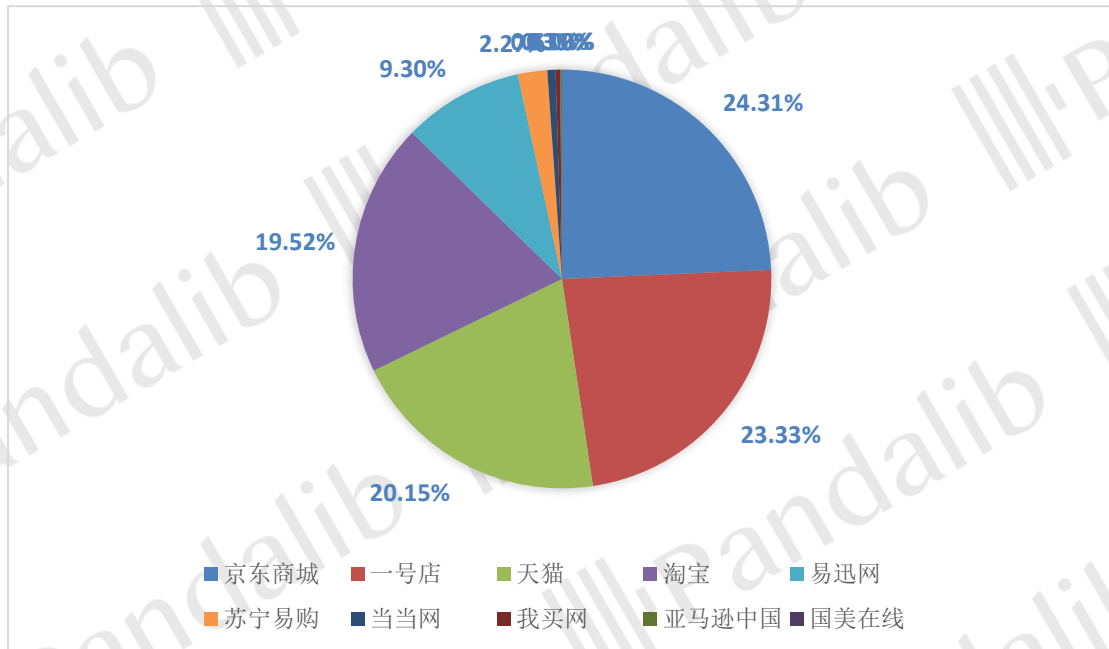
网络零售平台类型销售量占比



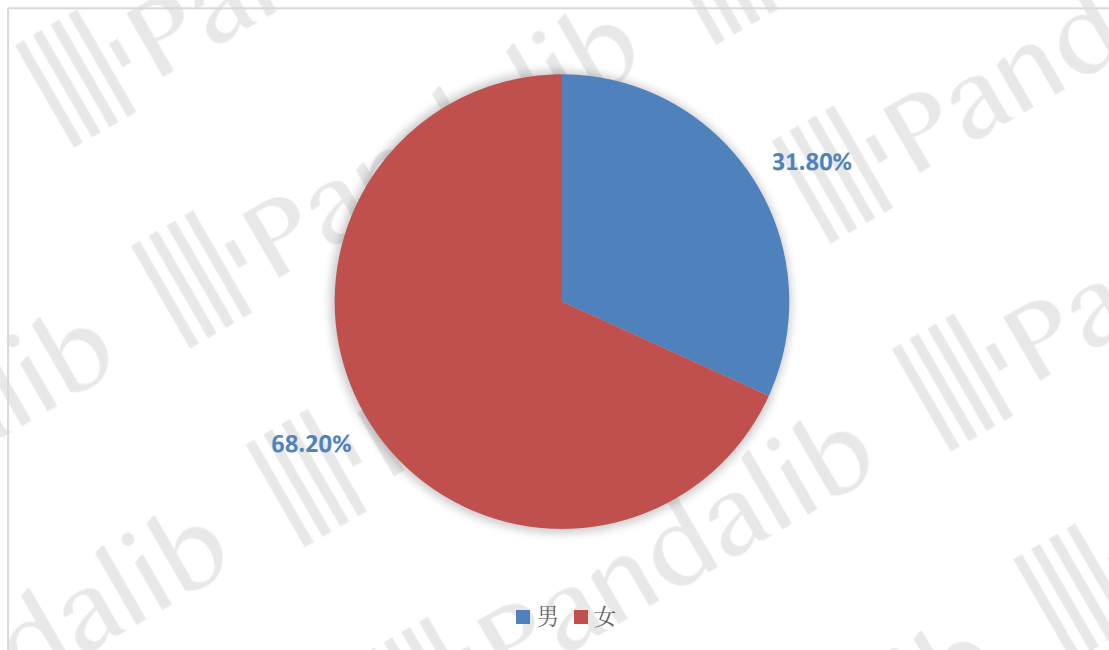
网络零售销售额排名 TOP20 品牌（万元）



网络零售渠道销售量占比



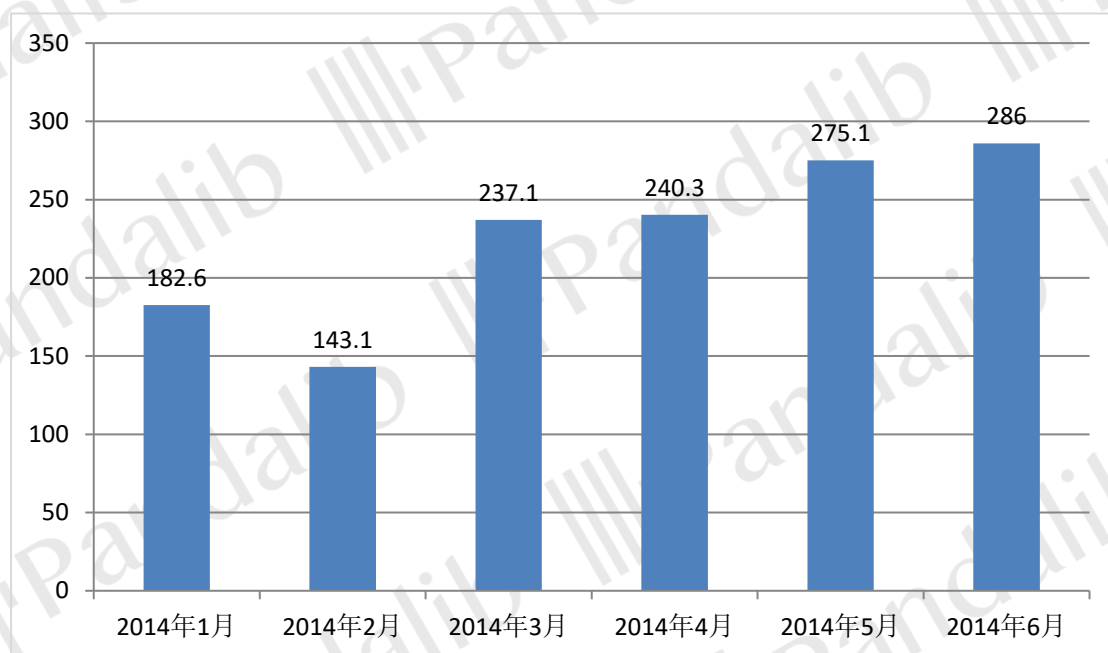
网络零售消费者性别分布



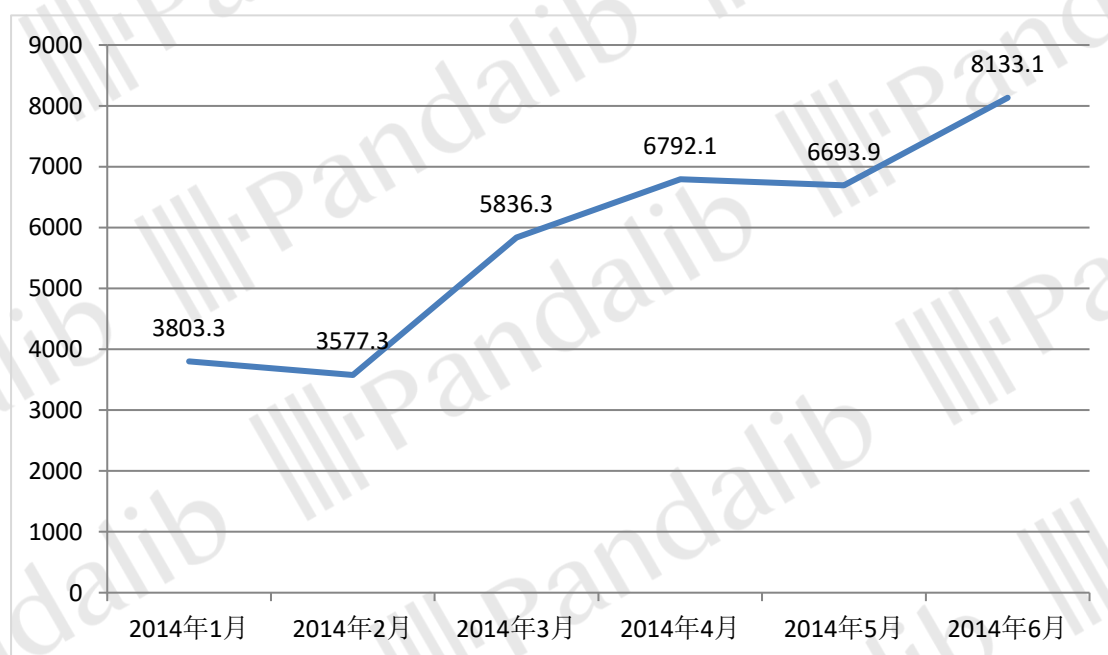
二、趋势分析

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 6 月	286	8133.1	28.4

2014 年 5 月	275.1	6693.9	24.3
2014 年 4 月	240.3	6792.1	28.3
2014 年 3 月	237.1	5836.3	24.6
2014 年 2 月	143.1	3577.3	25
2014 年 1 月	182.6	3803.3	20.8

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！