



2017 年 11 月 袜子 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

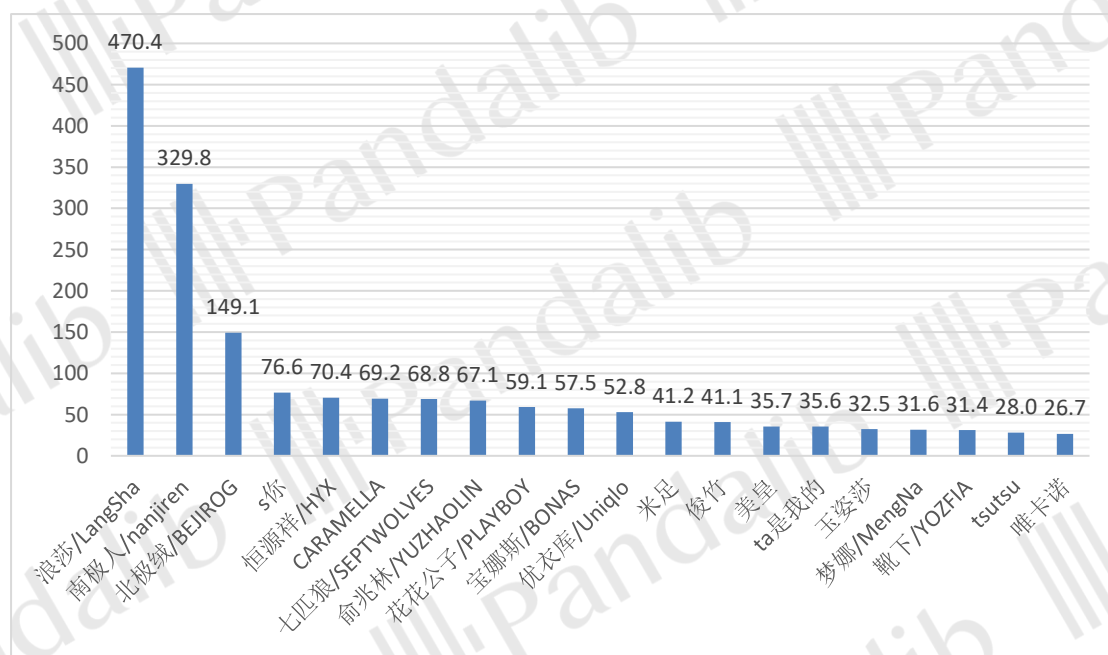
目录

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

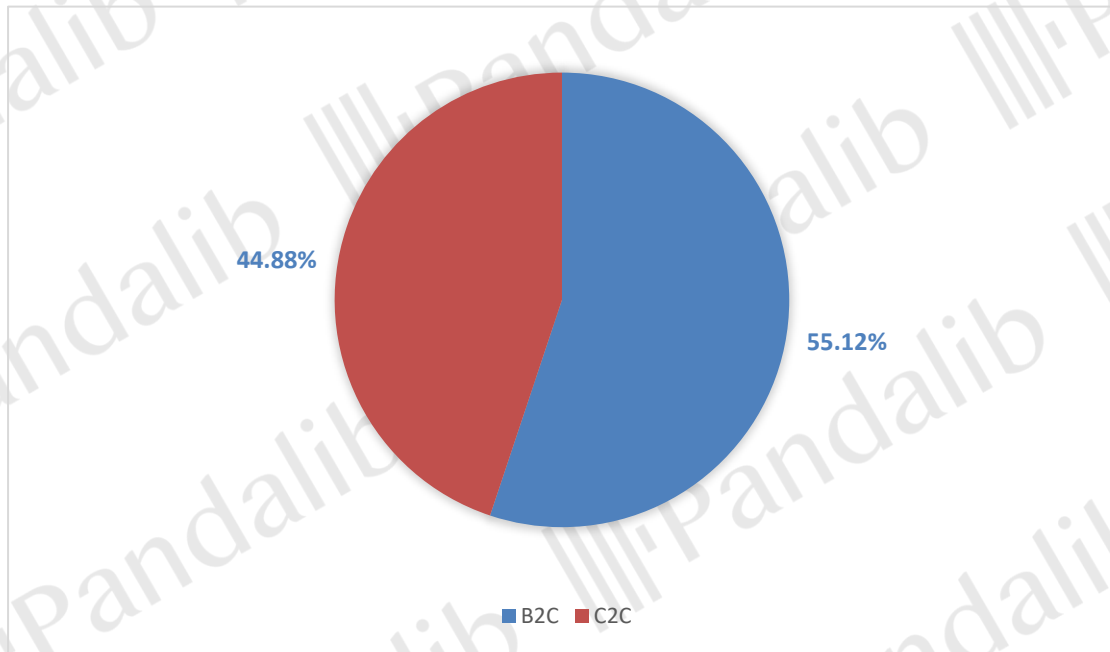
一、市场概况

2017 年 11 月，袜子在线上共销售 6366.6 万件，销售额为 158249.4 万元，成交均价为 24.9 元，销售额环比 43.6%。销售量排在前三位的品牌为：浪莎/LangSha、南极人/nanjiren、北极绒/BEJIROG，其中浪莎/LangSha 的销售量最高，达到了 470.4 万件；销售额排在前三位的品牌为：浪莎/LangSha、南极人/nanjiren、北极绒/BEJIROG，其中浪莎/LangSha 的销售额最高，达到了 12094.0 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 55.1%，C2C 的销售量占比为 44.9%；其中天猫的销售量最高，占比为 50.4%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 39.5%；华东地区的消费者占比最高，达到 45.9%，其次为华北地区和西南地区。

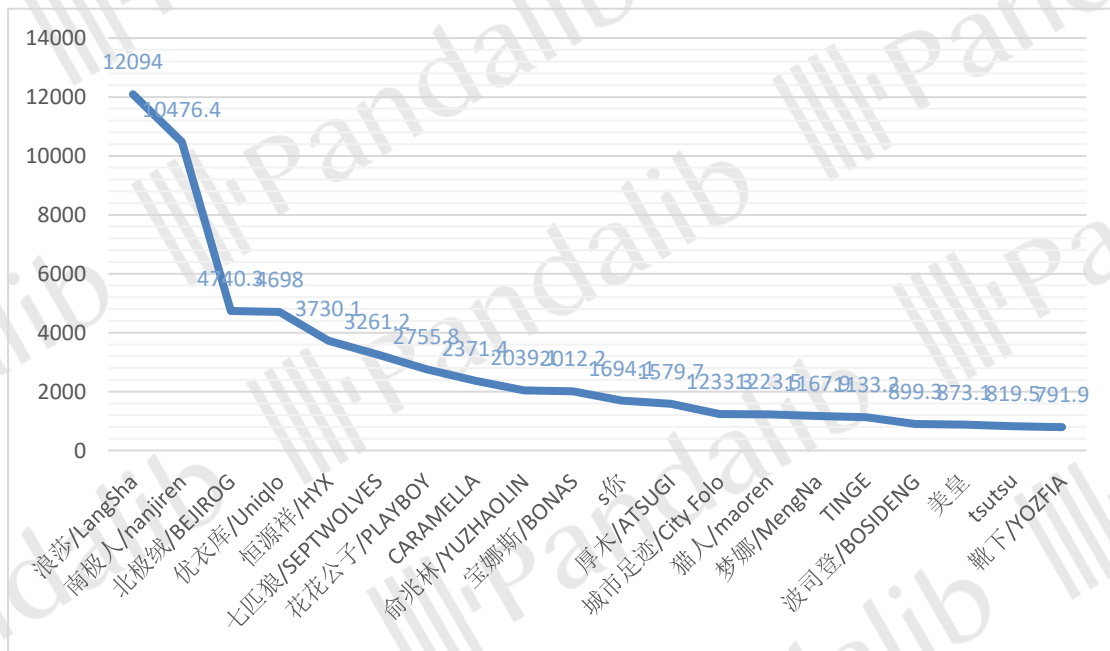
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



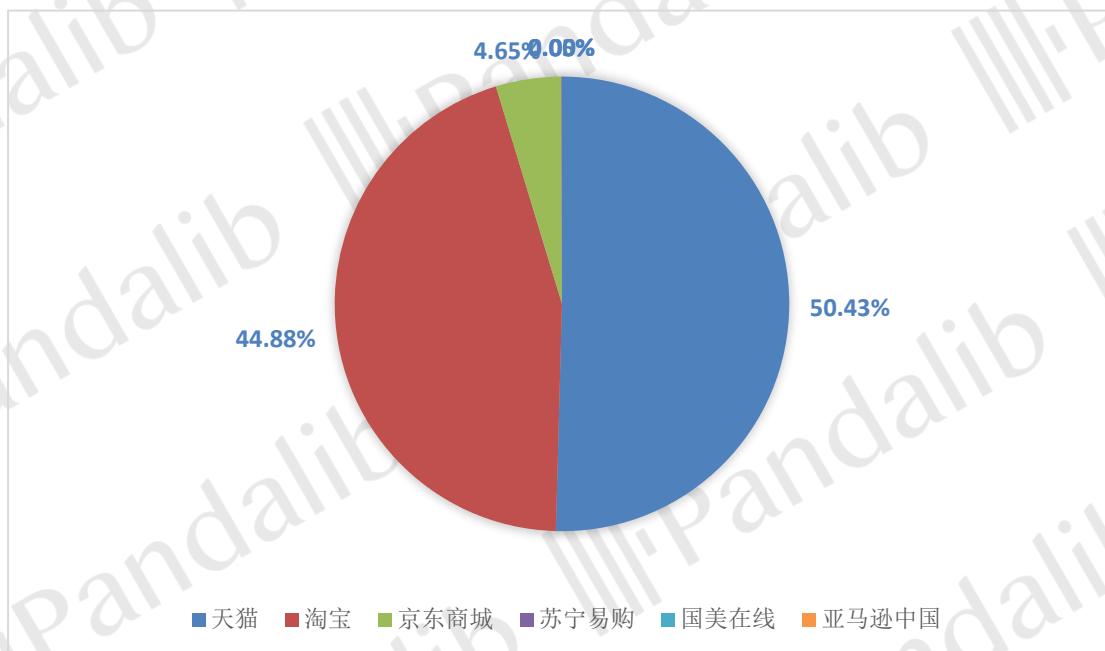
网络零售平台类型销售量占比



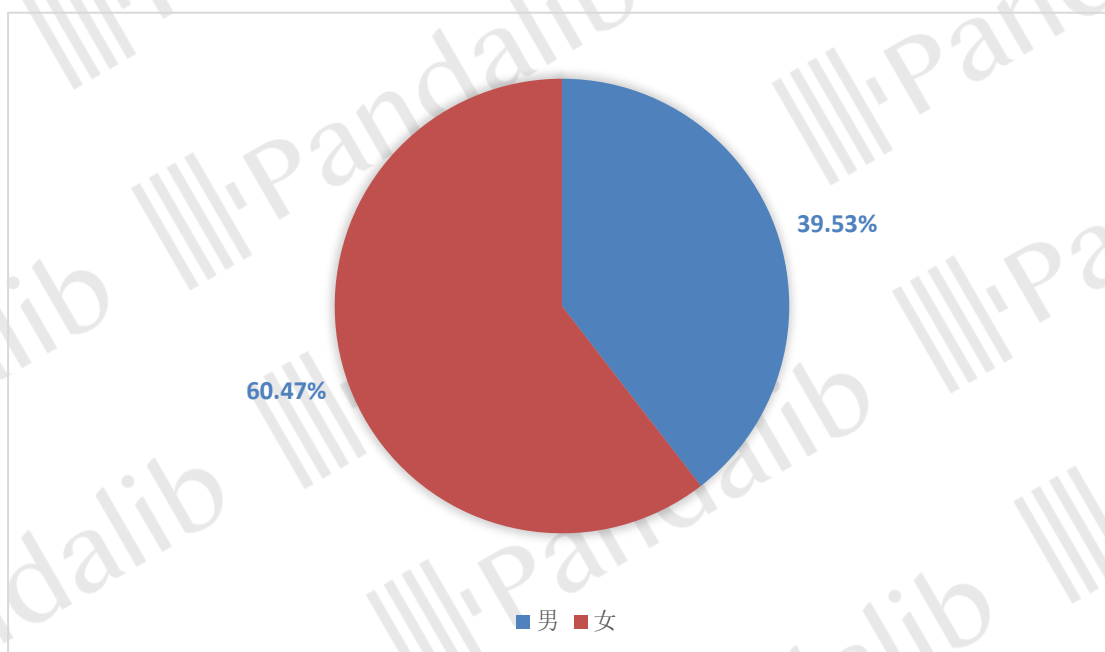
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



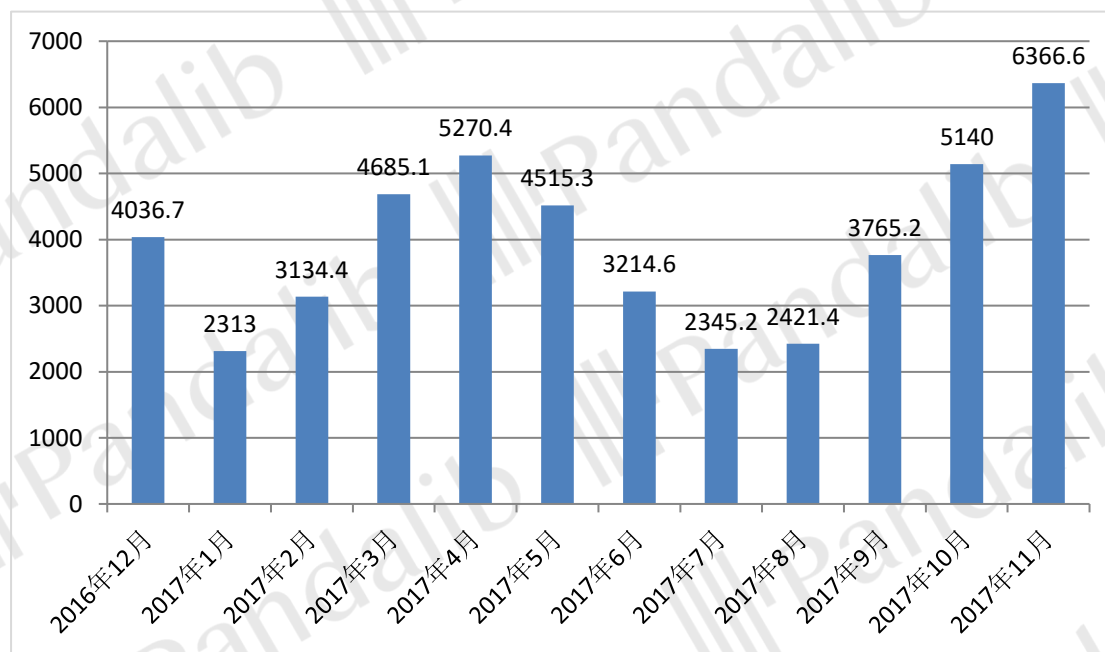
网络零售消费者性别分布



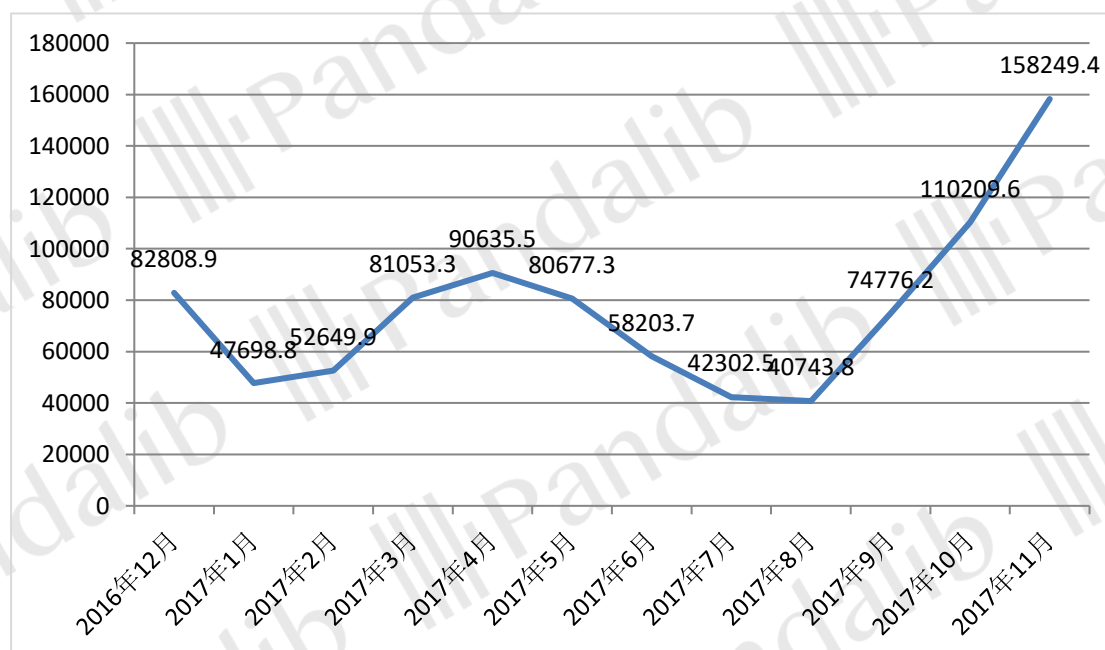
二、趋势分析

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 11 月	6366.6	158249.4	24.9
2017 年 10 月	5140	110209.6	21.4
2017 年 9 月	3765.2	74776.2	19.9
2017 年 8 月	2421.4	40743.8	16.8
2017 年 7 月	2345.2	42302.5	18
2017 年 6 月	3214.6	58203.7	18.1
2017 年 5 月	4515.3	80677.3	17.9
2017 年 4 月	5270.4	90635.5	17.2
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

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**