



2015 年 11 月 袜子 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

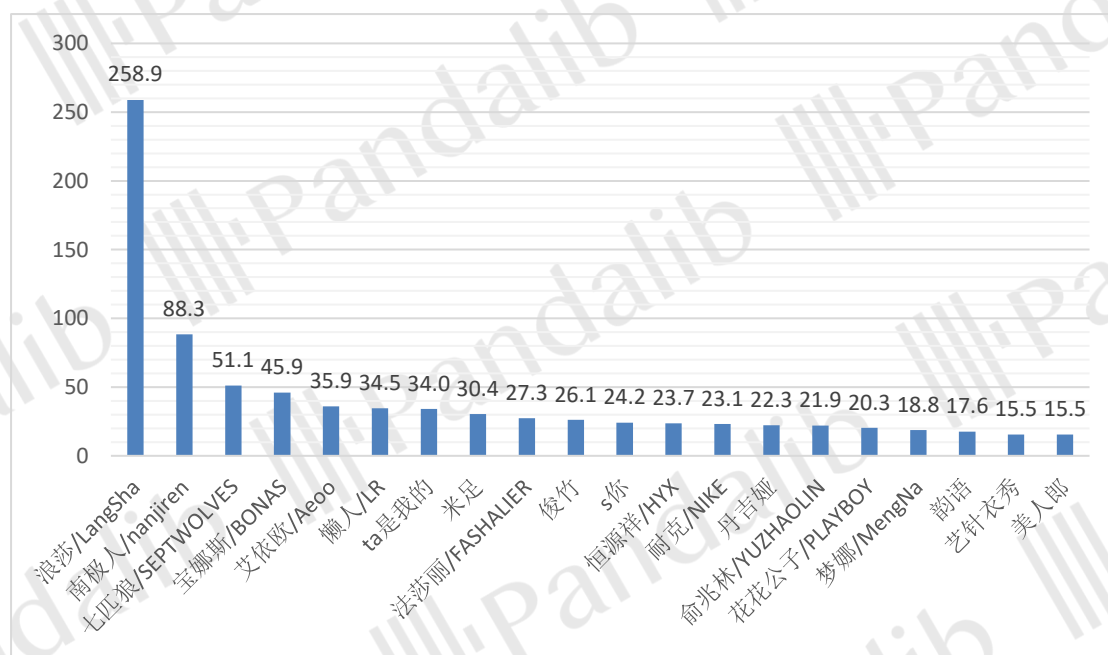
目录

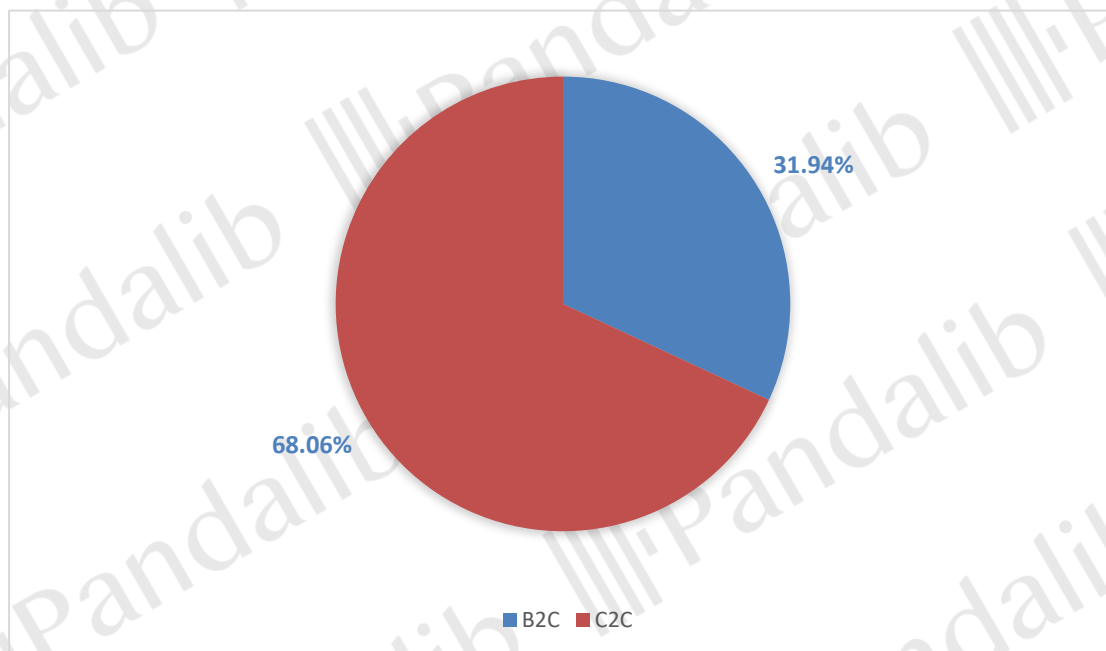
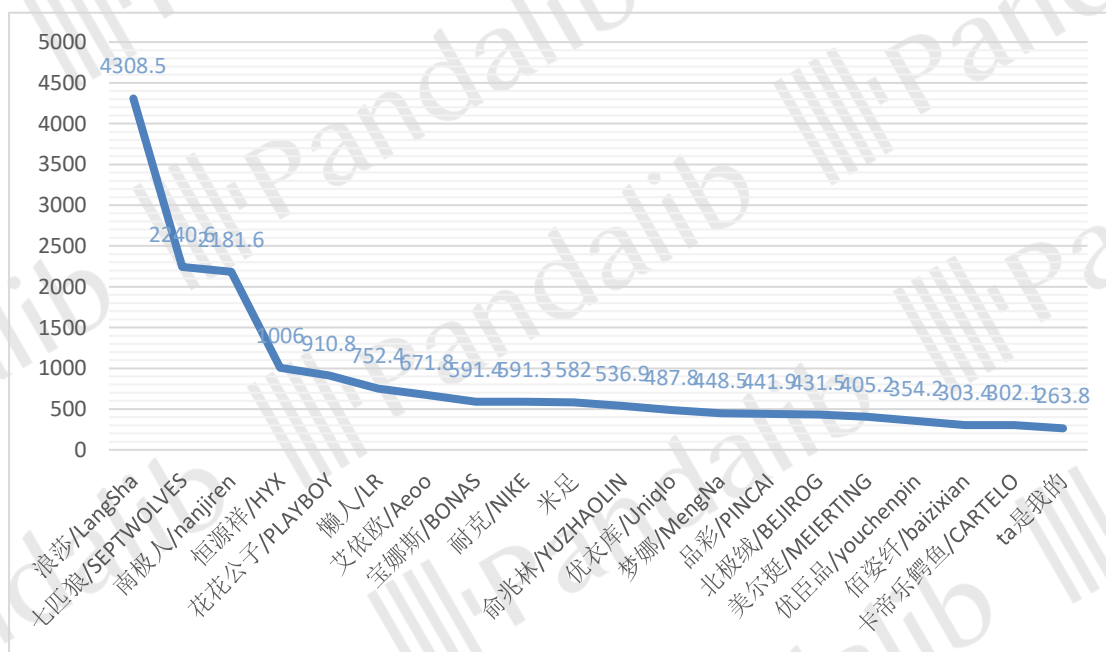
一、市场概况.....	3
二、趋势分析.....	6
市场规模变化趋势.....	6
品牌变化趋势.....	7
渠道变化趋势.....	8
价格区间变化趋势.....	9
三、品牌分析.....	11
品牌销售排名.....	11
品牌渠道分布.....	13
品牌价格区间分布.....	14
品牌评论得分.....	17
品牌地区分布.....	17
品牌性别分布.....	17
四、渠道分析.....	18
电商渠道分布.....	18
渠道自营开放结构.....	19
渠道品牌分布.....	20
渠道价格区间分布.....	22
天猫店铺排行.....	23
淘宝店铺排行.....	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

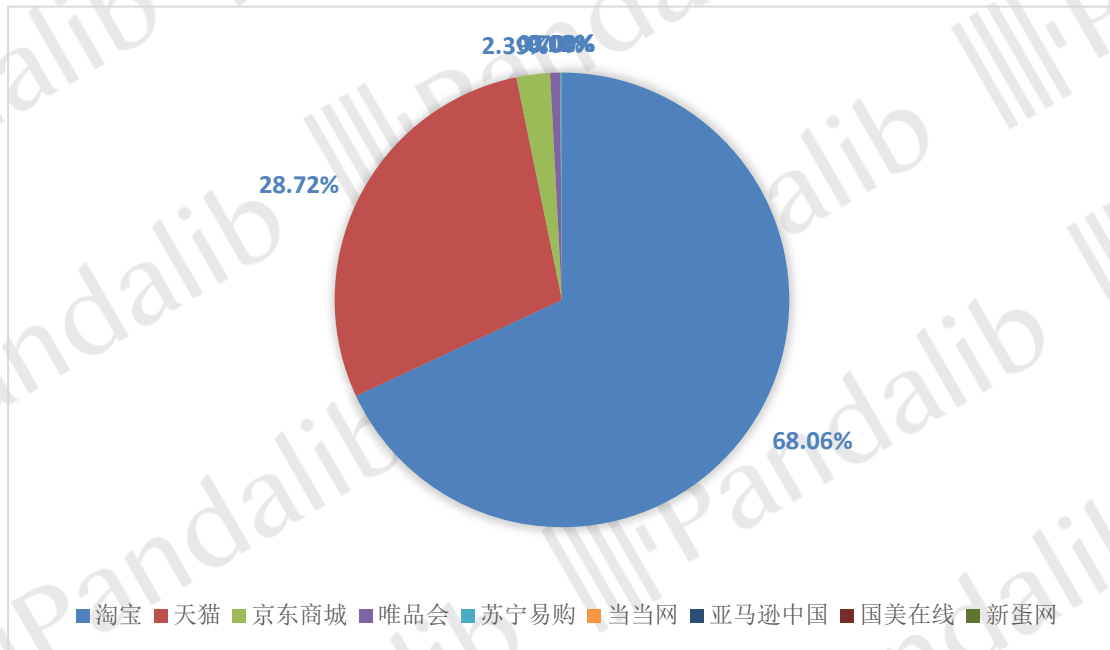
2015 年 11 月，袜子在线上共销售 4021.4 万件，销售额为 56991.6 万元，成交均价为 14.2 元，销售额环比 23.0%。销售量排在前三位的品牌为：浪莎/LangSha、南极人/nanjiren、七匹狼/SEPTWOLVES，其中浪莎/LangSha 的销售量最高，达到了 258.9 万件；销售额排在前三位的品牌为：浪莎/LangSha、七匹狼/SEPTWOLVES、南极人/nanjiren，其中浪莎/LangSha 的销售额最高，达到了 4308.5 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 31.9%，C2C 的销售量占比为 68.1%；其中淘宝的销售量最高，占比为 68.1%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 42.2%；华东地区的消费者占比最高，达到 46.5%，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）

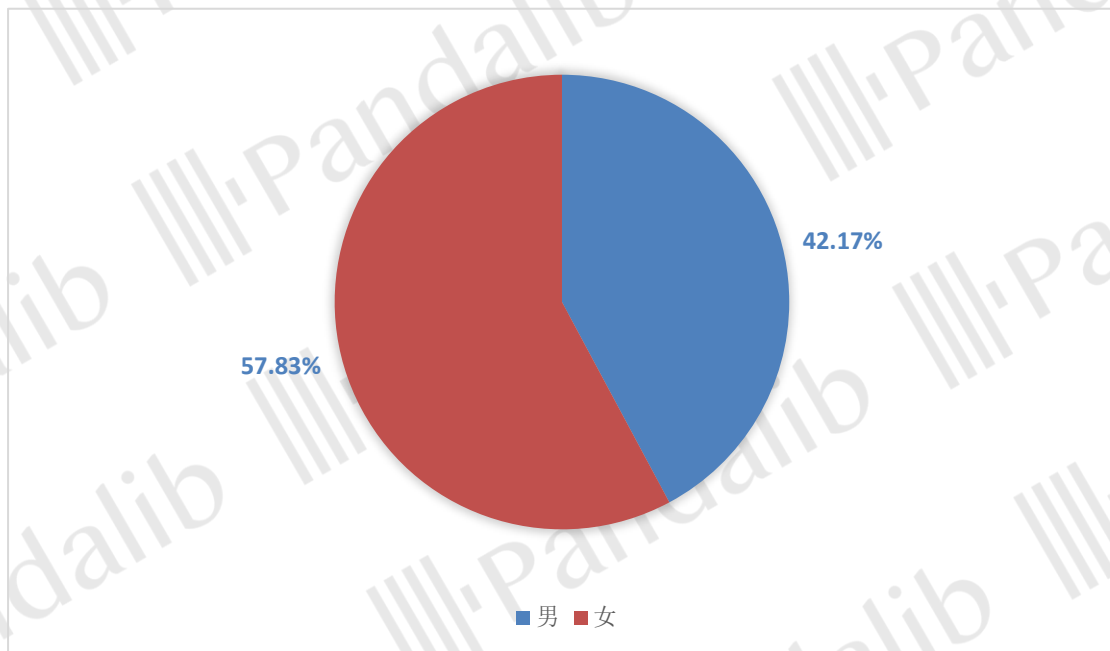


网络零售平台类型销售量占比

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



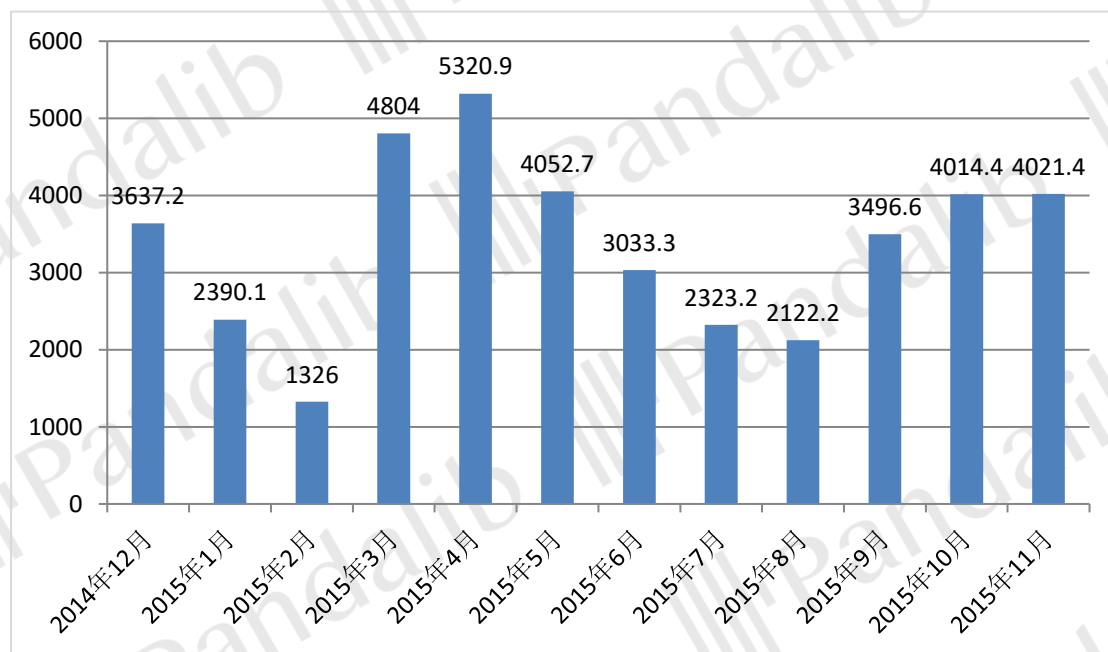
网络零售消费者性别分布



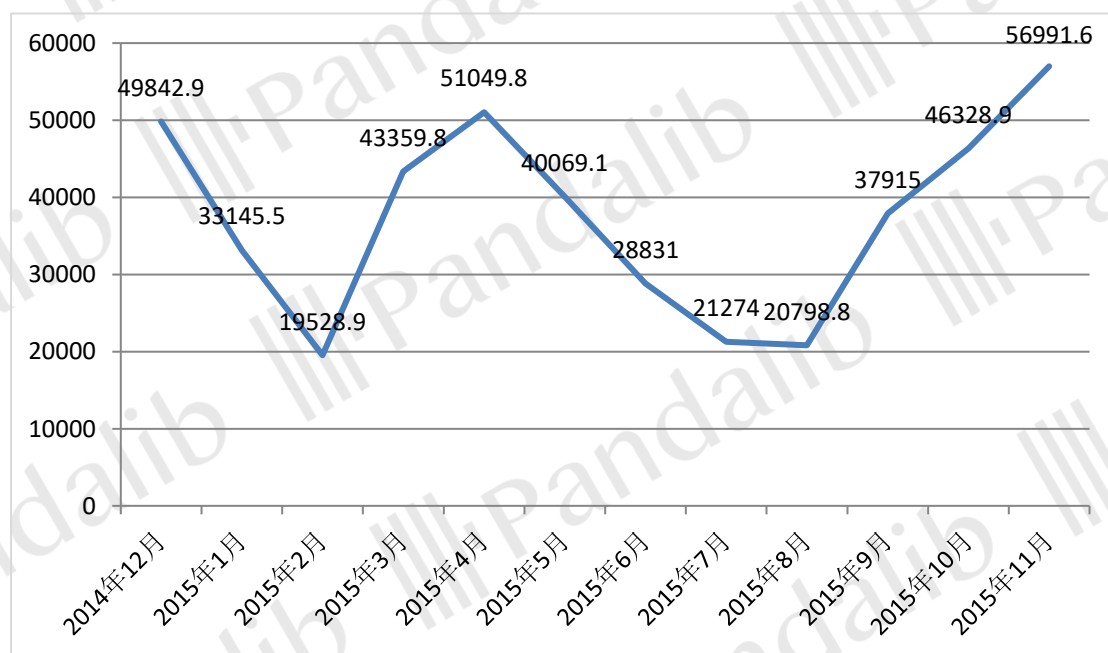
二、趋势分析

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）
2015 年 11 月	4021.4	56991.6	14.2
2015 年 10 月	4014.4	46328.9	11.5
2015 年 9 月	3496.6	37915	10.8
2015 年 8 月	2122.2	20798.8	9.8
2015 年 7 月	2323.2	21274	9.2
2015 年 6 月	3033.3	28831	9.5
2015 年 5 月	4052.7	40069.1	9.9
2015 年 4 月	5320.9	51049.8	9.6
2015 年 3 月	4804	43359.8	9
2015 年 2 月	1326	19528.9	14.7
2015 年 1 月	2390.1	33145.5	13.9
2014 年 12 月	3637.2	49842.9	13.7

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**