



2014 年 11 月 男士卫衣 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

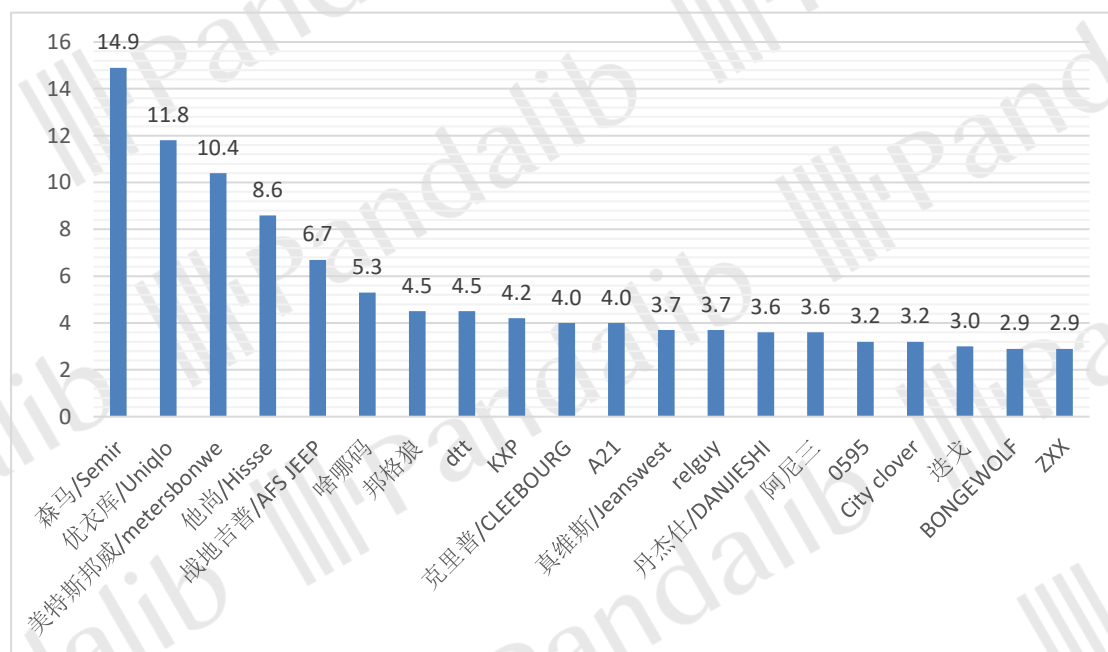
目录

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

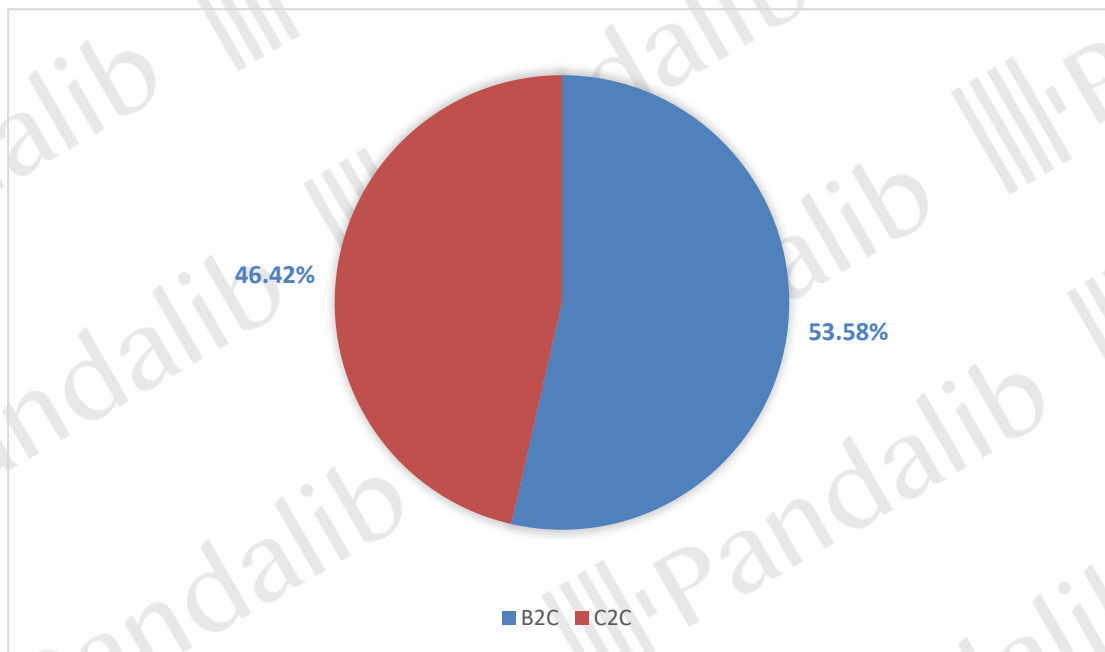
一、市场概况

2014 年 11 月，男士卫衣在线上共销售 536.0 万件，销售额为 63339.7 万元，成交均价为 118.2 元，销售额环比 36.7%。销售量排在前三位的品牌为：森马/Semir、优衣库/Uniqlo、美特斯邦威/metersbonwe，其中森马/Semir 的销售量最高，达到了 14.9 万件；销售额排在前三位的品牌为：优衣库/Uniqlo、森马/Semir、AAPE，其中优衣库/Uniqlo 的销售额最高，达到了 1932.9 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 53.6%，C2C 的销售量占比为 46.4%；其中天猫的销售量最高，占比为 48.9%。男性消费者高于女性，其中男性消费者占比为 60.0%；华东地区的消费者占比最高，达到 39.2%，其次为华北地区和西南地区。

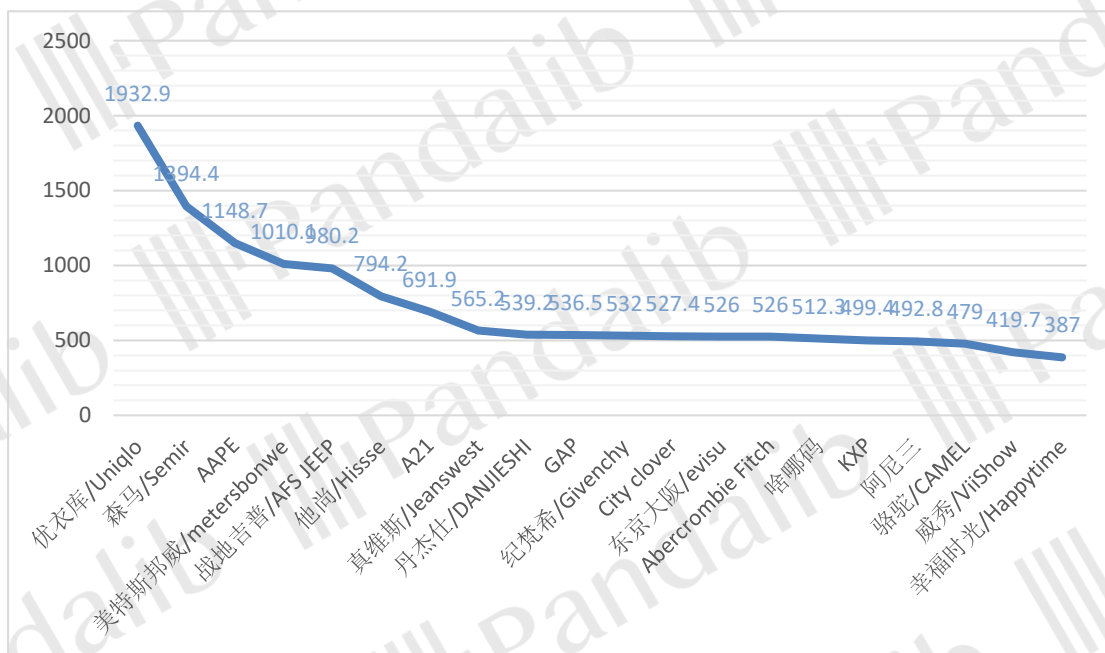
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



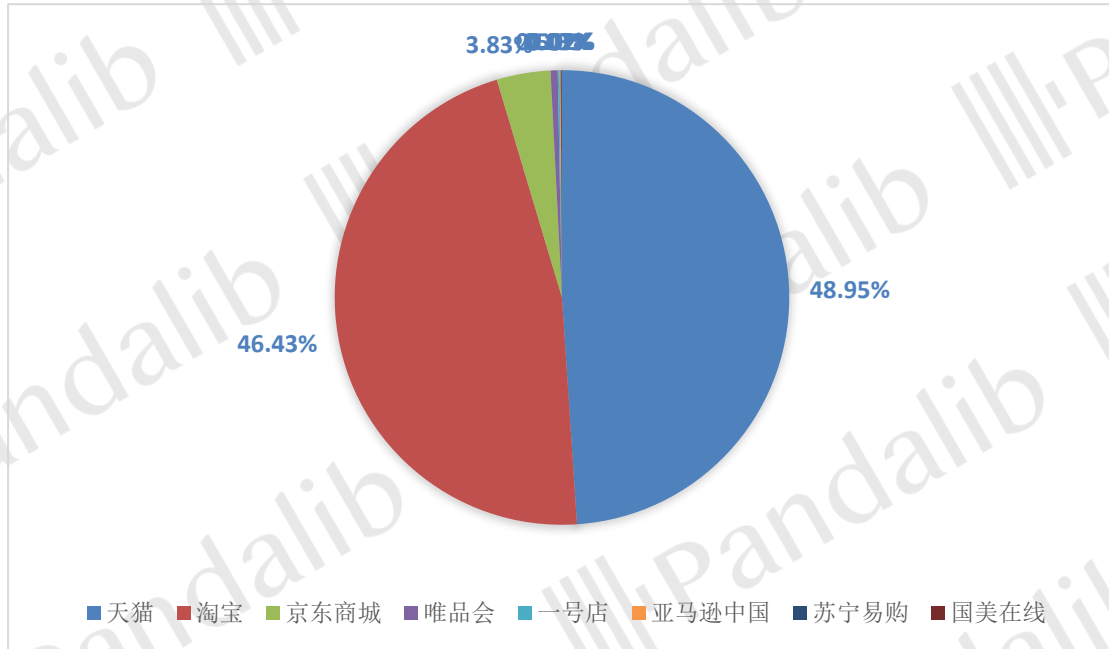
网络零售平台类型销售量占比



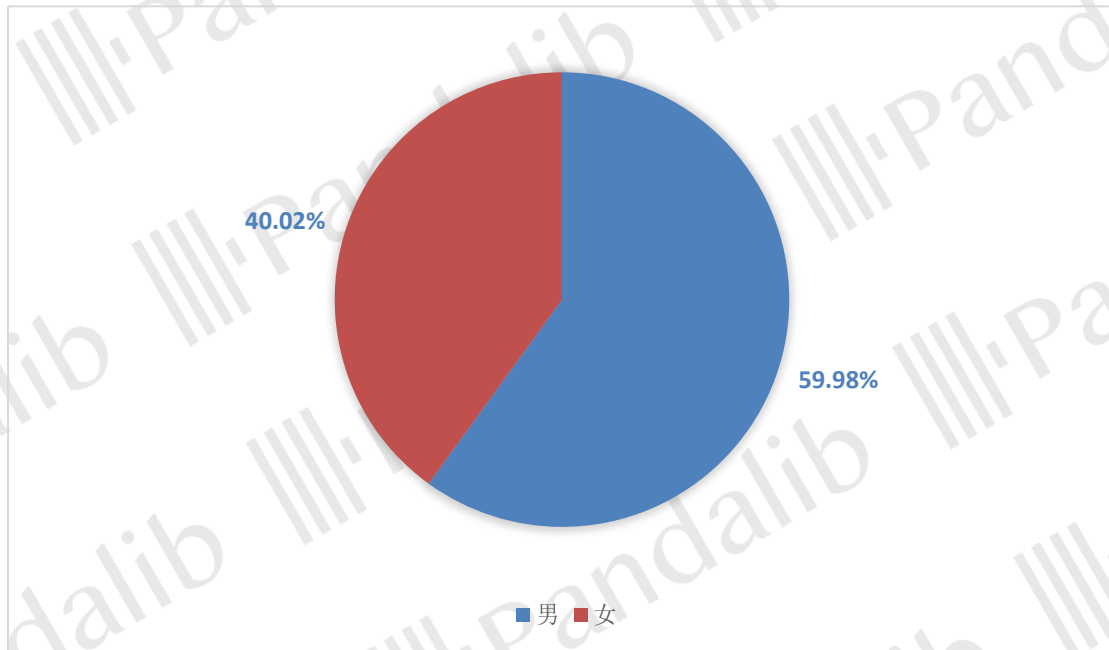
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



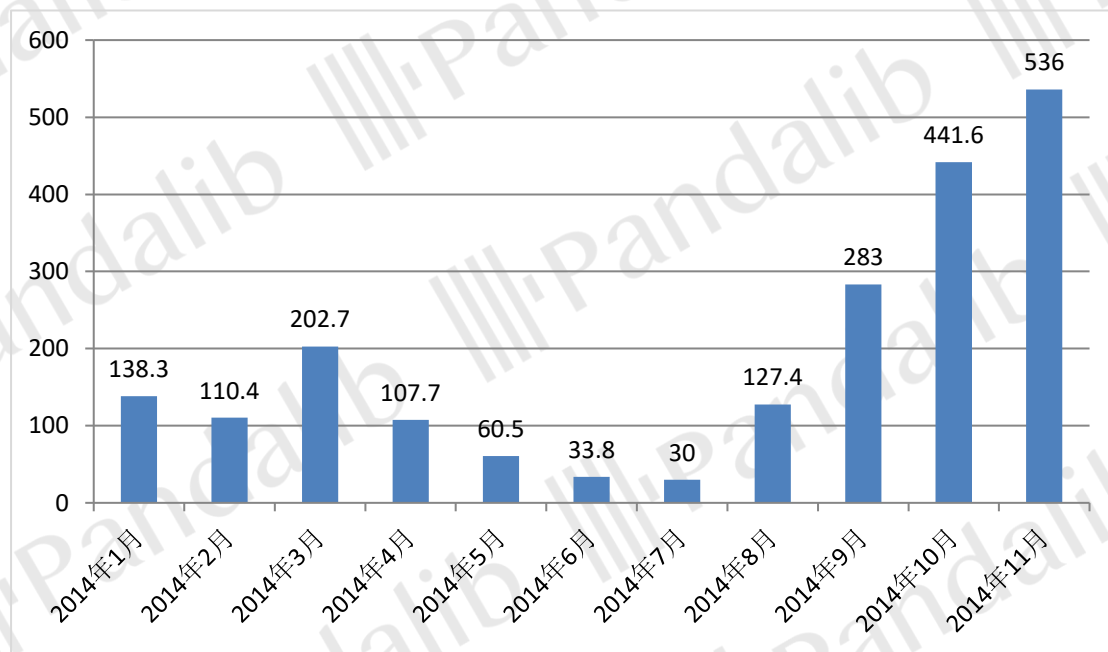
网络零售消费者性别分布



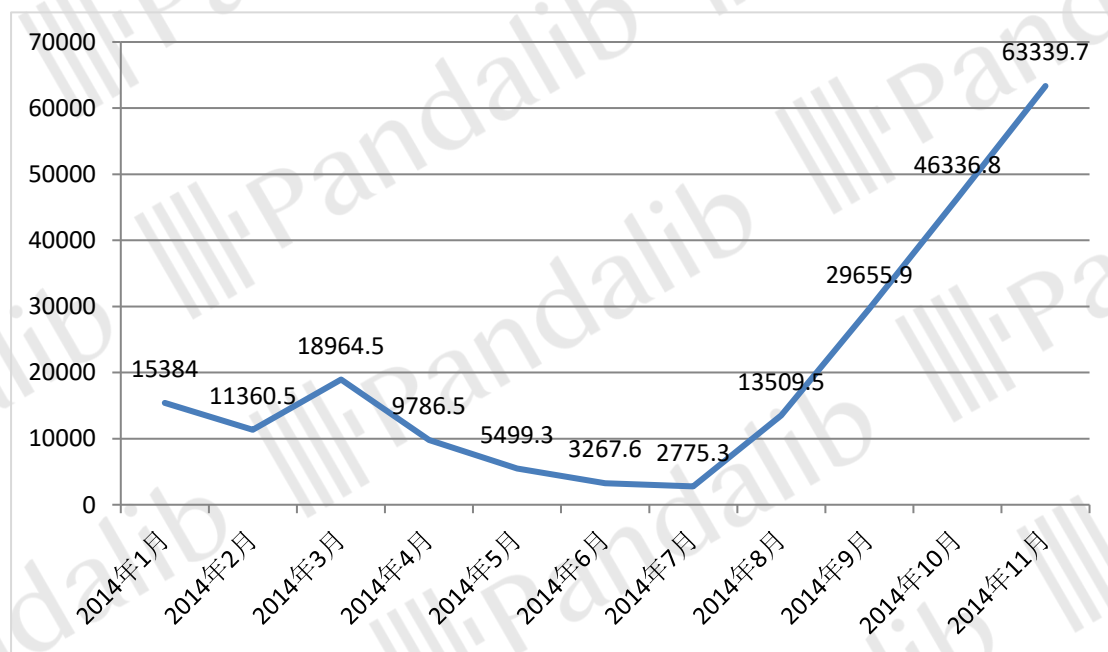
二、趋势分析

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）
2014 年 11 月	536	63339.7	118.2

2014 年 10 月	441.6	46336.8	104.9
2014 年 9 月	283	29655.9	104.8
2014 年 8 月	127.4	13509.5	106
2014 年 7 月	30	2775.3	92.4
2014 年 6 月	33.8	3267.6	96.8
2014 年 5 月	60.5	5499.3	90.9
2014 年 4 月	107.7	9786.5	90.9
2014 年 3 月	202.7	18964.5	93.6
2014 年 2 月	110.4	11360.5	102.9
2014 年 1 月	138.3	15384	111.2

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**