



2016 年 07 月 护肤套装 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

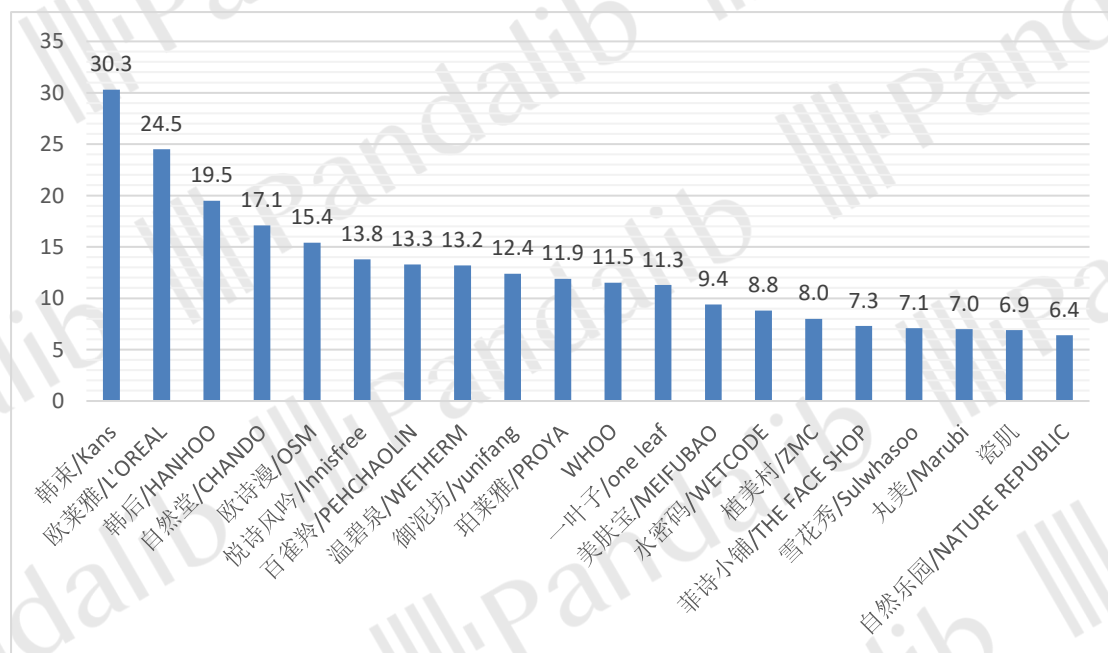
目录

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

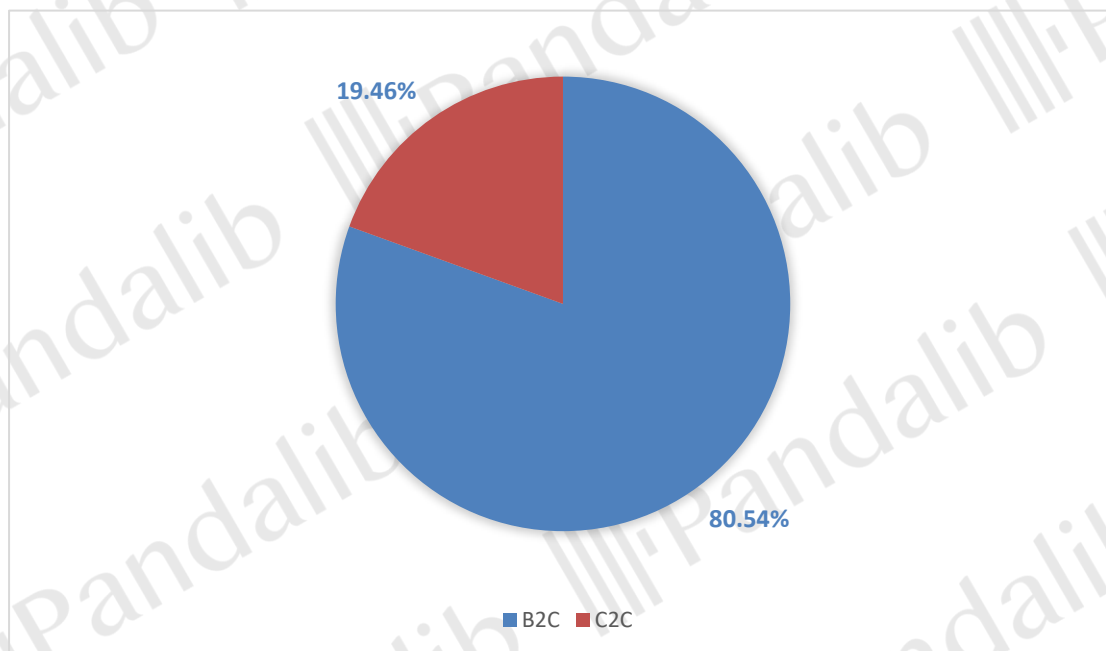
一、市场概况

2016 年 7 月，护肤套装在线上共销售 571.3 万件，销售额为 85664.7 万元，成交均价为 149.9 元，销售额环比 -29.5%。销售量排在前三位的品牌为：韩束/Kans、欧莱雅/L'OREAL、韩后/HANHOO，其中韩束/Kans 的销售量最高，达到了 30.3 万件；销售额排在前三位的品牌为：韩束/Kans、自然堂/CHANDO、欧莱雅/L'OREAL，其中韩束/Kans 的销售额最高，达到了 5833.1 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%；其中天猫的销售量最高，占比为 45.8%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 34.1%；华东地区的消费者占比最高，达到 40.5%，其次为华中地区和华南地区。

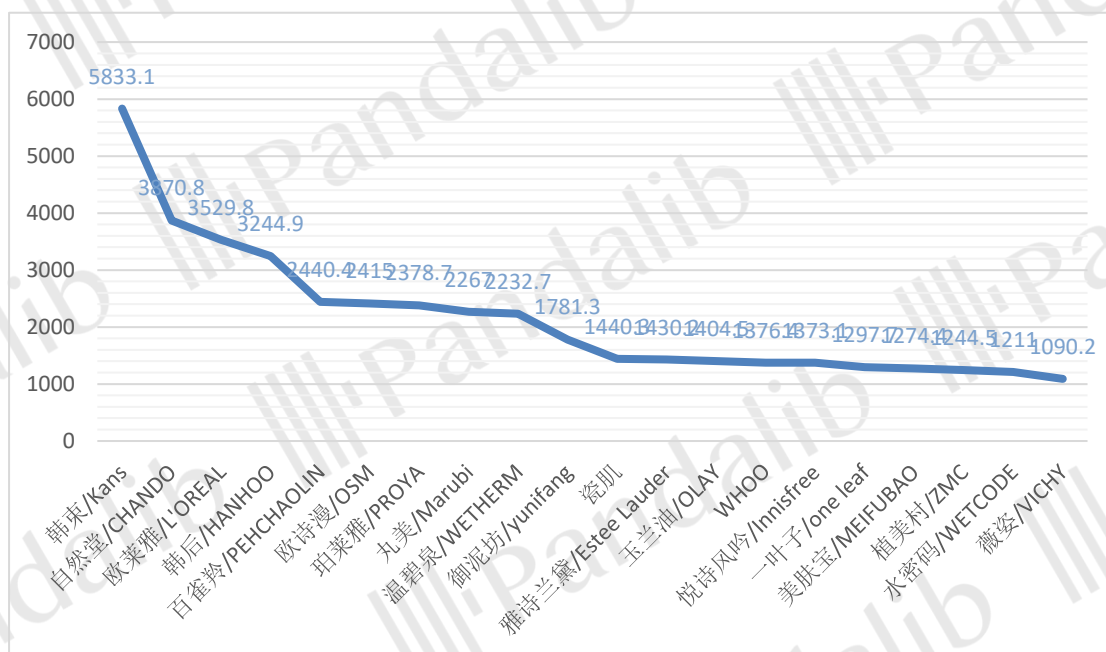
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



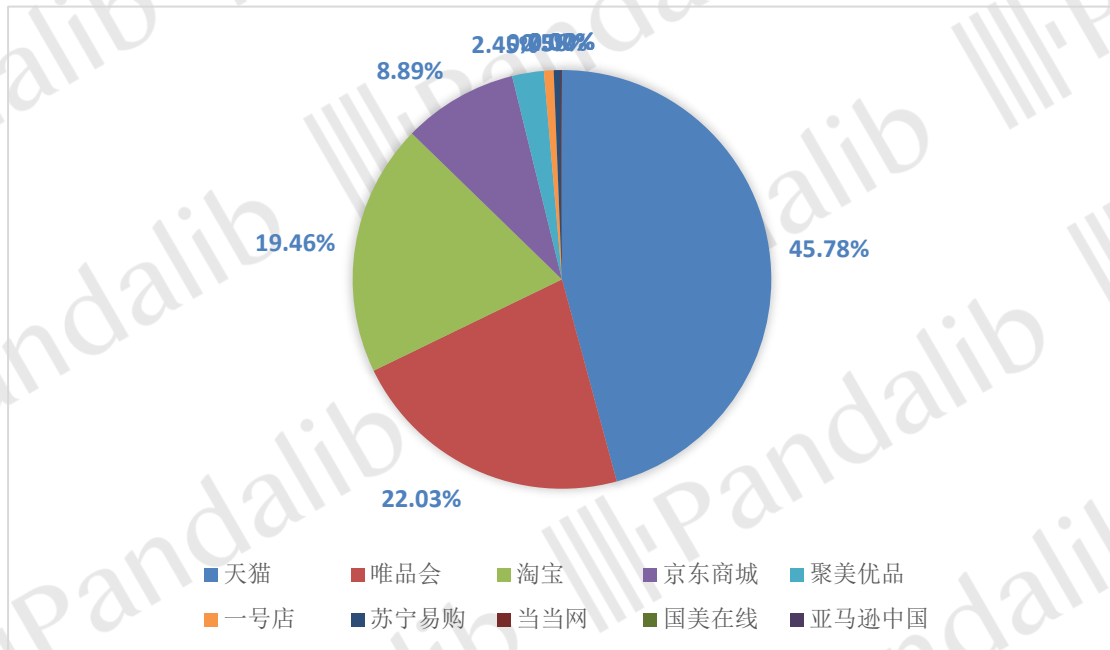
网络零售平台类型销售量占比



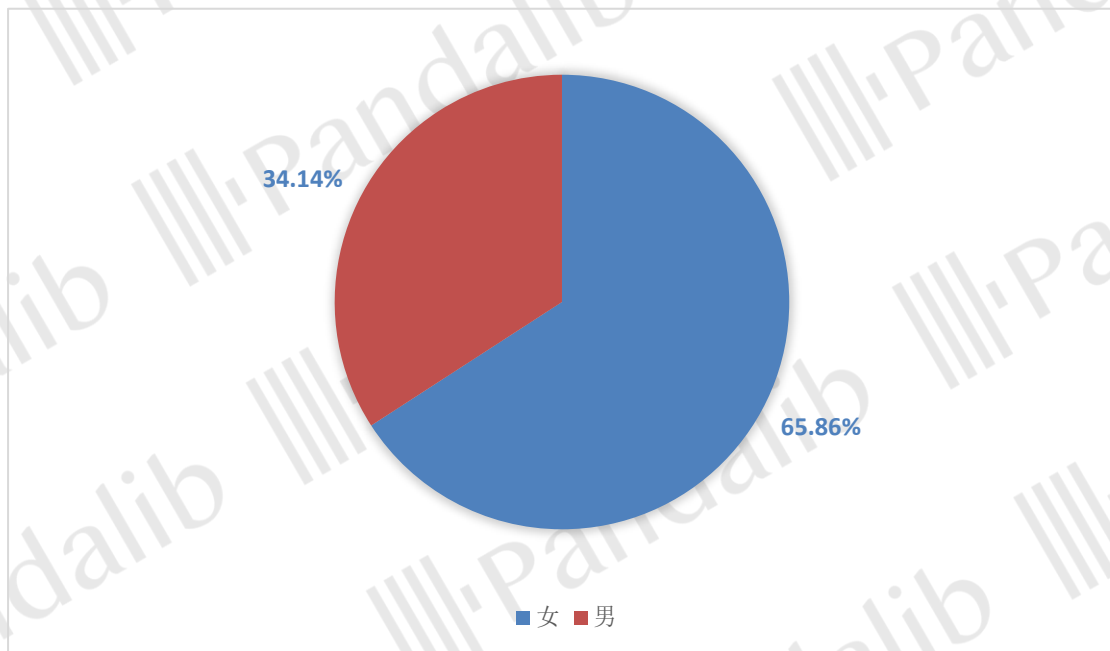
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



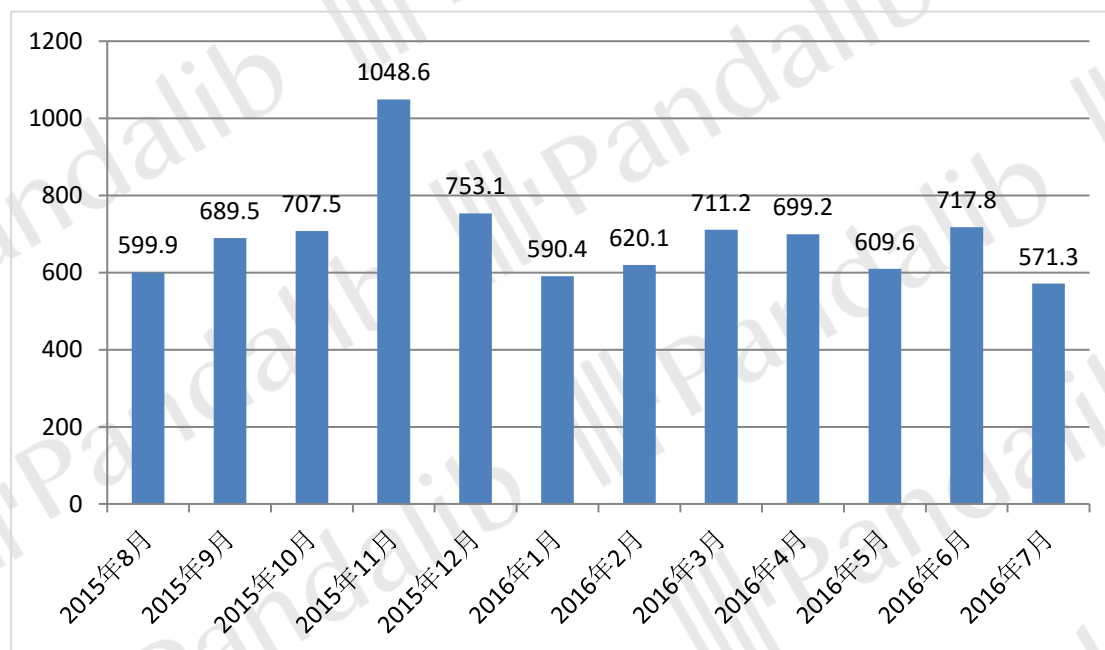
网络零售消费者性别分布



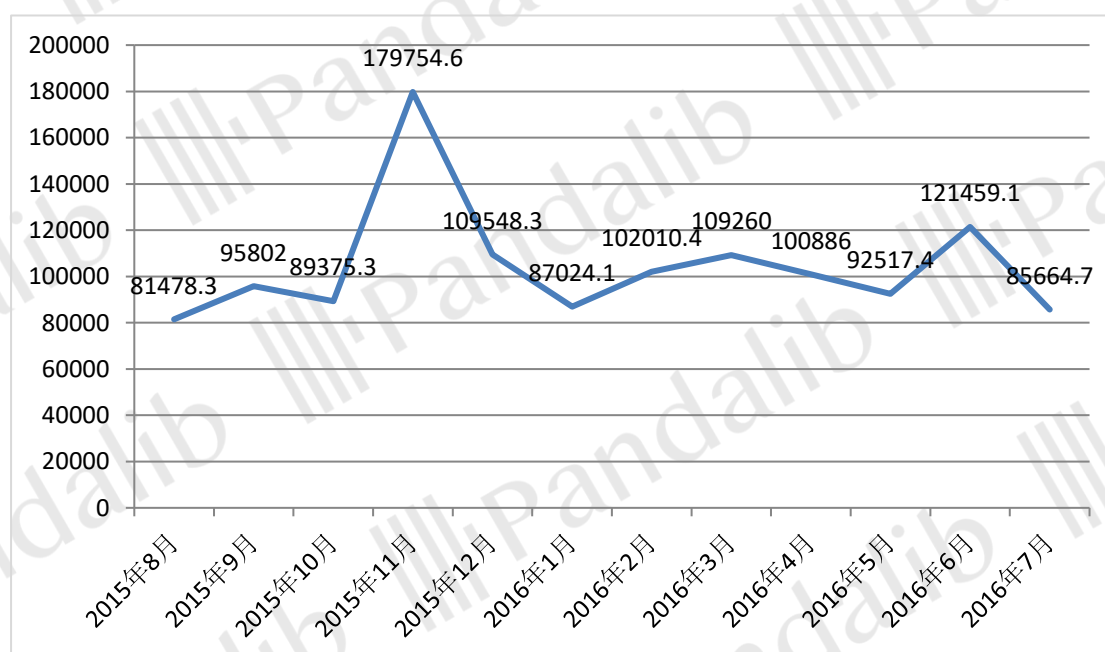
二、趋势分析

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）
2016 年 7 月	571.3	85664.7	149.9
2016 年 6 月	717.8	121459.1	169.2
2016 年 5 月	609.6	92517.4	151.8
2016 年 4 月	699.2	100886	144.3
2016 年 3 月	711.2	109260	153.6
2016 年 2 月	620.1	102010.4	164.5
2016 年 1 月	590.4	87024.1	147.4
2015 年 12 月	753.1	109548.3	145.5
2015 年 11 月	1048.6	179754.6	171.4
2015 年 10 月	707.5	89375.3	126.3
2015 年 9 月	689.5	95802	139
2015 年 8 月	599.9	81478.3	135.8

**如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！**