



2014 年 09 月 宝宝洗浴 (沐浴露)

电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

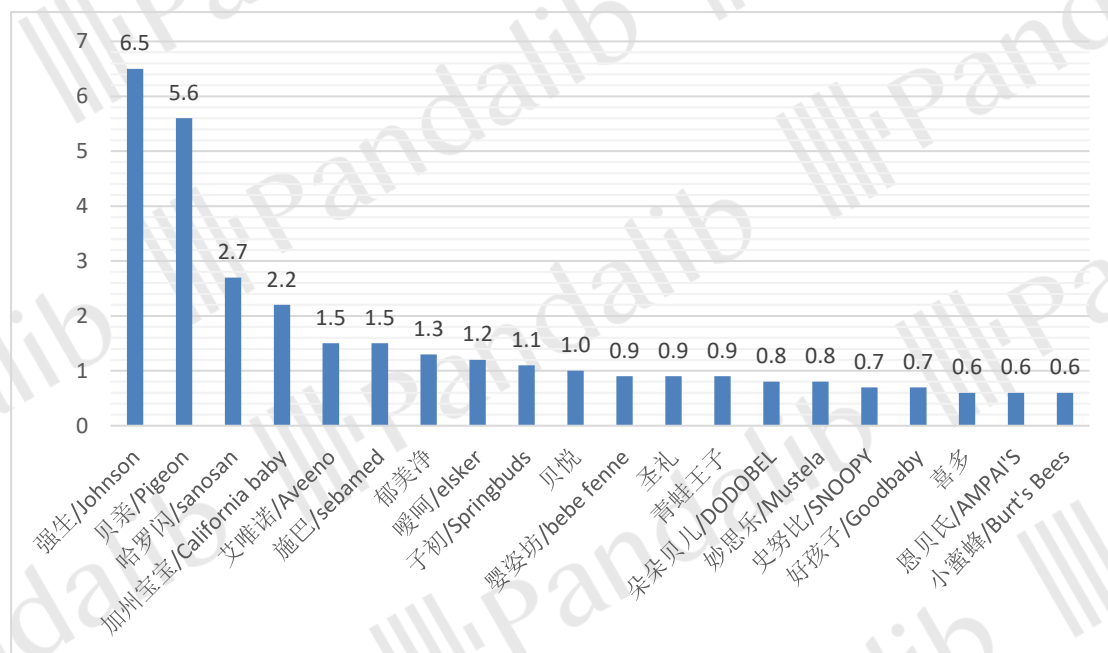
目录

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

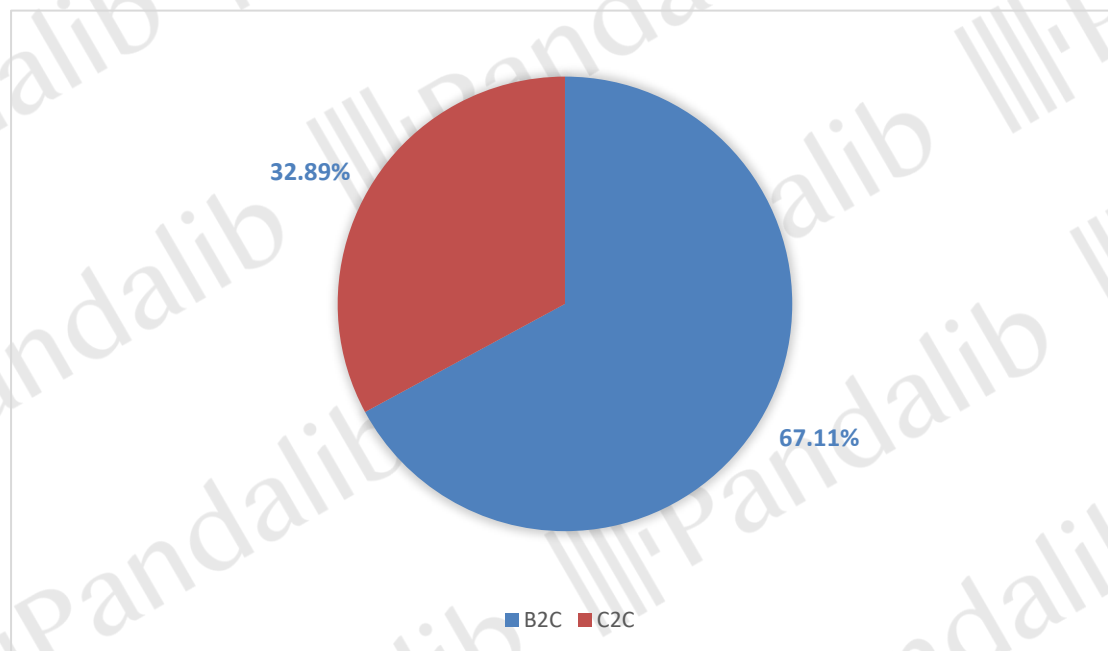
一、市场概况

2014年9月, 宝宝洗浴(沐浴露)在线上共销售45.3万件, 销售额为2550.3万元, 成交均价为56.3元, 销售额环比-14.3%。销售量排在前三位的品牌为: 强生/Johnson、贝亲/Pigeon、哈罗闪/sanosan, 其中强生/Johnson的销售量最高, 达到了6.5万件; 销售额排在前三位的品牌为: 贝亲/Pigeon、哈罗闪/sanosan、加州宝宝/California baby, 其中贝亲/Pigeon的销售额最高, 达到了301.3万元。在电商渠道方面, B2C的销售量占比为67.1%, C2C的销售量占比为32.9%; 其中天猫的销售量最高, 占比为38.8%。女性消费者高于男性, 其中男性消费者占比为46.0%; 华东地区的消费者占比最高, 达到40.5%, 其次为华南地区和华中地区。

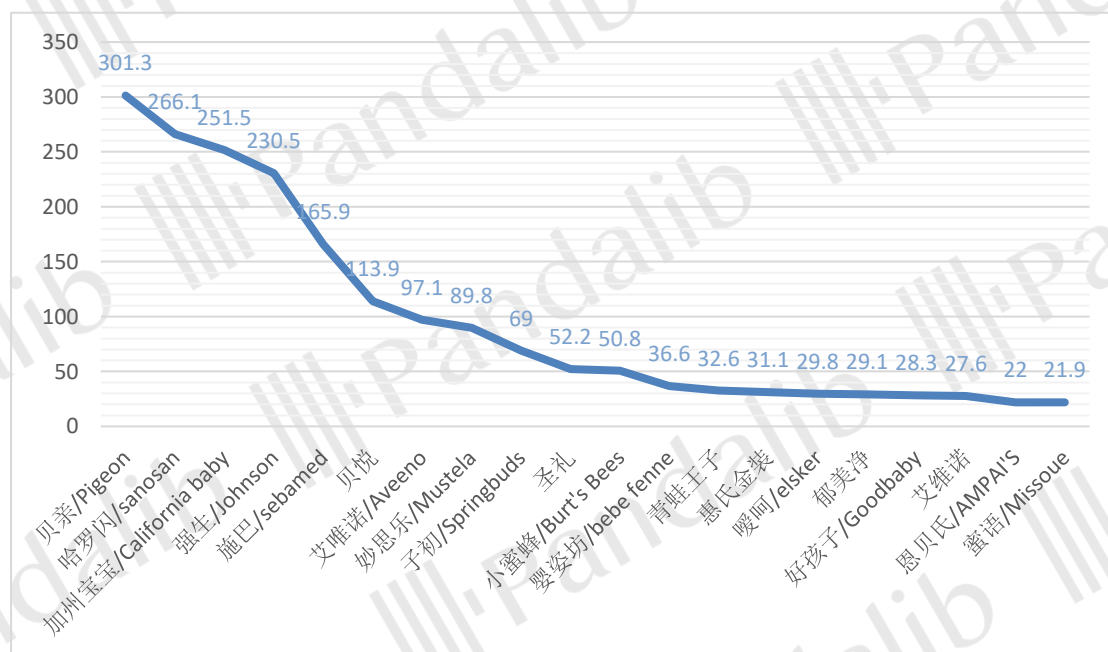
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析 (万件)



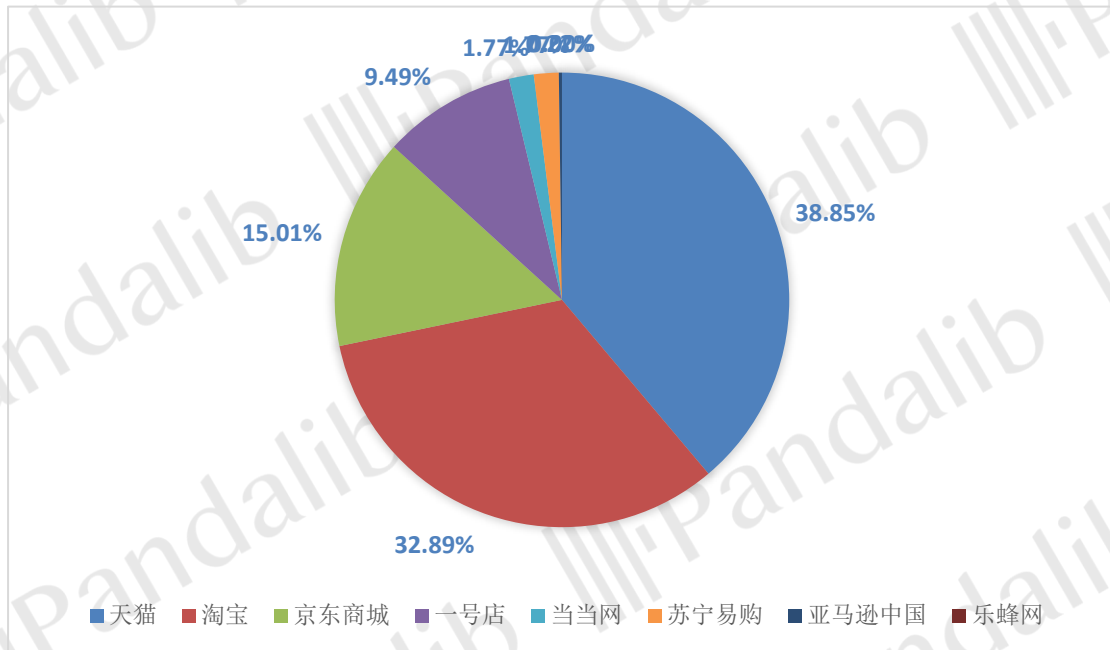
网络零售平台类型销售量占比



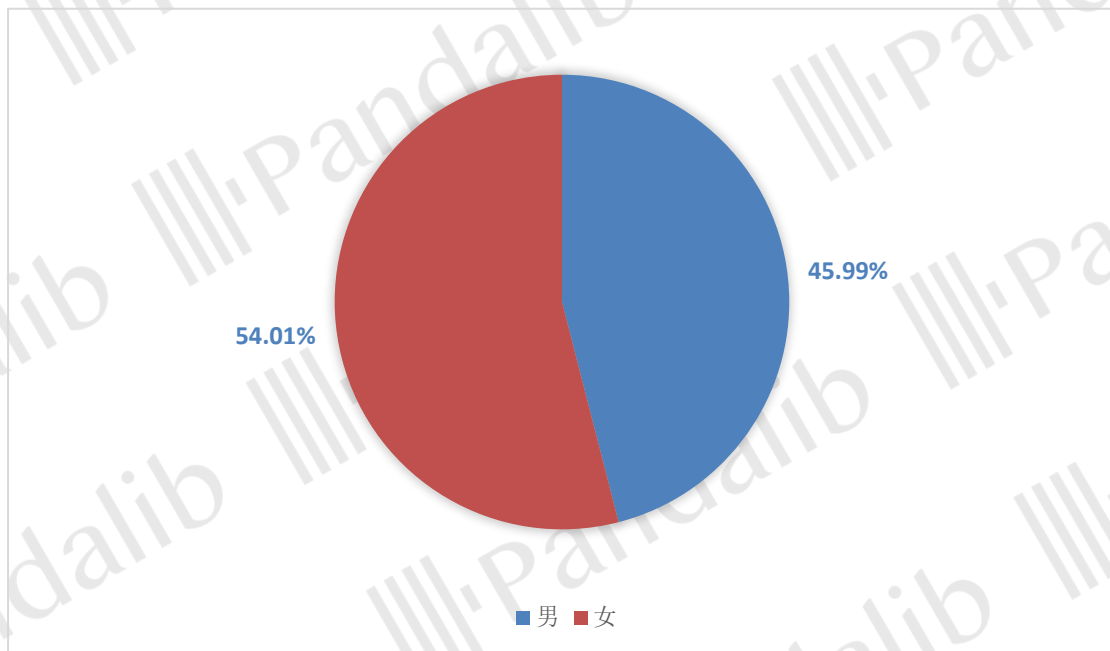
网络零售销售额排名 TOP20 品牌 (万元)



网络零售渠道销售量占比



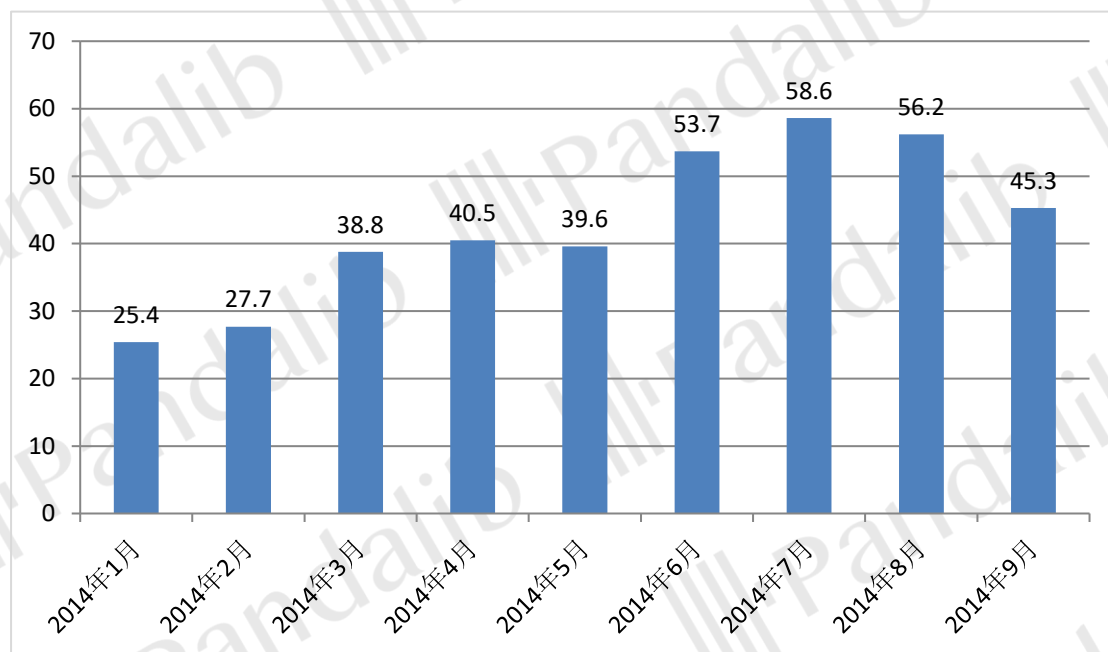
网络零售消费者性别分布



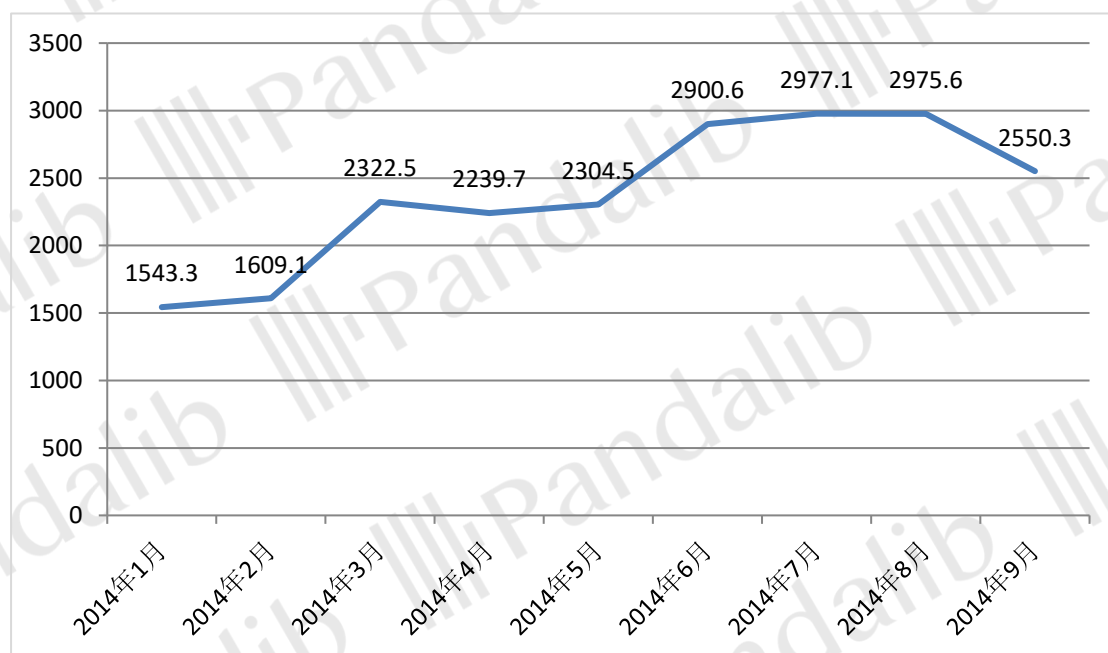
二、趋势分析

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 9 月	45.3	2550.3	56.3
2014 年 8 月	56.2	2975.6	52.9
2014 年 7 月	58.6	2977.1	50.8
2014 年 6 月	53.7	2900.6	54
2014 年 5 月	39.6	2304.5	58.2
2014 年 4 月	40.5	2239.7	55.3
2014 年 3 月	38.8	2322.5	59.9
2014 年 2 月	27.7	1609.1	58.1
2014 年 1 月	25.4	1543.3	60.8

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！