



2016 年 02 月 沐浴套装 电商大数据分析报告

Pandalib Inc.
www.pandalib.com

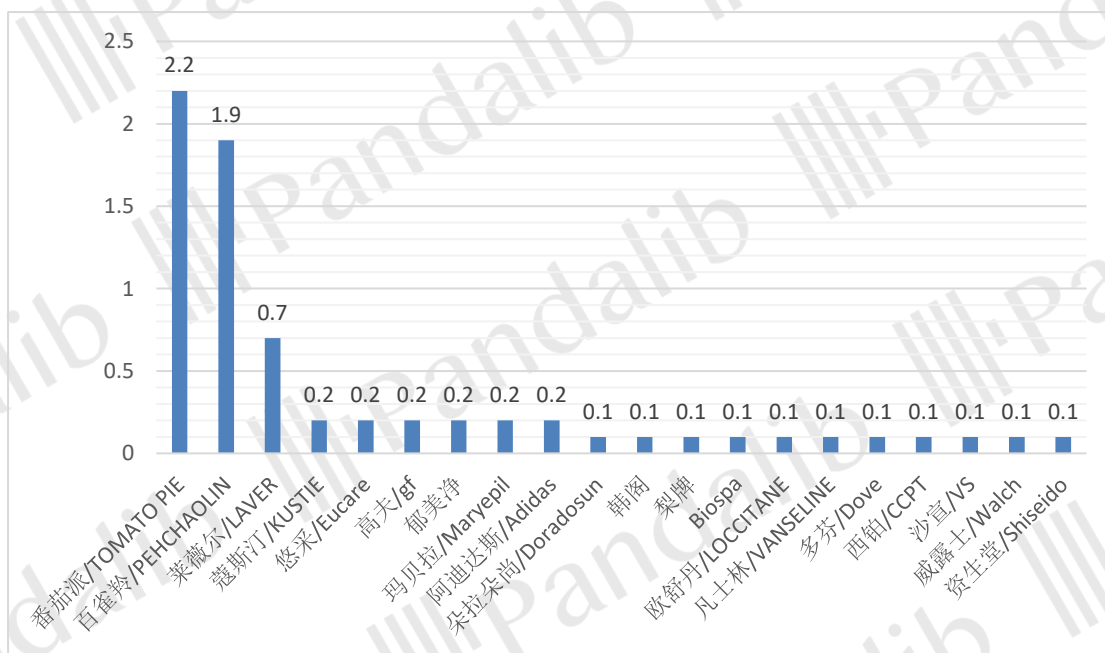
目录

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

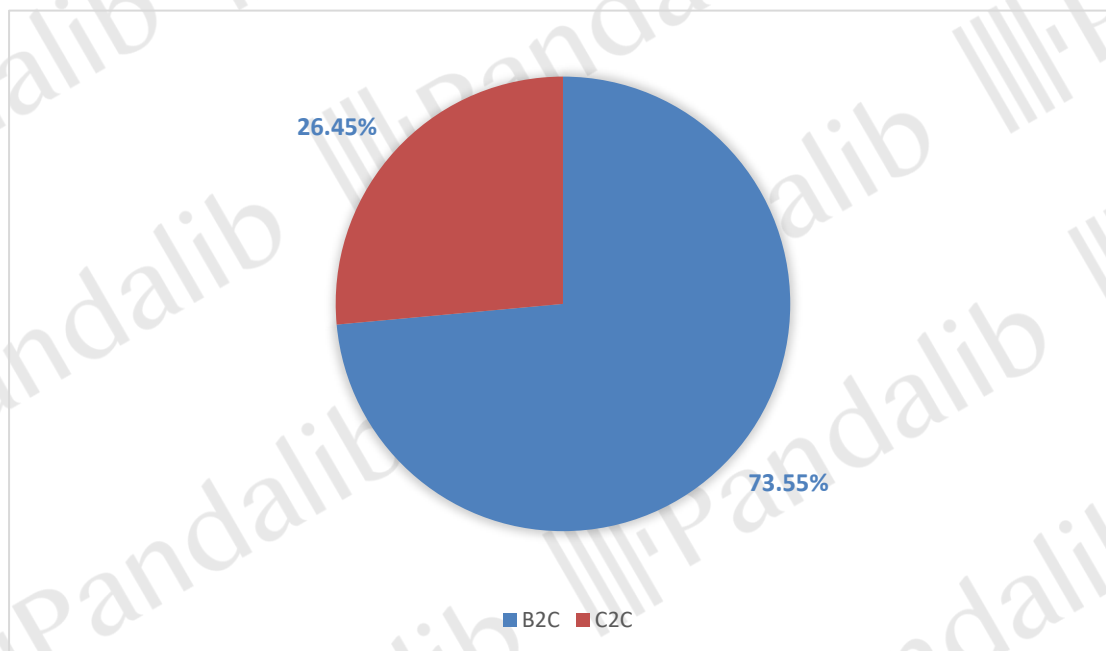
一、市场概况

2016 年 2 月，沐浴套装在线上共销售 15.5 万件，销售额为 925.3 万元，成交均价为 59.7 元，销售额环比-18.5%。销售量排在前三位的品牌为：番茄派/TOMATO PIE、百雀羚/PEHCHAOLIN、莱薇尔/LAVER，其中番茄派/TOMATO PIE 的销售量最高，达到了 2.2 万件；销售额排在前三位的品牌为：番茄派/TOMATO PIE、欧舒丹/LOCCITANE、娇韵诗/Clarins，其中番茄派/TOMATO PIE 的销售额最高，达到了 62.8 万元。在电商渠道方面，B2C 的销售量占比为 73.7%，C2C 的销售量占比为 26.3%；其中天猫的销售量最高，占比为 66.2%。女性消费者高于男性，其中男性消费者占比为 27.6%；华东地区的消费者占比最高，达到 45.4%，其次为华南地区和华中地区。

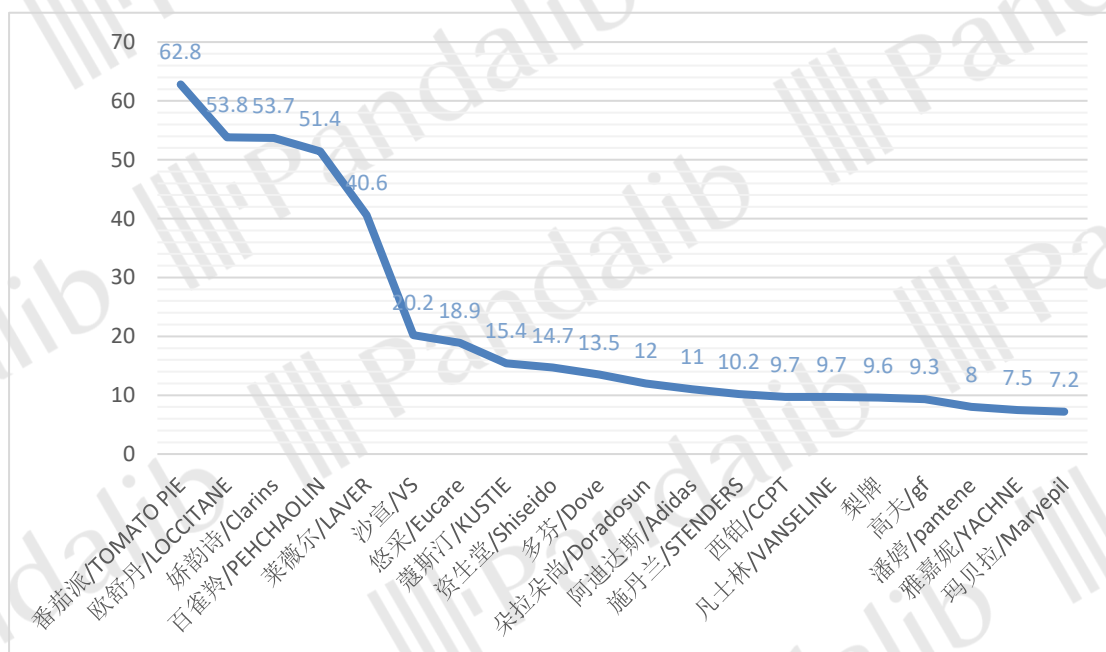
网络零售销售量排名 TOP20 品牌分析（万件）



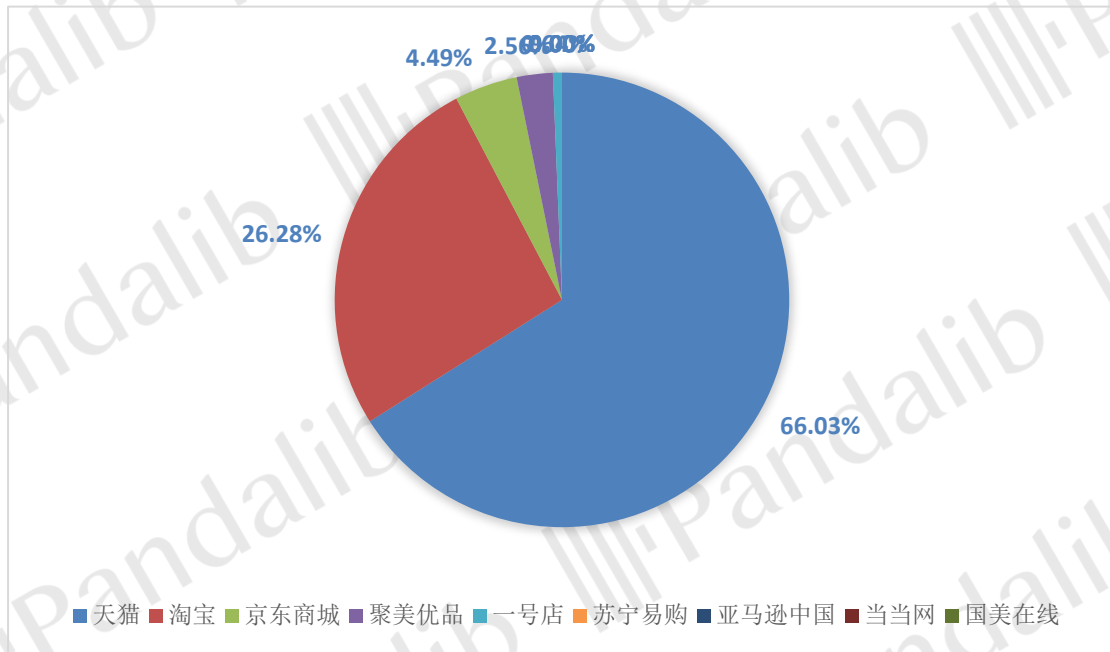
网络零售平台类型销售量占比



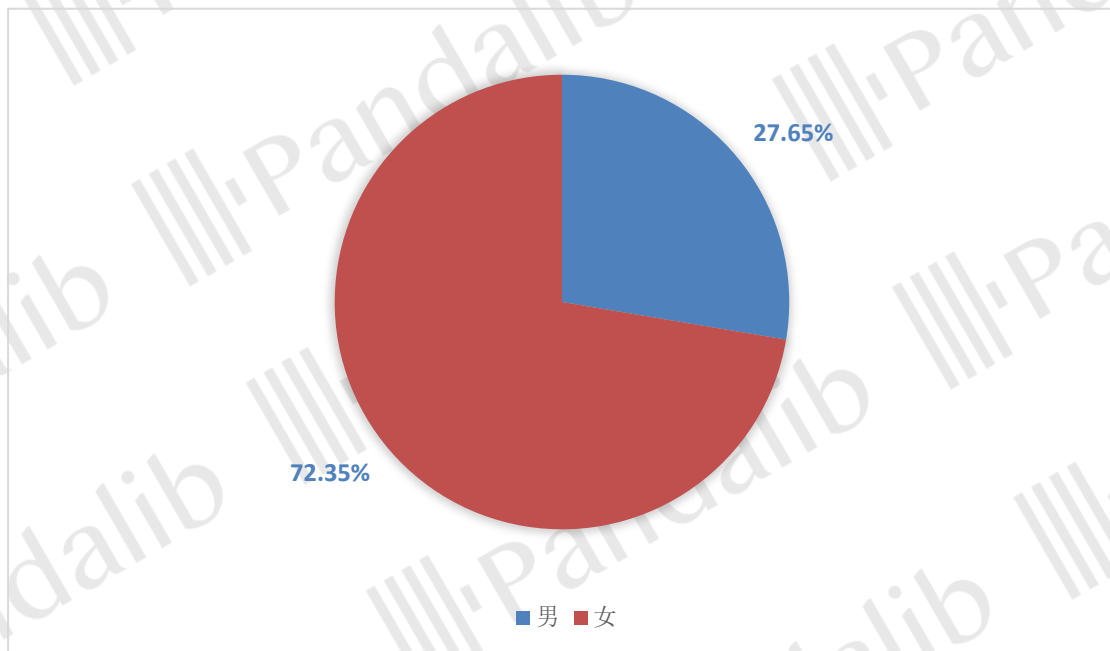
网络零售销售额排名 TOP20 品牌（万元）



网络零售渠道销售量占比



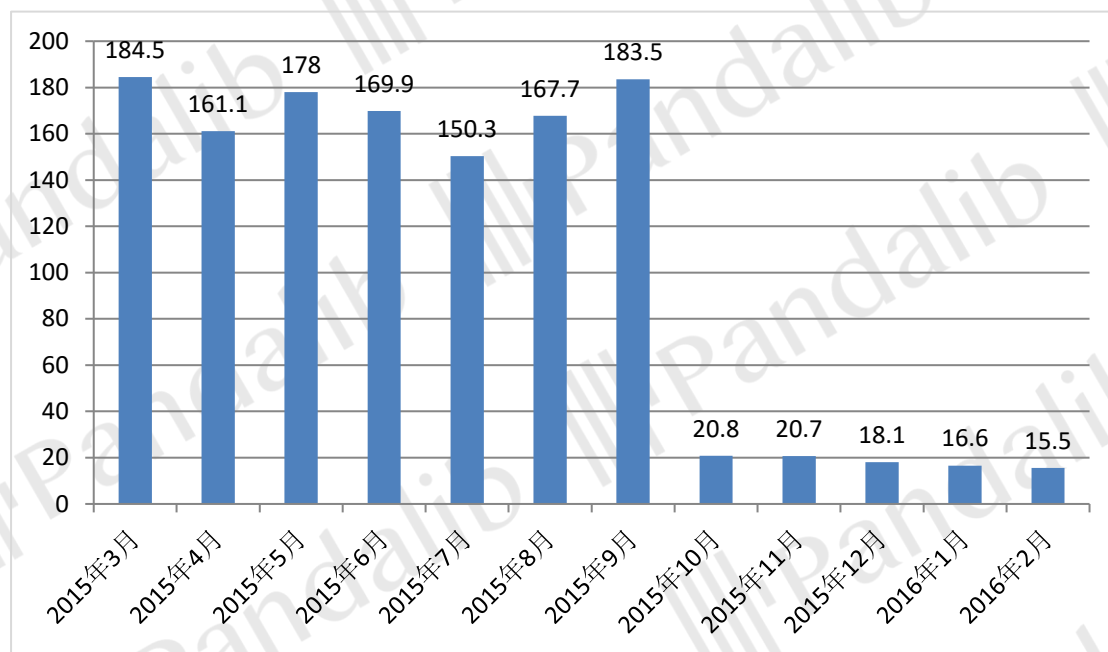
网络零售消费者性别分布



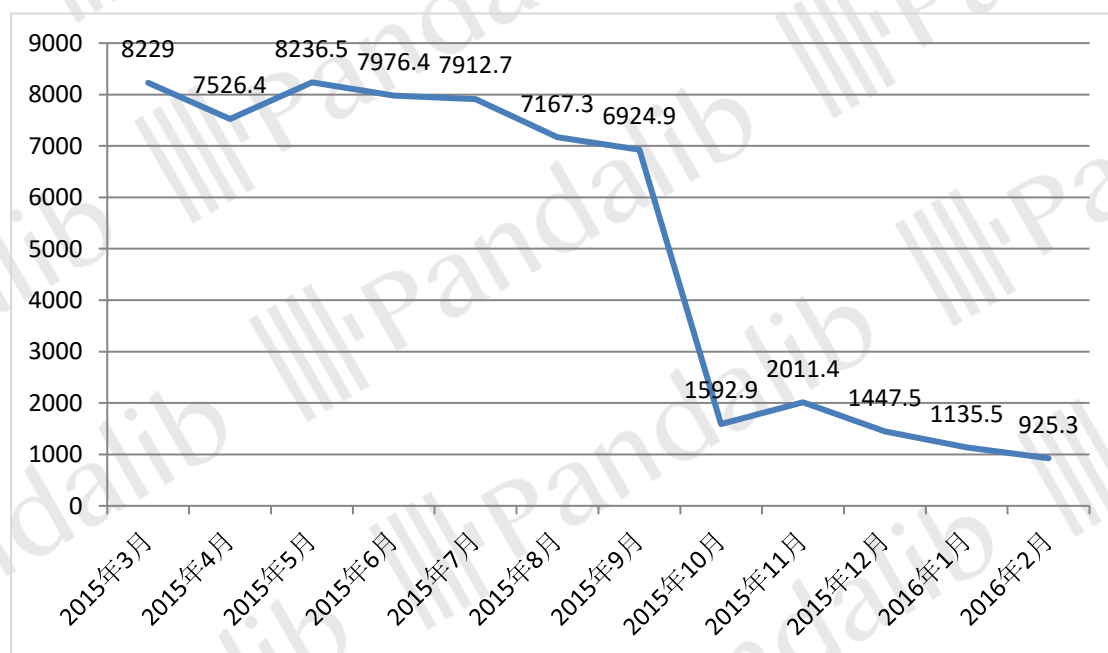
二、趋势分析

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）
2016 年 2 月	15.5	925.3	59.7
2016 年 1 月	16.6	1135.5	68.2
2015 年 12 月	18.1	1447.5	80.1
2015 年 11 月	20.7	2011.4	97.2
2015 年 10 月	20.8	1592.9	76.5
2015 年 9 月	183.5	6924.9	37.7
2015 年 8 月	167.7	7167.3	42.7
2015 年 7 月	150.3	7912.7	52.6
2015 年 6 月	169.9	7976.4	46.9
2015 年 5 月	178	8236.5	46.3
2015 年 4 月	161.1	7526.4	46.7
2015 年 3 月	184.5	8229	44.6

如需查看更多维度分析，请登录下载
完整版报告！