

一、研究目的

面膜是国内广大女性使用最广泛的护肤品之一，品牌多样，功效各异。本文以某时点淘宝面膜的 794 个样本为例，利用 R 软件进行描述统计，发现该时点最受欢迎的面膜品牌，寻找影响销量的因素，为即将进入淘宝面膜市场的卖家提供有效的依据和参考。

二、数据来源与说明

- 1. 数据来源：某时点淘宝面膜的 794 个样本
- 2. 变量说明：

表 1 变量说明

变量类型	变量名	详细说明	取值范围	备注
因变量	月销量	单位：单	0~49690	
	名称	定性变量 共 210 种面膜品牌	春纪、欧诗漫、柏氏等	
	价格	单位：元	12.85~1796	
	评价数	单位：条	1~405500	
	店铺所在地	定性变量 共 24 个省份或地区	广东、浙江、上海等	
自变量	产品产地	定性变量 共 6 个国家或地区	中国、韩国、日本等	97.23% 的面膜产品产自中国
	针对肤质	定性变量 共 2 个水平	0 代表不针对此肤质 1 代表针对此肤质	87.02% 的面膜产品适用于任何肤质，在此处理成不针对特定肤质，提到某种肤质则为针对某种肤质
	功效	定性变量 共 2 个水平	0 代表有此功效 1 代表无此功效	96.85% 的面膜产品提到了补水保湿的功效

三、描述统计分析

1. 因变量：月销量

在 794 例样本中，面膜月销量的均值为 1282 单，中位数却为 199 单，表明淘宝上面膜销量呈现明显的右偏分布，50%的面膜月销量低于 199 单，75%的面膜月销量低于 909 单。这说明大部分店铺的销量非常少，只有少数 17 家店的月销量破万。

在这些样本中，最大值为 49690 单，品牌是“精装金美芙坊”，价格 159 元，累计评价 405515 条；最小值为 0 单，品牌分别是“SIROSE”、“植美村”，价格分别为 412 和 129，累积评价分别为 5 条和 4 条。由于面膜的月销量呈右偏分布，因此图 1 为销量的对数直方图。

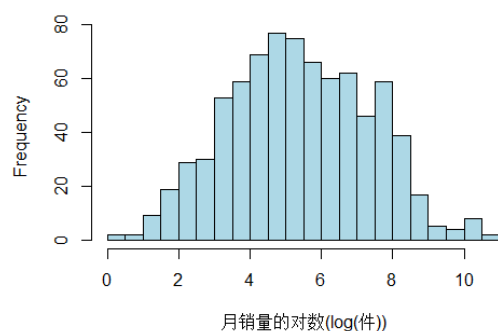


图 1 月销量对数的分布

## 2. 自变量

### (1) 品牌

数据中共有面膜品牌 210 种,如图 2 所示,最多店铺售卖的面膜品牌前五名分别是韩后、美肤宝、自然堂、温碧泉、春纪,而淘宝月销量最高的品牌前五名分别是春纪,欧诗漫,柏氏,精装金美芙坊。

从表 1 可以看出,除了精装金美芙坊只有一家店售卖外,多店售卖的品牌与销量高的品牌多有重合,表明受消费者欢迎的品牌与受商家欢迎的品牌是一致的。韩后、美肤宝、自然堂、温碧泉这四个品牌中,销量前三的店铺销量占总销量为 50%左右,春纪、柏氏、欧诗漫这三个品牌,销量前三的店铺销量占总销量已达 80%以上,属于垄断市场。新进入淘宝面膜市场的卖家可以避免售卖这几种几乎被垄断销售的面膜。

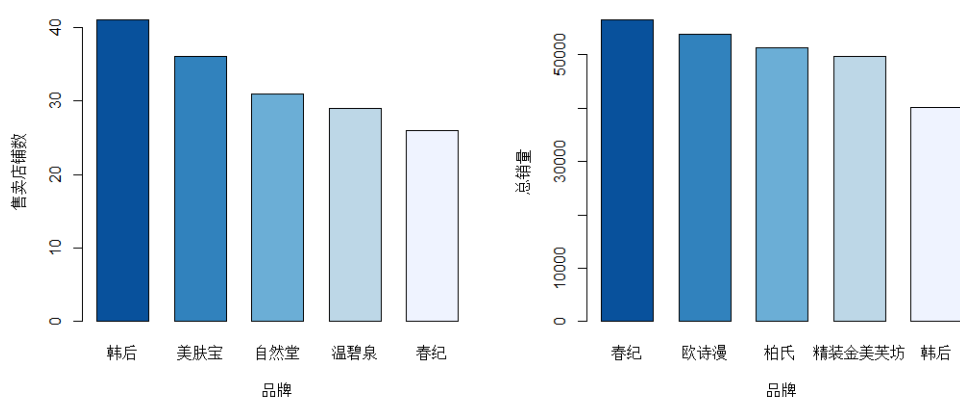


图 2 售卖店铺数和总销量最多的前五名品牌

表 2 上述品牌的销量信息

品牌	韩后	美肤宝	自然堂	温碧泉	春纪	柏氏	欧诗漫	精装金美芙坊
售卖店铺数	41	36	31	29	26	26	24	1
淘宝总销量	40063	23383	31361	30852	56528	51286	53949	49694
销量前三店铺销量	16199	13304	17314	14200	47007	46437	44412	49694
占总销量	40.43%	56.90%	55.21%	46.03%	83.16%	90.55%	82.32%	100.00%

## (2) 价格与评价

如图 3 的价格对数直方图所示,面膜的价格也呈右偏分布,中位数为 167.20 元,均值为 197.2 元,最贵的一款面膜的品牌是七水,价钱为 1796 元,最便宜的一款面膜的品牌为相宜本草,价格为 12 元。90%的面膜价格集中在 49~400 这一区间。由图 4 也可以看出价格与销量没有明显的线性关系,而月销量与评价数呈正相关关系,大量的订单才会带来大量的评价。

## (3) 针对肤质

如图 3 所示,87.03%的面膜适用于任何肤质,即不针对特定肤质而设,只有 12.97%的面膜只适用于一种或几种肤质,少数针对特定肤质的面膜中,频次从干性、中性、混合型、油性、敏感型依次减少。由于适用于任何肤质的面膜占了大部分,因此该变量对分析销量影响作用不大。

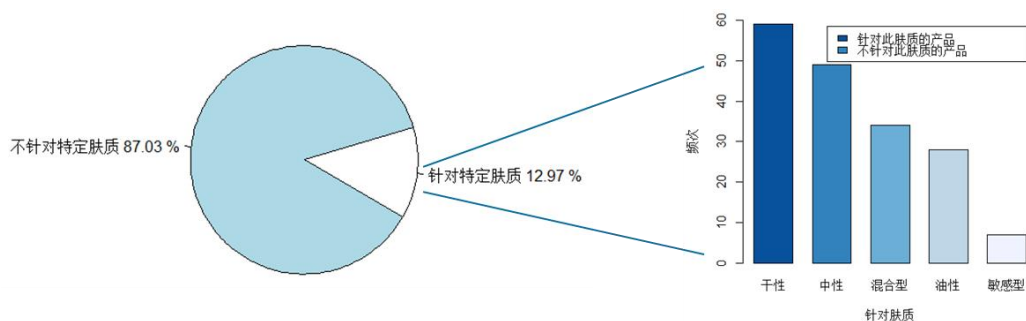


图 3 面膜针对的肤质情况

## (4) 功效

如图 4 所示,96.85%的面膜具有补水保湿的功效。除了一款品牌为片仔癀的面膜无任何下述功效外,19.62%的样本只有其中一种功能,80.38%的面膜不止具有一种功效。由箱线图图 5 可以看出,功效越大,则其销量越呈右偏分布,功效有 4~5 种的面膜比功效只有 1~3 种的面膜更可能获得高的销量。除了价格最贵的面膜——售价 1796 元的七水面膜具有 5 种功效外,功效的多少对价格无明显影响。

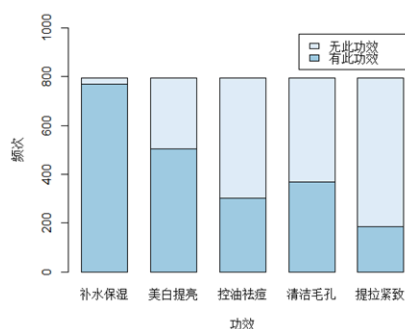


图 4 面膜功效分布

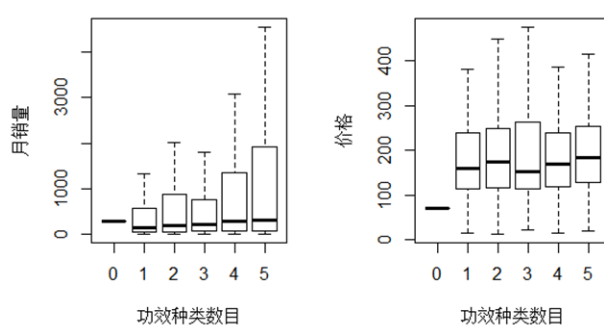


图 5 功效种类与月销量的关系

## 四、结论

站在面膜卖家的立场,如果希望进入淘宝面膜市场并站稳脚跟,首先应该做好月销量惨淡的心理准备,其次可以选择售卖受大众欢迎但没有被严重垄断的品牌的面膜,如韩后、美肤宝、自然堂、温碧泉等,并且可以选择大众容易接受的价格在 50—400 元之间的产品,最后,可以尝试进功效较多的产品,因为功效越多的产品越有可能受大众欢迎。