

市场通讯

2020 年第 3 期

(总第 248 期)

无锡市市场指导委办公室

编印

无 锡 市 场 协 会

2020 年 3 月 29 日

目录

安全生产：强化安全生产法治意识 依法履行安全生产责任

爱心公益：爱心公益 市场在行动

行业研究：2019 年无锡市商品市场分析及 2020 年展望

市场运营管理中数据分析的必要性

无锡市场网：<http://www.wxscxh.com>

无锡市场协会投稿邮箱：2480178758@qq.com

编者按：岁末年初新型冠状病毒感染的肺炎疫情爆发，虽然目前疫情的阴霾还在，却挡不住春天的脚步。春风拂面，暖阳和煦，各市场已陆续复工复产。截止2020年3月26日，无锡市场90%已经开始营业。市场协会在此提示：在经历了疫情之后，复工复产更要重视安全生产。企业要严守安全底线和红线，认真履行安全生产主体责任。加强日常监管和执法检查，推动风险隐患排查整改。本期特地刊登了市应急管理局蒋会忠副调研员在协会年会上的辅导讲话（摘要），供各会员单位学习。

强化安全生产法治意识 依法履行安全生产责任（摘要）

无锡市应急管理局 副调研员 蒋会忠

一、生命高于一切，安全重于泰山

中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在中共中央政治局常委会会议上发表重要讲话，对全面加强安全生产工作提出明确要求，扎扎实实落实安全生产责任制，堵塞各类安全漏洞，坚决遏制重特大事故频发势头。习近平总书记在党的十九大报告中指出树立安全发展理念，弘扬生命至上、安全第一的思想，健全公共安全体系，完善安全生产责任制，坚决遏制重特大安全事故，提升防灾减灾救灾能力。习总书记指出，近几年来重特大突发事件，不论是自然灾害还是责任事故其中都不同程度存在，主体责任不落实、隐患排查治理不彻底、法规标准不健全、安全监管执法不严格、监管体制机制不完善、安全基础薄弱、应急救援能力不强等问题。

二、安全生产事故多发的原因及对策

对安全发展科学理念还没有形成全社会的共识，一些地区、一些单位还没有把安全生产真正地纳入经济社会发展的总体战略，还存在忽视安全生产的倾向(一把手：人力、财力、物力)。中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《地方党政领导干部安全生产责任制规定》，安全是发展的前提和保障：无数事故证明“辛辛苦苦几十年，一夜回到解放前”的案例举不胜举。

(一)提高安全生产重要性认识和组织领导

落实安全生产“四个”责任：党政同责、一岗双责、失职追责、尽职免责----是根本之策。安全生产管理不落实、不到位才是导致件件血的教训的根本原因。

每位干部职工都能实现由“要我安全”到“我要安全”的转变，都能做到按规章制度办事，按操作规程操作----这就是安全的保证。

(二)要严格落实企业安全生产主体责任

对安全发展科学理念还没有形成全社会的共识，一些地区、一些单位还没有把安全生产真正地纳入经济社会发展的总体战略，还存在忽视安全生产的倾向。

从唯物辩证法的哲学角度看，安全生产政府监管属于外因，生产经营单位主体责任的落实属于内因。生产经营单位在安全生产工作中起着决定性作用，政府在安全生产工作中起着加速推动作用。政府监管的力度和作用再大，是第二位的原因。如果政府监管满分为100分，生产经营单位主体责任落实满分为100分，不出安全生产事故满分为100分。它们的关系可为：政府监管0分+主体责任落实100分=安全生产100分，政府监管100分+主体责任落实0分=安全生产0分。

(三)隐患排查要见底、治理要彻底

生产经营单位应当建立健全生产安全事故隐患排查治理制度，及时发现并消除事故隐患。构成生产安全重大事故隐患的，生产经营单位应当编制治理方案，明确治理的目标和任务、采取的方法 and 措施、经费和装备物资的落实、负责整改的机构和人员、治理的时限和要求、相应的安全措施和应急预案等内容。

生产安全事故隐患排查治理情况应当通过文字、图像等方式如实记录，并向从业人员通报；记录保存期限不得少于三年。

（四）加强消防安全管理的重要性认识

火灾是当今世界上严重威胁人类生存与发展的常发性灾害之一。

作为一个企业，在向市场要经济效益的同时，又要重视安全生产，防患于未然，这样才能实现利益和安全“双赢”。

安全生产隐患排查到底怎么查？采取的措施：定期排查是一项非常重要的措施。一是要全方位排查—地毯式，企业至少每月一次全方位排查，尽早发现问题；二是进行车间排查每周一次；班组排查每天一次，把风险隐患消灭在萌芽阶段。（人的行为随时查）对企业负责人：日常工作一定要重视风险隐患排查，要亲自组织参加，安全管理人员要深入细致排查，督促车间、班组及时排除隐患。对应急物资、器材分类存放、人人会用。

（五）强化应急救援演练

一个企业必须具备完善的应急体系，才能保证在事故发生时，通过应急体系各个组成部分的快速反应、准确地启动相应的预案，使应急资源发挥其最大化功效，有效预防和降低突发事件的损失和影响程度。

（六）强化安全宣传教育培训

监管人员的素质能力低；从业人员安全意识、常识、技能缺乏，导致“三

违”现象不能杜绝的突出问题。

企业要教育员工做到：“五想五不干”，即：一想安全风险，不清楚不干；二想安全措施，不完善不干；三想安全工具，未配备不干；四想安全环境，不合格不干；五想安全技能，不具备不干。

（本文根据蒋会忠副调研员ppt 整理）



爱心公益 市场在行动

新型冠状病毒疫情的爆发，随之带来的是市场无法正常经营、防疫物资短缺，消费低迷等问题。这给原本就不大景气的实体经济无疑是雪上加霜。大疫无情人有情！面对新型冠状病毒疫情，我市许多市场在积极做好市场保供的同时，纷纷延期开工减免租金，减免企业压力，金额高达数百万元。很多市场纷纷组织了捐款、捐物、献爱心、做好事。此外也出现很多经营户为市场捐献防疫物资，市场为街道援助物资，农贸市场为隔离人员送菜、市场党员捐款、市场经营户自发捐款等爱心之举。众志成城，同舟共济，相信在大家的努力下，我们一定能跨过寒冬。市场协会感谢社会各界同心协力，伸出援助之手，共克艰难！

无锡市场协会凝聚爱心 共抗疫情

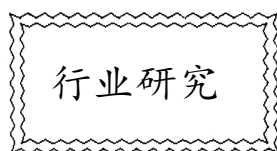
排名不分先后

单位	捐款内容	市场免租金额
金桥国际食品城	经营户捐款 TH 牛奶 4000 箱价值 60 万及 690000 元	
国联金属材料市场	员工捐款 10448 元	免租 30-45 天 约 200 万

无锡红星美凯龙		免租一个月 826 万
华夏家居港	商场党员 14 人参加募捐 1999 元 卢浮宫业主陈小云募捐 30000 元	免租一个月约 850 万
东方国际轻纺城 (含轻纺城、皮革城、木雕城)		免租一个月 749.65 万
华东商贸城		免租一个月 470 万
江阴长三角集团	党员募捐 19488 元	免租一个月约 100 万
江阴金三角建材		免租一个月约 650 万
华东建材市场		免租一个月约 180 万
崇安集贸市场	向 248 个摊位业主免费发放九百余只 口罩	免租一个月约 100 多万
江阴市纺织市场有限公司		免租 3 个月 80 万元
广益副食品市场		免租一个月 48 万
江苏友谊文化产业 有限公司		免租一个月 40 万
南方不锈钢市场	党支部捐款 8000 元 商户捐赠防疫物 资、消毒液 10 箱	
天鹏食品城	经营户自发向疫区、医院、市场捐献防 疫物资； 党员捐款 13000 元	市场免租 1 个 月 650 万

盛阳食品城	返锡隔离观察人员 20 人支付 56000 元 10 名党员参加社区募捐活动 1800 元 捐赠经营户、进货商口罩消毒液等防疫物资约 20000 元 董事长龚志勇捐款无锡市光彩事业促进会 20000 元 捐赠广益睦邻中心社区医务人员水果、鲜花 2800 元	
无锡市港下双面呢市场	21000 元	
神州二手车市场	给街道社区捐赠口罩、消毒液、防护服 台州商会共捐助 15 万	
江阴农副产品批发市场	消毒液 口罩等防疫物资	
五洲工博城	党员捐款 14600 元、3000 只口罩等	
五洲商业管理有限公司	慰问物资（方便面、矿泉水、消毒水等总计 21271.2 元）；市场商户联合捐款 46888.88 元； 装饰城党支部党员捐款 1766 元	
江阴木材交易中心	2 万只口罩及 11.11 万	
大地商业运营公司	3000 元	
锡沪装饰材料市场	党员捐款 1500 元	优惠租金一个月 120 万
鑫雅市场	捐助 5L 消毒液 1000 只口罩、160 桶 75%酒精 50 箱牛奶给街道	
云林农贸市场	进口额温枪 10 把、消毒液 30 桶 义务给隔离户送菜送米送日用品	
新安感知市场	经营户向市场捐献防疫物资	

江阴市场建设有限公司		免租三个月 290 万
江苏鑫运仓储管理有限公司	向江阴市慈善总会捐款一万元	
金泰国际装饰城	捐华庄街道 10 把额温枪	减免 3 个月物业费 65 万
梦之岛数码港市场有限公司	捐惠山街道 900 只口罩 捐给无锡水务集团 5000 只口罩	给商户减免约 38 万租金



2019 年无锡市商品市场分析及 2020 年展望

2019 年,无锡市商贸经济调控保持战略定力,商贸经济延续总体平稳、稳中趋缓的发展态势,其中无锡 383 家商品市场充分发挥了经济稳定器作用。商品市场呈现生产和居民消费整体平稳、城乡居民消费,周期性、政策性因素扰动商品市场等问题走势分化。展望 2020 年,无锡市商贸经济虽受新冠肺炎疫情影响,但商品市场平稳运行具备坚实基础。综合判断,商品市场供需有望继续保持平稳增长态势。

一、2019 年商品市场运行的主要特征

2019 年,在经济增长疲软、外部环境不确定性增多的情况下,无锡市商品市场经营延续总体平稳。能充分体现无锡商品市场经济增长变化的:市场销售额、营业面积、商铺的出租率、经营户及从业人员情况,能从一个角度反映市场经济运行的情况。为此无锡市场协会在全市 383 家各类市场中抽样了 40 个监测点,监测统计的数据如下:

2019 年度抽样的四十个重点商品市场经济主要指标汇总表

单位：(亿元) (万平方米) (个)

行业类别 采集单位 个数	成交总 额 (亿 元) 同比 增、减 %	营业(建 筑)面积 (万平 米) 同比 增、减 %	市场商 店铺 (个) 同 比增、 减 %	商铺出 租率及 同比 增、 减 %	经营户 个数 同比 增、 减 %	市场从 业人员 (个) 同比 增、 减 %
生产资料 12	3524.58 +21.8 %	146.83 +7.2 %	1444 +1.8 %	93% +31.8 %	6678 +0.8 %	45555 +2.8 %
工业小商 品 7	188.37 -5.7 %	80.11 -7.1 %	15588 -8.7 %	83% -13.6 %	6924 -7.3 %	37710 -6.7 %
建材家居 6	84.88 +12%	77.91 -9%	7709 -10%	92% +11%	2812 -8%	10122 -7%
农副产品 7	421 +18.7 %	69.4 +11%	3717 +1.2%	93% +6.2%	3052 +2.4%	13937 +2.8%
农贸市场 8	22.47 +2%	11.04 +4.3%	3043 +1.2%	87.61% +0.5%	2710 +0.2%	6960 +7%
合计	4241.3 +12.5%	385.29 +16%	31501 +6.5%	87.6% +9%	22176 +6%	114284 +8%

以上抽样的四十个重点商品市场分别为：

生产资料行业以无锡国联金属材料市场、无锡五洲工业博览城、无锡南方不锈钢市场、无锡中储金属物流市场、无锡硕放不锈钢物流园、江阴纺织市场、江阴长江港口物流园、江阴长三角钢铁集团、江阴港国际木材交易中心、江阴鑫远仓储、江苏长阳金属材料 12 个市场为抽样信息采集点

（单位）数据为样本。

工业品小商品行业以无锡招商城、无锡皮革城（轻纺城电动车、摩托车、装饰材料等）、无锡华东商贸城、无锡梦之岛通讯市场、无锡旧货市场、东港双面呢市场、九龙湾花都市场的该行业 7 个骨干市场为抽样统计信息采集点（单位）数据为样本。

建材家居行业以无锡五洲国际装饰城、无锡华厦家居港、江阴金三角建材家居村、无锡金泰国际装饰材料市场、锡沪装饰材料市场、华东装饰城 6 个规模以上建材家居市场为抽样统计信息采集点（单位）的数据为样本。

农副产品行业以无锡天鹏菜篮子工程有限公司、无锡盛阳食品城、江阴江南农副产品批发市场、无锡新米市、无锡金桥国际食品城、无锡广益副食品商城、金桥参茸保健品批发市场等 7 个市场统计信息采集点（单位）数据为样本。

农贸市场行业在全市 258 个市场中抽样了各区具有一定代表的大中型市场，如无锡崇安寺、靖海、盛岸、亿丰、新安、稻香、春勤、周新等 8 农贸市场统计数据为样本。

从以上抽样的 40 个信息采集点（单位）数据为样本中（剔除调整单位的因素外）与 2018 年同期相比可以看出，除工业品日用消费品百货业销售额在实体市场仍有下降 5.7 % 外，其他行业都是有所增长，特别是生产资料行业增长 21.8 % 和农副产品销售额增长 18.7 % 增幅较大，包括建材家居行业也有 12 % 增长的趋势，说明市场供需在不断的变化。具体各行业表现的特点如下：

1、因制造业的重振雄风使生产资料行业市场同比有较大增幅。2019 年

该行业规模以上抽样的市场完成交易额 4241.3 亿元，增幅比去年同期增长 21.8%。从抽样调查来看，按市场规模和综合经营能力强的市场成交总额增幅较大，商铺出租率也较高。而行业中单一的江阴纺织市场、木材交易中心及规模较小的市场商铺出租率跌幅创了历史新低。

2、工业品小商品消费品行业的穿着商品明显走弱。从基本生活商品看，居民“吃类”商品总体保持了平稳增长态势，人均食品烟酒商品支出增长 6.1%，较上年同期提高 0.5 个百分点，主要原因还是猪肉商品支出增加。结合有关社会消费品零售总额数据来看，相对于食品商品来说，烟酒类商品增速放缓更明显。与此同时，居民“穿类”“日用消费”商品下降态势明显，人均衣着商品支出下降 3.8%，列八大类商品下降第七位。一方面，环保压力导致纺织印染等行业成本较快上涨，服装行业价格在 2019 年初涨幅高达 50%，之后维持高位运行，影响商品意愿；另一方面，经济下行期居民商品趋于谨慎，与吃类“必需”商品相比，更易缩减衣着等“可选”商品。值得注意的是，城镇居民人均衣着支出增速已经降至 1.8%，成为下拉总衣着商品的主要力量。在消费商品下降的情况下，服务商品总体呈现蓬勃发展势头，成为拉动我市消费品市场的新动力。其次，网购商品继续走强。2019 年以来，网上商品，特别是实物网上商品增速出现扩大行业范围。许多实体市场已成为网上零售物品的仓储和代销店，据相关统计资料显示其销售额已经占到社会商品零售总额的 29.5%，较上年同期提高 2 个百分点。信息 IT 商品出现波动。2019 年以通信器材为代表的信息商品增速逐步下滑。增幅同比下降了 4.3 个百分点。

工业品中五金机电类市场的销售额，随着无锡市制造业的不断加强和复苏也有较大的增长。但小商品消费品行业受网络及诸多因素冲击和影响，

市场一直处于疲软的状态,摊位的出租率和销售额明显下滑,短期难觅得到恢复,因此该行业面临着必须加快转型升级的考验。

3、建材家居行业已经从体量高速扩张向质量提升、技术进步、动能转换的方向转变,新兴建材家居行业有较快发展。行业发展发生了新变化,许多大型市场都在转型升级中拓展了建材家居业态,只占居无锡三分之一建筑装潢家居类的6个市场的经营面积已达77.91万平方米,整体市场的经营面积比去年同期增幅有所缩减。2019年以来,从中央到地方贯彻了“房住不炒”的总基调,住房相关商品与市场同步,与购房相关的居民支出的带动作用明显趋于逆转。坚持“房住不炒”、坚持把房地产作为短期刺激经济的手段,促进了无锡市房地产市场平稳运行,全市商品房销售面积和销售额增长情况均保持低位运行。受此影响,规模以上单位的家具零售额以及建筑装潢材料类零售额分别增长6.1%和5.8%,增速较上年同期均上升了3.2个百分点。该行业大部分市场,如何一边调结构一边挖潜力,打造自己的品牌,抓住自己的客户来做好自己的大文章是该行业的一个共识。

4、农副产品品种增幅趋平稳。除广益副食品商城、盛阳食品城外其它抽样的5个市场商铺出租率均达到100%。2019年,市场水产品,同比增长30.30%;市场包装食品,同比增长17.8%(其中进口休闲食品增幅比较明显);肉类品,同比增长相对较小为4.1%;2019年,猪肉价格快速上涨成为商品市场一大焦点。对于生猪市场来说,产能严重缩减离不开两方面因素:一是2015年开始,多个文件对重要水系沿线地区养猪实行调控,原本生猪产能最为集中的部分南方地区甚至出现禁养,而由于北方地区也担心环保压力,产能北迁并不顺利,最终全国生猪产能大降。二是非洲猪瘟的出现不仅导致存栏数下降,而且省际禁运导致区域间生猪调配困难,短期

内加剧了猪肉供需矛盾。总的来看，前期政策叠加和过度执行明显影响全国生猪产能，非洲猪瘟加剧了供需矛盾，最终导致猪肉价格快速上涨，影响居民其他食用商品晕轮效应。市场粮油类比较平稳。特别要提示的参茸保健品市场批发销售正快速地在向好的方向发展。

二、当前市场反映的主要问题和困难

三、2020 年商品市场形势展望

四、对商品市场稳增长的政策建议

（以上二、三、四在下期市场通讯待续...）

无锡汇智市场发展研究所杨四方撰稿

市场运营管理中数据分析的必要性

大数据时代已经潜移默化渗透到我们生活工作生产的方方面面，在解决信息对称的问题中渐渐发挥着不可低估的作用。作为做市场运营管理者来说必须掌握数据分析思维，会做数据分析。

对于运营数据分析，在实际操作中会存在以下问题：

市场的那些数据要采集？怎么采集？

面对异常数据经常出现“好像做了什么？好像发生了什么？所以可能造成了影响”的主观臆测？

面对数据报表，不知道该怎么分析？不知道该分析什么？

数据分析作为运营最基础的一项技能，能否真正的将其价值发挥出来，合格的运营一定是数据驱动运营，而非运营驱动数据！

从单一维度到体系化的思考，是做数据分析必须做出的转变！对于数据分析需要有体系化的数据框架！

我们在考虑问题的时候都会遵循一个思路，即从宏观到微观，从全局到局部，数据分析也不例外。数据分析在市场运营中的地位作用在这里也无需多说，做数据分析一定要建立在对市场数据体系详细了解的基础上，在做数据分析时候需要在心中建立起数据体系，例如一个专业市场的总的经营面积(包括建筑面积);成交总额，成交实物量，同期比是指和去年历年的年度同期相比较；经营户户数、市场现有存在总数，比去年同期增加了或减少了多少个，出租率；市场从业人员是指经营户的从业人员数以及为市场服务的方方面面的人员数;运营中的各方面的经济成本数据等等。市场数据维度体系由大到小可以分为宏观数据、中观数据、微观数据三大层面，以上数据分析纬度并非包含了我们运营市场的所有数据纬度，在做数据分析时，我们需要结合自己的市场情况来做有用数据筛选。当然运营在提出后台需求时一定是基础数据需求，常见的如商户概况数据、PV 数、UV 数、UID 数、启动次数、留存率、跳出率、页面访问路径等，很多运营人员在完善数据后台需求时，提出一大堆数据，并且很多数据涉及到复杂的定义和计算，这样只会增大后台数据的运算压力，对运营分析实际用处并不大，反而影响数据的查看效率。运营数据分析可根据后台基础数据结合 Excel 表格导出功能，以及借助第三方数据平台来进行辅助分析，这样不仅能够降低后台数据开发成本，也能大大提高数据分析效率。

2.做数据分析需要以目标为导向，学会做数据维度的逐级拆分，以结构化思维来做运营数据的全面的，系统性的分析。

在做市场运营的数据分析时，我们可以按照以下思路来进行：

- ① 确定数据分析目标
- ② 明确数据目标的关键影响维度拆解

- ③ 找出不同数据纬度之间的关联关系从而建立起数据关系模型
- ④ 发现问题数据及出现原因
- ⑤ 针对问题数据影响维度做相应的优化

比如我们以农贸市场利润情况进行分析，市场运营最关注的就是营业额，但最本质的还是盈利情况,市场商户的盈利直接关系到市场的兴衰，按照上面提到的思路进行分析：

- ① 数据分析目标：市场的利润情况分析
- ② 确定数据目标的关键影响维度拆解：

一级维度	二级维度	三级维度	四级维度
利润	销售额	流量	
		转化率	
		客单价	
	成本	店铺固定成本	
		运营成本	
		货品成本	
		人员成本	

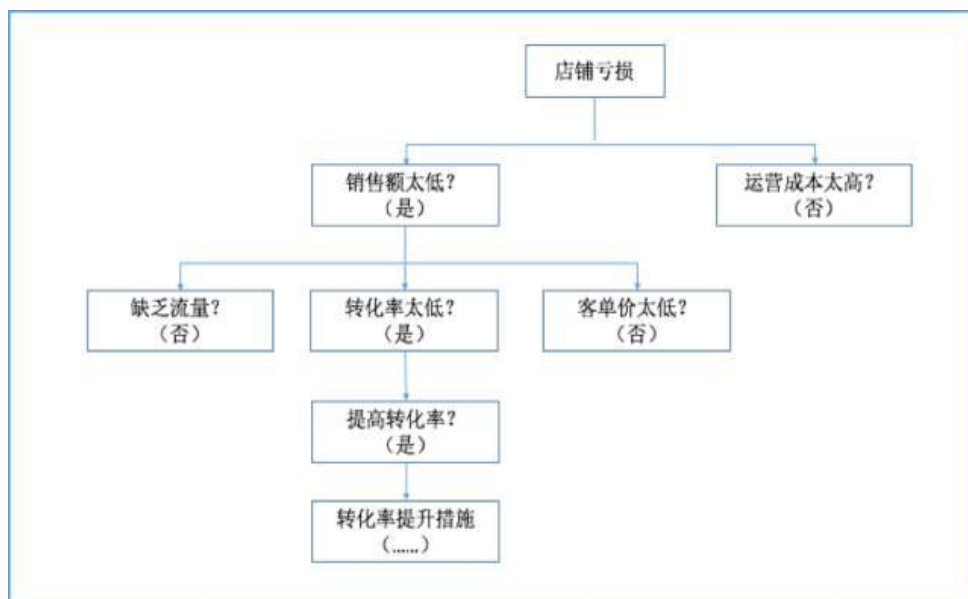
- ③ 找出不同纬度维度之间的关联关系从而建立起数据分析模型：

利润=销售额-成本=流量*转化率*客单价-（固定成本+运营成本+货品成本+人员成本）。

- ④ 根据数据模型发现问题数据：

要想实现市场利润（L）额最大化： $L(\max) = R(\max) - C(\min)$

如果市场出现亏损，那么一定是 $R < C$ ，也就是成本大于收入，我们假设出现以下情况：



根据上述的假设思路，我们可以得出，在成本合理的情况下，市场出现了亏损，那么可以得出是销售额太低，销售额不高影响原因是流量转化率。因此针对这种情况我们要做的就是提高市场的转化率。

⑤ 针对问题数据影响维度做相应的优化：提升转化率

我们可以通过以下几个方面来提高转化率：

——做好调整商户在肉类蔬菜水产及其它行业之间比例优化

——提升市场形象包装、品牌建设

——全面优化市场智能智慧化管理落地

——优化推广市场详情图片和介绍文案

——优化消费者下单支付路径和体验

——提升客服服务水平和促单技巧

——做好商户多元优化和消费群的全方位服务

——实行相应的促销策略等

.....

3.数据分析更多的是要关注多个数据维度之间的相关关系，而不是单个数据产生的因果关系！通过影响关键指标的数据维度的关联关系建立数据

分析模型。

比如我们以很多专业市场建立的公众号运营为例，公众号运营的关键指标是粉丝数和文章阅读量，而粉丝数和文章阅读量的影响纬度肯有很多个。这些纬度之间也存在相应的影响关系，具体如下：

在做专业市场公众号运营的时候，可以尝试着把你影响文章阅读量的所有数据全部梳理出来，然后去筛选出相对有用的一些数据维度，然后建立起他们的相关关系。在实际运营过程中，很多运营者每周只关注推送了多少篇文章，增长了多少个粉丝，其实还应该关注一些细节数据，比如文章标题、内容长度、内容类型跟阅读量、转发量的关系，推送时间和频次对阅读量和粉丝增减的影响，另外就是有图文、纯文字、文章图片数量、公众号单图文推送、多图文推送、头条推送和非头条推送对阅读量的影响等，这些都是需要在运营过程中需要考虑的，并且要养成对这些数据进行记录的习惯。

在市场运营过程中最基本的模型就是商户的金字塔模型了，这个金字塔模型的建立是依据商户的活跃度和贡献值来建立的，金字塔模型会将商户分成几个层级，层级越往上商户的价值越大，贡献值越高。当然这个商户金字塔模型的建立一定不是固定的，而是根据具体的市场数据情况会在层级划分和每个层级占比上都会有所不同，并且每个层级的具体需求和运营方式都是不同的。

4.做运营一定要将数据分析培养成为潜意识行为，运营过程中的一切行为和手段都可以数据化，数据驱动运营。

① 培养数据分析的系统化思维

数据分析一般会存在两种方向，一种是自上而下，另一种是自下而上。

自上而下具体的思路为：确立数据分析目标——目标影响维度拆解——各数据维度相关关系建立——发现问题数据及出现原因——问题数据

优化，这种思路是多行业多商户市场的数据分析体系或者模型的建立，从而保证数据分析的全面性。

自下而上的数据分析思路多用在市场针对已有数据报表中的数据问题发现，具体思路为：异常数据发现——该异常数据影响因素——影响因素与问题数据之间的相关关系——找出出现异常数据的原因——找到异常数据的解决办法。

② 培养数据的敏感度

数据敏感度培养别无他法，除了掌握正确的数据分析方法外，就是每天看数据，每天分析数据，用数据说话。

③ 养成数据记录习惯

做市场运营过程中会有很多细节数据，需要对这些数据进行记录，当记录的数据条数累计到一定程度，就可以通过汇总的数据发现相应的数据规律，这就是所谓市场信息采集，譬如市场成交额这个数据，有一个农贸市场的经理是这样说的：我们运营管理市场要知道市场成交额有什么用，再说这个成交额也无法知道，我们只要收好租金就行了。这就是一种极低级的运营管理思维，关于为什么要做市场信息采集的道理在上面已叙述了这里不再展开。这里想简单说一下在一个农贸市场如何统计这个市场成交额的。

比如：在一个 2000 平米的农贸市场有蔬菜商户 45 个，将占好位置的中间位置的差位置的各选 5 个商户，针对他们每天的进货量和价格平均数据，每日月连续记录多次，从而就能得到本市场一个季度的蔬菜商户的成交额了，通过这样的抽样调查，可以将市场各行业的成交金额统计出来了，当然统计的方法还有很多，可根据自己市场的特点，行业本身的独有性，设计自己统计要求的数据记录，甚至可以对自己每日的工作内容及工作花费时间的记录，从而用于工作效率优化……

数据一定都是比较理性和严谨的，所以我们需要理性的眼光来对待，当然市场类型的不同，我们需要的数据维度不同，做运营一定要学会给数据做定义，并且要保证其逻辑性和严谨性，要能经得起推敲。

数据分析是精细化的运营工作，一定要建立起体系化的思维，切勿盲目分析，随意分析。准确的科学的数据采集和分析能帮助政府决策,也能帮助我们专业市场在管理运营中发挥很重要作用，真正让信息对称尽可能做到更多的无缝对接。

无锡汇智市场发展研究所杨四方撰稿