

■ 单元二 行业数据分析

引导案例

某电商企业想要了解化妆品行业的市场需求变化，数据分析人员借助 360 趋势进行分析，在搜索框中输入行业类目词“化妆品”，随即查看需求分布，如图 3-3 所示。



图 3-3 需求分布

通过 360 趋势统计的数据可知，客户比较关注化妆品品牌排名，其次是韩国化妆品和日本化妆品。结合市场需求来看，该企业可以尝试做韩国和日本的美妆护肤产品。

此外，通过分析 360 趋势中的用户画像可知，目标用户以女性居多，年龄集中在 19-24 岁、25-34 岁这两个年龄段，如图 3-4 所示。后期选择的商品可以综合这两个年龄段的客户需

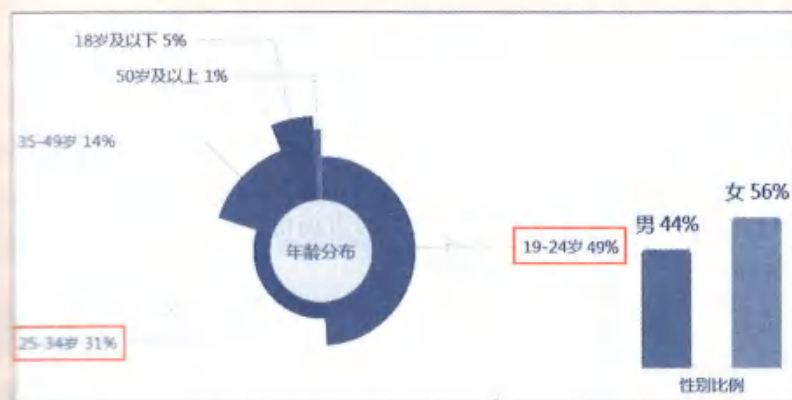


图 3-4 目标客户分析

行业进行宏观及微观
性偏好等)，用以判
行业类目下有哪些
期销售额提升的“蓝

在信息透明的互联
在。对此，需要积极
身的优势，也需要找

及时有效地调整市场或

决策的信息更充分，提

探查问题出现的原因，

意度分析，可作为企业

握以下内容：

趋势、市场需求、目标客

求分布,选择具有相应功能的美妆护肤产品。

结合案例,思考并回答以下问题:

- (1) 思考分析市场需求的必要性?
- (2) 为了使分析更全面,市场需求分析还包括哪些内容?

一、行业发展分析

电商企业未来的盈利水平不仅会受到自身发展周期的制约,而且会受到行业发展阶段的制约。如果一个行业处于衰退阶段,即使电商企业处于成长阶段,并愿意投入大量的人力、物力,其发展空间仍然非常有限,因此,电商企业前期进行行业发展分析是非常有必要的。

行业发展分析主要围绕行业的发展现状展开,包括行业集中度分析、市场趋势分析、市场容量分析等。

1. 行业集中度分析

行业集中度,又称行业集中率或市场集中度,是对整个行业市场集中度和市场势力测量的重要量化指标,可以反映某个行业的饱和度和垄断程度,一般通过赫芬达尔指数(HHI)来反映,该指数需要取得竞争对手的市场占有率。该指数在 $1/n \sim 1$ 之间变动,指数的数值越小,说明行业集中度越小,趋于自由竞争。



微课:赫芬达尔指数计算

知识链接

赫芬达尔-赫希曼指数

赫芬达尔-赫希曼指数,简称赫芬达尔指数(HHI),是一种测量行业集中度的综合指数,在经济学界使用较多。赫芬达尔指数的计算方法及步骤如下:

- ① 获取竞争对手的市场份额,可忽略市场份额较小的竞争对手。
- ② 计算市场份额的平方值。
- ③ 将竞争对手的市场份额平方值相加。

现假设某行业市场有5家企业,每家企业的市场份额分别为0.31、0.15、0.2、0.23、0.11,如图3-5所示。

想要计算该行业的赫芬达尔指数,首先需要计算不同企业各自的市场份额平方值,如图3-6所示。

	A	B
1	企业	市场份额
2	A	0.31
3	B	0.15
4	C	0.2
5	D	0.23
6	E	0.11

图 3-5 市场份额列表

	A	B	C
1	企业	市场份额	市场份额平方值
2	A	0.31	0.0961
3	B	0.15	
4	C	0.2	
5	D	0.23	
6	E	0.11	

图 3-6 市场份额平方值计算

分别计算出 5 家企业的市场份额平方值之后,将市场份额平方值相加,即可得出该行业的赫芬达尔指数,如图 3-7 所示。

	A	B	C	D
1	企业	市场份额	市场份额平方值	行业赫芬达尔指数
2	A	0.31	0.0961	0.2236
3	B	0.15	0.0225	
4	C	0.2	0.04	
5	D	0.23	0.0529	
6	E	0.11	0.0121	

图 3-7 行业赫芬达尔指数

通过计算的赫芬达尔指数可知,该行业的集中度即 $HHI=0.2236$, HHI 值越大,表明行业集中度越高。当行业处于完全垄断时, $HHI=1$ 。

需要明确的是,该指数对规模较大的企业的市场份额反映比较敏感,而对众多小企业的市场份额小幅度的变化反映很小。此外,该指数不受企业数量和规模分布的影响,可以较好地测量行业的集中度变化情况。

电商企业在进行行业集中度分析时,可进入电商后台采集相应的数据,这里以淘宝网为例,进入生意参谋,采集选定行业排名前 50 位品牌的交易指数,通过交易指数拟合交易金额,随后计算出各自的市场份额(交易指数占比),并进一步完成行业集中度计算。图 3-8 为生意参谋中女装排名靠前的品牌的交易指数,随后将采集的数据整理到 Excel 表格中,并按照赫芬达尔指数的计算步骤完成行业集中度的测算,如图 3-9 所示。

通过计算出的数据可知,女装的行业集中度为 0.022 048 876,说明该行业集中度较低,并未被垄断,电商企业可以进入该行业。

2. 市场趋势分析

市场趋势分析,即根据市场历史数据判定行业目前所处的发展阶段,是处于萌芽期、成长期、爆发期还是衰退期。电商企业选定行业所处的发展阶段,决定了电商企业未来的成长空间。

热门交易	品牌	交易指数	交易增长幅度	操作
第1名	Uniqlo/优衣库	3,742,743	+2.72%	趋势分析
第2名	Lierkiss/烈儿亲亲	3,561,366	+113.02%	趋势分析
第3名	南极人	2,894,131	+159.27%	趋势分析
第4名	恒源祥	2,863,800	+133.70%	趋势分析
第5名	ONLY ONLY	2,812,115	+21.65%	趋势分析
第6名	K SOEUR	2,797,367	+102.28%	趋势分析
第7名	Zara	2,573,654	+12.56%	趋势分析

图 3-8 数据采集

	A	B	C	D	E	F
1	行业排行	品牌信息	交易指数	市场份额	市场份额平方值	行业集中度
2	1	Uniqlo/优衣库	3742743	0.040287467	0.00162308	0.022048876
3	2	Lierkiss/烈儿亲亲	3561366	0.038335096	0.00146958	
4	3	南极人	2894131	0.031152875	0.000970502	
5	4	恒源祥	2863800	0.030826388	0.000950266	
6	5	ONLY	2812115	0.030270042	0.000916275	
7	6	K SOEUR	2797367	0.030111293	0.00090669	
8	7	Zara	2573654	0.027703211	0.000767468	
9	8	Vero Moda	2475177	0.026643189	0.00070986	
10	9	RUMERE/戎美	2444750	0.026315669	0.000692514	
11	10	PEACEBIRD/太平鸟	2418127	0.026029094	0.000677514	

图 3-9 女装行业集中度计算

由于市场趋势分析需要了解过去的市场情况,并进一步预测未来的市场变化,在进行市场趋势分析时,需要持续收集市场趋势的相关数据。在进行市场趋势分析时,行业研究报告必不可少,行业研究报告通过对特定行业的长期跟踪监测,对行业的整体情况和发展趋势进行分析,包括行业生命周期、行业成长空间和盈利空间、行业演变趋势等。数据分析人员通过研读行业研究报告,从中挖掘反映行业市场趋势的关键数据信息,并根据这些信息预测未来市场的发展。

许多第三方调研机构会公布他们的研究成果,如前瞻产业研究院、199IT 互联网数据中心、艾瑞网等。如数据分析人员通过研读中国报告网发布的《2019 年中国女装电商市场分析报告——市场现状调查与发展商机研究》了解到,随着我国经济的不断发展和人们生活水平的不断提高,女装电商行业也得到了快速发展,市场规模连年增长,据此,数据分析人员可以捕获到,女装电商市场没有呈现收缩趋势,并且处于发展之中。需要注意的是,如果行业处于衰退期,则说明该行业已经危机四伏,需谨慎进入。

3. 市场容量分析

市场容量即市场规模,其目的主要是研究目标行业的整体规模,是指目标行业在指定时间内的销售额。

市场容量分析对于电商企业的运营非常重要。一方面,有利于了解自己选定的行业前景如何;另一方面,有利于电商企业制订销售计划和确定销售目标。因市场容量的大小决定了行业的天花板,销售目标定高了,会导致积压库存、占用资金;销售目标定低了,有可能错过市场机会,不利于电商企业的成长。

需要明确的是,市场的发展是动态的,所以要实时监控并分析市场容量的变化,可通过以下步骤展开:

步骤 1,明确分析需求。

明确分析需求即通过市场容量分析想要达成的目标,是了解行业市场容量历年来的变化趋势,还是预测未来几年的市场容量,据此制订发展计划并确定目标。

步骤 2,整合数据资源。

为了保证分析数据的客观性和科学性,需要整合不同来源渠道的数据,进行有效提取。

途径 1,通过 IT 桔子、易观国际、艾瑞网、艾媒网、中国产业信息网等发布的年度报告采集目标行业的市场容量数据。

途径 2,通过目标销售平台采集相应的交易数据,如淘宝网、京东网、当当网等。

途径 3,作为上述两种数据采集途径的补充,可搜集整理一些个性化商品的数据,如百度指数、360 趋势、阿里指数等。

步骤 3,市场容量分析。

根据采集及整合的数据进行市场容量预测分析。图 3-10 为通过艾媒网发布的报告采集的某行业的市场规模数据。通过数据可知,2014 年至 2019 年,该行业的市场规模保持了快速增长的趋势,2019 年的市场规模达到 205 亿元,非常可观。

	A	B
	年份	市场规模 /亿元
1		
2	2014年	54.0
3	2015年	90.0
4	2016年	115.0
5	2017年	148.0
6	2018年	178.0
7	2019年	205.0

图 3-10 某行业的市场规模

同时,想要预测 2020 年、2021 年的市场规模,可采用图表趋势预测法,即制作市场规模折线图(如图 3-11 所示),并插入预测公式(如图 3-12 所示)。

现已知预测公式为“ $y=30.057x+26.467$ ”, R 平方值为 0.998 3, R 平方值接近 1,说明使用预测公式预测的结果可靠性高。预测公式中, x 是每个年份对应的数据点, y 是对应年份的市场规模。由于 2020 年是第 7 个数据点,2021 年是第 8 个数据点,由此计算出 2020 年、2021 年的预测市场规模如下:

$$2020 \text{ 年市场规模} = 30.057 \times 7 + 26.467 \approx 236.87 \text{ (亿元)}$$

$$2021 \text{ 年市场规模} = 30.057 \times 8 + 26.467 \approx 266.92 \text{ (亿元)}$$



微课:利用图表趋势预测法预测市场容量



图 3-11 2014-2021 年某行业市场规模折线图

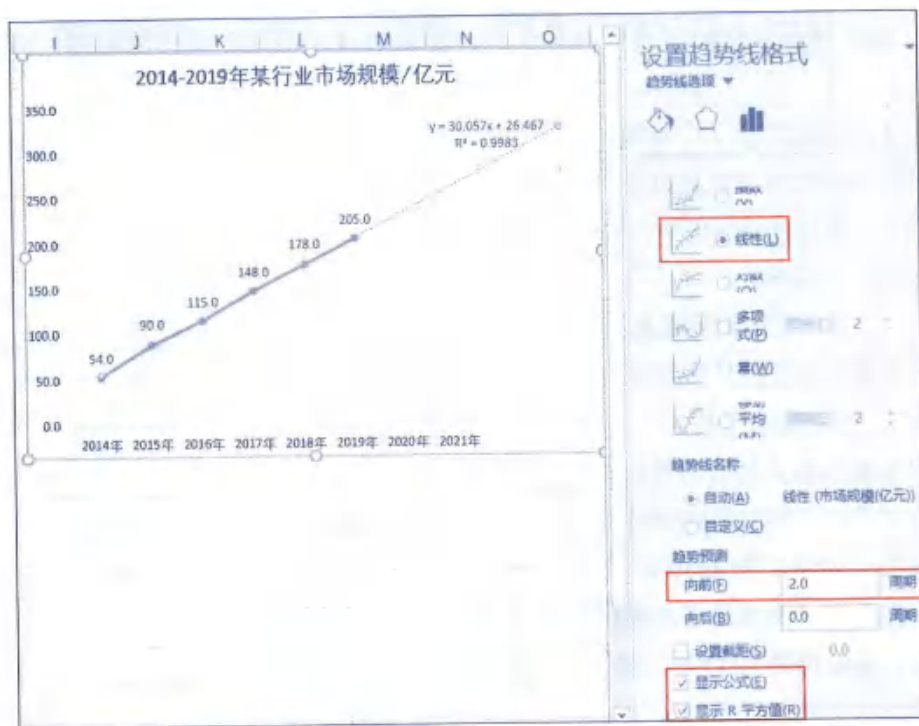


图 3-12 2014-2021 年某行业市场规模预测

此类整体性的市场规模数据具有一定的参考价值,但想要进一步明确所选平台的市场规模,还需要通过平台采集相应数据。以淘宝网为例,通过生意参谋计算出所选行业 TOP 品牌的成交金额后,通过累加一个自然年 TOP 品牌成交额的方式,得到本行业的市场规模数据。据此,电商企业可以结合自身规模及实力制定销售目标。

4. 子行业容量分析

电商企业通过对行业集中度和行业市场容量的分析,能够确定计划进入的父行业,但在具体运营过程中,还需要了解父行业下所有子行业的发展情况,从中选出有销售前景、市场容量大的子行业,并进一步确定行业品类切入方案,制订合理的品类上新计划。

现以淘宝网为例,通过生意参谋的市场功能了解到女装类目下有众多子行业,如裤子、半身裙等,如图 3-13 所示。

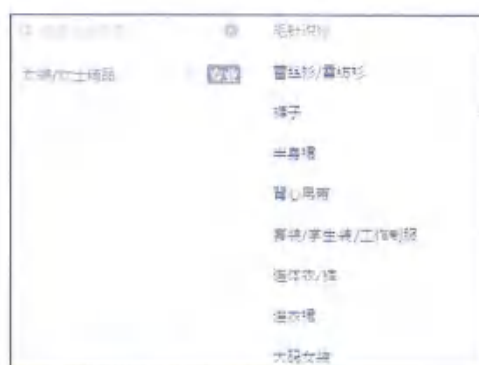


图 3-13 女装子行业

现计划对所有子行业的市场容量进行分析,可以通过生意参谋采集行业构成数据。图 3-14 为女装行业 2019 年 10 月的交易数据,通过采集的数据,可以清晰了解到所有子行业支付金额较父行业(即女装行业)的占比。

	A	B	C	D	E
	日期	类目名	交易增长幅度	支付金额较父行业占比	支付子订单数较父行业占比
1	2019年10月	裤子	29.03%	8.75%	14.49%
2	2019年10月	连衣裙	-24.77%	8.15%	6.78%
3	2019年10月	毛针织衫	22.24%	8.13%	8.98%
4	2019年10月	毛呢外套	169.13%	7.31%	2.66%
5	2019年10月	卫衣/绒衫	28.35%	6.83%	8.98%
6	2019年10月	毛衣	92.58%	5.93%	6.43%
7	2019年10月	西装/学生校服/工作制服	-14.92%	5.65%	4.85%
8	2019年10月	短外套	17.74%	5.29%	3.91%
9	2019年10月	皮革	176.44%	5.11%	0.68%

图 3-14 女装子行业数据

数据分析人员制作饼状图可以清晰了解到 2019 年 10 月女装所有子行业的市场容量占比,如图 3-15 所示。

通过该饼状图可以清晰了解到,2019 年 10 月裤子、连衣裙、毛针织衫等子行业容量份额比较大,但考虑到各个子行业的季节性因素,需要选定一个自然年的数据综合比较,从中选出市场容量比较大的子行业进入。

对于非服饰类的标品或者半标品,季节性因素影响较小,行业产品革新、客户消费习

惯等因素影响较大。因此,在分析这些品类时,除了通过平台采集的数据,还需要综合这些因素,全面细致地进行分析。

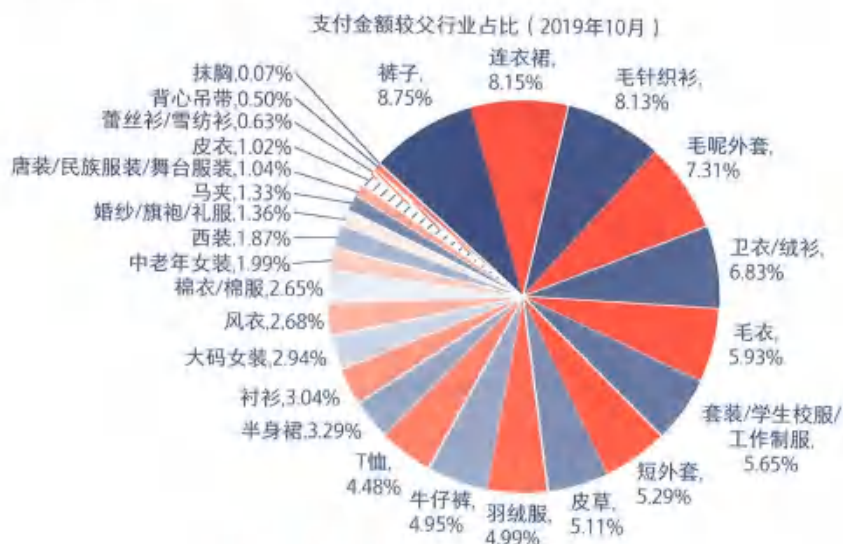


图 3-15 女装子行业市场容量情况

实训专区

现已统计出某行业在某电商平台连续六年的销售额数据,请根据源数据 3-1,并结合图表趋势预测法,预测该行业在该电商平台未来 3 年的销售额。

二、市场需求分析

市场需求反映的是在一定时期和地区内,客户对计划购买的商品所表现出的各类需求,包括品牌、质量、规格、型号等。如果不适应客户的这些需求,商品就有可能在后期出现销售疲软。因此,需要提前收集并分析市场反馈出的各类需求,做好需求量变化趋势分析以及客户品牌、价格、属性偏好分析。

1. 市场需求量变化趋势分析

电商企业在运营时需要关注市场需求量变化趋势,以便为后期的商品布局提供参考依据。市场需求有些围绕季节变化,如服装类目;有些围绕节日变化,如儿童用品、节庆食品;有些则围绕大促活动变化,如“双 11”“618”等。

在进行需求量变化趋势分析时,可在较大的市场范围内综合采集行业的采购指数。图 3-16 为通过阿里指数采集的女装毛衣行业的 1688 采购指数。

1688 采购指数是根据在 1688 市场里所在行业的搜索频繁程度计算而成的一个综合数值,指数越高则表示在 1688 市场的采购量越多。