需求调研输出的文档中，含有原子指标与派生指标，此时我们需要在设计汇总层表模型前完成指标的设计。

**指标定义注意事项**

原子指标是明确的统计口径、计算逻辑： 原子指标=业务过程+度量。派生指标即常见的统计指标：派生指标=时间周期+修饰词+原子指标。原子指标的创建需要在业务过程定义后方才可创建。派生指标的创建一般需要在了解具体报表需求之后展开，在新建派生指标前必须新建好原子指标。 注意事项如下：

* 原子指标、修饰类型及修饰词，直接归属在业务过程下，其中修饰词继承修饰类型的数据域。
* 派生指标可以选择多个修饰词，由具体的派生指标语义决定。例如，支付金额为原子指标，则客单价（支付金额除以买家数）为派生指标。
* 派生指标唯一归属一个原子指标，继承原子指标的数据域，与修饰词的数据域无关。

**根据业务需求确定指标**

本教程中，用户是电商营销部门的营销数据分析师。数据需求为最近一天厨具类目的商品在各省的销售总额、该类目Top10销售额商品名称、各省用户购买力分布（人均消费额）等，用于营销分析。

根据之前的分析，我们确认业务过程为：确认收货（交易成功），而度量为商品的销售金额。因此根据业务需求，我们可以定义出原子指标：商品成功交易金额。

派生指标为：

* 最近一天全省厨具类目各商品销售总额
* 最近一天全省厨具类目人均消费额（消费总额除以人数）

最近一天全省厨具类目各商品销售总额进行降序排序后取前10名的名称，即可得到该类目Top10销售额商品名称。