

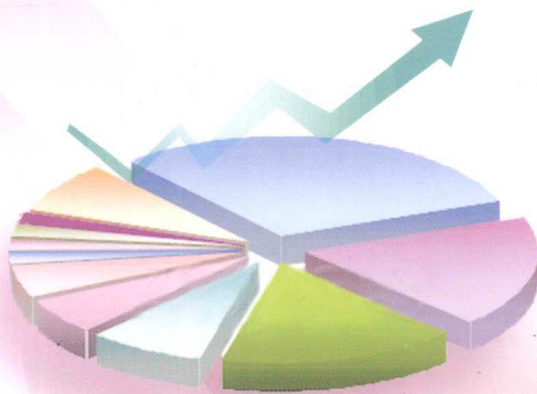


高职高专教育“十一五”规划教材

市场调查与预测

ShiChangDiaoChaYuYuCe

杨凤敏 ◎ 主编



中国农业大学出版社
首都经济贸易大学出版社



【市场营销系列】

高等职业教育经济管理类“十一五”规划教材

市场调查与预测

■ 王豪杰 谢家发 主编

郑州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

市场调查与预测/杨凤敏主编. —北京:中国农业大学出版社,首都经济贸易大学出版社,2008.7

(高职高专教育“十一五”规划教材)

ISBN 978-7-81117-491-5

I. 市… II. 杨… III. ①市场—调查—高等学校:技术学校—教材②市场预测—高等学校:技术学校—教材 IV. F713.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 098694 号

书 名 市场调查与预测

作 者 杨凤敏 主编

策划编辑 董 田 姚慧敏 伍 斌 责任编辑 洪重光

版式设计 郑 川 责任校对 王晓凤 陈 莹

出版发行 中国农业大学出版社
首都经济贸易大学出版社

社 址 北京市海淀区圆明园西路 2 号 邮政编码 100193

电 话 发行部 010-62731190,2620 读者服务部 010-62732336

编辑部 010-62732617,2618 出 版 部 010-62733440

网 址 <http://www.cau.edu.cn/caup> e-mail cbsszs@cau.edu.cn

经 销 新华书店

印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司

版 次 2008 年 7 月第 1 版 2008 年 7 月第 1 次印刷

规 格 787×980 16 开本 17.5 印张 316 千字

定 价 25.00 元

图书如有质量问题本社发行部负责调换

编写人员

- 主 编：** 杨凤敏 广西农业职业技术学院
- 副 主 编：** 石 铮 天津农业职业技术学院
余允球 嘉兴职业技术学院
- 参 编：** 张桂华 湖南环境生物职业技术学院
李红贤 广西经贸职业技术学院
肖文博 黑龙江农业经济职业学院
- 审 稿：** 申建为 中国农业大学
韦万民 南宁农工商集团

参加财经大类教材编写单位

重庆三峡职业学院
福建农业职业技术学院
广西经贸职业技术学院
广西农业职业技术学院
广西生态工程职业技术学院
黑龙江工商职业技术学院
黑龙江农业工程职业学院
黑龙江农业经济职业学院
黑龙江农业职业技术学院
黑龙江生物科技职业学院
黑龙江生态工程职业学院
湖北生态工程职业技术学院
湖南环境生物职业技术学院
吉林工程技术师范学院
吉林省白城市行政学院
嘉兴职业技术学院
江苏农林职业技术学院
江西农业工程职业学院

句容市人民法院
辽宁农业职业技术学院
辽宁商贸职业学院
牡丹江大学管理学院
南京交通职业技术学院
宁夏职业技术学院
山西医科大学汾阳学院
沈阳农业大学
天津农学院职业技术学院
无锡商业职业技术学院
咸阳职业技术学院
新疆机电职业技术学院
新疆农业职业技术学院
信阳农业高等专科学校
扬州工业职业技术学院
营口职业技术学院
云南农业职业技术学院

出版说明

高等职业教育作为高等教育中的一个类型,肩负着培养面向生产、建设、服务和管理第一线需要的高技能人才的使命。大力提高人才培养的质量,增强人才对于就业岗位的适应性已成为高等职业教育自身发展的迫切需要。教材作为教学和课程建设的重要支撑,对于人才培养质量的影响极为深远。随着高等农业职业教育发展和改革的不断深入,各职业院校对于教材适用性的要求也越来越高。中国农业大学出版社长期致力于高等农业教育本科教材的出版,在高等农业教育领域发挥着重要的作用,积累了丰富的经验,希望充分利用自身的资源和优势,为我国高等职业教育的改革与发展做出自己的贡献。

经过深入调研和分析以往教材的优点与不足,在教育部高教司高职高专处和全国高职高专农林牧渔类专业教学指导委员会的关心和指导下,在各高职高专院校的大力支持下,中国农业大学出版社先后与100余所院校开展了合作,共同组织编写了一系列以“十一五”国家级规划教材为主体的、符合新时代高职高专教育人才培养要求的教材。这些教材从2007年3月开始陆续出版,涉及畜牧兽医类、食品类、农业技术类、生物技术类、制药技术类、财经大类和公共基础课等的100多个品种,其中普通高等教育“十一五”国家级规划教材22种。

这些教材的组织和编写具有以下特点:

精心组织参编院校和作者。每批教材的组织都经过以下步骤:首先,征集相关院校教师的申报材料。全国100余所高职高专院校的千余名教师给予了我们积极的反馈。然后,经由高职高专院校和出版社的专家组成的选题委员会的慎重审议,充分考虑不同院校的办学特色、专业优势、地域特点及教学改革进程,确定参加编写的主要院校。最后,根据申报教师提交的编写大纲、编写思路和样章,结合教师的学习培训背景、教学与科研经验和生产实践经历,遴选优秀骨干教师组建编写团队。其中,教授和副教授及有硕士以上学历的占70%。特别值得一提的是,有5%的作者是来自企业生产第一线的技术人员。

贴近国家高职教育改革的要求。我国的高等职业教育发展历史不长,很多院校的办学模式和教学理念还在探索之中。为了更好地促进教师了解和领会教育部的教学改革精神,体现基于工作岗位分析和具体工作过程的课程设计理念,以真实工作任务或社会产品为载体组织教材内容,推进适应“工学结合”人才培养模式的课程教材的编写出版,在每次编写研讨会上都邀请了教育部高教司高职高专处、全国高职高专农林牧渔类专业教学指导委员会的领导作教学改革的报告;多次邀请

教育部职业教育研究所的知名专家到会,专门就课程设置和教材的体系建构作专题报告,使教材的编写视角高、理念新、有前瞻性。

注重反映教学改革的成果。教材应该不断创新,与时俱进。好的教材应该及时体现教学改革的成果,同时也是教育教学改革的重要推进器。这些教材在组织过程中特别注重发掘各校在产学结合、工学交替实践中具有创新性的教材素材,在围绕就业岗位需要进行知识的整合、与实际生产过程的接轨上具有创新性和非常鲜明的特色,相信对于其他院校的教学改革会有启发和借鉴意义。

瞄准就业岗位群需要,突出职业能力的培养。这些教材的编写指导思想是紧扣培养“高技能人才”的目标,以职业能力培养为本位,以实践技能培养为中心,体现就业和发展需求相结合的理念。

教材体系的构建依照职业教育的“工作过程导向”原则,打破学科的“系统性”和“完整性”。内容根据职业岗位(群)的任职要求,参照相关的职业资格标准,采用倒推法确定,即剖析职业岗位群对专业能力和技能的需求——→关键能力——→关键技能——→围绕技能的关键基本理论。删除假设推论,减少原理论证,尽可能多地采用生产实际中的案例剖析问题,加强与实际工作的接轨。教材反映行业中正在应用的新技术、新方法,体现实用性与先进性的结合。

创新体例,增强启发性。为了强化学习效果,在每章前面提出本章的知识目标和技能目标。有的每章设有小结和复习思考题。小结采用树状结构,将主要的知识点及其之间的关联直观表达出来,有利于提高学生的学习效果和效率,也方便教师课堂总结。部分内容增编阅读材料。

加强审稿,企业与行业专家相结合,严把质量关。从选题策划阶段就邀请行内专家把关,由来自于企业、高职院校或中国农业大学有丰富生产实践经验的教授审核编写大纲,并对后期书稿进行严格审定。每一种教材都经过作者与审稿人的多次的交流和修改,从而保证内容的科学性、先进性和对于岗位的适应性。

这些教材的顺利出版,是全国100余所高职高专院校共同努力的结果。编写出版过程中所做的很多探索,为进一步进行教材研发提供了宝贵的经验。我们希望以此为基点,进一步加强与各校的交流合作,配合各校教学改革,在教材的推广使用、修订完善、补充扩展进程中,在提高质量和增加品种的过程中,不断拓展教材合作研发的思路,创新教材开发的模式和服务方式。让我们共同努力,携手并进,为深化高职高专教育教学改革和提高人才培养质量,培养国家需要的各行各业高素质技能型专门人才,发挥积极的推动作用。

内 容 提 要

本书从高职高专教育的特点出发,按照高职高专教育“以服务为宗旨,以就业为导向,注重实践能力培养”的原则,组织教学内容,突出市场调查与预测知识的理解与应用,教材中引用了大量的国内外企业的实践案例及技能训练实例,使读者在理解理论知识的同时学会去开展市场调查、市场预测及组织管理工作,实现理论与实践的有机结合。

本书主要包括市场调查基本理论、市场调查策划、传统市场调查方法、网络调查法、调查问卷设计、抽样技术、调查资料的整理和分析、市场调查组织与管理、调查报告撰写、市场预测。通过学习,读者可以理解市场调查的基本含义与意义,学习调研者的基本素养,掌握调研方案设计、问卷设计、抽样设计等技术,掌握常用的文献调查、实地调查和网络调查方法,掌握调查资料的整理和分析方法,学会撰写调查报告,并能应用调查资料进行初步的市场预测。全书按调查工作的基本流程来编排,包含了传统与现代调查技术,由浅入深,便于学习和掌握。

本书内容详实,通俗易懂,读了书就能在工作实践中具体操作。本书可以作为高职高专院校财经类专业的专业必修课和公共选修课程教材,也可以作为各类成人院校和企业营销人员的培训教材或自学参考书。

编 者

2008 年元月

前言

调查是人们认识社会、把握商机、了解民情的重要手段。政府部门需要它,企业更需要它。随着中国买方市场的出现,“顾客永远是对的”成为企业生存发展的法宝。应对市场的激烈竞争,商家必须了解消费者的需求,把握市场变化的规律,提高服务的满意度,扩大产品的市场占有率。因此,市场调查在中国大地上蓬勃发展。2006年4月29日,劳动和社会保障部对全社会发布:“调查分析师”成为我国又一新职业。

为了适应社会需要及我国高职高专教育对教学改革和教材建设的需要,根据教育部《关于加强高职高专教育教材建设的若干意见》的精神,由中国农业大学出版社组织全国有关高职高专院校编写高职高专教育“十一五”规划教材。《市场调查与预测》是财经系列规划教材的重要组成部分,是经济管理类专业的必修专业课和其他专业的公共选修课程。

与其他同类教材相比,本教材的特点是:

1. 整体性 本教材从调研的基础知识开始,到调研方案设计、调研资料收集、调研资料整理分析、报告撰写和资料应用,遵循学习应用的基本规律,为用而学,目的明确,逻辑性强。特别是案例的安排,如第二章,一个案例贯穿始终,便于学生学习掌握。

2. 实用性 本书紧扣调研实务,注重实践技能的传授与演练,强调互动与实践,书中引用了大量的案例、设计了大量的技能操作现场,让读者边学边练,即学即用,步步提升。

3. 趣味性 不同于一般管理类图书的繁复论述,本书力求语言通俗,简化理论难度,并尽可能利用图表、故事、精彩案例展示理论知识,增加教材的可读性和趣味性。

4. 前瞻性 本教材融进了自然科学和社会科学的最新研究成果,观点新颖,技术先进。

本书计划授课时数为60学时左右,任课教师可根据相关专业特点,进行适当的增删。本书由杨凤敏老师(广西农业职业技术学院)任主编,石铮(天津农业职业技术学院)和余允球老师(嘉兴职业技术学院)任副主编,张桂华(湖南环境生物职业技术学院)、李红贤(广西商贸职业技术学院)、肖文博(黑龙江农业经济职业

学院)等3位老师参加了编写工作。教材编写具体分工如下:杨凤敏编写第一章、第九章及第三章的第五节,并设计本书的绝大部分案例;石铮编写第二章和第五章;余允球编写第七章和第八章;张桂华编写第三章和第六章;李红贤编写第十章;肖文博编写第四章。最后由杨凤敏老师修改、整合成书。

本书由中国农业大学教授申建为任主审,南宁农工商集团副总经理韦万民任副审,在审定过程中提出许多宝贵意见,在此表示衷心的感谢。

在编写过程中,得到各位编者所在单位的大力支持,同时本书也参考了大量的文献、互联网上的资料,在此一并表示感谢!

虽然编者都尽心尽力,但因为水平有限,书中不当之处在所难免,敬请各位读者和同仁批评指正(主编联系电话:0771-3276189)。

杨凤敏

2008年3月于南宁

前言

本书是为高职高专市场营销专业及相关专业开设市场调查与市场预测课程而编写的。

本教材特别注重针对使用对象,反映高职高专教育的人才培养特色。教材内容的设置,严格贯彻了“适度、够用”的原则,理论分析力求精练,公式推导尽量简略。在教材内容的处理上突出应用,精选实例,以形象直观的图表作为常用的阐述工具,缩小了理论知识与动手能力之间的距离。教材选用的案例比较有代表性,能帮助读者学会处理市场调查与市场预测中的各种问题。在每章前有课前导读,在每章结束后均附有实训题及复习思考题,为课后训练和培养自学能力提供了方便。总之,本教材在内容适度、通俗易懂、表述精练、强调实践性和操作性等方面做了积极有效的努力。

本书由王豪杰、谢家发担任主编。各章节的分工为:第一章由王豪杰编写;第五章、第八章由谢家发编写;第三章由常涛编写;第四章、第六章、第七章由温辉编写;第二章、第六章、第七章由吕珩编写。最后由王豪杰进行总纂、定稿。

在本书编写过程中,得到了有关兄弟院校的大力支持,在此一并表示诚挚的谢意。

由于编者学识水平和实际经验有限,特别对于高等职业教育教学特征的把握恐有不准确和疏忽,书中不妥甚至谬误之处在所难免,我们准备在教材使用中,不断听取读者的批评指正,以便修订。

编者

2008年4月23日

目 录

第一章 市场调查基本理论	(1)
第一节 市场调查与市场信息系统	(2)
第二节 市场调查的内容	(9)
第三节 市场调查的类型	(16)
第四节 市场调查工作程序	(18)
复习思考题	(21)
案例分析	(21)
第二章 市场调查策划	(24)
第一节 调查策划的含义与类型	(25)
第二节 调查策划工作方法与程序	(31)
第三节 调查纲要、调查申请书与调查建议书	(43)
复习思考题	(51)
案例分析	(52)
实践训练	(55)
第三章 传统市场调查方法	(56)
第一节 文献调查法	(57)
第二节 询问调查法	(62)
第三节 观察调查法	(72)
第四节 实验调查法	(76)
第五节 个案调查法	(81)
复习思考题	(83)
案例分析	(83)
第四章 网络调查法	(87)
第一节 网络调查概述	(87)
第二节 网络调查方式	(92)
第三节 网络调查的步骤	(99)
复习思考题	(103)
案例分析	(103)

实践训练	(105)
第五章 调查问卷设计	(106)
第一节 调查问卷设计的基本原理	(107)
第二节 调查问卷设计的基本程序	(116)
第三节 调查问卷中常用的题型	(120)
第四节 调查问卷设计的基本技巧	(132)
复习思考题	(139)
案例分析	(139)
实践训练	(140)
第六章 抽样技术	(141)
第一节 抽样调查的基本原理	(141)
第二节 抽样的基本方法	(145)
第三节 抽样误差与样本容量的确定	(155)
复习思考题	(159)
案例分析	(160)
第七章 调查资料的整理和分析	(162)
第一节 定性资料的整理和分析	(163)
第二节 定量资料的整理和分析	(170)
复习思考题	(185)
案例分析	(186)
实践训练	(188)
第八章 市场调查组织与管理	(189)
第一节 调查人员的选择、培训	(189)
第二节 调查实施中的质量控制	(196)
复习思考题	(203)
案例分析	(203)
第九章 调查报告撰写	(209)
第一节 调查报告的含义、类型与特点	(210)
第二节 调查报告的写作准备	(214)
第三节 调查报告的撰写	(218)
复习思考题	(227)
案例分析	(227)
实践训练	(230)

第二节 市场调查问卷设计的原则与程序	61
一、市场调查问卷设计的原则	61
二、市场调查问卷设计的程序	63
第三节 市场调查问卷的设计技术	64
一、市场调查问卷内容的设计	64
二、市场调查问卷形式的设计	65
三、市场调查问卷问句的设计	66
第四节 市场调查问卷设计技巧	69
一、问卷问句的设计技巧	69
二、问卷答案的设计技巧	69
三、问卷题目编排的技巧	70
第五章 市场调查资料的整理与分析	75
第一节 市场调查资料的整理	75
一、资料编辑	75
二、分类和汇总	76
三、表格化和图示化	80
第二节 市场调查资料的审核	85
一、调查资料审核的基本方法	85
二、对文献资料的审核	86
三、对实地资料的审核	87
第三节 市场调查资料的分析	88
一、每个问题的表格化分析	88
二、多问题和多因素的综合分析——横列表法	90
第六章 市场调查报告的撰写	98
第一节 调查报告的基本概念	98
一、调查报告的特点	99
二、市场调研报告撰写的意义	99
第二节 调查报告的一般格式及内容	100
一、调查报告的一般格式	100
二、调查报告的内容	101
第三节 调查报告的撰写步骤及技巧	103
一、调查报告撰写步骤	103
二、调查报告撰写技巧	104
第四节 撰写调查报告应遵循的原则	107
一、实事求是	107
二、重点突出	107
三、篇幅适当	107

四、解释充分	107
五、便于阅读	108
第七章 市场预测概述	115
第一节 市场预测的概念、作用及原理	115
一、市场预测的概念	115
二、市场预测的作用	116
三、市场预测的原理	117
第二节 市场预测的类型与程序	118
一、市场预测的类型	118
二、市场预测的程序	120
第三节 市场预测的内容	122
一、市场需求预测	122
二、市场供应预测	123
三、市场营销组合预测	124
四、商品寿命周期预测	125
第四节 市场预测的基本方法	127
一、定性预测方法	127
二、定量预测方法	128
第八章 定性预测方法	130
第一节 集合意见法	131
一、集合意见法的含义	131
二、集合意见法的步骤	131
三、集合意见法的缺点及应注意的问题	133
第二节 经验判断法	133
一、经验判断法的含义和特点	133
二、经验判断法的应用	134
三、经验判断法的缺点和应注意的问题	134
第三节 专家预测法	135
一、专家预测法的含义	135
二、专家会议法	135
三、专家小组法	136
第四节 市场调查法	138
一、市场调查法的含义	138
二、经营管理人员意见调查预测法	138
三、销售人员意见调查预测法	138
第五节 转导法和联测法	139
一、转导法	139

二、联测法	139
第六节 经济指标法	141
一、领先落后指标法	141
二、扩散指数法	142
第九章 时间序列分析法	150
第一节 时间序列分析法的概念与特点	150
一、时间序列分析法的概念	150
二、时间序列分析法的特点	153
第二节 平均数法	154
一、简单算术平均法	154
二、加权算术平均法	155
三、一次移动平均法	156
四、加权移动平均法	159
五、二次移动平均法	160
第三节 指数平滑法	163
一、一次指数平滑法	164
二、二次指数平滑法	167
第四节 直线趋势法	168
一、直线趋势法的概念和预测模型	169
二、直线趋势法系数的推导	169
三、直线趋势法实例	170
四、直线趋势法的特点	172
第五节 季节指数法	172
一、季节指数法的概念	172
二、季节指数法的形式	173
第十章 回归分析法	182
第一节 回归分析法概述	182
一、回归分析法的概念和特点	182
二、回归分析法的形式	184
三、回归分析法的应用条件	184
四、回归分析法的预测步骤	185
第二节 一元线性回归分析法	186
一、一元线性回归分析法的基本原理	186
二、一元线性回归分析法实例及预测步骤	187
第三节 二元及多元线性回归分析法	191
一、多元线性分析法的基本原理	191
二、二元线性回归分析法	191

三、二元线性回归分析法实例	192
参考文献	197