


# 农产品市场监测预警 工作手册

农业部市场与经济信息司



 中国农业出版社



封面设计 姜欣

ISBN 978-7-109-14685-3




9 787109 146853 >

定价：25.00元

# 农产品市场监测预警 工作手册

农业部市场与经济信息司

 中国农业出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

农产品市场监测预警工作手册/农业部市场与经济  
信息司编. —北京: 中国农业出版社, 2010. 6  
ISBN 978 - 7 - 109 - 14685 - 3

I. ①农… II. ①农… III. ①农产品—市场—监测—  
中国—手册 IV. ①F323.7—62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 109808 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100125)

责任编辑 吴洪钟

---

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行  
2010 年 6 月第 1 版 2010 年 9 月北京第 2 次印刷

---

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 6.75

字数: 130 千字 印数: 1 001~3 000 册

定价: 25.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

# 前 言

改革开放以来，我国农产品价格形成机制逐渐完善，农产品由原来的政府定价为主转变为由市场形成价格为主。随着工业化、城镇化、市场化、信息化、国际化进程加快，我国农业与国民经济的联系将越来越紧密、对突发事件的反应越来越敏感、受国际市场的影响也越来越大；后金融危机全球能源价格变化、国际投机行为和气候变化也给我国农产品市场稳定运行带来了更大的不确定性。因此，只有及时了解和掌握国内外农产品市场的发展变化并准确判断其未来走势，才能解决好中国农产品市场问题，更好地指导农业生产，从而有利于实现国民经济平稳较快发展和物价稳定。

怎样才能做到及时了解国内外农产品市场的发展变化，并准确地对农产品市场未来走势作出判断呢？这正是编纂本手册的目的所在。手册中介绍了市场监测的理论基础，为分析农产品市场提供了理论上的支持；介绍了农产品市场日常监测以及预测预警的分析方法、引起变动的影响因素，为分析农产品市场提供了方法上的准备；介绍了如何写作监测预警分析报告，将分析结果形成文字上报或对外发布，以便于信息共享；最后介绍了我国当前的农产品统计数据采集体系。

本手册如果能对提高农产品市场监测水平、提高市场预测预警能力、提高农产品监测预警工作者素质有点裨益，则是编者最大的欣慰。由于本书成稿仓促，难免有不足与错误之处，希望读者批评指正。

编者

二〇一〇年三月

# 目 录

第一章 市场监测的理论基础 .....	1
第一节 需求与供给 .....	1
一、需求函数与需求曲线 .....	1
二、需求弹性 .....	5
三、供给函数与供给曲线 .....	9
四、供给弹性 .....	13
第二节 市场与价格 .....	15
一、市场及其要素 .....	15
二、价格与蛛网理论 .....	17
第三节 通货膨胀与通货紧缩 .....	21
一、通货膨胀 .....	21
二、通货紧缩 .....	26
第四节 期货市场 .....	27
一、期货市场基本概念 .....	27
二、期货市场基本特点 .....	28
三、期货市场功能介绍 .....	30
四、与现货和股票市场的联系与区别 .....	33
五、国内外主要农产品期货市场介绍 .....	34

<b>第二章 农产品市场日常监测分析方法</b> .....	38
<b>第一节 农产品市场监测数列编制原则</b> .....	38
一、市场监测数列简介 .....	38
二、市场监测数列的编制原则 .....	40
<b>第二节 水平指标分析</b> .....	41
一、发展水平 .....	41
二、增长量 .....	42
<b>第三节 速度指标分析</b> .....	43
一、发展速度 .....	43
二、增长速度 .....	44
三、平均发展速度 .....	45
四、平均增长速度 .....	46
五、翻番速度 .....	47
<b>第四节 统计指数分析</b> .....	48
一、基本概念 .....	48
二、综合指数 .....	49
三、平均指数 .....	54
四、常用指数介绍 .....	58
<b>第三章 农产品市场预测与展望</b> .....	64
<b>第一节 农产品市场价格预测的内容及类型</b> .....	64
一、农产品市场价格预测的主要内容 .....	64
二、农产品市场价格预测的基本类型 .....	65
<b>第二节 主要价格预测方法</b> .....	66



---

一、定性预测法 .....	66
二、定量预测法 .....	67
第三节 国际开展农业展望工作的经验 .....	77
一、美国的经验 .....	78
二、加拿大的经验 .....	80
三、粮农组织的经验 .....	82
四、其他国家的经验 .....	86
第四节 我国的农业展望工作 .....	88
一、开展农业展望工作的意义 .....	88
二、开展农业展望工作需具备的条件 .....	89
<b>第四章 农产品市场预警分析 .....</b>	<b>91</b>
第一节 农产品价格异常波动的界定 .....	91
一、农产品市场预警的意义 .....	91
二、农产品价格波动幅度界定 .....	92
三、预警工作的启动 .....	96
第二节 农产品市场监测预警系统建设情况 .....	97
一、预警系统构建的历史回顾 .....	97
二、监测预警系统构成 .....	98
<b>第五章 农产品市场波动的影响因素 .....</b>	<b>100</b>
第一节 基础性因素 .....	100
一、供求因素 .....	100
二、成本因素 .....	100
第二节 政策性因素 .....	101

一、最低收购价政策 .....	101
二、临时收储政策 .....	103
三、农业补贴政策 .....	106
四、贸易调控政策 .....	115
五、市场流通政策 .....	119
<b>第三节 周期性因素 .....</b>	<b>120</b>
一、季节性因素 .....	120
二、循环性因素 .....	127
<b>第四节 国内外经济环境因素 .....</b>	<b>129</b>
一、国内宏观经济因素 .....	131
二、国际市场环境因素 .....	132
<b>第五节 非经济因素 .....</b>	<b>133</b>
一、突发性社会公共安全事件 .....	133
二、自然灾害和气候变化 .....	134
三、社会信息的传播 .....	134
<b>第六章 农产品市场分析报告写作 .....</b>	<b>135</b>
<b>第一节 市场分析报告的体裁类别及写作要求 .....</b>	<b>135</b>
一、市场分析报告的体裁类别 .....	135
二、市场分析报告的写作要求 .....	137
<b>第二节 市场分析报告的写作内容 .....</b>	<b>140</b>
一、市场分析报告的基本结构 .....	140
二、市场动态分析报告的写作内容 .....	142
三、市场预测分析报告的写作内容 .....	142
四、市场预警分析报告的写作内容 .....	143

五、市场调查报告的写作内容 .....	144
第三节 市场分析报告的修改 .....	145
一、修改需要“冷处理” .....	146
二、修改需要“听意见” .....	146
三、修改需要“抓重点” .....	146
第四节 市场分析报告实例 .....	148
一、市场动态分析报告实例 .....	148
二、市场专题分析报告实例 .....	152
三、价格形势分析报告实例 .....	154
四、预测预警分析报告实例 .....	157
五、市场调研分析报告实例 .....	160
<b>第七章 农产品统计数据采集体系 .....</b>	<b>167</b>
第一节 农产品市场统计数据的采集 .....	167
一、直接数据的调查方式 .....	167
二、间接数据的主要来源渠道 .....	171
第二节 中国农产品统计数据制度性调查 .....	173
一、全国农业普查 .....	174
二、中国农产品统计报表制度 .....	176
第三节 农产品市场实地调查 .....	185
一、农产品市场调查的特点和意义 .....	185
二、农产品市场调查的主要方法 .....	187
三、农产品市场调查的原则与步骤 .....	188
第四节 统计数据的整理与展示 .....	190
一、统计表的编制整理 .....	190

二、统计图的编制整理 .....	194
三、市场监测分析中常用图表格式 .....	197
主要参考文献 .....	200
附 表.....	201

# 第一章 市场监测的理论基础

农产品市场监测主要是对市场供求、价格走势等重要信息进行适时的动态监测。分析市场供求和价格变动有其成熟的理论背景。任何商品的价格都是由商品的需求和供给这两个方面的因素共同决定的，农产品也不例外。因此，了解农产品需求和供给的相关理论知识是非常必要的。同时，在市场中价格是由货币表示的，因此掌握基本的金融知识也是市场分析工作的内在要求。本章围绕市场监测分析工作的需要，介绍一些相关理论知识，以便为后续章节的学习打下基础。

## 第一节 需求与供给

### 一、需求函数与需求曲线

#### (一) 需求函数

一种商品的需求是指消费者在一定时期内在各种可能的价格愿意而且能够购买的该商品的数量。根据定义，有效需求包括两个条件，即消费者愿意购买并且有足够的支付能力。如果消费者没有支付能力，即使有获得某种使用价值的愿望，也不能形成有效需求。

一种商品的需求数量受许多因素的影响和制约。其中主要的因素有该商品的价格、消费者的收入水平、相关商品的价格、消费者的偏好和消费者对该商品的价格预期等。它们各自对商品的需求数量的影响如下：

1. 商品自身的价格。一般来说，一种商品的价格越高，该

商品的需求量就会越小；相反，一种商品的价格越低，其需求量将会越大。

2. 消费者的收入水平。通常对于不同的商品而言，消费者的收入水平对商品需求量产生不同的影响。对于大多数商品来说，当消费者的收入水平提高时，就会增加对商品的需求量。这类商品被称为正常品。而对另外一些商品而言，当消费者的收入水平提高时，则会使得需求量减少，这类商品被称为低档品。

3. 相关商品的价格。当一种商品本身的价格保持不变，而相关的其商品的价格发生变化时，这种商品本身的需求量也会发生变化。例如：当馒头的价格不变而花卷的价格上升时，人们往往就会增加对馒头的购买，从而使得馒头的需求量上升。

4. 消费者的偏好。偏好是消费者对商品的喜好程度。当消费者对某种商品的偏好程度增强时，该商品的需求量就会增加。相反，偏好程度减弱，需求量就会减少。很显然，消费者的偏好与商品需求量之间呈同方向变动。

5. 消费者对价格的预期。如果消费者预期价格要上涨，就会刺激人们提前购买；如果预期价格下跌，许多消费者就会推迟购买。

6. 其他因素。除了以上 5 种主要影响因素外，还有一些影响商品需求的因素，如商品的品种、质量、广告宣传、地理位置、季节、气候、国家政策，等等。但是，在实际经济生活中，某商品的市场需求量及其变化是诸因素综合作用的结果。

一种商品的需求量可以看成是所有影响该商品需求量因素的函数。在这里，为了简化分析，假定其他条件保持不变，仅分析一种商品的价格变化对该商品需求量的影响，即把一种商品的需求量仅仅看成是这种商品价格的函数，于是，需求函数就可以简

单地表示为：

$$Q_d = f(P)$$

其中，P 表示商品的价格， $Q_d$  表示商品的需求量。

## (二) 需求曲线

需求函数  $Q_d = f(P)$  表示一种商品的需求量和价格之间存在着——对应的关系，这种函数关系可以分别用商品的需求表和 demand 曲线加以表示。

商品的需求表是一张表示某种商品的各种价格和与各种价格相对应的该商品需求数量之间关系的数字序列列表。表 1-1 就是一张某商品的需求表。

表 1-1 某商品的需求表

价格—数量组合	价格 (元)	需求量 (单位数)
A	1	700
B	2	600
C	3	500
D	4	400
E	5	300
F	6	200
G	7	100

从表 1-1 可以清楚地看到商品价格与需求量之间的函数关系。譬如，当商品价格为 1 元时，商品的需求量为 700 单位；当价格上升为 2 元，需求量下降为 600 单位；当价格进一步上升为 3 元时，需求量下降为更少的 500 单位；如此等等。

商品的需求曲线是根据需求表中商品的不同价格——需求量的组合在平面坐标图上所绘制的一条曲线。图 1-1 是根据表 1-1 所绘制的一条需求曲线。

在图 1-1 中，横轴表示商品的数量，纵轴表示商品的价格。图中的需求曲线是这样得到的：根据表 1-1 的每一个商品

的价格—需求量组合，在平面坐标图中描绘相应的各点 A、B、C、D、E、F、G，然后顺次连接这些点，便得到需求曲线  $Q_d=f(P)$ 。它表示在不同的价格水平下消费者愿意而且能够购买的商品数量，表明商品的价格与需求量之间存在反方向变动的关系。

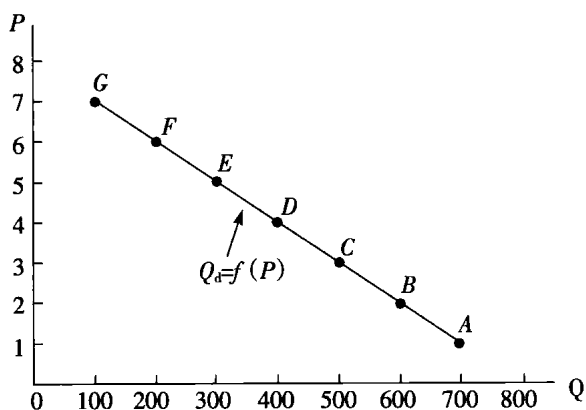


图 1-1 某商品的需求曲线（直线型）

图 1-1 中的需求曲线是一条直线，实际上，需求曲线可以是直线型，也可以是曲线型。如图 1-2 所示，纵轴为价格 P，横轴为数量 Q，由此形成需求曲线 DD'，需求曲线 DD' 向右下方倾斜。

### （三）例外的情况

虽然，商品的价格与需求量之间呈反方向的变动关系，但也有一些例外情况。

1. 某些商品的价格越下降，需求就越小。例如，珠宝、项链等装饰品，是代表一定的社会地位与身份的，如果价格下降，它们不能再代表这种社会地位与身份，对它们的需求就只会减少。

2. 某些商品的价格越高，需求就越大。例如，古董、古字



画、名贵邮票等珍品，往往是价格越高，越显示出它们的珍贵性，从而对它们的需求就越大。

3. 某些商品价格小幅度涨跌，需求按正常情况变化；价格大幅度涨跌，人们就会采取观望的态度，需求将出现不规则的变化。例如，有价证券、黄金市场上就常有这种情况。

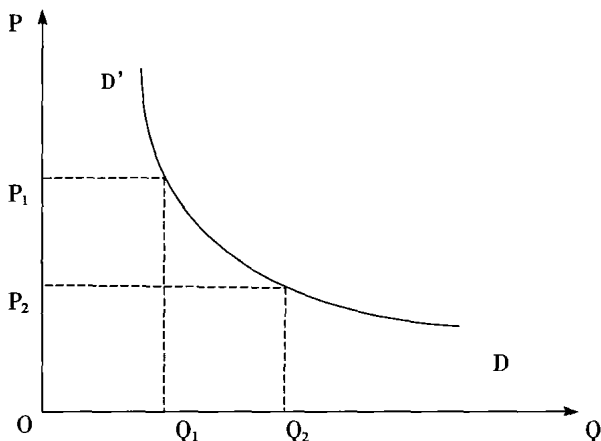


图 1-2 某商品的需求曲线（曲线型）

## 二、需求弹性

弹性就是指反应性，是指任一函数中自变量的相对微小变化所引起的因变量的相对变动。弹性有高低之分，如果因变量变化对自变量变化的反应非常敏感，则称富有弹性，否则即称缺乏弹性。比如某产品降价 10%，引起销售收益增加 40%，则表示该产品是富有弹性的；如果只增加了 5% 的销售收益，则表明需求弹性低，即缺乏弹性。弹性的大小通常可以用弹性系数来表示。

设需求函数为：

当  $X \rightarrow X + \delta X$  时， $Y \rightarrow Y + \delta Y$ ，则弹性计算公式为：