

计划原理与商业计划 论文选编

S

SHANGYE JIHUA

杭州商学院计统财会系

F-722-53/1-5

目

录

1. 谈谈市场预测问题.....杨春旭
2. 再谈市场预测问题.....杨春旭
3. 对我国人民消费结构变化趋势的预测.....李静之 冯文英
4. 人民基本生活需要的测定方法.....黄 谷
5. 关于2000年我国居民消费结构预测的一些看法.....杨 沐
6. 试谈商品供需平衡和预测.....金 鑫
7. 抓住五个关系, 做好元钉铁丝市场预测
.....厦门五金交电采购供应站
8. 我国自行车产销情况和发展趋势.....王岱忠
9. 全国自行车产销调查预测.....中国人民银行信息处
10. 我国缝纫机的产销预测.....冯文权等
11. 我国纯棉布产销预测.....中国人民银行信息处
12. 开展糖果销售预测的方法和效果
.....上海市糖业烟酒公司
13. 卷烟预测的做法和体会.....北京市糖业烟酒公司
14. 我们是如何对洗涤用品进行预测和决策的.....上海市百货公司
15. 苏联商品流转计划.....沈筱容译
16. 我国商业服务业结构.....于祖尧

17. 关于我国商业、服务网点和
人员发展中的问题探讨……………曹厚昌
18. 谈谈城市商业网点设置问题……………刘连城等
19. 零售商业网布局问题的讨论……………陈锦新
20. 供销社及其归口管理的农村商
业网点基本情况……………供销总社基层工作局
21. 三年来全国零售商业饮食服务业
网点和人员的增长情况……………蒋慧英
22. 关于我国商业人员的数量确定问题……孙祥剑 木石
23. 我国商业、饮食业、服务业
还能吸收多少人员……………石小敏 秦永楠

谈谈市场预测问题

杨 春 旭

一、关于预测的概念

预测是人们生活的切身需要，也是人们交换活动的切身需要。长期以来，人们都想早一点知道自己的命运如何，都想早点知道自己将面临着什么问题，都希望自己所从事的工作、所干的事业，能够取得预期的成功，都希望自己的生活美满和幸福，都希望对面临的问题、将来遇到的问题能够作出正确的答案。

那末，什么是预测呢？关于这个问题有各种各样的回答，我个人赞同这样的两方面的回答，一个是回答当前的问题，回答现实问题；一个是回答未来的问题。就是对某种不确定因素，或者不知道的事件做出表述。那么到底是个什么意思呢？就是说把某种未来事件，或者不知道的事件的不确定因素极小化，尽量地减少未知数，扩大已知数。科学的预测是根据一定的理论，采用比较系统的方法得出比较可靠的答案。比如：甲对乙说“你是会死的”，这不能算预测，因为人人都免不了要死亡的，如果说乙能活五十年后会死，这才是预测。如说天气会阴，或会下雨，或会出太阳等，这都不是预测，因为这是常识，但如能测出24小时内要刮几级大风，要下多么大的雨，这才算预测。

二、现代预测的兴起及其发展因素

现代预测是随着生产及科学技术现代化的发展而逐步建立起来的。现代预测特别是经济预测是二十世纪二十年代德国人带头搞起来的，很快地在其他资本主义国家兴起，曾经是蓬勃一时，纷纷成立预测机构，出版预测书刊。但后来由于没有预测出1929年世界经济大危机的爆发，便冷却下来，高潮一下子变成低潮了。在第二次世界大战以后，用科学方法进行预测又逐步建立起来，才形成了比较完整的一套。

我认为，促成现代预测科学技术发展的主要因素有三个：一是商业的发展；二是军事的发展；三是科学技术的发展。先说商业的发展，在国际上的商业是商战，同军事打仗一样的残酷，一样的激烈。搞不好的话，资本家就要倾家荡产，一下从天堂掉到地狱里去。所以他们认为搞不搞预测，预测搞得好不好，几乎是和生命一样重要。由于这种需要，经济学的理论，科学预测和决策学的理论都逐步形成了，这是一方面；另外一方面，会计、统计资料的更加完善，数据更加丰富，所以使现代预测学就更加严密，更加系统化。当然不止是预测学，系统工程学、价值工程学、计量经济学，纷纷产生，而电子计算机的运用，信息传递方法的现代化，进一步推动了这几门学科的形成。把这三方面再简单地分析一下，先说商业，商业发展到什么地方，信息就发展到什么地方，世界上最早的通讯社，如路透社就是商人办起来的。最早建起来的广播站、电话、电报都是为商业服务的。在当今世界，日本商人的预测成绩最大，不管是汽车行业、彩色电视机行业、手表行业，它们都打入了世界市场，而且不断地打击对手，扩大了市场的占有率。1981年日本对美国的贸易额超达180亿美元。日本商业资本家在许多国

家都派有推销员。推销员起码要完成三条任务：第一条向老板报告驻在国的政权是否稳定。不要以为资本家不问政治，资本家最问政治。第二条向老板汇报驻在国所采取的战略决策是什么。咱们说就是路线、方针、政策。第三条要预测商品能否打进去，能否站住脚，有多大的油水。这三条任务，哪个推销员完不成，就把他撤回去，另派人。这里顺便回答了我们一个问题，就是市场预测是大家搞，还是少数人搞？我们商业系统所有干部、职工都应当是预测员，决不是少数几个人搞预测。当然，也要有少数专职人员搞这项工作，负责掌握政策，协调组织，办刊物。

春节以前，我在重庆时，听一个同志说，重庆市有一家小修理铺，这么一件小事情，日本人都知道了。日本商人是什么信息都不放过的。日本外务省有些事情搞不清楚，要问大商社、大财阀。打个比方，某一年有一架飞机失事，驻外使馆也搞不清楚，就是大商社给弄清的，飞机在某时某刻被某人劫持走了。再举两个例子：一个是汽车，一个是彩色电视机。日本的汽车，技术上是学美国的，美国是他的先生，日本是学生，现在日本的汽车倾销，把美国的汽车业挤得哇哇叫，连西德有名的大众牌小汽车，也斗不过日本人。非洲的尼日利亚原来销的是法国的汽车。可是在1981年1—11月尼日利亚进口的汽车总数147,800辆中，日本汽车达到134,500多辆，占到90%以上，1981年日本摩托车在法国市场上占84.3%，汽车也挤了进去。本来非洲是西欧的市场，日本货却占了较大比重。日本人为什么能这么厉害呢？第一，他早就预测到世界上会出现能源危机。在当时石油的价格很低的时候，他就预测到将出现能源危机，这是件很了不起的事，日本人根据这个测定，改产很受消费者欢迎的耗油量小的汽车。第二，日本人预测到，汽车多了以后，马路再宽也会拥挤不堪，停车场的收费会越收越高，

所以要造小型车，小型车灵活，通过能力大，占地面积小。第三，日本人预测到汽车在先进工业国家，因为主妇要去超级市场买菜，老头、儿子要上班，在这种情况下，一家一部车满足不了需要，要向一户多辆发展。由此，多座位的汽车，亦将逐步被既轻巧又小型的汽车所代替。第四，日本车价钱低廉，竞争能力强。由于日本在生产小型、省油、轻便、廉价车方面抢先了一步，把美国的汽车工业挤得一塌糊涂。美国和日本互相搞“日美磨擦”，主要就是汽车问题。美国人提出：你们日本太不象话，把我这个汽车业挤了，汽车业要关门那么多，资本家对我们政府很不满意。日本人说：那好！你们降价，你降得比我低，当然人家要买你的，不买我的，现在自由贸易，谁也管不了资本家。但美国不能降价，大型车耗油量，费材料多，成本高，美国的工资也高，他哪能降得下来呢？日本为了减轻美国的怨恨，日本汽车业成立了“抢救美国汽车特别紧急委员会”，日本提出，你们美国工厂派人到我日本汽车工厂学习，老师带学生，不收学费，对你够客气了，这是我们日本的一点心意，我们怕你们垮下来。

大家知道彩色电视机在世界市场上积压得很多，但是日本人预测到彩色电视机象美国、法国和英国生产的20吋、22吋大型的，销路肯定越来越少，只有不大不小，14吋的销路会越来越大，这是由预测来决策的。预测的根据是：在发达的工业化的国家，电视机一家一户已普及了，再要进一步发展，就是一人一台，向这个方向发展，因为老头要看新闻，老太太要看广告，儿子要看打球，小学生要学功课，弄不到一块儿，一台电视机怎么行呢？如果一人一台的话，小型的价钱低的就比较合算，大型的就不合算。另外，日本人预测到除世界上个别国家住的房子面积比较大，多数国家住的房子还是很小，小房

间放大电视机是不行的，更何况现在有投影电视，不用买大个的，一投影就是一大片，他们认为只有14吋的彩色电视机才可以扩大市场占有率。所以，把美国市场占了三分之一，把西德和英国市场占了将近二分之一。最耐人寻味的事情是英国、法国1981年才觉悟，认为不能造大型的，必须造14吋小型的，两个国家商量一块儿转产、转型号，讨论后觉得时间来不及，在国际市场上时间就是金钱，时间就是生命，时间一差半年，就不行了，日本的彩色电视机象潮水一般涌入西欧市场，改产也来不及，因此还得向银行贷款，增加投资，改流水线，很麻烦的，尽管资本主义国家发展得快也得有一个过程。所以直到现在日本彩色电视机生产仍跑在前面，一股劲地猛冲猛打，美国和西欧等国家到现在还翻不了身。

1967年，日本商务人员在莫斯科，有二、三个星期没有看见苏联外贸部司、局长以上的官员在公开场合露面，他们把这个信息发了电报到东京，为这个事情，东京给各个国家驻在人员发了电报，要求他们查清苏联外贸部高级人员都跑到哪里去了？最后查来查去，发现苏联外贸人员在美国。在与美国进行秘密的粮食贸易谈判，日本一得到这个情报后，认为苏联这么多人去谈判，不是小买卖。而大批地买粮食，一定会引起国际市场粮价上涨，所以日本就抢前猛抓一把。等苏美正式交易时，日本购进粮食已经很多了。日本留心一切动向，捕捉一切情报，可真是了不起，这种精神值得我们学习，人家为资本主义那样买命，我们为社会主义不搞预测，这就说不过去。

科学技术的发展，对预测提供了物质技术条件。到现在为止，很多的复杂问题都可以用数学方法通过电子计算机来描绘和描述。我们不要神秘化，电子计算机、数学模型等等，也可以说是很普通的，是容易理解的。为什么叫系统工程学呢？本

米办事情不是工程，他们形象化了就象搞一件工程一样的科学。如调整价格，甲说提高25%，乙说调整30%，讨论来讨论去，最后选用一个方案，就定了。这是我们传统的决策办法，还要用。如果用计算机来搞，某一种农产品，提价从1—25%，这就有25个体系，计算一年以内对各方面的影响，情况数字表现如何？工资方面、成本方面、运费方面，各行各业的影响，二年以内影响面多大，三年以内影响面多大，四年以内影响面多大？这要从25个体系中选最优方案，这么一个艰巨任务，如果没有计算机就是成千上万的人几年也计算不过来。这些很复杂的事情，要靠数学描述，要借助于电子计算机。搞预测工作的人员一定要懂数学，至少要理解。

还有美国的“价值工程学”，这是一个采购员搞的。第二次世界大战后，美国通用电器公司要扩大基建，发展电器生产。当时按美国联邦政府的“消防法”规定，要用石棉板做地板（防火的），车间没有石棉地板不能投入生产，这个通用电器公司派了采购员到世界各国收集石棉板，那时第二次世界大战刚结束，买不到，即使买到了少量的也不能解决问题，而且价钱非常贵，采购员就动脑筋了，买了一种代用品，叫“纸板”，可以同样起到防火作用，把这个东西弄回去，铺到地上，经过技术鉴定，它的性能和石棉板一样，这一件事情使美国政府修改了“消防法”。美国有一个工程师曼尔斯根据这个经验总结后，取了个名字叫“价值工程学”。这个“价值工程学”对我们很有用处。原理很简单，价值不是咱们的价钱多少的价值。比方手表，手表的任务是：第一计时准，第二外观要漂亮，带的时间长，是指使用价值，在使用价值相同的情况下，成本越小，价值越高，反过来在成本不变的情况下，使用价值越大，价值越高，这对我们是非常有启发的。

现在西方国家十分重视经济预测工作，美国大预测机构有30多家，英国、西德、日本、法国、加拿大、荷兰、挪威等国也有20多家或10多家。美国全国经济研究局是搞预测的，美国商务部经济分析局也是搞预测的，所以总起来说商业的发展、军事的发展和科技的发展，促进了现代科学预测理论和技术的发展。

三、我们搞市场预测需要注意的几个问题

（一）首先应明确过去我们是搞预测的

我们计划部门就是搞预测的。现在提出的预测和过去搞预测有什么区别？有二条：（1）要求我们把预测建立在更加自觉的基础上；（2）要求把我们的预测建立在更加科学的基础上。我们做经济工作，对我们行动的后果，要自觉地想一想，要用科学的理论和方法测量一下。不能消极等待实践来检验。如果那样就很被动，那样做生意、搞生产就只会犯错误。

（二）要搞好社会主义统一市场，必须把预测工作提到第一位

什么叫社会主义统一市场？我认为有这么几个特点：（1）这个市场是为人民服务的，不是为资本家服务的；（2）这个市场是全国统一的，不是地区之间分割的，人民币是通行无阻的，商品流通可以达到全国各个角落；（3）这个市场是多渠道的，不是独家包办的；（4）这个市场是实行计划流通的，不是无政府状态的。概括地说，是公有性，统一性、多渠道、计划性。在这四个特点里，商品流通的计划性是社会主义统一市场的主要特征。为什么这样说？因为如果没有计划性，市场就会陷于无政府状态，就会把公有制冲垮，统一市场就会变成不统一的市场，多渠道就会变成到处投机倒把，最终是社会主义优越性消失了。只有坚持商品流通的计划性，才能

使我们国家的社会主义市场和资本主义市场划清界限。关键在于如何坚持计划流通，所以我认为最主要的是编制出实事求是的、切实可行的、符合我国国情的国家计划。就是要有综合平衡的计划，不要脱离实际、留有缺口的计划。怎样才能使计划实事求是、不脱离实际呢？归根结蒂，它的前提条件就是搞好市场预测。市场预测和统计、会计工作一样都是基础工作。我认为商业局长、公司经理，他们最主要的任务是二条：一个是了解情况，第二个是掌握政策。头一个就是预测，第二个就是决策。如果一个领导人完成了这两件事，事情就能办好了。了解情况就是要搞好预测，掌握政策就是要搞好科学决策。下面我提出八点意见：

1、处理好广泛与深入的关系，理论与方法技术的关系；突出问题和潜在问题的关系。面上的工作要广泛开展起来，全国各省都开预测会议，这是广泛性，但不深入不行。预测本来难度就大，预测就是加班加点也很难搞出名堂来，很费劲，因此必须深入。另外不要光在方法技术上抠，还得有理论。资本家都有理论，我们更要有理论，如统一的社会主义市场就要坚持，就不能放松。那些迷信品、烧香拜佛的商品我们绝对不能干，马列主义理论和西方科学技术上的理论我们都得掌握，在这种情况下才能理解它的方法。另外，突出和潜在问题，什么叫突出，比方蔬菜、猪肉、粮食、油、棉织品、毛呢、毛线问题几乎人人都注意到了，这叫突出的问题。潜在的问题，当经理、局长忙于抓突出问题时，预测人员要敏感地先去摸潜在问题，如卷烟，会不会供过于求？全国产那么多烟叶，价格又提了，就不能用老眼光看，烟多了不好保管，南方一发潮就要发霉，就坏了，这就是潜在问题。注意潜在问题是预测的高明之处，大家没有注意到苗头，你得去抓，如儿童玩具、小儿奶

粉，都得抓，一对夫妇只生一个小孩，宝贝得了不得。买不到奶粉、玩具，在三八妇女节时，六一儿童节时，嚷嚷一阵，登报写文章，人民代表大会、妇联大会都给反映上去了，那时候你就很被动了，所以潜在的问题要抓。

2、要分析论证 这个问题特别重要。论证，我们商业系统最薄弱。去年7月份宝钢公司在北京举行论证会，每个部派了一个代表参加，商业部派了我去参加论证，我是大开眼界。缺乏论证是不行的，什么叫论证，如铅笔，我拜访了北京、上海制笔工业公司总经理，谈到由于木材缺乏，是否能用活动铅笔代替，他们说我们已经制造出来了。多少钱？说零售价是4—6角钱。我说那不行，没人要。要面对3亿学生，3亿学生只能接受价钱小的，四角、六角钱的活动铅笔用不起。重庆铅笔厂造的只有二角一分钱，小学生都不买，宁愿买二、三分的木杆铅笔。一个经理说：你得算算帐，花六角钱能用好几年。不锈钢的笔杆，里面放铅，花六角钱能用三年，一年只合二角钱，那算个什么？而一年买十支铅笔是四角，全国学生一年平均用铅笔是15支，15支是五角钱；而买活动铅笔，三年只花六角钱再买些铅放在里面就行了。我说，你的这个道理站不住脚，小学生的笔容易丢，不象大人能老带着，他一丢就是六角钱，而丢两支铅笔才八分钱，这叫论证。我们写预测文章如写六角钱可行，那就错了，就是论证不到家。论证是科学的论证，商业系统的材料很多，光商业部各专业局的表报就有几十种。没时间看，压着，也就缺乏论证。按现代化的需要来说这些表报并不多。首先我们自己要利用起来，加以论证、分析、解剖，把数字分类，这是我们最薄弱的环节。要自觉地搞好论证。

3、要积累基本数据，建立我们自己的数据库 上海文化

站的商品档案，搞得相当好，每种商品档案前面有一个历史沿革，发展的过程等等，后面是原材料消耗定额、性能、技术标准、价钱、历年来的政策变动等等。太宝贵了。文化站基础工作搞得太好了，下了功夫。还有百货站，交电、五金站，各市公司等单位，都搞了商品档案，都搞得好，要有自己的数据库，而且要特别注意基本数据。什么叫基本数据？比方说，福建省商业厅下面有一个五金公司，对于建砖木结构的民房作了一个调查，搞了一个数据：每投资1,000元人民币需要买五金原材料52元，这个52元就是基本数据，由这个52元可推算好多数字，我给它取了个名字叫“母数据”。凡是这种数据，我们都要给以特别编号，除了数据库以外，还要有个基本数据库。比方农民1981年的收入全国平均是200元人民币，这就是基本数据，就能推算在200元中，如开支是180元，吃、穿、用占多少百分比，这些相对数和绝对数叫基本数据。农民在每100元中如果有25元买百货，按这个算出全国的百货销售数，这种推算就是八、九不离十，就不是胡说八道，而是有根据的，所以基本数据非常要紧。人口数、投资数、销售数等经过大量运算的平均数都是基本数据。如对电视机问题，在城市里，黑白电视机一家一户是普及了吗？有两个问题，第一个是不是一户向两台发展？这第二台是彩色电视机呢，还是黑白电视机呢？这要下功夫分析，不要随便下结论。第二个是电视机的使用周期的更新问题，什么时候报废，报废后更新是买彩色机还是买黑白机，这都是我们要研究的课题。上海郊区已经有四个电视村，要注意研究。好多事情由于缺乏论证，缺乏基本数据，在商业上一会儿说多了，工业刚压下生产，不出半年，一会儿又少了，又非加班生产不可。这是没有科学预测，仅凭某些现象来分析的，他的根据是没有经过反复论证分析的。

4、要十分注意国内外报刊和书籍，要剪报、贴报，要积累资料。我们搞预测的，如果把自己的眼睛挡住了，外界发生了变化，你全不知道，这不行。我们订了二十多个省的报纸，内部刊物订了三、四十种。订一个内部刊物等于请了一个教授，这叫智力投资。工具书一定要买，经济百科全书、经济词典、经济年鉴，这一类都要有，这方面花一些钱有好处。对有自学能力条件的，要尽量满足学习需要。我到处对经理、商业局长宣传，营业员要看展览会，外国展览是难得的教员，这是学习的机会。要让营业员多见多闻，广见多识，开眼界，开脑筋，要善于引导。去年，在无锡东方宾馆，发现服务员都是高中毕业生，长得很聪明，在待业时，苦恼得很，无论如何要就业；就业三个月后，情绪就低落了，整天尽是铺床、抹桌子、扫地、打开水，没意思，服务态度就不行了。后来我跟商业局长谈了一下，这个状况不行，高中毕业生要象过去那样使用不行，现在知识没地方发挥，应该给他们讲旅游学，讲世界地理、经济地理、中国地理，哪里有名胜古迹，国家重点文物为什么要保护等等。总之，要有所得，到了东方宾馆增加了知识，回家后可以对人说。现代化的企业，必须用现代化的管理知识教育职工。这是智力投资，买些书，印些讲义，让他们看，这个钱是值得花的。我们商业上的浪费损失何止成千成万？为什么这一点智力投资不愿意花？不及时解决这个问题，如还是五十年代初期的管理方法，这些营业员就可能慢慢变，社会不放心，家庭不放心，本人也要反对你，所以要智力投资。

5、要发挥我们社会主义商业在预测上的优势。我们国家的长处，外国没有。象我们社会主义统一市场，这个根本特点，外国没有。外国的长处我们能学到，比如，电子计算机，系统工程学，价值工程学，预测学和决策学。我们的长处必须

发挥，我们的统一社会主义市场，实际上就是全国性的信息网络，资本主义世界哪有这个现成的网络结构呢？全国2,000多个县都有百货公司，如果我们上海市百货公司要了解某一个问题，油印2,000份，每一县百货公司发一封，请各县百货公司给我预测某一个问题，是能办到的。例如，上海的胶鞋多，你那儿能不能买，他会回答你的，决不会是资本家那样态度。资本家搞信息那么困难，我们比他们有利，都是兄弟单位嘛！福建有一个县搞了一个预测，认为“胶鞋农村很需要”，销售一年比一年增加，给全国提供了一个信息，不要盲目地说胶鞋积压，问题是你没有下乡。胶鞋有水陆两用的长处，要好好分析，只要价格合适。上海可以发信去兄弟单位，请你把预测经验送给我们一份，或者上海正在考虑什么问题请你们加以协助，我相信，各省商业厅计划处长都会支持。资本主义国家就不行。这个网络我们是没有自觉地利用，这个外国没有。是我们社会主义商业的一个优势。

6、要利用别人的研究成果，尤其要利用别人的预测成果，不要事事从头搞起。例如，新闻单位用咱们的数字，咱们为什么不可以用他们的材料呢？四川省五金交电公司，去年在高温天气之前的两个月，就从气象局搞到一份材料，说天气会出现高温，于是赶快抓紧组织电风扇，结果在高温天气，把电风扇统统买出去了。这个预测就是根据气象预测来的，商业工作的长处就是各个角落都能到。现成的数据都要用，如国家统计局的资料、外国银行的统计资料，能买到的就花些钱，各个国家的情况，就会了如指掌。

7、要逐步解决技术装备、计算工具的问题。商业部计划局有台电子计算机给各个专业公司汇总报表。会计报表，统计报表，放在软件里很快就出来了，要用人计算的话得上百的

人，象这样现代化的工具应当根据实际情况逐步解决。

8、预测工作决不是高深莫测，高不可攀，不是神秘的东西，我们一定能学好。我建议创造出我们中国的市场预测学，我希望上海同志能写一本中华人民共和国市场预测学，把这个事情办成，这是第一；第二，我们要认真总结我们自己的经验，正反面的经验；第三，要学习外国的东西，对外国的东西不能全部照搬，而是吸收对我们有用的部分；第四，要培训干部，最近在黑龙江商学院开办干部训练班为期四个月，训练50个人学市场预测。但就整个商业系统来说，主要是自学，预测这项工作是全国商业部门1,000多万人都要搞的，采购员、营业员都是预测员，预测的主管单位只是收集资料协调预测网络工作，定计划提问题，办刊物，预测工作各业务部门都要开展。自学可以根据各自的兴趣，尽量利用一切业余空隙时间来学习。把预测工作搞好了，编计划，定决策就好办了。

最后用三句话结束发言，第一句话，没有调查就没有发言权，这是毛主席的名言。第二句话，没有预测就没有行动权。第三句话，没有经济效益就没有生存权。经济效益决不单纯指某单位赚钱就是效益，而是指对国家、集体、职工有利，对贯彻党的政策有利，对创建物质文明和精神文明有利，这样的经济效益才是社会主义的经济效益，才是社会主义制度优越性的表现。

（根据1982年2月在福建省商业厅、3月上旬在上海第一商业局座谈会上的两次发言整理）

（原载《经济研究参考资料》1982年119期）

再谈市场预测问题

杨 春 旭

《经济研究参考资料》1982年第119期发表了我写的《谈市场预测问题》。现在，我就市场预测问题再谈一些意见。请大家研究指正。

一、关于认识问题

(一) 传统的市场预测 商品流通本来就是与信息的流通形影不离的。只要做生意就有信息交流。商业人员把商品贩运到那里，就把信息传播到那里；另一方面，又将市场的需要、消费者的呼声等许多信息反馈回来。作为发展生产、开辟市场、扩大销路的依据。世界上最早的通讯社如英国的路透社、法国的哈瓦斯社（即现在法新社的前身）等，都是商业资本家先办起来的。电报、电话的发展也是由商业活动引起来的。做买卖的都要经常了解行市，犹如打仗要有侦察活动一样。这些，都可以叫做传统的市场预测活动。

(二) 现代市场预测 先谈一下信息论的出现。第二次世界大战以后。科学技术方面出现了一些崭新的学科，最主要的就是信息论、控制论和系统论。信息论对信息的认识问题；控制论是解决对信息的利用和处理问题；系统论是要求把处理的对象看成是互相联系的系统，周密地进行处理和控制在自然科