

万后芬
肖经建

编 著

高等学校财经类教材

中南财经大学

农村读物出版社

序 言

随着时代的前进，人类社会已进入向信息化发展的历史阶段，收集和运用信息，已成为当今社会发展所必需。在我国经济体制改革步步深入的今天，自觉地收集运用信息来搞好经济管理，也成为当务之急。为了培养商品流通部门的现代化经营管理人员，搞好流通领域的预测工作，万后芬同志主编了这本《商情预测》。

《商情预测》以商品流通过程中的各个方面为对象，研究商情变化的一般规律及其发展前景。全书共十二章，分为四个部分：第一部分（即第一章）阐述了商情预测的基本理论；第二部分（即第二章、第三章）介绍了商情资料的收集和整理方法；第三部分（即第四章至第七章），重点论述了商情预测的常用方法和部分先进方法；第四部分（即第八章至第十二章）着重探讨了商品需求，商品销售、商品库存等方面的预测应用问题。其中第七章、第十二章由肖经建同志执笔，其余各章均由万后芬同志撰写，吴冀同志参加了初稿的编写。作者要我在全书作了一次审定。

这本书比较全面系统地介绍了商情预测的理论和方法，并吸收了学科的最新科研成果，内容深入浅出，理论联系实际，融理论性、知识性、实用性于一体，是一本便于学习，有利于理解掌握的好书。本书既适合于作为高等院校、函授、成人自修大学及中等专科学校的教材，又可作为实际部

门从事商情预测工作同志的自学用书或工作手册。对于预测方面的理论工作者和实际工作者都有很大的学习参考价值。

中南财经大学 涂葆林

一九八七年五月

目 录

导言	(1)
第一章 商情预测概述	(5)
第一节 商情预测的概念	(5)
第二节 商情预测的意义和作用	(9)
第三节 商情预测的内容和步骤	(14)
第二章 商情预测的资料调查	(20)
第一节 商情资料调查的内容及途径	(20)
第二节 商情调查的步骤	(29)
第三章 商情资料调查的方法	(40)
第一节 确定调查对象的方法	(40)
第二节 商情调查的方法	(53)
第三节 问卷设计	(58)
第四章 直观预测法	(64)
第一节 市场调研预测法	(64)
第二节 经验判断预测法	(72)
第五章 回归预测法	(87)
第一节 一元线性回归预测法	(88)
第二节 多元线性回归预测法	(105)
第三节 非线性回归预测法	(110)
第四节 自回归预测法和自适应回归预测法	(118)
第六章 时间序列预测法	(125)

第一节	时间序列趋势外推法	(126)
第二节	时间序列平滑预测法	(145)
第七章	其他预测方法简介	(161)
第一节	其他常用预测方法	(162)
第二节	先进预测方法	(191)
第八章	商品需求总量的预测	(228)
第一节	影响市场商品需求总量的主要因素	(228)
第二节	社会商品购买力总额的预测	(234)
第九章	市场商品需求构成的预测	(251)
第一节	影响市场商品需求构成的主要因素	(251)
第二节	市场商品需求构成的预测	(257)
第十章	主要商品需求量的预测	(272)
第一节	影响商品需求量变化的主要因素	(272)
第二节	商品需求量预测的一般方法	(280)
第三节	耐用消费品的需求预测	(295)
第十一章	商品销售预测	(305)
第一节	影响商品销售的因素	(305)
第二节	商品销售量的预测	(310)
第三节	商品销售效果的预测	(326)
第十二章	商业企业的库存预测	(335)
第一节	确定条件下的库存预测	(339)
第二节	随机条件下的库存预测	(369)
第三节	库存效果的预测	(379)
附录	调查表速成法	(383)
附表 1	正态分布数值表	(443)
附表 2	t 分布临界值表	(447)

附表 3	F 分布临界值表·····	(449)
附表 4	相关系数表·····	(465)
附表 5	随机数表·····	(469)
附表 6	杜宾—华生表·····	(471)
附表 7	泊松分布表·····	(472)

导 言

商情预测是现代经济管理中的一门应用学科。它以辩证唯物主义为理论指南，以经济学、经营学、市场学、心理学、统计学、数学等学科作为知识基础，以现代化的计算方法和计算工具作为手段，它是社会科学与自然科学相结合的一门边缘的交叉学科。

商情预测学以商品流通的全过程以及流通过程中的各个方面为对象，研究商情变化的一般规律及其发展前景，为科学的决策及合理的计划提供依据，以满足社会对商品的需求，提高企业的经济效益。

商情预测学是商品经济发展的产物，是随着商品经济的发展而产生和发展起来的。本世纪初，随着英、美等资本主义国家由自由资本主义进入垄断资本主义阶段，资本主义经济危机频繁，竞争日益加剧，了解市场需求、掌握商情变化的重要性日渐突出。在这种形势下，商情预测学应运而生。商情预测作为一门科学，产生于本世纪初，其发展可分为三个阶段。

1905年以后，美国的一些大学和一些大的公司都成立了商业调查所，美国宾州大学还开设了“产品的销售”课程，进行商情调查的探索和研究。1911年，“美国柯的斯出版公司商业调查部经理派林，通过对一百多个大城市的主要百货商店的调查，编写了名为“销售机会”的书，介绍美国的人

口、收入等情况，总结了商情调查的基本方法。派林在商情调查的理论和实践方面作出了贡献，被推崇为这门学科的先驱。在这阶段中，创导了各种商情调查的方法。

本世纪二十年代以后，随着商情调查的发展，各种统计方法也被用于商情的调查与分析，由单纯的商情调查发展为对商情的调查、分析与研究，即在调查基础上作出预测。在这一阶段中，统计推断、回归分析、相关分析及趋势分析等方法也开始用于预测中。然而，由于资本主义生产资料的私有性和生产的社会性这一不可克服的矛盾，任何方法也不可能预测和制止1929年—1933年的那场空前规模的经济危机，因而商情预测的研究和应用受到冷漠，没有得到应有的发展。

第二次世界大战以后，由于科学技术的发展，为各种预测提供了理论和资料基础，特别是1946年，电子计算机的问世，为商情预测提供了有利条件；同时，第二次世界大战以后，商品经济发展很快，美国等国家形成了很大的买方市场，掌握商情变化，已成为企业生存与发展的重要条件。在这种形势下，商情预测很快发展起来，并取得了显著的功效。

世界上很多国家都十分重视预测，各种预测机构纷纷成立，而且经常发布预测公告。据不完全统计，1960年至1970年间西欧各国的独立预测机构达293所，遍布英国、法国、西德、意大利及荷兰、比利时、瑞典、瑞士等国。到1976年美国的独立预测机构多达600多所，苏联东欧国家也都建立了预测机构。日本的商情预测理论是二次大战后从美国输入的，较美国推迟了四十年，但发展很快。据一九七八年三月统计。日本的五家大贸易公司在海外的情报人员有一万四千

多人。截至1980年止，日本的情报处理产业有1731个，从业人员达93271人，年销售收入6698亿日元。近年来，各大公司派往国外的工作人员经常保持在16000人左右，在世界各国180多个城市设有近七百个事务所，专门从事情报的收集分析工作，通讯线路长达40万公里，日传情报8万件。三菱商事株式会社每天接到的电讯条子可环绕地球11圈。从传播速度看，世界各地金融市场行情变动情况，5秒至1分钟可以获得；查询、调用国内外1万个重点公司、企业的当年或历年的经营、生产情况的数据，3至5分钟可得。日本这样一个资源贫乏的国家，在二次世界大战以后几十年的时间内能迅速发展，成为世界经济强国之一，信息、情报工作起到了重要作用。

我国历史上很多精明的商人很早就开始自觉或不自觉地运用商情预测的方法指导经商。在《孟子·公孙丑》篇中记述了“有贱丈夫焉，必求龙断而登上，以左右望而网市利”，总结了我国几千年前市场上商人在经商中往往登高，左顾右望、观察行情，以便得到机会出售自己的商品，从而得到更多利益的经验。据《史记·货殖列传》等资料记载，早在公元前六至五世纪的春秋后期，我国大政治家范蠡在弃官经商以后，就运用经济循环理论进行商情预测，并取得成效，曾三致千金、累以巨万。但在当时的社会条件下，经商之道作为个人发家致富的本钱，作为家族的传家之宝，不予外传。因此，预测的理论和方法的研究和运用不可能得到应有的发展。

建国以后，国家对于商情的研究比较重视，五十年代初，很多部门和企业就设置了商情研究机构。但由于“左”倾思想的影响，特别是“十年动乱”的冲击，商情预测工作

没有很好发展。

党的十一届三中全会以来，随着经济的发展，对商情预测理论的研究和应用也发展很快。党和国家的各级领导都十分重视预测工作，多次强调搞好预测的重要性。一些高等院校和经济研究部门都开始了对预测理论和方法的研究，开设了课程、出版了书籍、创办了刊物，对预测工作的开展起了指导作用。从中央到地方，各部门和一些大的企业都相继成立了预测机构，并形成了横向和纵向的预测网络。各预测部门根据本单位的实际，开展了一些项目的预测，培训了一批预测人员，建立了资料库。几年来，预测工作取得了一些成绩，但由于起步较晚、对预测工作的重要性还认识不足、预测人员的素质还较差，我国的预测工作还处于落后状态，有待进一步发展。

商情预测是一门应用学科，它主要包括如下四个方面的内容：（1）商情预测的有关理论；（2）商情预测资料的收集与整理；（3）商情预测的常用方法和先进方法；（4）商情预测的实际应用。对于商情预测学的研究，必须坚持理论联系实际的原则，做到理论与实践相结合，方法与应用相结合，定性分析与定量分析相结合。一方面，通过理论研究、掌握商情预测的基本理论和基本方法；另一方面，通过案例分析和教学实习，进一步研究商情预测理论和方法的应用问题，研究如何运用定性分析与定量分析相结合的方法，来分析和处理实际的商情预测问题。

第一章 商情预测概述

在现代管理中，决策和计划是极其重要的两个方面。作为工商部门和工商企业的管理者，要使自己的决策和计划正确、合理，就必须及时、准确地掌握商情的变化情况和发展趋势，就必须进行科学的预测。

第一节 商情预测的概念

一、什么是商情预测

预测，就是通过对有关资料的收集、整理、分析、研究，运用科学的手段去探索事物的发展规律，并以此规律去推断未来的过程。预测作为一门科学，其理论和方法已广泛运用于军事、政治、经济、科技、天文、气象等各个领域，形成了军事预测、经济预测、科技预测、气象预测等多门学科。商情预测是经济预测的一个重要组成部分。

经济预测，就是运用预测的理论与方法，对各种经济指标和经济变量作出预测。它包括宏观方面的经济结构及国民经济各方面情况的预测，还包括微观方面各部门、各企业的供、产、销等情况的预测。经济预测可按预测时间的长短分为长期预测、中期预测和短期预测；也可按预测的范围分为国民经济预测、地区经济预测和部门经济预测；还可按预测

对象分为市场预测、生产预测、投资预测、金融预测、财政预测、财务预测等。

商情预测是对商品流通情况的预测，是通过对商品流通过程中各种有关资料和信息的研究分析，运用科学方法，预计和推测未来一定时期内商情变化的趋势，为组织供求平衡、作出经营决策、制订商品流转计划提供科学依据。

商情预测是经济预测的一部分，它只研究国民经济发展中有关商品流通的过程及其发展前景，对于国民经济的其他方面的发展情况，例如国民生产总值及其结构，农、轻、重的发展比例，各项国民经济政策等，都不作直接研究。然而，正因为商情预测是经济预测的一部分，商品流通过程是国民经济发展中的一个重要方面，它与国民经济的其他方面紧密相联。因此，在商情预测中，必须了解国民经济发展中与商品流通有关的各方面的情况，分析它们对商品流通发展过程的影响，为商情预测提供条件。

市场是进行商品交换的场所。列宁说：“哪里有社会分工和商品生产，哪里就有市场”（《列宁全集》第一卷83页，1955年版）。随着商品经济的发展，商品交换关系越来越复杂，市场已成为商品交换者相互关系的总和，包括了商品流通过程中供求双方的相互关系。因此，从广义而言，商情预测就是对市场供需情况的预测，就是市场预测。商情预测和市场预测都是为了掌握市场供需情况的变化，为组织供求平衡，满足人民需求提供依据。但是，从狭义而言，市场预测和商情预测根据各自的任务，从不同角度来预测市场的供需前景，预测的侧重点有所不同。

市场预测，往往是从商品生产者的角度来了解市场，预

测市场上商品的供需前景，以合理地安排生产，为组织供求平衡，制订和调节生产计划提供依据。市场预测，主要是预测市场商品的需求情况，本企业产品的销售情况，原材料供应情况等。

商情预测，往往是从商品经营者的角度来了解市场。预测市场供需前景的目的，是为了搞好商品流通，合理地制订商品流转计划，以满足人民对商品的需要，提高企业经济效益。商情预测，除了要预测市场商品的需求情况以外，还要根据经营者的需要，预测商品的销售、资源及库存等方面的情况。

商品的需求预测和销售预测是商情预测的两大重要组成部分，它们之间既有联系，又有区别。需求预测是对买方情况的预测，预测消费者有货币支付能力的商品需要，预测中主要分析与消费者有关的因素，如收入、人口、购买心理等。销售预测是对卖方情况的预测，预测商品销售的情况，预测中不仅要分析与销售有关的需求情况，而且要分析卖方的经营情况及商品的供应情况。从总量方面来看，在保证供应、经营得力的情况下，一个地区商品的销售量可能等于商品的需求量。商品的销售量被看作是已实现的商品需求量，因此，在商品的需求预测中，往往以实现的需求量（即商品销售量）的资料为依据来进行分析。

二、商情调查、预测、决策及计划的关系

商情调查是商情预测的一个重要组成部分。搞好商情调查，收集和整理商品流通过程中与之有关的各种情报及资料，掌握商情变化的历史，现状以及影响其发展变化的诸

因素，是正确地作出预测的基础和前提。商情调查着重是了解过去和现在，取得历史资料和当前的情报，着眼于已发生的事实，因此，调查资料要求准确、可靠、尽可能地反映事物的本来面目。只有通过商情调查，取得了大量、可靠的情报与资料，才有可能作出比较切合实际的预测。商情预测的过程，也就是分析资料、寻找规律、推测未来的过程。预测是着眼于未来、对尚未发生的情况的估计，而未来是受多种因素影响的，尽管有一定变化规律，但是，无论是谁，也不可能对事物的发展前景作出百分之百的准确估计。因此，预测存在着一定的误差。

商情预测是企业经营者进行经营决策的前提和依据。决策是预测的继续，也是预测的目的，它是企业管理者的重要职能之一。经营决策就是在商情预测的基础上决定企业经营的方向、规模、及各项策略，使企业的经营能最大限度地满足社会的需要，从而取得最好的经济效益。决策的目的是满足人民的需要，取得经济效益。在预测结论有利于企业的发展时，经营者的决策是为了保证预测结论的实现；在预测结论不利于企业的发展时，经营者的决策是为了改变预测的结果，使商情的变化向着有利的方向转化。预测与决策都着眼于未来，但是，预测只是在过去和现在的客观条件下对未来的推测，决策是在预测的基础上对未来的控制。

计划是决策的部署，是决策得以实现的行动步骤和具体措施。预测和决策是制订计划的依据。

以上可见，预测、决策和计划是相互依存、不可分割的几部分。预测在决策之前，计划在决策之后，预测是基础，决策是关键，计划是决策的具体体现。

第二节 商情预测的意义和作用

商情预测是商品经济发展的产物。在市场调节为主，市场竞争激烈的资本主义社会，预测的成败是关系到企业生死存亡的关键。社会主义国家是有计划的商品经济，搞好商情预测，同样具有重大的意义。

一、搞好商情预测的必要性

搞好商情预测是经济体制改革形势下的迫切要求。

党的十二届三中全会通过的《中共中央关于经济体制改革的决定》中指出：“我国社会主义经济是有计划的商品经济，今后要大力发展商品生产，重视价值规律的调节作用，把计划调节和市场调节结合起来。”随着商品生产的发展、企业自主权的扩大、市场调节作用的发挥及市场竞争的开展，市场上商品的品种、数量、花色越来越多，越来越复杂，市场需求的变化也越来越大。从宏观来看，要合理组织供求平衡，就必须了解市场供求情况及发展趋势，即必须搞好商情预测；从微观来看，企业必须根据实际情况进行决策，再也不能象过去那样“决策靠上级，决策失误与己无关”了，决策的成败直接与企业的经济利益挂勾，因此，必须搞好商情预测。

搞好商情预测是合理地制订计划的重要依据。

社会主义经济是有计划的商品经济，各项计划的制订都必须依据客观规律，符合客观实际。因此，在制订计划之前必须通过商情预测，了解商情变化的客观实际，掌握商情变

化的客观规律，探索商情发展的前景。陈云同志早在1956年就指出：“我们做工作，要用百分之九十以上的时间研究情况，用不到百分之十的时间决定政策。所有正确的政策，都是根据实际情况的科学分析而来的。”市场是国民经济发展的综合反映，只有通过对市场供需情况的调查和预测，获取市场信息，作为制订和调整长远规划和近期计划的依据，才可能使我国社会主义经济按比例发展，以达供求平衡。没有调查研究，凭主观臆断所作出的计划，必然造成供求脱节，比例失调，给经济发展带来损失。因此，在制订计划之前，必须搞好商情预测。

搞好商情预测是促进商品生产，发展商品流通，为满足人民日益增长的商品需求服务的必要条件。

满足人民日益增长的物质文化生活的需要，这是社会主义的生产目的。要满足人民的需要，就必须首先了解人民的需要，掌握人民的需求特征和需求规律，以合理地安排商品生产和组织商品流通。因此，也必须搞好商情预测。

搞好商情预测，是提高企业的经营管理水平，提高企业经济效益的客观需要。

在满足人民需要的前提下，提高经济效益，获取较大利润，为国家提供更多的积累，这是企业经营的主要目的之一。在商品经济条件下，企业的经营和发展，同市场息息相关。市场情况瞬息万变，如果企业经营者不了解市场动态和发展趋势，任意进货，盲目经营，势必造成商品积压或脱销、商品库存过大、资金周转缓慢、费用增大，造成企业亏损，给国家带来损失。因此，只有通过商情预测，了解消费者的需求趋势、各种商品的经营情况及商品资源的供应情

况，才能合理安排商品的购、销、运、存，合理地作出经营决策，保证购销活动的顺利进行，不断提高经济效益，提高企业经营管理水平。

二、商情预测的可能性

搞好商情预测不仅是必要的，而且是可能的。科学的商情预测，必须具有理论，方法和资料三大依据。

商情预测以辩证唯物主义作为理论基础。商情的变化与世界上一切事物的变化一样，并不是孤立的、偶然的、毫无联系的，而是相互依存，相互联系，具有连贯性、相关性，具有一定的规律性。

从纵向来看，商情的变化具有连贯性。今天是在昨天的基础上演变而来，明天又将是今天发展的结果。按照这个原则，未来商情的变化必然与过去和现在有关，是在过去和现在基础上发展的，具有过去和现在商情变化的某些特点。因此，可以通过对商情变化的过去和现在的研究去推断未来，由已知去推断未知。

从横向来看，事物之间存在着普遍的联系，存在着相关性。商情的变化与周围一些事物的变化有联系，与一些经济变量的变化有关。例如，某些商品的销售量的变化与周围的人口、居民收入、商品价格等因素有关，受这些因素制约，因此，可以通过对这些因素的变化情况的分析，去预测销售量的变化。

从总体上看，商情的变化虽然受着多种因素的影响，但从长期情况来看，这种变化往往具有一定的统计规律性。商情预测就是通过对各种因素的分析，找出商情变化的规律，