

工业企业管理基础知识丛书

GONGYE QIYE GUANLI
JICHU ZHISHI CONGSHU

工业企业市场预测

图时改经济出版社

工业企业市场预测

黄学忠 邓志阳

中国财政经济出版社

工业企业市场预测

黄学忠 邓志阳

中国财经出版社出版

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

北京印刷二厂印刷

787×1092毫米 32开本 7.25印张 147,000字

1983年5月第1版 1983年5月北京第1次印刷

印数：1—18,500

统一书号：4166·419 定价：0.70元

前 言

党的十一届三中全会以后，我国国民经济全面贯彻调整、改革、整顿、提高八字方针，工业企业作为相对独立的生产者的地位，越来越得到加强。市场预测问题也就成为企业经营管理的一个重要问题。在社会主义条件下，工业企业为什么要进行市场预测？

首先，社会主义条件下存在着商品生产和商品交换，客观上就存在着市场。社会总产品除少数由国家计划实行调拨外，绝大多数都要通过市场进行交换。那么，市场供求状况、市场需求量和需求构成的变化、发展趋势，就成为每个工业企业不能不特别关心的问题。市场的变化错综复杂，受到多种因素的影响和制约。工业企业为了使自己的产品能尽快地在市场上出售，并能有盈利，就要调查、分析和掌握市场变化的规律性，预测市场发展变化的趋势。

其次，在实行以计划经济为主、市场调节为辅的方针中，工业企业也要进行市场预测。国民经济管理体制改革的一个重要方面就是实行计划经济为主，市场调节为辅的方针。计划经济，就是遵循客观经济规律，制订国家计划，并通过国家计划来规划和调节社会生产和流通。市场调节是按照国家计划规定的方向和目标，根据反映出来的供求关系以及价格情况等，灵活地调节社会生产和流通，以利于把经济发展的

计划性和灵活性结合起来，恰当地处理各方面的经济利益，调动各方面积极性，加速社会主义经济的发展。要做到这样，工业企业就要在不断改进生产技术、改善经营管理、努力提高劳动生产率的同时，认真研究市场及其变化、发展趋势，并按照市场情况变化来进行决策。进行市场预测就成为每一个工业企业进行经营决策的重要前提。

再次，认真进行市场预测是实现社会主义生产目的的客观要求。社会主义生产目的是保证最大限度地满足人民群众日益增长的物质和文化生活的需要。对工业企业来说，人民群众的消费需求量、需求构成、消费水平等方面的变化，既制约着市场供求关系变化，也制约着企业的生产和经营活动。因而，每个企业要从社会主义生产目的出发，认真研究人民群众消费的需要与变化，研究市场供求关系，就要认真进行科学的市场预测。

最后，进行市场预测也是工业企业生产和经营活动中加强计划性，提高经济效益的客观要求。长期以来，工业企业生产经营活动存在着盲目性，经济效益差。造成这个问题的原因是多方面的，其中一个突出问题就是缺乏预见性，特别是缺乏对市场情况的科学预测。虽然工业企业也制订了各种计划，但由于制订计划没有以市场预测作为客观依据，使计划失去了指导作用，造成产品不适销对路，经济效益低。我们强调加强计划性，提高经济效益，那就需要加强市场调查与预测，提高计划的预见性。

为了适应当前工业企业经营管理工作的需要，加强工业企业对市场需求科学预测，我们撰写了这本《工业企业市

场预测》。市场预测的种类很多，涉及到的内容也很广泛，本书是从工业企业的角度来写的，并把市场预测作为工业企业经营管理的一个重要方面进行论述，因而它不同于市场学、消费经济学、商品学等。

本书共分六章，第一章介绍什么是市场预测及其市场预测在工业企业管理中的地位和作用；第二章介绍工业企业市场调查的内容和方法；第三章是分析市场预测的内容，重点是分析引起市场需求变化的各种因素及其相互关系；第四章主要介绍工业企业进行市场预测最常用的方法；第五章，为了帮助企业市场预测人员更好地掌握与运用市场预测方法，我们选用了几个市场预测实例；第六章是介绍工业企业市场预测的组织机构、人员培训和情报的收集管理。在论述过程中，我们力求从我国的实际情况出发，做到通俗易懂；介绍市场预测方法，尽可能避免数学论证，而偏重介绍一些具体方法，以便能直接应用。

在撰写本书过程中，我们参阅了国外有关市场预测的图书和资料，同时，也作了一些调查研究。本书初稿写出后，曾广泛征求了有关专家、教授和工业企业管理人员的意见，并进行了多次讲授，得到了大家热情的鼓励和诚恳的帮助。在此基础上，我们又写出了第二稿。以后又几经修改，最后才形成今天这本书。这里，我们谨向为本书给予热情帮助和指导的同志，表示衷心的感谢。

我们水平有限，又缺乏这方面比较系统的著作参考，错误之处在所难免。我们热忱地希望广大读者提出宝贵意见。

目 录

第一章 工业企业的市场预测	(1)
一、什么叫工业企业的市场预测	(1)
二、工业企业市场预测的产生和发展	(5)
三、市场预测的科学性	(8)
四、市场预测在企业经营管理中的地位和作用	(13)
五、社会主义工业企业进行市场预测的可能性	(25)
第二章 市场预测的基础——市场调查	(27)
一、市场调查的内容	(27)
二、市场调查的程序	(55)
三、市场调查的方法	(61)
第三章 市场预测的内容	(74)
一、市场需求预测	(74)
二、市场占有率预测	(99)
三、产品发展预测	(106)
四、资源预测	(113)
第四章 市场预测的方法	(116)
一、市场预测的基本程序	(116)
二、调查分析法	(127)
三、图解计算法	(139)
四、两类预测方法的应用	(174)

第五章 市场预测实例(181)

一、集合意见法的运用——武汉机床附件二厂对三爪、
四爪卡盘市场需求的预测(181)

二、相关调查预测方法的运用——宁江机床厂的
中期产量预测(185)

三、多种市场预测技巧的运用——上海电焊机厂
对直流焊机市场需求的短期预测(191)

四、抽样调查预测方法的运用——照相机国内市场需求
预测实例(194)

第六章 市场预测的机构和情报资料的管理(203)

一、工业企业市场预测的机构(203)

二、市场预测人员的选择与培训(209)

三、市场情报资料的收集、整理与管理(213)

第一章 工业企业的市场预测

一、什么叫工业企业的市场预测

在回答什么叫工业企业市场预测之前，需要分别弄清楚什么是市场、预测、市场预测及其种类等问题。

1. 市场

所谓市场，是指商品买卖的场所和领域。在商品经济的条件下，市场是沟通商品生产者和消费者之间的桥梁，通过商品交换可以反映有购买能力的社会需要，体现着一定的生产关系。

市场由以下要素构成：一是有一定数量可供出售的商品和出售者；二是有购买能力和购买欲望的消费者；三是买卖双方进行商品交换的场所。

市场一般具有如下特点：

第一，市场作为商品生产者交换商品的领域，具有错综复杂的买卖关系。市场上某种商品的供给是卖者（生产者）提供该商品的总和；市场需求是买者（消费者）提出对该商品具有支付能力的购买力总和。通过市场交换，从而构成供与求两种不可分割的经济联系。

第二，市场上供求双方不仅有实物联系，即某种具体商品的交换，更主要的是进行价值联系，并通过价格高低来影

响或决定供求关系，价值规律起调节作用。

第三，市场上供求双方的联系是通过一系列经济因素，如商品数量、质量、品种、价格、货币、信贷、利润、税率、购买力、消费结构等，来影响和制约供求关系的变化。

第四，随着科学技术和社会生产力的发展，使市场领域不断扩大和延伸，而交通运输业的发展，给更广阔的市场进行商品交换成为可能。因而市场的发展是无止境的，总是在不断地突破原有界域而向更广阔的范围发展。

第五，市场除了具有上述特点外，还具有不同性质的特点。社会主义市场是统一市场，它要受国家计划的指导和制约，社会主义基本经济规律、有计划按比例发展规律和价值规律同时起作用。

2. 预测

所谓预测，就是人们对未来某一种不确定的东西或未知的事件进行事先的调查研究和分析，作出符合事物发展规律的设想，或者叫结论，以指导人们的实际行动和方向。

预测对于人类来说，并不是生疏的事。早在一千多年前的古埃及、古希腊和中国，都有过哲人的天才预言或预见。我国唐太宗时期，有一个观察天象的太史，叫李淳风，就曾经成功地进行了一次日蚀的预测，预测的精确度可以用“分”来计算。实际上，在政治生活、经济活动，乃至日常生活中，人们都在自觉或不自觉地进行各种各样的预测活动。

3. 市场预测

市场预测是经济预测的一个重要方面。市场预测是指在正确的理论指导下，运用科学的方法，系统地对引起未来市

场需求量和需求构成变化的诸种因素进行调查分析，掌握未来市场发展方向和变动程度，以作出定性和定量的结论，用来指导社会经济活动。

市场预测包含如下一些基本要素：

第一，市场预测要在正确的理论指导下进行，并以大量的系统的情报资料和数据作为预测的基本投入；

第二，市场预测要运用科学的方法和先进的预测工具，及时掌握市场信息；

第三，市场预测是通过对影响和制约未来市场需求量和构成变化的诸种因素的研究和分析，掌握市场变化、发展的规律性；

第四，市场预测不仅要对未来市场变化进行定性分析，还要进行定量分析，作出尽可能精确的科学估量；

第五，市场预测工作是有组织、有系统、有目的地进行，用以指导和调节经济工作。

4. 市场预测的种类

按照不同的划分方法，市场预测可以分为许多种类。

按照预测的范围来划分，市场预测可以分为宏观的市场预测和微观的市场预测。宏观的市场预测，是从本国国情出发，从总体上对市场上投放的全部商品总的供求情况进行预测，它是国家制定方针、政策、计划以及投资方向、发展规模等的依据。微观的市场预测，一般是对商品个量或商品种类进行的预测，包括商品的数量、花色品种、质量、价格等需求变化情况的预测，它是企业或行业制订生产、经营计划和决策的依据。

按照市场预测的时间长短来划分，市场预测可以分为长期、中期和短期三种。

长期市场预测：是指五年和五年以上的市场变化及其趋势的预测，它能为重大的经营决策提供科学依据：

中期市场预测：是指对一年至四年以内的市场供需变化情况的预测，它是为实现五年计划和长期规划提供措施、方案的依据：

短期市场预测：是指计划年度内的预测，如对春节城乡市场情况预测、对下个月或下半年市场情况的预测等，它是为近期安排市场、指导企业或某个部门经济活动提供数据、资料或措施等。

按照市场预测的内容来划分，市场预测可以分为总体预测、分类预测、品种预测、重点预测、典型预测等。

总体预测：是预测一个地区整个市场变化及其发展趋势，实际上属于宏观市场预测的一种；

分类预测：是就商品各个类别，如吃、穿、用、住、行等各类商品的未来市场变化进行预测；

品种预测：是对某一具体产品品种在未来市场上的情况进行单独预测；

重点预测：是对重点产品或重点产品某个方面的市场情况进行预测，如对某一产品的式样、规格或价格等情况进行预测；

典型预测：是指在一个范围内抓住市场上一种典型情况进行预测，如提倡一对夫妇只生一个孩子，对玩具的市场供求情况就有影响，就应对玩具进行典型市场预测。

市场预测的种类的划分不是绝对的，应该根据实际需要
进行多种类型的市场预测。

5. 工业企业的市场预测

从企业的角度来讲，市场预测可以分为工业企业市场预测、农业企业市场预测、商业企业市场预测等。在工业企业市场预测里，又包括各个不同工业部门的企业的市场预测。尽管各种不同性质的工业企业进行市场预测的具体内容不同，市场预测的侧重点不同，但进行市场预测的基本原理、方法、程序等是相同的，可以进行综合的分析和研究。

所谓工业企业市场预测，是指围绕着工业企业产品生产和销售紧密相关的问题，运用科学的方法，掌握未来市场对本企业产品需求量和需求构成变化的客观规律性，并对未来市场需求以及对企业所需的原材料等市场情况作出科学的估量，以指导企业生产经营活动。

二、工业企业市场预测的产生和发展

工业企业市场预测是随着社会生产力和商品经济的不断发展，科学技术的不断创新，科学管理的不断完善而逐渐形成和发展起来的。它来源于企业经营管理的实践，又给予企业经营管理以指导。

在自然经济条件下，生产是以自给自足为主，交换很不发达，不存在市场预测问题。

在简单商品生产的情况下，商品生产与交换也不发达，交换被限制在比较狭小的范围内。小商品生产者在进行商品生产前，尽管要考虑到市场的需求以及各种因素对商品需求

的影响，但当时以手工操作的企业规模小，生产量有限，商品一般供不应求，市场变化缓慢，没有进行市场预测的必要。如果说小生产者对市场情况作一些了解，那也仅仅是对市场需求情况进行某些推导，有了一点市场预测的萌芽。

在资本主义条件下，由于科学技术的发展和社会生产力水平的提高，商品生产和商品交换迅速发展起来，市场规模也随之扩大，企业管理也相应发生了重大变化，市场预测作为一门科学，也逐步产生和发展起来。

第二次世界大战后，资本主义经济在发展过程中出现了许多新的变化，对企业的经营管理也提出了许多新的要求。首先，企业的规模进一步扩大，大型垄断企业的活动日益越出一国界限，向国际化方向发展，出现了许多规模庞大的跨国公司。这种跨国公司拥有雄厚的资本，遍布世界各地，使企业经营管理的范围、结构、层次更加扩大化和复杂化了，企业经营管理中有关战略目标和经营方针的决策问题，比具体执行问题更为突出、更为重要。决策发生失误，执行得越好，造成的损失就越大。为了搞好决策，企业对外界市场环境的调查和预测就显得十分迫切和必要了。其次，现代科学技术的不断进步，新材料、新设备、新工艺、新产品不断出现，技术更新周期大大缩短，产品竞争异常激烈，市场情况变化迅速。每个企业为了能适应这种变化，使自己的产品占领市场，在竞争中处于有利地位，就一定要提高决策的预见性和可靠性，这就要求企业搞好市场调查和预测。工业企业的市场预测正是在这种情况下不断得到发展。

工业企业市场预测的产生和发展，还与经济计量学、未

来学的产生和发展联系在一起。经济计量学这一名词是资产阶级数理经济学家弗瑞希在1926年仿照生物计量学一词提出来的，它是经济理论、数学和统计学的结合。在资本主义竞争日益加剧的情况下，资产阶级要求经济学者运用数学和统计学的方法来研究经济现象，分析经济现象中的数量关系，力图将经济关系加以具体化和数量化。而对市场的变化和发展趋势进行科学的判断和预计，除了需要考察社会结构、人口比例、社会消费等因素外，还要深入地研究收入、储蓄、消费、投资、供求、价格等等数量关系。经济计量学的发展为市场预测提供了科学的方法。二十世纪四十年代初，在经济计量学的基础上，西方资本主义国家逐渐兴起了一门规模庞大的综合性学科——未来学。据荷兰未来学家波拉克介绍，未来学一词是在四十年代首先由德国奥西普·费米奇费塞姆教授提出的，后来由法国加以传播和发展，美国则是当前研究未来学最多的国家。未来学的兴起和发展，广泛运用到技术、经济、军事、政治、文化等方面，这就为工业企业市场预测提供了理论依据和科学方法，未来学研究的许多成果被运用到企业的市场预测上来。美国是运用最早的国家之一，1956年到1960年，美国已把技术预测与长远规划的制订并列起来，作为工业管理的一个重要组成部分进行研究，并在工业界普及。

二十世纪六十年代以来，市场预测得到了迅速的发展。当前，西方国家都很重视市场预测问题，各大公司都设有市场预测机构。如美国420家公司中，有85%的公司设有专门的市场预测机构；美国政府也有市场预测机构，政府主管的

经济机构、私人研究机构、大型垄断组织以及专业性预测机构经常公布预测结果的就有30多家。法国、西德、日本、加拿大等国也有这种类型的预测机构一、二十所。此外，为了保证市场预测的进行，在工业企业组织机构中设立了市场销售部门，市场销售的一个重要职责就是进行市场预测。因此，市场预测已逐渐成为工业企业越来越普遍的科研活动。

三、市场预测的科学性

市场预测学是一门实践性、应用性、业务性很强，带有边缘科学性质的经济学科。它作为经济科学的一个分支，有自己的理论依据、研究对象和日益完善的科学方法，并且正在逐步形成自己的科学体系。

1. 市场预测的理论依据

研究和预测未来市场变化发展的规律性，必须要对所预测的事件发生的原因、与其他事件的联系要有充分的认识，这就要以一定经济理论作指导进行深入地分析。目前，西方国家的市场预测，是在资产阶级经济理论的指导下进行的，主要有凯恩斯的国民收入和就业决定论、后凯恩斯主义的经济增长论、里昂节夫的投入产出表，以及近年来在西方仍旧盛行的经济“长周期理论”等等。社会主义经济与资本主义经济有本质区别，社会主义市场也不同于资本主义市场。在社会主义条件下，市场预测尽管可以借鉴资本主义国家市场预测的若干方法，但它有不同于资本主义国家市场预测的理论依据。

(1) 马克思主义的再生产理论是市场预测的理论基

础。

马克思主义考察了资本循环、周转、再生产的形态变化、阐明资本运动的连续性，资本运动的速度，资本运动的条件，也就是包括生产过程在内的总流通，建立了再生产理论。

资本总是处在不断的运动中。缩短周转时间，提高周转速度，这是资本循环的客观要求。影响资本周转时间和周转速度的因素是多方面的，市场上供求关系是影响资本周转的重要因素，各个资本主义企业要求生产工具、原材料等等的供应渠道畅通，并要适应自己的需要量和需要构成，而商品出售一定要符合市场需要，力求加速和扩大出售，以加快资本周转的速度。

社会主义企业是相对独立的商品生产者。资金循环同样要经过购买、生产、售卖三个阶段，依次采取货币资金、生产资金、商品资金三种形式。企业资金循环中的购买、售卖两个阶段都是与市场紧密联系着。社会主义企业生产的一切商品，包括生产资料和消费资料，都要通过市场售卖出去。如果商品卖不出去或不能全部卖掉，商品资金就不能顺利地转化为货币资金，通过生产过程增殖了的价值就不能得到实现。企业生产所需要的原材料、设备、零配件等也要通过市场得到供应，使货币资金顺利地转化为生产资金。在社会主义条件下，市场上的供求关系变化及其发展趋势，对缩短资金周转时间、加快资金周转速度也同样有重要作用。而且，社会主义条件下社会总产品的实现也离不开市场。因为社会主义社会依然存在商品生产和商品交换。虽然，社会主义社会的重要生产资料产品和部分重要消费资料产品，主要依靠