

农村市场预测 经验选编

中国商业出版社

农村市场预测经验选编

商业部供销合作指导司编

中国商业出版社

农村市场预测

经验选编

商业部供销合作指导司编

中国商业出版社出版

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

北京市建国外印厂印刷

·

787×1092毫米 32开 2.75印张 82千字

1984年2月第1版 1984年4月北京第1次印刷

印数1—6,000册

统一书号：4237·105 定价：0.35元

编者的话

党的十一届三中全会以来，农村商品生产迅速发展，农民购买力不断提高，同时，商业上出现了多条渠道流通，多种经济成分，多种经营方式，农村市场日益繁荣、活跃。面对这一大好形势，供销社如何提高思想认识，改进经营方式，搞好购销业务，提高经济效益，是有很多工作要做的，而搞好市场预测，为商品的生产和购销提供信息，则是当前一项重要工作。

市场预测是一门科学。要搞好市场预测，既要有一定的设施和文化水平，也要有丰富的业务经验。近年来，各地供销社在市场预测的实践中，积累了许多好的经验，取得了好的效果。这里，我们选择了一部分单位的经验材料，汇编成册，供各地供销社学习参考。希望各地供销社在不断发展的良好形势下，从实际情况出发，继续创造出更多更好的经验来。

商业部供销合作指导司

一九八三年八月

目 录

开展农村市场预测的体会

.....江苏省供销合作社计划统计处 (1)

提高认识,加强领导,搞好农村市场预测

.....黑龙江省嫩江专署供销社 (6)

我们是怎样组织领导市场预测工作的

.....安徽省霍山县供销合作社 (12)

积极开展市场预测,提高经营管理水平

.....浙江省萧山县供销社 (18)

开展市场预测,活跃农村市场

.....辽宁省绥中县供销社 (27)

抓预测,促业务

.....陕西省汉中市供销社 (35)

我们是怎样开展市场预测的

.....辽宁省凤城县供销社计统科 (44)

调查预测购买动向,促进购销业务

.....贵州省湄潭县供销社 (51)

预测好,大有益

.....江苏省大丰县南阳供销社 (54)

提供经济信息,促进农村商品生产发展

.....俞志范 裴笑川 (64)

适应农业发展新形势,预测生产资料需求新变化

.....河南省固始县供销社联合社计统科 (72)

搞好生产资料预测,为农业生产服务

.....福建省龙海县供销社 (76)

我们是怎样开展农业生产资料预测的

.....江西省南城县上塘供销社 (81)

开展生活资料预测的几点作法

.....山东省掖县沙河供销社 (87)

一九八三年冷饮引伸需求预测

.....上海市川沙县江镇供销社 (91)

开展市场预测,发挥供销社重要渠道的作用

.....浙江省奉化县江口供销社 (95)

谈谈我们在市场预测中常用的十种方法

.....严承德 (100)

近期市场预测十例

.....江苏省供销合作社计划统计处 (107)

开展农村市场预测的体会

江苏省供销合作社计划统计处

农村是广阔的市场，农村市场的状况如何，直接影响我国的经济建设。供销合作社是农村市场商品流通的一条重要渠道，搞好农村市场的预测，及时、正确地掌握农村市场的供求变化，对搞好农村市场有重要意义。1982年以来，我们搞了一些综合的市场预测和专项商品供求预测，对安排好农村市场，推动供销社改善经营管理、提高经济效益都起了一定的作用

我们的作法和体会是：

一、提高思想认识，把搞好市场预测列为计统部门的重要任务之一

过去，我们对市场预测缺乏认识。形势的发展，工作的实践，使我们体会到搞好市场预测，对各级领导和生产部门了解市场情况，确定方针政策，调整生产结构，促进商品生产都有重要作用。特别是在市场多种经济成分竞争的情况下，搞好市场预测，对商业部门搞好业务经营，增强竞争能力更有迫切的意义。在思想认识提高的基础上，我们把搞好市场预测作为重要任务之一来抓。1981年12月，我们转发了原全国供销总社关于《供销社市场预测工作试行办法》，明确提出把预测工作开展状况作为衡量计统部门工作好坏的重要标志。在规划1982年计统工作时，我们把搞好农村市

市场预测列为第一项任务，拟订了全年的市场预测规划，确定了预测的项目。同时明确计划工作干部也是搞好市场预测的力量，从而使市场预测逐步开展起来，并取得了一定成绩。实践使我们感到，要开创计划统计工作的新局面，一定要把市场预测摆在重要位置。

二、建立多种形式的农村市场调查联系点，逐步形成农村市场信息的网络

为搞好市场预测，我们建立了联系点。选择联系点的原则是：（一）在经济上要有代表性，即不同作物，不同经济水平的地区都要有适当的联系点；（二）工作基础较好，不仅统计员会做、肯干，还要领导重视，支持；（三）经过上下结合协商定点，并随着客观条件的变化而不断地调整充实。目前，我们有 146 个联系点。其中县供销社 8 个，基层供销社 18 个，柜组 120 个。已初步形成了农村市场信息网络。要求这些联系点定期反映农村市场动向和商品供求变化。联系柜组采取数字填充、情况问答的方法，每月直接报送分析资料；基层社联系点每月报送统计表和市场动态分析；联系县则侧重在月终前预报当月市场分析。另外，我们每季还给联系点印发调查提纲或布置一些临时性的调查任务。

联系点建立并不难，但巩固不容易，在巩固方面，我们的作法是：（1）有来有往。即经常将我们综合的市场情况和预测材料发给各联系点，使他们看到自己有哪些材料被采用了，了解自己工作的作用，还可通过这些材料了解全省情况；（2）定期召开联系点座谈会，总结交流工作经验，研究工作任务；（3）对工作基础较差的联系点，进行辅导帮助解决困难；（4）开展竞赛。开展联系点之间的同工种竞

赛，按季公布评比记分情况，年终总结，给予精神鼓励和物质鼓励。采取这些措施，效果很好。1982年各联系点报送的各种调查分析材料就有1,051份，有的联系点一年报送上百份的材料，对我们了解和掌握农村市场动态有一定作用。

三、从实际出发，边干边学，先用简便易行的办法把预测工作搞起来

开始搞市场预测，存在畏难情绪，认为现有干部的经济理论、数学基础比较差。后来，通过学习，我们认识到市场预测的方法是多种多样的，通过典型调查来预测农村市场发展变化，这种方法简便易行适于干部的现有水平。如1982年，我们预测30种主要工业品农村的需求情况，就是通过典型调查解决的。先把调查提纲发给联系点，联系点根据要求逐户访问登记，并将调查登记表直接报送省社。我们将抽查的资料进行汇总，比较分析，推算出全省1982年工业品需求情况。这一情况基本上反映了全省农村市场对工业品需求趋势。中国财贸报对此作了详细报道。最近，我们分析了近三年农村市场生活、生产资料零售额的季节变化，根据一季度社会商品零售额，运用季节预测法，预测出1983年农村社会商品零售额将比上年增长8%左右。当然，这些方法都是比较初级的，要提高市场预测的水平，还需要努力学习，掌握新的科学预测方法。

四、注意基础建设

搞好市场预测，必须注意基础建设，我们在加强基础建设方面做了以下工作：（一）加强业务培训。我们针对许多同志想搞市场预测，而不知道如何搞的问题，于1982年8月，请安徽财贸学院的教授利用暑假期间，在常熟市办了200多

人的短期训练班，专门讲授了市场预测方法，使大家增长了不少市场预测的知识；（二）总结交流预测经验。我们每年召开联系点会议，都要印发较好的预测材料，介绍各地市场预测搞得好的经验，推广简便易行的预测方法。1983年3月，选印了1982年分析预测较好的15篇材料，做为学习材料；（三）积累资料，建立商品档案。事物的发展总有连续性，要了解未来市场的变化，就要对过去和现在的市场进行深入的研究，这就离不开资料的积累，为此，我们在系统整理了供销社三十年资料之后，建立了20多种主管商品的产、供、销情况的档案。使资料系统化、档案化；（四）密切同有关部门的联系，建立经常的信息交换关系。我们不定期地编印农村市场信息和预测材料，报送领导和有关部门。并同商业、银行、农行、统计、电子、纺工、轻工等部门建立了资料交换关系。同时，注意各种报刊上的市场经济信息。便于从国民经济发展的全局中来研究农村市场，从而作出比较准确的预测。

五、加强综合分析工作，在“新”字上选课题

农村市场是一个广阔的经济领域，需要反映的情况很多，各地报送的材料也很多，我们认为要充分发挥这些材料的作用，必须加强综合分析工作，为此，我们总结了“四抓”。一是抓新的，即新情况、新问题、新变化。如农业生产推行责任制后，不断地给农村市场带来新的情况，通过对这些情况的分析，及时反映农村市场发展趋势；二是抓大的，即对与群众生产、生活关系重大的商品进行分析预测；三是抓突出的，即一定时期内领导和有关方面共同关心的，对市场影响比较大的情况和问题；四是抓苗头，即当事物刚刚露头就要抓住它，进行研究，看是偶然发生的，还是代表一种趋势。

近年来，我们在农村市场预测方面做了一些工作，并初步取得了一定效果。但在开展农村市场预测工作中，方法比较单一，对市场变化趋势定性分析多，定量分析少，只搞了一些近期预测，中、长期的预测还没有搞，预测的内容范围也比较狭窄，工作开展也不平衡，同客观要求差距很大，我们决心在机构调整和经济体制改革中，采取措施，把农村市场预测工作更好地开展起来，以适应“四化”建设的需要。

提高认识，加强领导， 搞好农村市场预测

黑龙江省嫩江专署供销社

党的三中全会以来，农村市场多渠道、少环节、开放式的流通体制逐渐形成，改变了供销社独家经营的局面。为了扩大购销业务，活跃农村市场，提高经济效益，两年来，我们在农村市场预测方面做了不少的工作，现将我们一些做法介绍如下：

一、两年来，我们抓了以下几个方面预测：

1. 抓生产信息预测，指导多种经营和农副产品的收购。近年来，社队的多种经营和社员家庭副业迅速发展，他们迫切要求供销社及时提供经济价值高、销路广、产品稳定的生产项目。为了向社队和社员提供生产信息，我们每年在安排主营品种的生产计划之前都对货源的销路进行一次预测，不预测不安排计划。如我区黑瓜籽生产，由于出口外销量有限受到影响。在这种情况下，要想发展必须在内销上打开局面。为此，我们对全国市场需要量进行了调查预测，先后走访了12个省市的近百个经营单位，摸清了国内年需要黑瓜籽在15万担以上，这就为农民提供黑瓜籽的生产信息。

2. 抓农情预测，支援农业生产。供销社除了做好常规的农业生产资料供应外，还要配合有关部门预测旱情、雨情、墒情、虫情，针对农情的变化，做好物资供应准备。1981年，

我们通过预测全区有发生草地螟的可能，于是准备了农药三千吨。六月份，草地螟果然发生了，从而做到了防治及时，将草地螟消灭在三令以前。全区供应农药一千八百吨，较1980年大发生时期少供应一千吨，使农民少开支一百万元。

3. 抓购买力预测，研究投向变化。近几年来，由于党在农村各项经济政策的落实，促进了生产的发展，农民收入显著增加，购买力大幅度提高，随之投向也有很大变化。为掌握投向，搞好商品供应，每年春、秋两季我们进行综合性的预测。如1980年，农村购买投向的特点是：一吃二穿三用四住。1981年，由于连续丰收，社员家庭副业发展，构成了收入高的新特点，投向变化是：一穿二用三住四吃。1982年，由于购买力大，加上政策稳定，社员奔富治家，扩大家庭副业生产心切，投向又有新的变化。由过去的吃、穿、烧、用四大投向变为八大投向，即：一住二用三吃四穿、农业生产资料的购买、副业生产的投资、文化生活的开销及旅游串亲等支出。全区预测住的投资将比去年增长1.4倍；生产资料和副业生产的投资增长1.8倍；用的支出增长17%；吃的穿的增长8%；投向文化生活及旅游的支出增长9%。根据预测，全区供销系统增加了小农工具的加工订货，扩大了建材的经营，增加了日用家具和日用机械工业品的购进。

4. 抓具体商品需求变化预测，指导业务经营。近一年来，我们先后抓了新婚夫妇、青年男女、儿童对工业品的新需求；日用机械、生资建材、烟酒副食、服装鞋帽四大类供销新变化；小农工具、小百货、小五金、小成药、小食品的

“五小品种”经营现状与展望；自行车、缝纫机、收音机、挂钟、手表、电视机、洗衣机七大件的社会保有量、供求差距量、可能购买量的“三知”预测。通过预测，多数基层社做到了情况明、心中有数，过去不敢经营的商品现在敢经营了。如建材商品，通过预测多数基层社敢于经营油毡纸、纤维板、玻璃、水泥、胶合板和白灰等；忽视经营的变为重视经营，多数基层社都增加了小百货、小成药等“五小”商品经营；盲目经营的变为有计划经营，对大件商品都在搞好预测达到“三知”的情况下，开展预约售货。甘南县长山供销社，通过调查预测，了解到群众需要电视机，就采取预约订货、安装服务到家的办法，仅1982年2季度就进销45台。

5. 抓消费者心理预测，扩大推销。搞好农村市场，必须掌握、熟悉消费者的心理，才能扩大商品的推销。这几年，我们把消费者心理变化的预测列为农村市场预测的重点。1980年，由于各项政策的落实，工业产品货源开始好转，供求情况由紧变缓，消费者的心理也由紧变稳。1981年，由于农村经济政策的继续稳定，购买力显著提高，社员积累增加，购买者的心情转向稳中求高。1982年以来，由于购买力增大，工业品不断更新，社员转向治家治产，商品购买者的心情变为稳中求廉。对大件商品由过去的可望不可及，变急用不等待。有些人由选名牌、看产地变为降格购买。拜泉县三道镇的广大社员，过去要上（上海）青（青岛）天（天津）的车子，名牌手表、缝纫机、烟台的钟、进口的电视，等不来，只得降格买。仅1982年1季度，该供销社就销售省产电视机30台，洗衣机53台，手表87块，自行车160辆，缝纫机45台。全区1982年上半年销售的手

表比上年同期增长4倍，自行车、缝纫机增长两倍。这不仅满足了群众需要，活跃了市场，同时，也扶持了省内工业品的生产。

6. 抓货源预测，指导补短补缺，满足市场需要。供销社进货的主渠道是当地三级批发部门。三级批发部门的货源充足与否，直接关系到能否满足农村市场的需要。我们每年在旺季之前，对三级批发货源进行调查预测。三级批发部门货源充沛的，供求基本平衡的，我们紧紧依靠三级站；三级批发部门货源不足的，供求差距较大的品种，通过预测向全区基层社提供信息，允许他们向外补货。1980年，全区县外补充货源（包括商业二、三级站和省外渠道）3,000万元，占年销售额的10%，1981年县外补货4,300万元，占年销售额的14%，1982年上半年外埠补充货源2,200万元，占10%，使市场一些紧缺品种，如白布、各色花布、缝纫机、自行车、挂钟、手表、苏打、洗衣粉、火柴、糖精等商品缩小了供求差距。

7. 抓市场占有率预测，促进企业在竞争中前进。1981年，由于农村集体和个体商业网点增加，使部分供销社销售额下降。在这种情况下，有部分基层干部感到买卖难做，担心完不成年度计划。因此，我们预测了农村集体商业、个体商业发展趋势。通过预测，估计到年末，全区集体商业和个体商业网点要发展到1,500个，这些网点多数以经营烟酒副食为主，争夺阵地的焦点是集镇大社，其零售额将占农村社会零售额15%左右。为了在竞争中成为强者，我们提出增加烟酒副食双代户，增加烟酒副食的品种，扩大烟酒副食营业线，从而使一些在竞争开始居下游的单位变为上游。甘南

县平阳供销社，1981年上半年销售额较上年同期下降20%，下半年由于调整营业线，不但补上了上半年下降的差额，而且全年销售反而比1980年增长3%；1982年上半年，又比上年同期增长40%，在竞争中赢得了主动权。

二、搞好基础建设，指导预测深入开展

农村市场预测是一项新的工作，要搞好这项工作，必须加强基础建设。几年来，我们主要抓了“一个建设”、“注意五性”。

一个建设是：建立市场预测网。两年来，我们由7个预测点增加到33个点，其中基层社30个，县公司3个。这些点分布均匀，代表性强，预测人员由从事计统工作多年有经验的同志担任。我们坚持按季下达预测提纲，提出课题，交代预测方法，指出预测范围、时间和应达到的目的。这些预测点，两年来提出的预测材料120多份，是我们完成各项预测的主要资料来源。

注意五性是：1. 注意敏感性。要随时观察、掌握农村市场的新动向。不注意新动向，就提不出新的预测课题。2. 注意时间性。市场预测必须提前抓早，它和市场调查不一样，它必须走在决策之前，才能起到预测的作用。3. 注意反复性。有些市场预测不是一次可以完成的，要反复进行，不断认识。4. 注意地方性。预测中要注意区域差别、民族差别和消费者的习惯。5. 注意群众性。我们开展市场预测，除了依靠计统专业人员外，还发动职工搞预测，提倡基层营业员经营什么就预测什么。

三、提高认识，加强领导，运用预测抓决策

首先，要使各级领导充分认识到，市场预测是掌握市场

动态和商品供求变化规律的手段，也是加强企业经营管理的重要措施。没有及时地、准确地市场预测，就没有科学的、高效益的企业管理。实践证明，要搞好购销活动，预测必须先行。为了引起各级领导重视这项工作，几年来，我们是逢会必讲预测，安排工作部署预测，检查工作检查预测。

其次，加强对市场预测工作的领导。地区社定期召集县社主任讨论研究市场预测。为了使市场预测更好地开展起来，除各级供销社都有一名主任分管这项工作外，地区干校举办学习班，增设了市场预测专题。不少县还举办了市场预测专业学习班。

最后，运用预测抓决策。预测的目的是为了多方搜集可靠的情报和资料，经过综合分析，为企业经营做出决策。一个企业的领导，只预测不决策，必将贻误时机，影响购销业务的开展；相反不预测乱决策，必然造成盲目经营。比如，1981年土豆受灾减产，1982年上半年农副产品采购额将要下降，但我们考虑粮食丰收，社员手头余粮多，抓得好可收零粮万吨以上。于是提出了“土豆丢了零粮补”的决策，开展了零粮突击收购大会战，为社员增加了收入，为国家增收了粮食，为企业增加了利润。