

市场调查和预测

江苏人民出版社

市场调查和预测

苏泽民

江苏人民出版社出版

江苏省新华书店发行 南通稻舂印刷厂印刷

开本787×1092毫米 1/32 印张3.5 字数75000

1981年6月第1版 1981年6月第1次印刷

印数1—13500册

书号：14100·014 定价：0.26元

责任编辑 高怀

前 言

市场调查和预测，是现代工业企业管理科学的一个重要内容。本书试图结合我国社会主义企业管理的实践，通俗地介绍国内外开展市场调查和预测的历史、理论和方法，供广大经济工作人员和企业基层干部学习参考。

本书在编写过程中，承蒙江苏省机械工业厅领导、厅总工程师陆荫同志、南京大学经济系蒋俊老师审阅，提出了宝贵的意见，在此深表感谢。

由于本人理论水平和业务水平有限，缺乏实践经验，加上时间仓促，书中难免存在不少缺点和错误，恳切希望读者提出批评、指正。

苏泽民

一九八一年四月

目 录

一、社会主义市场调查和预测的性质、	
意义与目的	(2)
(一)市场调查和预测的产生与发展.....	(2)
(二)市场调查和预测的性质与特点.....	(4)
(三)积极开展社会主义市场调查和预测.....	(6)
二、市场预测的分类、内容及其特点	(9)
(一)市场预测的分类.....	(9)
(二)社会需要预测.....	(10)
1.掌握整个社会总的需求动态及其变化趋势	
2.摸清社会需要的各种特点	
(三)市场占有率预测.....	(27)
(四)资源预测.....	(29)
(五)产品寿命周期预测.....	(31)
三、市场调查和预测常用的几种方法	(35)
(一)调查分析法.....	(36)
1.典型市场调查	
2.普遍市场调查	
3.抽样市场调查	
4.通过各种展销、交易活动进行市场调查	
5.试销——实验市场法	
6.广告宣传	
7.德尔菲方法	

8.集合意见法

(二)数学分析法.....(47)

1.平均法

简单平均法——加权平均法——指数移动平均法

2.随手作图法

3.直线式最小平方法

4.曲线式最小平方法

5.控制图表法

6.订货预测法

7.季节变动的预测

移动指数法——连环比例法

8.相关分析法

9.比例法、相似法、时间位移法

10.基数迭加法

11.数量经济法

12.产品市场位置图

13.价格浮动与需求、利润的预测

(三)预测方法的选择和预测误差的测量、分析.....(93)

1.市场调查和预测方法的选择

2.预测误差的测量和分析

四、建立市场调查和预测工作的组织机构 (100)

市场调查和预测是一种掌握市场需求变化动态的科学。它的任务是运用各种信息和资料，通过调查研究、分析和运用数学模型，预测出在未来的一定时间内，市场对某种产品的需要量和变化趋势，为工业企业确定计划目标和经营决策提供依据。

在社会主义商品经济条件下，企业的生产和流通是离不开市场的。这就要求企业必须注重市场需要的调查研究，分析社会购买力的变化及其投向，预测市场动向，掌握市场供求规律，匡算市场对各种商品的需求量。市场调查和预测是企业的“望远镜”，借助这个“望远镜”，才能取得经营管理上的主动权和较好的经济效益，促进生产，发展社会主义市场，满足广大人民群众日益增长的物质和文化生活的需要。但长期以来，由于我国实行的是高度集中的指令性计划经济，忽视市场调节的作用。因此，我国工业企业的管理人员，对市场经营管理科学是很陌生的。随着经济管理体制改革的进展，企业自主权的逐步扩大，生产资料进入市场流通，市场机制作用逐步加强，市场调查和预测对企业的生产、经营就越来越显得重要了。

下面，我们从四个方面来谈谈市场调查和预测的基本原理与方法。

一、社会主义市场调查和预测的 性质、意义与目的

(一)市场调查和预测的产生与发展

市场调查和预测，作为一门企业管理的科学，最早产生于西方工业发达的国家。资本主义生产方式诞生以后，由于资本主义生产的社会化和生产资料私人占有的矛盾，导致周期性的经济危机。一些资本家在进行投资、经营、组织生产的过程中，为了在自由竞争中获得生存、发展、攫取最大限度的利润，躲避经济危机的打击，开始注意进行市场调查和预测的研究。早期的市场调查和预测，在很大程度上基于价值规律的自发作用，带有经验性和盲目性，还没有形成一门完整、系统的学科。

本世纪初，资本主义进入垄断阶段。资本主义经济危机的影响日益加深，垄断资本之间的竞争愈演愈烈，垄断资本迫切需要了解本部门及有关方面经济的未来前景，以便进行生产经营的决策。随着经济统计资料的收集和统计方法的进步，以及经济周期和危机理论的研究，各种预测未来经济情况的方法和机构应运而生。到二十世纪二十年代，美国已有五家著名的商情预测机构：巴布森统计组织、布鲁麦厄经济服务所、哈佛大学经济研究委员会、标准统计公司和穆迪投资人服务所。但是这些商情预测机构都没有能预测出1929年

的大危机的爆发，于是蓬勃兴起的经济预测热潮就冷却下来了。一直到四十年代，随着国家垄断资本主义的发展，政府干预经济生活的职能不断扩大，《未来预测学》这门新兴学科的诞生，很多新的预测技术被引进了市场调查和预测，从而提高了预测的准确程度，使市场调查和预测成了现代工业企业管理科学的一个重要组成部分。

目前，在西方工业发达的国家，各大企业、专业公司，都集中了相当数量的经济技术人才和管理人才，成立了专门机构，进行市场调查和预测，研究掌握若干年的市场变化，为企业主的经营决策提供资料和情报。在美国，在政府主管经济机构、大垄断组织、私人研究机构以及专业性经济预测公司中，有三十多家经常公布经济预测的结果。美国很多公司认为：“公司的成功，在于对市场需要的了解”。英国有二十多所市场预测机构。西德、加拿大、日本也都各有一、二十家预测机构。法国是西方市场预测比较有成效的国家之一，设有许多机构从事经济、技术、市场的预测工作，与经济有关的政府各部都设有预测机构，一些私人机构和大企业均有专人负责预测工作。这些机构的研究和预测范围很广，包括经济增长、人口、就业、物价、住房、收入、家庭消费、社会保险，以及国际环境和国际经济关系等问题，对经济计划、经济政策和企业经营方针的决定，起着重要的作用。据国外统计，利用预测方法获得的经济收益，大大高于预测所费的开支；相反，缺乏必要的预测，将招致严重的经济后果。所以，国外工商业资本发达的国家，都十分重视市场的调查和预测工作，它已成为经济、工业的组织与管理科学的一个重要组成部分。

(二) 市场调查和预测的性质与特点

市场调查和预测，作为工业企业管理科学的一个组成部分，与整个资本主义企业管理科学一样，具有二重性。一方面，它运用科学的方法，分析企业的生产与市场需求之间的内在联系，以及社会需求的变化规律，用以指导企业的经营决策，提高企业的管理水平，促进社会生产力的发展，这是它具有科学性的一面；另一方面，它又是建立在资本主义生产方式的基础上，是在资本主义经济规律的体系下形成和起作用的，维护着资本主义的生产关系和社会制度。因此，它又具有与社会生产关系、社会制度相联系的社会性。

我国是社会主义制度，国民经济是有计划、按比例发展的。我国现阶段的社会主义经济是生产资料公有制占优势、多种经济成份并存的商品经济。社会主义企业要在国家计划的指导之下，利用价值规律，发挥市场机制的调节作用，根据国家计划和市场需要，制定自己的计划。因此，社会主义企业也必须进行市场调查和预测，为企业制订生产计划，提供决策依据。由于社会生产关系不同、经济结构和体制不同，社会主义企业搞市场调查和预测与资本主义企业搞市场调查和预测，就具有以下三个不同的特点。

第一，目的不同。资本主义企业搞市场调查和预测是为了扩大销路，赚取更多的利润；为了在自由竞争中击败对方，免遭经济危机的打击，防止企业的倒闭和破产。社会主义企业搞市场调查和预测，是遵循社会主义基本经济规律和有计划按比例发展规律的要求，为了促进生产，提高质量，更好地满足人民的物质和文化生活的需要，避免造成商品的

积压、社会劳动和资金的浪费。

第二，影响市场调查和预测的客观因素不完全一样。资本主义企业搞市场调查和预测，要受到经济危机、能源危机、竞争胜败、市场行情、通货膨胀、劳动力就业、货币贬值与升值、股票的涨落、政府的更迭、政策的改变、战事的发生、自然灾害等各种因素的影响，特别要受到周期性经济危机的影响。所以，资本主义企业搞市场预测带有与企业存亡攸关的风险，称之为“风险”预测。社会主义企业进行市场调查和预测，虽然也要受到自然灾害、季节、国家财政经济状况、投资政策、国际市场等各种因素的影响，但是，由于我国的经济是社会主义经济，是在计划指导下的商品经济，这就为搞好市场调查和预测，创造了有利的条件，使市场调查和预测到的情报，更加可靠，更加接近实际。

第三，使用的方法和手段不完全一样。由于资本主义各企业之间的利益是根本对立的，它们在采用先进的科学预测方法的同时，还必然采用互相封锁行情，甚至不惜采用欺骗、行贿、安商业窃听器、搞假情报放风、互相拆台等各种不正当的手段。这是社会主义企业搞市场调查和预测所不允许的。社会主义企业相互之间虽然也有其相对独立的经济利益，但从根本上来说是一致的。为了社会主义的整体利益，各个企业在进行市场调查和预测时，应该采取认真的调查研究和科学的数学方法，既要进行必要的、有益的竞争，更要互通商情、相互协作。

这些不同特点，要求我们在学习国外市场调查和预测的科学方法的过程中，要善于吸收其科学的部分，舍弃其中不符合我国社会经济制度的东西，结合我国社会主义的经济活动情况，正确地加以运用。

市场调查和市场预测是按经济规律办事的一种科学方法，它不能违背经济规律本身发展的客观性，违背了这种客观性，再好的预测方法也是无能为力的。资本主义国家的市场预测专家，为了寻找经济危机即将到来的蛛丝马迹，编纂了一种“事业气压表”，从股票市场、工业生产、就业机会、物价、建筑合约、电力供应、银行账款、大众收入、存货、贸易等各种经济活动中寻找经济危机的信息。他们把历年来经济危机出现以前的经济动向整理成资料，找出各种经济动向之间的关系、比例，与当前的各种经济信息加以比较，从而为企业家的投资、经营进行决策预测，一旦发现经济危机的信息，立即采取措施。这些方法，对于国家干预经济生活和垄断组织的经营管理，对某一个企业或工业部门预测经济危机的到来，采取相应的措施，以减轻经济危机对自身的打击，有一定的效果；但对整个资本主义生产方式来说，它并不能避免经济危机。因为经济危机是资本主义制度的必然产物，是资本主义生产方式的固有矛盾引起的。任何科学的预测方法，并不能改变经济规律的客观性，只有在充分运用经济规律，按照客观经济规律办事的前提下，科学的市场调查和预测才能发挥其积极的有效的作用。

（三）积极开展社会主义市场调查和预测

市场调查和预测，对我国的工业企业管理人员来说，还是一个新的课题。多年来，我们不承认我国社会主义经济仍然是一种商品经济，否认生产资料是商品。实行的是一种高度集中、统得过死的，以行政管理为主的经济管理体制，这种体制把企业作为各级行政机构的附属物，否定了企业的相

对独立性；按行政区划管理经济，自成体系，割裂了经济的内在联系；自上而下的指令性计划、指标管得过死。在这种体制之下，企业的生产计划由上级下达，资金由上级调拨，设备由上面供给，产品由国家统购包销，企业没有经营决策的自主权，唯一的任务是为完成上级下达的计划指标而生产。这种“人财物各有所管，产供销互不见面”的管理体制，大大地阻碍了我国社会主义经济建设的发展。这种经济管理的办法，其结果是把生产职能和流通职能截然分开，企业与市场很少联系，特别是生产生产资料的企业，几乎和市场是隔绝的，使生产单位无法了解市场的需求，造成产销严重脱节，供需矛盾突出，有的产品长期脱销，有些产品长期积压。当然，造成积压浪费的原因，是多方面的，但是否认价值规律和市场调节的作用，无疑是一个重要的原因。在那种行政式的经济管理体制之下，工业企业都是“执行型”的，无法也无须进行市场调查和预测，至多搞一点产品质量调查、用户访问就认为可以了。

随着经济改革的进展，企业自主权的扩大，以及我国商品经济实行计划调节和市场调节相结合的原则，以计划调节为主，充分发挥市场调节的作用，把呆滞的经济搞活；同时提倡保护竞争，促进联合，扬长避短，发展社会主义商品经济，满足社会和人民的需要。这些经济政策，必将使社会主义统一市场得到健康的、积极的发展。今后，随着市场机制作用的逐步加强，商品竞争的开展，企业将由过去完全的“执行型”转化为“决策型”、“经营型”，每个企业作为商品生产者，其经济活动和市场必将发生越来越密切的关系，市场调查和预测对企业的生产、经营就必然越来越显得重要起来。

近两年来，我国各工业部门和企业学习国外市场调查和预测的经验，开展了市场调查和预测，做出了良好的开端。1980年上半年，国家计委组织轻工业部、商业部和有关省市，对上海、江苏、广东二省一市进行了家用电器的市场调查和预测，为我国发展家用电器工业提供了各种统计资料。国家仪表总局会同商业部、北京市影协对照相机的国内市场需求进行了预测；上海、山东、四川、湖南、陕西、北京、南京等省市的轻工和商业部门，对轻工市场进行了调查分析，对近几年来人民生活消费结构和社会购买力投向的变化规律及趋势，进行了预测，为今后5~10年内，轻工业的发展规划提供了决策的依据。最近，上海市计委经济研究室邀请商业、物资、工商、物价、统计等部门和中国人民银行的同志进行座谈，研究了关于市场预测的内容、方法，有关单位在会上作了市场调查和预测的经验介绍。当然，这些工作还刚刚开始，预测的范围也很有限，各种科学的预测方法还不普及，由于统计资料不够完整、不够真实，虚假因素比较多，预测的准确度也比较低。但是，各级工业部门和企业已越来越清楚地认识到市场调查和预测的重要性与必要性。在当前国民经济的调整时期，更要在国家计划的指导下，加强市场调查和预测，为国民经济的调整提供决策的依据。

二、市场预测的分类、内容及其特点

(一) 市场预测的分类

市场预测，从预测的范围来分，可分为宏观的市场预测和微观的市场预测。宏观的市场预测，又称经济预测，包括人口预测、能源预测、工业结构预测、国民生产总值增长率预测等，它是为整个国民经济的发展规划提供决策依据的。微观的市场预测，亦称销售预测，是对某一工业部门或某一公司、企业的产品市场潜在需要量的预测，这种预测为企业发展产品、制订生产计划提供决策依据。因此，这种预测亦称为生产预测。宏观的经济预测与微观的市场预测是互相依存的，微观市场预测是宏观经济预测的基础，而微观市场预测又必须以宏观经济预测为其前提和条件。本书介绍的，主要是微观的市场预测。

按预测的性质分，可分为定性预测、定量预测和定时预测三种。

按内容分，包括社会需要预测、市场占有率预测、资源预测、产品寿命周期预测、新产品发展预测、投资方向预测、库存预测、价格变动率预测、技术发展预测等。

按预测时期的长短分，可区分为长期预测、中期预测、短期预测和近期预测。五年以上的预测称为长期预测，二至三年的预测称为中期预测，短期预测通常以一年为期，一年之内的预测，一般称作近期预测。

由于预测的目标、期限不同,采用的预测方法、预测对象、资料数据的要求也各有不同。市场需求变化快,一般采用近期或短期预测,以减少误差,提高预测的可靠性;对战略性决策,如生产发展规模、产品方向、投资方向、技术发展等,一般采用中、长期预测。这里着重介绍社会需要预测和市场占有率预测,其它预测,只是介绍与市场需要关系比较密切的有关内容。

市场调查和市场预测,既有联系,又有区别。进行市场预测,必须先做好市场调查,获取大量可靠的数据和动态数列,才能作出比较切合实际的预测。因此,预测是建立在市场调查的基础上。市场调查和市场预测都是为企业经营决策提供依据的重要手段。有些方法,既适用于市场调查,也适用于市场预测,在一般情况下,两个过程是密切联系在一起的。但市场调查不等于市场预测,市场调查的对象是过去或现在已经存在的经济事件,其目的可以是为了预测,也可以是为了了解过去、总结经验,认识现状、肯定成绩、发现问题。而市场预测是为了认识未来的市场需求,预测的对象是尚未形成的经济现象。因此,市场调查和市场预测是既有共同之处,又有不同之点。

(二)社会需要预测

这是市场调查和预测中最基本的,也是最重要的预测。它涉及的因素很多,也很复杂,我们可以从两方面进行分析,一是掌握整个社会总的需求动态及其变化趋势;二是分析社会需要的各种具体特点。

1.掌握整个社会总的需求动态及其变化趋势

第一,要经常地学习和了解国家经济建设的方针、政

策，才能很好掌握社会总的需求动态。社会对某种产品的品种、规格、外观、经济性能、原材料、形状、尺寸、颜色、质量、精密度的要求，是受整个社会总的需求动态制约的。而社会总的需求动态，又是与国家经济建设的方针、政策直接有关的。因此，要预测社会需要，就要了解国家经济建设的方针、政策。当前贯彻调整国民经济的八字方针，基本建设战线要退够，重工业的发展速度要放慢，行政费用要紧缩，但农业、轻工业和有关人民生活的日用品生产、能源、交通、科学文化卫生事业，还要尽可能地继续发展。国民经济实行调整方针，将对社会需要的各个方面发生重大的影响。譬如，对机械工业来说，在国民经济调整时期，机械工业要调整服务方向，改变生产结构，在为重工业和基本建设服务的同时，做到五个面向：面向农林牧副渔、轻工市场和城乡人民生活的需要；面向老企业挖潜、革新、改造的需要；面向城市集体所有制经济的需要；面向生产维修、技术改造的需要；面向扩大出口的需要。这五个面向，是当前国家、社会对机械工业总的需求动态。五个面向所需要的机械产品，数量很大，门路很广，机械工业的发展有着宽广的道路。近几年来，国家对轻纺工业投资较多，中国人民银行已决定1981年对轻纺工业再发放一笔专项贷款。轻纺工业要发展，就要相应增加设备。目前纺工系统，有百分之三十的机床是二十年代、三十年代水平的，技术性能差，严重影响产品质量和加工效率，急需更新。这就要求机械工业部门提供一些大型的、精密的机床，如龙门铣等等。这是机械工业部门各个企业在今后一段时间内必须掌握的整个社会的需求动态。

对轻工业部门来说，随着生产的发展，人民生活水平的提高，消费构成在变化，人们对耐用消费品的需求将不断增

长。社会不仅需要更多、更好的自行车、缝纫机、手表，而且必然大为增加对电视机、洗衣机、电熨斗、电冰箱、电风扇等家用电器的需要量。1979年初，轻工业部、商业部和上海有关部门，对上海、江苏、广东二省一市进行了家用电器的市场调查和预测。这次调查，通过家庭普及率的调查来估算社会保有量，通过购买力的分析来预测社会最大需要量，通过历史产销量预测今后产销量，通过社会动态、市场分析、技术服务来改进产品，预测试制和科研的方向。调查表明，我国家用电器是有很大发展前途的新型轻工产品，在今后十年中，将成为我国轻工业部门产品开发的一个重要方向。

其他行业和部门的生产，也都同国家经济建设的方针、政策有着密切的关系，我们要经常地进行学习研究，才能很好地掌握社会总的需求动态及其发展趋向。

第二，要掌握市场的购买趋向(或称消费投向)的变化及其规律。随着生产力的发展和人民生活水平的不断提高，社会需要的消费结构(包括生活消费结构和生产消费结构)，将不断发生变化。就生活消费市场的投向来说，人口和收入是影响消费投向的最主要因素。人口因素，又可以分为总人口、人口的地理分布、年龄结构、人口性别、家庭单位与住宅数、教育程度等各种因素。收入因素，可以细分为国民收入、职工平均收入、人口平均收入。国外市场学理论还将每人平均所得进一步细分为可处分所得和可任意支配所得。所谓可处分所得，即从个人所得中减去应由个人负担的各种税收；可任意支配所得，即从可处分所得中扣除用来维持个人或家庭的生活，譬如房屋、食物、衣著、耐久消费品的分期付款以后的所得。可任意支配所得是影响生活消费投向的最直接、最重要的因素。

生产消费市场的消费投向，其影响因素与生活消费市场