

市场预测方法 一百种

何 国 栋 编 著

广 东 科 技 出 版 社

市场预测方法一百种

何 国 栋 编著

广东科技出版社

市场预测方法一百种

柯国栋 编著

*

广东科技出版社出版发行

广东省新华书店经销

广东新华印刷厂印刷

787×1092毫米 32开本 12.875印张 280,000字

1987年4月第1版 1987年4月第1次印刷

印数1—10,000册

统一书号 4182·8 定价 2.20元

目 录

上 篇 市场预测概论

一、市场与预测以及市场预测的兴起	3
(一)什么是市场预测	4
(二)预测的种类	6
(三)市场预测的兴起	8
二、市场预测的意义和作用	12
(一)生产的社会化必须依靠市场预测	13
(二)要使市场供需平衡必须进行市场预测	14
(三)科学技术的飞速发展迫使人们重视预测	15
(四)预测为制订计划和经营决策提供依据	16
(五)促使企业改善经营管理和提高经济效益	17
(六)有助于充分发挥市场调节作用	18
三、市场预测的内容	20
(一)市场需求变化的预测	20
(二)购买力投向的预测	22
(三)销售预测	23
(四)商品资源预测	24
(五)商品寿命周期的预测	26
(六)市场商品供求平衡的预测	29
(七)商业网的建立和发展趋势的预测	31
(八)经济效果的预测	32
四、市场商品供求形态与预测分析	34

(一) 市场商品供需形态	34
(二) 预测分析	97
五、市场预测的步骤和要求	41
(一) 进行步骤	41
(二) 具体要求	44

下 篇 市场预测方法

一、特尔菲法	49
二、头脑风暴法	54
三、消费品购买力预测法	55
四、经验判断法	58
五、货币收支平衡预测法	62
六、货币流入与流出测算法	64
七、集合意见法	68
八、意见测验法	70
九、市场因子推演法	71
十、征询预购测算法	73
十一、需求弹性预测法	74
十二、企业意外事件的预测分析	79
十三、主观概率预测法	81
十四、展销调查预测法	84
十五、问卷调查测算法	86
十六、商品寿命周期曲线的分析判断法	88
十七、商品寿命周期与成本、价格、利润关系分析法	90
十八、社会购买力推定法	92

十九、百分比率递增法	94
二十、试销法	97
二十一、访问法	99
二十二、一般消费品需求量预测法	101
二十三、一般耐用消费品需求量预测法	104
二十四、耐用消费品需求量预测法	106
二十五、耐用消费品相对饱和普及率预测法	110
二十六、耐用消费品保有量预测法	118
二十七、耐用消费品报废率预测法	123
二十八、市场普查	128
二十九、典型调查	131
三十、随意调查	138
三十一、观察法	135
三十二、市场因素推算法	136
三十三、参照国民经济计划预测法	141
三十四、对比预测法	143
三十五、进货批量和进货次数预测法	146
三十六、进货收益优化预测法	151
三十七、进货批量损失测算法	157
三十八、提前订货预测法	160
三十九、简单随机抽样法	163
四十、分层比例抽样法	165
四十一、分层最佳抽样法	168
四十二、分群随机抽样法	172
四十三、机械抽样法	175
四十四、判断抽样法	176
四十五、配额抽样法	177

四十六、任意抽样法	180
四十七、学校调查法	181
四十八、市场占有率预测法	182
四十九、市场占有率变动趋势预测法	184
五十、市场占有率转移预测法	186
五十一、市场占有率控制图预测法	193
五十二、转导法	195
五十三、类推法	196
五十四、简单平均数法	201
五十五、加权算术平均数法	203
五十六、移动平均数法	205
五十七、调和平均数法	209
五十八、估计均方差	212
五十九、绝对数动态数列序时平均数法	215
六十、相对数动态数列序时平均数法	219
六十一、折半平均数法	221
六十二、实销趋势分析预测法	224
六十三、大致预测法	226
六十四、变动趋势预测法	228
六十五、指数平滑法	231
六十六、直线回归法	235
六十七、二次曲线法	240
六十八、因果预测法	243
六十九、分层分项测算法	243
七十、商品供求比率法	254
七十一、月平均比重法	257
七十二、季节变动分析法	261

七十三、月份季节指数预测法	265
七十四、季节平均系数分析预测法	269
七十五、移动平均数季节指数法	274
七十六、货币与商品比例测算法	284
七十七、消费结构比例分析法	287
七十八、商品结构比例分析预测法	290
七十九、城乡商品购买力比例推算法	293
八十、平均发展速度预测法	295
八十一、ABC分析法	297
八十二、延伸预测法	299
八十三、相互影响分析法	301
八十四、保本销售量预测法	303
八十五、商业企业保本销售额预测法	313
八十六、保本生产量预测法	321
八十七、生产企业保本销售额预测法	324
八十八、货币时间价值分析预测法	327
八十九、地区销售分析比较法	336
九十、零售商业网点保本设置预测法	338
九十一、农产品采购网发展的预测法	342
九十二、城镇零售商业网点发展的预测	345
九十三、保本期预测法	347
九十四、成本毛利率法	352
九十五、销售毛利率法	355
九十六、企业经营亏损的预测	360
九十七、劳动生产率测算法	363
九十八、商品率测算法	366
九十九、投资效果预测法	368

一〇〇、投资回收额的预测.....	372
一〇一、商品保利储存期(天)的预测.....	375
一〇二、商品运杂费测算法.....	378
一〇三、商品资金预测法.....	381
一〇四、目标利润预测法.....	391
后 记.....	402
参考文献资料.....	408

上篇 市场预测概论

一、市场与预测以及市场预测的兴起

市场是商品生产和商品交换的产物。商品生产越发展，社会分工走向专业化，市场范围便不断扩大。现代社会的市场已不仅是商品交换的场所，而是含有货币、信贷、证券、价格、调运……反映着商品交换者相互关系的总和。

在我国，过去的几十年时间里，由于人们忽视市场的作用，轻视商品和商品流通，人为地限制了市场的发展，甚至把市场与资本主义的滋生联系起来，这给国民经济与社会发展带来一系列消极的后果。

党的十一届三中全会扭转了这种局面，打破了把计划经济同商品经济相对立的传统观念，明确地认识到社会主义计划经济必须自觉地依据和运用价值规律，这就是在公有制基础上的有计划的商品经济。在这个前提下：

市场是晴雨表，是反映社会要求的耳目。通过市场的商品交换，是实现需求、生产、交换、消费、再需求的循环的一种杠杆，它起到促进生产、扩大流通的作用；

市场是实现商品交换的重要条件；

市场是调节商品供求的需要手段。市场综合反映了国民经济的情况，反映国民经济各部门之间生产和消费之间以及商品结构之间是否协调。通过市场，可以调节消费与积累，农、轻、重之间的比例。

为此，市场的作用应该得到充分的重视。

市场的变化是频繁而急促的，必须要有预见，才能把握

它。要有预见，就需要预测。

什么叫预测呢？抽象地说，预测就是预计和推断。具体说来，预测是调查过去和现在的已知，研究已知中的真实情况，分析真实情况的演变规律，以演变规律用于判断未来。预测是在调查研究基础上的科学分析，简称为预测分析。预测分析所用的科学方法和现代手段，称为预测技术，也就是预测方法。市场瞬息万变，错综复杂。尽管如此，影响市场变化的各种因素，存在着相关的联系，有一定的规律性。人们需要借助于各种必要的手段，对市场的变化，进行科学的预测，为自己的决策提供依据，以便根据市场的变化，采取相应的经营对策，以利于趋利避害，争取达到良好的结果。

（一）什么是市场预测

什么是市场预测？当前各种说法不一。有的认为，市场预测就是通过各种渠道摸清国内外市场一定时期之内的需要，包括产品品种、规格、质量、数量、价格、供货时间和地点等；有的认为，就是通过科学分析，对市场商品需求发展趋势的分析和预见；有的认为，市场预测就是运用科学方法，对影响市场需求变化的诸因素进行调查研究，分析和预见它们的发展趋势，等等。这几种说法，总的意思都是侧重于研究市场商品需求方面的，带有从资本主义社会的市场状况出发进行分析的特点。因为，在资本主义社会，资本家迫于市场竞争的压力，彼此力争在市场上及早卖掉自己的产品，以求加速资金周转，获取更大的利润。因此，迫切需要预测市场的商品需求量和花色、规格、式样等，其预测的着眼点和预测方法都是针对市场需求来考虑的。也就是说，主

要是如何设法尽快地把自己企业的产品销售出去，它的特点，主要从微观着眼。确实，市场商品需求的预测包括需求量和花色、规格、式样等，这是市场预测的一个十分重要内容。但根据我国几十年的实践证明，我国与资本主义社会市场是有所不同的。第一，出发点不同。资本主义是为了追求最高的利润，因此，市场活动的着眼点都是围绕着利润。我们的出发点是为了保证人民生活的基本需要。生产的目的是为了不断地满足人们日益增长的物质和文化生活的需要。第二，资本主义市场是市场价值规律和供求规律起主导作用，竞争十分激烈，生产的自由化和盲目性十分严重。我国总的是在计划指导下的商品经济，它通过计划的综合平衡和经济手段的调节，对关系国计民生的重要商品，采取有计划地全面地安排国内市场。大的方面管住管好，小的方面放开放活，保证重大比例关系适当，国民经济大体按比例地协调发展。因此，不仅要研究市场商品需求量，还应该研究商品资源和供应的可能性。也就是说，要研究社会商品购买力和商品可供量的平衡问题，分析商品供求大类构成的变动趋势，预测各种商品的市场需求量和供应量。从企业来说，还需进一步调查分析商品花色、品种、规格、式样、质量等供与求的状况。商品的供与求是市场的两个主要因素。两者之间是相互联系、相互影响、相互制约的。市场预测，其重点应该说是分析研究和测算市场商品供求的发展趋势。当然，市场的内容是广泛的，它是国民经济的综合反映。通过市场，能够透视社会的生产、分配、交换和消费的状况，剖析国民经济各种比例关系的协调程度。第三，资本主义社会一般侧重于研究微观经济，从本企业出发，这是所有制所决定的。社会主义社会不仅要研究微观经济，更重要的是要

研究宏观经济，从全局考虑，需要研究影响市场变化的各种因素。其中最主要的是包括供与求两方面的因素。作为一门学科来说，研究的对象和内容不可能包罗万象，只能有一定的范围和限度。因此，我国的市场预测主要是研究市场商品需求与供应两个方面。同时，为了研究市场商品供求变化，也需要研究与市场商品供求有关的各种必要因素。也就是说，市场预测，是运用科学方法，对市场商品的供求发展趋势以及与之相联系的各种因素变化，进行调查、分析、预见、判断和测算。

（二）预测的种类

预测是广泛的，按专业性质和部门分，有经济预测、军事预测、政治预测、人才预测、市场预测等。经济预测又可分为商业预测、农业预测、工业预测等。市场预测按时间分，有短期、中期、长期预测。短期预测一般指本年内的预测或二、三年内的预测；中期预测一般指三、五年的预测；长期预测一般指五年、十年或更长一些时期的预测。从它的范围来分，有宏观预测与微观预测。宏观预测指从整个国民经济的发展趋势来讲的，从全国、一个省或某一地区的市场经济预测。微观预测是从一个企业的角度进行预测。宏观预测是广义的市场预测，它是包括整个市场的商品供求变化以及与之相联系的各种因素的变化，如生产技术和科学发展水平的变化，购买力水平的变化，以及这些因素对市场的影响和市场结构的变化等。这种预测牵涉面广，不是一个企业所能解决的，但一个商业企业在预测本企业所经营的商品供求发展趋势时，要以宏观预测为重要依据。宏观预测对观察、

分析和预计市场供求发展趋势具有决定性的重要意义。微观预测的内容是比较细致的，对企业经营决策和指导企业经营活动具有直接作用。两者相互联系、相互补充，不能截然的完全区分开来。市场预测按性质分，有综合性预测和专项性预测。综合性预测是指预测各地区整个市场的发展趋势，预测市场购买力情况和商品可供量情况，差距多少，提出措施和解决办法，以促进生产，指导消费。专项性预测是指某一专项的预测而言，如吃、穿、用的市场未来变化，或耐用消费品的需求变化（如彩色电视机、电冰箱、洗衣机、自行车、缝纫机的需求变化），或对某种商品的品种、花色、式样进行预测，或对企业的经营管理进行分项预测，如保本经营额的预测、某一商品保本期的预测、投资效果的预测、可变费用的预测、不变费用的预测、利润的预测等等。

市场预测与商业预测既有联系又有区别。商业预测包括市场需求、商品销售、商品寿命周期、商品资源、商品库存、财务资金、商品价格、物价指数的变化趋势、商品流转费用、劳动消耗、智力投资、人才预测、技术设施的建设、商业网点的建立和发展、经营效果、利润等方面的发展变化趋势进行近期或长期的预计、测算和推断。市场预测着重于对市场动态变化的预测，有的超出商业的范围，如对工业生产、农业生产、交通发展、科学技术的发展等也需要进行较全面的分析和判断，以便测算整个市场的容量和变化。

市场预测与制订计划，也是既有联系又有区别的。预测是制订计划的依据；计划必须在预测的基础上拟订。两者的区别是：①预测是处于了解情况、掌握资料、分析情况阶段，而计划则是已经明确目标，处于贯彻执行阶段；②预测是研究性、近似性、参考性的，而计划则是肯定性、指令性

或指导性的，两者性质不同，③预测是智囊团拟订的各种供领导层决策选用的方案，也就是下级向上级提出的建议，而计划则是上级向下级布置贯彻执行，力争完成和超额完成的奋斗目标。两者的性质和进行程序都是有所不同的。

（三）市场预测的兴起

现代预测是随着生产和科学技术的发展逐步建立和发展起来的。预测技术在二十世纪二十年代中期由德国人最早提出来的，随后在欧美其他资本主义国家兴起，曾经蓬勃一时。纷纷成立预测机构，出版预测书刊。可是到1929年世界性经济大危机爆发以后，便冷却下来。市场萧条，生产停顿甚至下降，使市场预测的实际意义降低。直到第二次世界大战以后，市场预测才在美国重新得到了广泛的重视与应用。六十年代以来，各国建立了大批的预测咨询机构。到七十年代初，世界各国已有2,500家专业预测咨询机构，他们运用科学方法进行预测，形成比较完整的组织。美国在预测咨询机构的数量和开展预测活动的规模方面，处于领先地位。

各国预测咨询机构均由高级研究人员和各种专家组成，享有很高的声誉。例如美国的兰德公司、斯坦福国际咨询研究所、英国伦敦战略研究所、日本野村综合研究所、西德工业设备企业公司、人类2000年国际协会、世界未来学会、12个国家组成的（以苏、美为主）的国际应用系统分析研究所等等，都是举世闻名的预测咨询机构，被人称为“思想库”或“智囊团”。

预测，是咨询智囊机构的重要研究内容，也是重要的研究方法。资本主义国家竞争激烈，风浪险恶，各企业都把预