

BUSINESS ADMINISTRATION

21世纪工商管理系列教材

市场预测与管理决策 (第三版)

FORCASTING MARKET AND DECISION MAKING (THIRD EDITION)

简明 胡玉立 编著

 中国人民大学出版社

21 世纪工商管理系列教材

市场预测与管理决策

(第三版)

简 明 胡玉立 编著

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

市场预测与管理决策 / 简明, 胡玉立编著. 3 版.

北京: 中国人民大学出版社, 2003

(21 世纪工商管理系列教材)

ISBN 7-300-02227-8

I. 市…

II. ①简…②胡…

III. ①市场预测-研究②市场管理-研究

IV. F713.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 057050 号

21 世纪工商管理系列教材

市场预测与管理决策 (第三版)

简 明 胡玉立 编著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511239 (出版部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 三河市新世纪印务有限公司

开 本 787×965 毫米 1/16

版 次 1985 年 6 月第 1 版

2003 年 9 月第 3 版

印 张 34.5

印 次 2006 年 2 月第 4 次印刷

字 数 628 000

定 价 35.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

21 世纪工商管理系列教材

主 编	徐二明	
副主编	伊志宏	宋远方
	王化成	李 平

总 序

在管理学顺应历史发展的需要成为一个独立的学科门类之后，管理教育得到了持续不断的新发展。特别是 MBA 的教育形成一个很猛的势头，为从事管理教育的教师们提供了一个很好的平台。在这个平台上，无论是教师还是学生都在积极吸收国外先进的管理经验，探讨解决中国实际的问题，力求获得最大的教育效果。目前，这个平台不断地在扩大，更多的学校加入到了 MBA 教育的行列中。

当然，相对于我们 MBA 等研究生层面的管理教育而言，本科的管理教育更为重要些。这是因为本科的管理教育是基础教育，本科的学生是我们大学的基本队伍，本科毕业的校友更是不容忽视的基本力量。我们必须在本科的管理教育上下更大的气力，使我们的学生有更大的收益。为此，在本科管理教育上要在进一步发扬我国管理教育优良传统的基础上，改善教育的治理结构、更新教育理念、创立为师生服务的教学管理体制、设计更具特色的课程体系以及教学方法，彻底改变一些浮躁风气，真正创出具有中国特色的管理教育来。

50 多年来，中国人民大学商学院一直在这条道路上不断地前进着。随着我国经济体制的改革，商学院的教师们积极总结我国产业经济、企业管理与会计学等重要学科领域的科研成果，力求大胆创新，走出我国管理教育的新路子，创出中国人民大学的具有人文特色的管理学派来。为此，我们的教师沿着企业从计划经济逐步转向市场经济的轨迹，研究中国企业管理的实际问题，率先提出中国企业经营转轨变型理论，倡导改善公司治理结构，主张研究新时期的物资流通体

系,加强中国的市场营销,改革中国的会计体系。他们先后研究了“我国大中型企业活动”等国家重点课题,推出了一系列具有重大影响的科研成果,并在此基础上撰写了《工业经济概论》、《工业企业管理学》、《市场营销学教程》、《会计学》等一批在国内管理教育界与企业界有着重要影响的教材,为我国的管理科研与教学贡献了自己的力量。与此同时,我们的教师还系统地介绍了国外先进的管理理论与实践,翻译出版了一大批国外优秀的管理学名著,拓宽了人们的视野,启发人们去思考和借鉴先进的管理理论与方法。

在我们的教师队伍中,中青年教师已经开始在各自的学术领域里独当一面,著述颇丰。在他们当中,有一批历经10年“文化大革命”的老大、中学生。10年的社会实践,使他们真正地了解了中国的国情。1978年以后,经过严格的入学考试,他们陆续进入了大学,圆了“我要读书”的梦,成为改革开放后新一代的莘莘学子。在学校里,他们认真地向老师们请教理论问题,同时积极参加社会实践,思考中国改革开放的问题。后来,他们有的负笈东渡,有的西上欧美,进一步探讨管理教育的理论与方法。他们所做的一切,对于我国的管理教育起到了承前启后的作用。此外,商学院还有一大批具有活力、思维敏锐、颇有见地的年轻教师活跃在管理理论与实践的前线上。

为了更好地发展我们的本科管理教育,中国人民大学商学院除设计精品课程以外,还力争有一个完善的本科课程体系。在充分研究国内外本科管理教育的基础上,在本科课程的设计思路上充分发扬中国人民大学优秀的人文因素,在不同专业领域里设计相应的知识模块,使学生不仅掌握该领域的理论,而且掌握技能,拥有一个完整的管理知识体系,以适应新的就业环境的需要。在核心课方面,商学院开设了宏观经济学、微观经济学、管理学原理、统计学、会计学、财务管理、市场营销、组织行为学、人力资源管理、管理信息系统以及战略管理等课程,试图为学生们奠定扎实的管理理论基础。同时,还开设了大量的选修课,扩大学生的知识面,拓展学术思路。

在这样的课程体系的基础上,商学院的教师将他们的科研与教学成果凝聚成了这套《21世纪工商管理系列教材》,以与同行、学生们以及各界的读者分享自己收获后的喜悦。在这套教科书里,作者们旁征博引,吸纳了当今管理学界的最新学术观点以及实践经验,同时力求图文并茂,并辅之以大量的案例,以推动管理教育中不可缺少的案例教学。这套丛书中已经出版的教材在2002年荣获教育部“全国普通高等学校优秀教材一等奖”,肯定了作者们对管理教育的贡献。希望通过这套教材促进我国本科管理教育的繁荣发展,使我们的学生有更大的收获。

最后，再次向我们的作者们表示衷心的感谢，感谢他们为我们的学生与读者奉献的心血，希望他们有更多的著作问世；也向我们的编辑们表示衷心的感谢，感谢他们策划了本套丛书，更感谢他们用点睛之笔使我们的教科书更臻完善。同时，也希望我们的同行与读者们多给我们的教材提出宝贵意见。

徐二明
2003年夏

第三版前言

本书第一版于1985年问世时,我国企业改革刚刚开始,企业经营管理人员渴望市场预测和管理决策的理论指导,高等院校也急需市场预测和管理决策的教材,本书的出版犹如雪中送炭。1996年胡玉立教授根据使用本书第一版10年来的教学经验,吸收当时的企业运用最新成果,对本书进行了第一次修订,保持了本书的时代性和指导性。

进入21世纪,企业迎来了崭新的时代,也面临着巨大的考验,科学决策的决定性作用更加突出。麦肯锡公司研究成果表明:世界上每1 000家破产倒闭的大企业中,85%是因为企业管理决策失误。经济全球化把中国企业推进国际竞技场,科学技术日新月异的进步要求企业不断创新,信息化时代的到来正在改变着传统的思维模式,这一切变化都对市场预测与管理决策的理论和方法提出了新的要求。同时,近10年来也是我国市场经济体制日趋完善,国际先进理念和方法不断涌入,企业经营管理水平提高最快的时期,企业的实践推动着理论的发展也呼唤着理论的指导。

本书第三版在保持前两版原有体系结构的基础上,对内容进行了重大修改,第一篇全部重写;导论、第二篇和第三篇增加了若干章节,对原有内容也进行了改写。

全书的案例基本都进行了更新。案例选择的标准是新颖性、时效性、典型性。案例中尽力采用最新的真实数据,使读者更容易感受和理解案例中企业所处

的决策环境。

增加了统计分析软件 SPSS 和预测软件 Eviews 的介绍内容。删除了复杂的数学推导和运算过程,代之以计算机软件的介绍,从而使读者可以将主要精力放在理解预测和决策原理,掌握正确选用预测和决策的方法上,计算过程则由计算机轻松实现。

增强了全书各部分内容的衔接。用完整的市场研究案例贯穿市场调查和预测,使读者更加容易理解市场调查和预测方法的逻辑关系和实际管理实践中的处理流程。

增加了章后习题以便于读者练习学到的方法或检验学习的效果。

本书第三版是在前两版的基础上完成的,书中内容凝结着车礼、高广礼、胡玉立等老一辈专家学者的智慧。本次修订大纲由简明和胡玉立策划,导论和第三篇由胡玉立编写,第一篇、第二篇由简明编写,中国人民大学统计学院硕士研究生王静、锁磊、罗晓利、王超、张首芳,北京城建集团张丽华女士、中国工商银行魏泉红女士完成了第一篇、第二篇大部分初稿的写作,全书由简明负责总纂。北京全华诚管理咨询有限公司慷慨地奉献出案例,中国人民大学出版社的安卫博士、于波女士为本书的出版付出了辛勤劳动,在此表示感谢。

由于时间紧迫,作者水平有限,本书不尽如人意之处很多,恳请有识之士不吝指教。

编著者

2003 年 8 月 5 日于中国人民大学

第一版前言

《市场预测和管理决策》是为适应培养现代化管理人才和培训干部的需要而编写的，并于1981年全国商业教育工作会议上纳入了教材编写规划。

我国正处在社会主义现代化建设的新时期。为了顺利地实现现代化建设的宏伟目标，必须实现管理现代化，不断提高经济效益。但是，提高经济效益，实现现代化管理，离不开正确的决策，决策贯穿于管理的全过程，决策正确与否关系着企业经济活动的成败。而正确的决策又必须以在市场调查的基础上作出的准确的市场预测为依据。市场调查、市场预测和管理决策，三者密切联系不可分割，是现代化管理的重要组成部分。为了不断提高管理水平，逐步实现管理现代化，就需要培养一批能够熟练地应用市场调查、市场预测和管理决策的理论和科学方法的人才，编写本书的目的就在于试图为此略尽绵薄。

本书共有四篇十二章。第一篇导论，主要阐明市场预测、市场调查和管理决策的必要性及其相互关系。第二篇包括第二至五章，中心是阐明市场调查的理论与方法。第三篇着重论述市场预测的理论与方法，其中第六章作为本篇的概论，概述了市场预测的种类、内容和步骤，第七至九章分别阐明判断分析法、时间序列分析法和因果分析法的原理及其应用。第四篇的第十至十二章，集中阐明管理决策的理论，各种决策方法的原理和应用，以及决策的组织实施等。各篇密切联系，又具有相对独立性。我们编写本书的表述方法，既注意阐明原理，也注意适合广大在职干部、职工和社会青年自学，对各种方法均通过案例说明其应用。有

的读者如理解原理有困难,不妨先掌握各种方法的应用。自学的读者一般可以按本书的体系逐章学习,也可以根据工作需要,重点学习其中某一篇章。如学习第八章的第六、第七节有困难,可以先学习第九章,再返回来学习这两节的内容。

本书内容的遴选,注意了吸取国外的科学方法。但是,资本主义管理既有科学性的一面,也有体现资本主义生产关系的一面,学习国外有用的经验和方法,必须结合我国的实际情况。因此,本书主要是选择那些符合我国实际,在我国商业管理中能够运用和推行的有关方法。各种方法需要在实践中加以检验,并在实践中加以发展。

本书于1981年完成初稿,经过多次教学实践,于1983年又作了较大修改。在编写过程中,重庆市商业局、重庆市交电公司、市化工原料公司、市百货公司、上海市一商局、上海市百货公司、市交电公司、上海交电采购供应站、上海五金采购供应站,以及商业部教育司和计划司给予了很大支持、帮助,蒙定明和迟文渊同志审阅了初稿,提供了许多宝贵的修改意见,在此表示衷心的感谢。

市场预测和管理决策还是一门年轻的科学,尚需通过实践来丰富和发展其内容,逐渐完善其科学体系。本书仅是我们编写的初试,因此书中不妥和错误之处在所难免,诚恳希望广大读者批评指正。

编著者

1983年10月

第二版前言

本书第一版（车礼、高广礼编著）于1985年出版以来，被国内许多高等财经院校商业经济和管理专业及相近专业作为教材，已使用十多年。由于我国社会主义市场经济体制的建立和近年来多数部门、企业等的广泛实践经验的积累，本书第一版的内容在原有基础上，应进行必要的补充和修改。

本书修订部分主要包括：增写了社会主义市场体系有序运转的特征与功能、管理决策科学化要求与途径、市场调查资料的处理与分析、市场预测基本原则等内容；同时，注意吸收实际应用经验，充实和调整市场预测与管理决策的分析方法技术方面的内容，使其更接近实际应用的需要。

参加本书修订版编写的人员有：胡玉立副教授（导论、第五章至第十一章）；李东贤讲师（第一章至第三章）；陈欢歌讲师（第四章）。全书由胡玉立负责总纂。

本书编写过程中得到了车礼教授的热情帮助，并提出了许多宝贵意见，谨此表示感谢。

由于编者水平有限，书中难免存在错误和不妥之处，恳请读者批评指正。

编著者

1996年1月

目 录

导 论

市场、市场预测与管理决策	1
第一节 市场与企业	1
第二节 市场信息与市场研究	8
第三节 市场调查与市场预测	17
第四节 市场预测与管理决策	24

第一篇 市场调查

第一章

市场调查概论	38
第一节 市场调查的种类	38
第二节 市场调查的内容	43
第三节 市场调查的步骤	48
第四节 调查业现状及调查项目委托	66

第二章

市场调查方法	71
第一节 文案调查法	71
第二节 定性调查方法	77
第三节 调查法	90
第四节 观察法	104
第五节 实验法	108

第三章

市场调查设计	118
第一节 测量与量表	118
第二节 问卷设计	126
第三节 抽样设计	142

第四章

调查数据处理和 SPSS 软件的应用	158
第一节 数据的准备	158
第二节 SPSS 软件简介	167
第三节 描述统计分析	170
第四节 相关分析	180

第二篇 市场预测

第五章

市场预测的种类和内容	188
第一节 市场预测的种类	188
第二节 市场预测的内容	191

第三节	市场预测的步骤	200
第四节	市场预测的方法	206

第六章

判断分析方法	212
第一节 集合意见法	212
第二节 专家意见法	217
第三节 市场调研预测法	224
第四节 转导法与类比法	231
第五节 预警分析法	233
第六节 应用案例	239

第七章

时间序列分析法	244
第一节 时间序列分析法的特点和步骤	244
第二节 简易平均法	248
第三节 移动平均法	252
第四节 指数平滑法	258
第五节 趋势延伸法	263
第六节 季节变动预测法	275

第八章

因果分析法	288
第一节 市场变量的因果关系	288
第二节 一元线性回归分析法	291
第三节 多元线性回归分析法	302
第四节 经济计量分析法	309

第五节	投入产出分析法	314
第六节	我国粮食供需中长期预测案例	324

第九章

Eviews 应用实例	333
第一节 Eviews 软件使用初步	333
第二节 时间序列分析实例	346
第三节 回归分析实例	362

第三篇 管理决策

第十章

管理决策的程序与原则	368
第一节 管理决策的结构与分类	368
第二节 管理决策的程序	374
第三节 管理决策的原则	383
第四节 管理决策影响因素分析	386
第五节 管理决策的软硬技术	394

第十一章

管理决策分析方法	402
第一节 确定型决策分析方法	402
第二节 风险型决策分析方法	424
第三节 未确定型决策分析法	437
第四节 多阶段决策分析方法	442
第五节 效用曲线分析方法	454

第十二章

决策方案的确定与实施	466
第一节 敏感度分析	466
第二节 信息的价值	472
第三节 多目标决策分析	475
第四节 资本预算分析	484
第五节 决策方案的实施	494
附表一 标准正态分布表	498
附表二 t 分布表	502
附表三 χ^2 分布表	504
附表四 F 分布表	508
附表五 相关系数 $\rho=0$ 的临界值表	520
附表六 正交表	521
附表七 复利现值系数表 (PVIF 表)	524
附表八 年金现值系数表 (PVIFA 表)	527
参考书目	530