

市场调查与预测

王宪玉 主编



中国商业出版社

国内贸易部部编
中等专业学校教材

7106/ of

市场调查与预测

王宪玉 主编
黎明 副主编



中国商业出版社

(京)新登字 073 号

图书在版编目(CIP)数据

市场调查与预测/王宪玉主编. —北京:中国商业出版社, 1996. 5

ISBN 7—5044—3008—0

I. 市… II. 王… III. ①市场—调查②市场预测 IV. F713.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 04542 号

责任编辑:于清良

特约编辑:卢化仁

责任校对:施俊法

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

北京印刷二厂印刷

1996年5月第1版 1996年5月第1次印刷

787×1092毫米 32开 8印张 179千字

印数:1—20000册 定价:8.50元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

编 审 说 明

国内贸易部部编中等专业学校教材,是适应社会主义市场经济发展的新形势,按照建立社会主义现代企业制度和“建立大市场、搞活大流通、发展大贸易”的要求,结合我国财税、金融体制等改革情况,由国内贸易部教育司组织有关专家、教授和长期在教学第一线任教的教师编写的。经审定,可作为国内贸易部系统中等专业学校教材,也可作为各类中等成人学校、在职干部业务岗位培训教材和企业职工自学读物。

《市场调查与预测》一书由王宪玉任主编,黎明任副主编。参加本书编写的人有:山东省物资学校王宪玉(导论、第七章),上海市商业学校陈志红(第一、三章),内蒙古商业学校魏庆华(第二章),广州经济贸易学校黎明(第四、九章),江苏省南通供销学校瞿光语(第五章),黑龙江省牡丹江商业学校张衍清(第六、八章)。全书由王宪玉总纂。最后由山东省管理干部学院鲍国泉副教授审阅。

本书在编写过程中得到了许多学校领导和教师大力支持,在此一并致谢。由于编写时间仓促,水平所限,缺点疏漏在所难免,请广大读者提出宝贵意见,以便进一步修订完善。

国内贸易部教育司

1996年5月

目 录

导 论	(1)
第一章 市场调查概述	(15)
第一节 市场调查的概念和作用	(15)
第二节 市场调查的类型	(21)
第三节 市场调查的内容	(24)
第四节 市场调查的程序	(32)
第二章 市场调查的方式和方法	(39)
第一节 市场调查的方式	(39)
第二节 表格调查法	(47)
第三节 询问和文案调查法	(55)
第四节 观察和实验调查法	(64)
第五节 抽样调查法	(71)
第三章 市场预测概念	(87)
第一节 市场预测的概念和作用	(87)
第二节 市场预测的类型	(93)
第三节 市场预测的内容	(96)
第四节 市场预测的程序和方法	(99)
第四章 经验判断预测法	(105)
第一节 个人判断法	(105)
第二节 集体判断法	(109)
第三节 专家征询法	(115)
第五章 时间序列分析预测法	(125)

第一节	平均法	(125)
第二节	指数平滑法	(136)
第三节	趋势外推法	(142)
第四节	季节指数法	(154)
第六章	回归分析预测法	(164)
第一节	线性回归预测法	(164)
第二节	非线性回归预测法	(177)
第七章	市场需求预测	(185)
第一节	商品购买力预测	(185)
第二节	消费品需求预测	(195)
第八章	市场销售预测	(206)
第一节	产品经济寿命周期预测	(206)
第二节	企业销售预测	(212)
第九章	市场调查与预测案例	(220)
附表一	随机数字表	(243)
附表二	正态概率表	(249)

导 论

党的十四大提出发展社会主义市场经济,建立社会主义市场经济新体制,这是对马克思主义科学社会主义理论和实践的重大发展,是我国社会主义现代化建设发展的必然趋势。然而,要发展市场经济,必须了解市场。只有对市场有了深刻了解,即深入细致地完成了市场调查,并有较为准确的市场预测,才能更好地占领市场,发展市场经济。而要做好市场调查和预测,首先就应该了解各类市场的基本涵义和作用,并掌握其特点。

一、市场的概念和作用

(一)市场的概念——市场有广义和狭义之分

狭义的市场是指有形市场,即商品交换的场所。在这种市场上,商品价格是公开标明的,买卖双方固定的场所进行交易。百货商店、集市等都属此类市场。

广义的市场包括有形市场和无形市场。所谓无形市场,是指没有固定的交易场所,靠广告、中间商以及其它交易形式,寻找货源或买主,沟通买卖双方,促使成交。某些技术市场、信息市场、房地产市场等都是无形市场。

市场在社会再生产过程中,作为社会分工和商品生产的表现,既是生产发展的结果,又是生产发展的条件。

在社会分工和商品生产的条件下,生产者为了交换而生产的产品,只有通过市场交换才能转移到消费者手里,从而生产才得以重新开始。从这个意义上讲,整个社会产品的实现,包

括它的实物形态和价值形态的实现,都离不开市场。

(二)市场的作用——市场的历史和商品经济的历史同样久远。伴随着商品生产和商品交换的发展,市场的范围在逐步扩大,市场的作用日益显著。在我国社会主义市场经济条件下,市场建立在以生产资料公有制为主体的经济结构之上,本质上反映着社会主义社会内部的各种经济关系。由这一基本性质所决定,市场在我国社会经济生活中具有如下重要作用:

第一,为满足消费需求,使社会再生产得以顺利进行提供了必要的条件。

社会主义生产的目的是为了满足人民群众不断增长的物质和文化生活的需要。在市场经济条件下,企业作为市场的主体,其生产资料的购置、产品的销售,都要通过商品市场来进行,劳动者所需要的生活资料,也要通过商品市场的交易才能取得。市场的发育,对于实现部门之间、企业之间的经济联系和劳动者需要的满足,有着直接的关系;对于社会再生产能否顺利进行,有着重要的影响。总之,只有通过市场交换,完成商品价值与使用价值的转移,才能使消费者的需要得以满足,进而促进社会主义生产目的的实现。

第二,通过市场机制,为实现国家对国民经济的运行,进行科学合理的控制,奠定了基础。

商品经济发展到社会化大生产阶段,市场日益成为社会经济活动的中心,国家在宏观上有效地实现控制和调节,这对经济的正常运行是必不可少的。国家宏观控制的目标是保持总供给与总需求的基本平衡,使整个国民经济得以稳定、协调地发展。而要使总供给与总需求达到平衡,就必须将一定时期内的社会劳动按照社会需求进行分配。但社会劳动与社会需求是以非常复杂的形式存在的,而且国家还没有能力对二者

精确地进行估量和把握。在这种情况下,只有借助市场机制,才能使二者合理地得到衔接;只有通过市场反馈,才能了解国民经济运行的动态,对比例失衡等问题加以纠正,对未来的发展趋势准确地作出预见和估计,以保证决策的科学性和合理性。

第三,发挥市场的综合功能,可以促进社会主义市场经济的顺利发展。

社会主义生产是在科学技术高度发达的基础上,不断地发展和完善的。现代社会的科学技术日新月异,信息之争,技术之争,将成为现代市场的重要内容。在竞争中加快技术进步,以尽可能少的个别劳动,经过市场交换转化为尽可能多的社会劳动,将是推动企业前进的有力杠杆。企业的生产经营活动直接取决于市场的调节和引导,市场运用供求、价格等调节机制,引导企业的生产方向。由市场激发出来的经济细胞的活力,将是持久地均衡地发展国民经济的推动力。通过市场力量带动社会主义市场经济的发展,不仅是历史的要求,而且也是社会主义经济规律的要求。

第四,在国家对企业的微观经济活动采取间接调控手段进行宏观控制中起中介作用。

自从党的十一届三中全会以来,经过十几年的改革,我国的企业模式已经发生了很大变化。转换企业经营机制,使企业真正成为享有民事权利和承担民事义务的企业法人,成为独立自主,自负盈亏,自我约束,自我发展的商品生产经营者。按照市场经济的内在要求,政府不再直接干预企业的微观经济活动,而只采取间接调控的方式进行宏观管理,促使市场成为微观经济活动的场所和总体形式,成为联接宏观管理主体与微观经济活动的中介。企业由于技术、管理、决策等所具备的

条件不同,其耗费水平也就不一样,同样的产品,交给不同的企业生产,会产生不同的价值,但在市场评价面前,这些不同的个别价值,只能转化为同一产品的市场价值,这样,就产生了个别劳动时间和社会必要劳动时间的矛盾。那些实际上用低于社会必要劳动时间生产商品的企业,就能获得额外的收入,扩大产品的市场占有率,相反;那些高于社会必要劳动时间生产商品的企业,就会损失自己的劳动。而减少个别劳动时间的最有效手段,就是及时地运用新技术,改善经营管理,提高劳动效率。这是符合社会长期发展要求的合理行为。市场的作用,就是要通过自身机制,间接地引导和调节企业生产经营的方向,对企业的经营活动全面地、有效地实行控制。

二、市场的分类

市场是各类商品买卖的总和。但各类商品的买卖又各有自己的特点。因此,按照一定的标准,对市场进行分类,并认清各类市场的经营规律,对于企业进行市场调查和市场预测,有着十分重要的意义。

市场可以按不同的标志进行划分。主要有以下几种:

(一)按流通区域划分——市场按商品流通区域可划分为国内市场和国际市场。

国内市场又可划分为城市市场和农村市场,本埠市场和外埠市场,沿海地区市场和内陆地区市场以及民族地区市场等。

国际市场又可划分为日本市场、美国市场、东南亚市场、香港市场、东欧市场等不同地区或国家的市场。

国内市场是国家内部使商品和劳务发生转移的场所,是一定时期国内商品交换关系的总和。重视国内市场,是实现社会主义生产目的的基本要求。国内市场日益发展,日益繁荣,

才能不断改善人民生活；也只有国内生产和贸易发展了，进入国际市场的对外贸易事业，才有牢固的基础和有利条件。

商品和劳务在国与国之间的流通，构成了国际之间的交易行为，形成了国际市场。各个国家由于资源分布和技术发展水平不同，在生产方面就形成了各有所长，各有所短的局面，为了维持自身生存和发展的需要，必然要互通有无，互相学习，发展进出口贸易，这是不以人们意志为转移的客观要求。国际市场是加强国际经济技术交流，发展国际分工的渠道，也是促进本国经济发展的重要途径。

(二)按竞争程度划分——市场按竞争程度可划分为完全竞争市场、完全垄断市场、不完全竞争市场和寡头垄断市场四种类型。

1. 完全竞争市场 完全竞争市场必须同时具备下述条件：

(1)有数量极多的小规模买者和卖者。这就是说，每个卖者可能提供的数量或每个买者打算买进的数量在市场总量中所占的比重都是微不足道的，以致每个卖者(或买者)增减其供给(或需求)量对于市场价格的形成不产生任何影响。市场价格由众多卖者和买者的共同行为决定。这也意味着在一个完全竞争市场上，任何单个卖者(或买者)都只是价格的接受者，而不是价格的决定者；

(2)产品是同质的，无差异的，即买方对卖方没有特别的选择。在这种情况下，任何一个生产者的产品在市场上均可以进到平等竞争；

(3)各种生产资料可以自由进入和退出该行业；

(4)买者和卖者都可以掌握着产品和价格的信息。

2. 完全垄断市场 完全垄断市场的前提是：卖方只有一

个企业,而买方则有许多个,新企业的进入由于各种条件的限制不再可能,没有相近的替代品。它是一个基本上不存在竞争因素的市场类型。这种类型的市场,常常存在于公用事业部门,例如城市中的供电、供水等。

3. 不完全竞争市场 不完全竞争市场存在的前提条件是:卖者的数目很多,彼此之间存在着竞争,进入和退出该行业比较容易,产品之间存在着差异。交易双方能够得到较充分的信息。不完全竞争市场又叫垄断竞争市场,它与完全竞争市场相比,主要特点是产品具有某些差异和特色,因而企业对它们有一定程度的垄断。一般的日用工业品市场就属于这种类型。

4. 寡头垄断市场 在这样的市场中,只有为数不多的卖者。寡头垄断者之间往往有默契,每个企业都能了解其它企业的行动,而且还必须考虑自己企业的行动将会引起其它企业做出什么反应。这种类型的市场多存在于汽车、钢铁、石油和有色金属等行业。

(三)按商品的实物形式划分——市场按商品的实物形式划分,可分为商品市场与生产要素市场。

商品市场按商品的用途又可分为消费品市场与生产资料市场。

生产要素市场主要包括资金市场、信息市场、技术市场、劳务市场、房地产市场等。

(四)按商品交易的时间形态划分——市场按商品交易的时间形态划分,可分为现货交易市场和期货交易市场。

现货交易是指买卖双方成交后,即时或在很短时间内钱货两清的交易行为。

期货交易是指买卖双方先订立期货合同,然后在某一时

期交割的交易行为。

三、市场的特点

要认识和了解市场的特点,首先要了解市场体系的基本框架。

市场体系是由众多的种类不同、功能各异的市场组成的有机统一体。市场体系的基本框架,主要是由市场的主体结构、客体结构、时间结构和空间结构构成的。

(一)市场体系框架——

1. 市场的主体结构 市场主体是运行于市场,并且具有自我组织,自我调节,自我约束等多功能的经济体,即从事商品和劳务交易的当事人。

市场的主体结构,一般是由消费者、企业和政府三大主体构成的,其中消费者和企业是市场的两个原生主体,政府是企业的派生主体。

2. 市场的客体结构 市场客体是指市场主体在市场活动中的交易对象。人们在市场上都是借助于各种有形或无形的商品进行交易的。

市场客体结构,就是指人们用于交换的各种交易对象所形成的各种市场总和。市场客体结构通常由商品市场和生产要素市场构成。

3. 市场的时间结构 市场主体的交易行为尽管多种多样,但都要经历一定的时间。

市场的时间结构,就是指交易行为的时间形态及其构成。市场的时间结构一般由现货交易市场和期货交易场所构成。

4. 市场的空间结构 市场主体的交易行为总是在一定地域范围内进行的。

市场的空间结构就是指各种交易活动在不同地域范围的同时并存和相互联系。按照各种交易活动覆盖范围的大小,市场的空间结构主要由以下四个层次的市场构成:一是在一定地区范围内的地方市场;二是以经济活动地域专业化分工特点为基础的区域市场;三是在各具特色,互为供求关系的各个区域市场基础上形成的国内统一市场;四是在各国之间相互开放的基础上形成的国际市场。地方市场是区域市场的组成部分,区域市场是全国统一市场的组成部分,全国统一市场又是国际市场的组成部分。它们相互联系,相互制约,从而形成一个完整的市场空间结构。

(二)几种主要市场的特点——

1. 商品市场 商品市场是由实物形态的物质产品在交换和流通中所形成的市场,它包括消费品市场和生产资料市场(生产资料市场也称产业用品市场)。商品市场的重要意义在于:商品市场的发育决定着金融市场、技术市场、劳动力市场和其它市场的形成与发展,商品市场的价格信号是其它市场价格信号形成的基础。可见,商品市场是最基本的市场形态,是整个市场体系的基础。

商品市场具有以下特点:

(1)商品市场是物质产品的市场,是商流和物流的统一。商流是在商品市场交易中发生的商品价格形式的变化和所有权的转移;而物流则是商品在买卖过程中发生的商品使用价值的转移。由于商品市场的交易对象是物质产品在市场交换中不仅有价值形态的变换,而且还有使用价值在时空上的交换。这样,商品市场上的商品交易,就是商流和物流的统一。

(2)商品市场交易的目的是实现商品的价值。在商品交换活动中,生产资料的使用价值在于满足生产消费,即在活劳动

的推动下,实现其价值转移。商品市场商品交换的目的,就是通过商品交换,使商品的价值得以实现。

(3)商品市场的交易是经常不断的连续过程。作为物质形态的商品,不论是消费资料还是生产资料,这些物质资料都是社会再生产的必要物质条件,或是人们生活的必需品。它们是不被生产或生活所消费的。由于社会再生产是连续不断的,人们的消费是周而复始的,所以商品市场的交易也就经常不断,是一个连续过程。

2. 金融市场 金融市场是金融体系中的一个重要组成部分,是金融资产的交易场所,是货币资金自由流动和各种信用关系的总和。

金融资产是资产的价值形式和证券形式,如货币形式的资金、国库券、企业债券、股票、股权证、票据、抵押契约等。

金融市场有三大要素:一是参与交易的主体,即金融市场参加者;二是市场交易对象,即金融工具;三是市场交易的具体形式,即金融市场的组织形式。

因为资金供求及金融商品的供求是多样化的,有层次性的,所以金融市场也是有层次的。金融市场是一个集合性概念,是由许多子市场组成的,没有这些子市场的存在,也就没有金融市场的存在。

按其交易对象划分,金融市场可分为货币市场与证券市场、本币市场与外币市场、黄金市场等。下面主要介绍货币市场与证券市场。

货币市场主要是指直接进行货币借贷的市场。根据不同的借贷形式,货币市场一般包括银行同业拆借市场、短期证券市场、贴现市场和存款单市场。它们的特点是偿还期短,大部分在一年以内;变现能力强;风险小;

证券市场是指各种有价证券的发行及其流通买卖的市场,主要包括债券市场和股票市场。

债券市场是发行债券的场所。债券是发行者向购买者借款,并承诺在一定时期内支付一定利息和到期归还本金的债券凭证。相对于其他投资工具而言,债券具有如下特点:

第一,安全性 债券的安全性较强,投资人一般能够按预定的期限和利率,从筹资者那里取得利息和本金;

第二,收益性 与一般的投资方式相比,债券的收益率较高;

第三,流动性 指债券在偿还期满之前,可以在市场上作为有价证券转让,变换为现金。

股票市场是发行股票的场所。股票是股份有限公司发给股东证明其所入股份的一种凭证,是凭以向股份有限公司索取股息和红利的有价证券。它具有如下特点:

第一,股票是一种虚拟资本,它的运动跟真实资本的运动是两个既相互独立又相互联系的运动;

第二,股票是一种财产证书,具有非返还性;

第三,具有较高的风险性和较强的流动性;

第四,收益具有波动性,并且预期收益率较高;

第五,交易价格和票面价值的不一致性;

第六,股票持有者具有决策性。

3. 技术市场 所谓技术市场,狭义地说,是指进行技术交换的场所;广义地说,它涉及作为科研成果的商品在流通领域中的各种经济活动以及在经营过程中的经济关系。

发展技术市场,就是让技术纳入整个经济活动,与其它商品一并进行流通、交换,使技术成果得以传递、应用,并渗透到生产领域中去,实现其应有的价值。

技术市场有如下几个特点：

(1)交易成果的知识性。技术市场交换的成果，一般是知识形态的商品，通常表现为信息状态。主要通过技术咨询、技术培训、技术服务等方式来实现。有些技术存在于图纸、资料磁带之中，有的还需要用样品、样机等实物进行交易。所有这些复杂的新技术成果，都是知识的结晶，充分表现出交易成果的知识性。

(2)市场价格的准确定性。由于生产技术商品的劳动是复杂的智力劳动，衡量其所花费的社会必要劳动时间，很难象普通的实物商品那样可以找到一个实实在在的东西作为参照物，因而其价格一般很难确定，有时很高，有时很低，成交的随机性很大。

(3)所有权转移不彻底。普通商品买卖时，所有权是连同使用权同时转移的，而技术商品买卖时，由于技术商品是一种知识，所以买卖成交后，卖方并没有真正因此失去对这种知识或技术的所有权，仍然有继续出卖的条件，如文、声、像的出版，别人可能会无偿地使用其中的思想材料成为新创造的基础，再加以买卖。因此，对知识产权的界定和保护，往往十分复杂。

4. 信息市场 目前，信息已成为人类社会的一种重要软资源，它与能源、材料构成现代社会的三大资源。关于信息的涵义，众说纷纭，目前没有统一的定义。一般说来，信息对应三个不同认识领域，有三种理解和定义。

从狭义上讲，即从实用意义上讲，信息是指为某种目的带来有用的，能为人们所认识的，事先并不知道的消息、情况等。

从广义上讲，信息是客观世界中各种事物的变化和特征的最新反映，是客观事物之间联系的特征，也是客观事物状态