

市场调研与预测

主编 邱小平

第2版



机械工业出版社
China Machine Press

走向职业化——高职高专“十二五”规划教材

【经济管理类专业基础课系列】

市场调研与预测

主 编 邱小平

副主编 刘迎春 高凤荣 焦利勤

参 编 孙仁祥

主 审 杨群祥

第2版



机械工业出版社
China Machine Press

本书从高职高专市场营销专业课程的教学要求和特点出发,系统介绍了市场调研与预测的基本理论以及实用能力,包括方案设计、调研方式方法、资料处理以及报告撰写等。本书加入了小知识、小案例、小思考、练习及训练等版块,互动性强;每个项目结束设有相应的思考与练习、案例分析,帮助学生更好地掌握理论知识,提高实践能力。

读者对象:高职高专市场营销专业以及经济管理类相关专业的老师与学生;从事市场研究的实际工作者。

封底无防伪标均为盗版

版权所有,侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

图书在版编目(CIP)数据

市场调研与预测/邱小平主编. —2版. —北京:机械工业出版社,2012.6

(走向职业化——高职高专“十二五”规划教材·经济管理类专业基础课系列)

ISBN 978-7-111-38774-9

I. 市… II. 邱… III. ①市场调研—高等职业教育—教材 ②市场预测—高等职业教育—教材 IV. F713.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第126383号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑:张昕 版式设计:刘永青

北京瑞德印刷有限公司印刷

2012年7月第2版第1次印刷

170mm×242mm·14.75印张

标准书号:ISBN 978-7-111-38774-9

定价:29.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

客服热线:(010) 88379210; 88361066

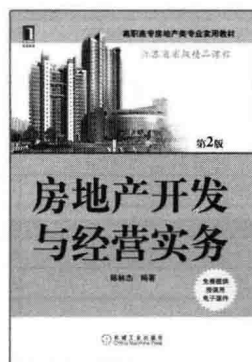
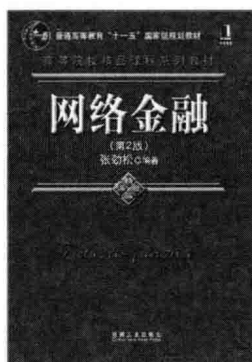
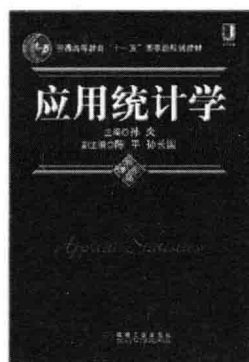
购书热线:(010) 68326294; 88379649; 68995259

投稿热线:(010) 88379007

读者信箱:hzyg@hzbook.com

高职高专房地产类专业实用教材系列

高职高专精品课系列



课程名称	书号	书名、作者及出版时间	定价
电子商务	978-7-111-22974-2	电子商务概论（精品课）（尹世久）（2008年）	28
物业管理	978-7-111-20797-9	物业管理（寿金宝）（2007年）	29
居住区规划	978-7-111-20599-9	居住区规划（苏德利）（2007年）	31
房地产投资分析	978-7-111-22359-7	房地产投资分析（高群）（2007年）	26
房地产市场营销	978-7-111-29455-9	房地产市场营销实务（第2版）（梁淑梅）（2010年）	35
房地产市场营销	即将出版	房地产营销与策划实务（陈林杰）（2012年）	39
房地产开发	978-7-111-24092-1	房地产开发（张国栋）（2008年）	28
房地产经营与管理	978-7-111-31070-9	房地产开发与经营实务（第2版）（陈林杰）（2010年）	32
房地产经济学	978-7-111-22183-8	房地产经济学（张素菲）（2007年）	26
房地产经纪	978-7-111-35080-4	房地产经纪实务（陈林杰）（2011年）	36
房地产估价	978-7-111-32793-6	房地产估价（第2版）（左静）（2011年）	31
房地产法规	978-7-111-29578-5	房地产法规（第2版）（王照雯）（2010年）	24
建筑工程概论	978-7-111-22018-3	建筑工程概论（徐春波）（2007年）	28
建设工程招投标与合同管理	978-7-111-30875-1	建设工程招投标与合同管理实务（第2版）（高群）（2010年）	29
工程监理	即将出版	监理概论（王照雯）（2012年）	35
工商管理类专业综合实训	978-7-111-21236-2	工商管理类专业综合实训教程：工商模拟市场实训（精品课）（阎雅玲）（2007年）	22
网络金融	978-7-111-31072-3	网络金融（第2版）（精品课）（“十一五”国家级规划教材）（张劲松）（2010年）	34
统计学习题	978-7-111-22168-5	应用统计学习指导（精品课）（孙炎）（2007年）	19
统计学	即将出版	应用统计（第2版）（精品课）（孙炎）（2012年）	30
统计学	978-7-111-21920-0	应用统计学（“十一五”国家级规划教材）（精品课）（孙炎）（2007年）	30
职业规划	978-7-111-26991-5	职业规划与成功素质训练（精品课）（阎雅玲）（2009年）	34
市场营销学（营销管理）	978-7-111-37474-9	市场营销基础与实务（精品课）（肖红）（2012年）	36
管理信息系统	978-7-111-23032-8	管理信息系统（精品课）（郑春瑛）（2008年）	28

课程名称	书号	书名、作者及出版时间	定价
财务管理(公司理财)	978-7-111-23417-3	财务管理(刘云丽)(2008年)	30
财务法规	978-7-111-30914-7	财经法规与会计职业道德(第2版)(李立新)(2010年)	38
电子商务网站规划	978-7-111-21907-1	电子商务网站规划与建设(王宇川)(2007年)	28
电子商务其它专业课	978-7-111-28750-6	电子商务综合实训(肖红)(2009年)	28
电子商务其它专业课	978-7-111-27212-0	计算机网络技术(余棉水)(2009年)	30
电子商务案例	978-7-111-29768-0	电子商务应用案例(邹德军)(2010年)	26
管理学	978-7-111-23215-5	管理基础与实务(朱权)(2008年)	30
税务会计与税收筹划	978-7-111-25764-6	企业纳税实务(曹利)(2009年)	28
审计学	978-7-111-35218-1	审计基础与实务(据兆成)(2011年)	29
审计学	978-7-111-35453-6	审计实务(傅秉藩)(2011年)	32
会计专业英语	978-7-111-25001-2	会计英语(仇颖)(2008年)	24
会计学	978-7-111-35292-1	会计基础(李立新)(2011年)	34
会计学	978-7-111-33292-3	会计基础(刘志娟)(2011年)	29
成本(管理)会计	978-7-111-20491-6	成本会计(刘志娟)(2007年)	28
财务会计	978-7-111-33443-9	财务会计实务(赵红)(2011年)	29
西方经济学	978-7-111-23798-3	经济学基础(李海东)(2008年)	28
统计学	978-7-111-29041-4	应用统计基础(精品课)(曾艳英)(2009年)	38
经济法	978-7-111-13974-4	经济法基础与实务(黄瑞)(2008年)	32
烹调基础	978-7-111-24265-9	烹饪基础(刘致良)(2008年)	24
烹调工艺实训	978-7-111-16091-5	烹调工艺实训(刘致良)(2008年)	23
旅游英语	978-7-111-24484-4	实用旅游英语(姜先行)(2008年)	35
旅游市场营销	978-7-111-23340-4	旅游市场营销(苏日娜)(2008年)	30
旅游客源国概况	978-7-111-24207-9	旅游客源国概况(舒惠芳)(2008年)	30
旅游概论	978-7-111-27381-3	旅游概论(石强)(2009年)	28
旅游服务礼仪	978-7-111-24442-4	现代旅游服务礼仪(李丽)(2008年)	29
旅游法规	978-7-111-31434-9	旅游法规与职业素养(蒲阳)(2010年)	28
旅游地理	978-7-111-29023-0	中国旅游地理(余琳)(2009年)	32
旅行社运营管理	978-7-111-23283-4	旅行社运营管理(刘国强)(2008年)	28
饭店市场营销	978-7-111-27282-3	饭店市场营销(陈云川)(2009年)	26
饭店实用英语	978-7-111-24980-1	饭店实用英语(陈的非)(2008年)	38
饭店管理	978-7-111-23953-6	饭店前厅客房服务与管理(陈云川)(2008年)	28
导游业务	978-7-111-27084-3	导游业务(蒲阳)(2009年)	28
公共关系学	978-7-111-23272-8	公共关系基础与实务(朱权)(2008年)	28
公共关系学	978-7-111-36288-3	公共关系理论与实务(杨再春)(2011年)	36
网络营销	978-7-111-27337-0	网络营销实务(高凤荣)(2009年)	32
市场营销学(营销管理)	978-7-111-36268-5	市场营销基础与实务(第2版)(高凤荣)(2011年)	35
市场营销学(营销管理)	978-7-111-32795-0	市场营销实务(李海琼)(2011年)	34
市场调研与预测	978-7-111-33916-8	市场调研基础与实训(杨静)(2011年)	38
市场调研与预测	即将出版	市场调研与预测(第2版)(邱小平)(2012年)	29
市场调研与预测	978-7-111-22019-0	市场调研与预测(邱小平)(2007年)	28
广告策划	即将出版	广告策划实务(邱小平)(2012年)	30
供应链(物流)管理	978-7-111-26454-5	供应链管理(付平德)(2009年)	28
仓储与配送	978-7-111-27493-3	仓储与配送(李志英)(2009年)	30
信息管理学	978-7-111-28208-2	企业信息化应用(欧阳文霞)(2009年)	28
数据库原理及应用	978-7-111-29203-6	网络数据库应用(李先)(2010年)	28

高职高专经管类、旅游类规划教材 经管专业基础课分编委会

委 员 （排名不分先后）

黄 瑞	朱 权	高凤荣	邱小平	李海东
焦利勤	于雁翎	肖 红	郑 琦	王志雄
曾慧云	彭宗群	孙任祥	廖晓红	

高职高专经管类、旅游类规划教材

总编委会名单

顾问	吴念香	卢 一	陈 智	刘跃南	
	叶小明	唐子峰	杨群祥	查振祥	
主任委员	陈粟宋				
副主任委员	陈云川	林惠华	汪 治	廖俊杰	张渝涓
委 员	(排名不分先后)				
	唐 宇	黄文刚	谢金生	石 强	陈 健
	刘志娟	李 丽	赵 红	于雁翎	熊 焰
	朱 权	曾艳英	肖 平	罗千人	李立新
	缪永合	高 伟			
秘 书 长	欧阳丽				
秘 书	高 伟				

走向职业化高职高专经管类、 旅游类规划教材联编院校名单

(排名不分先后)

1. 深圳职业技术学院
2. 顺德职业技术学院
3. 广东轻工职业技术学院
4. 广东工贸职业技术学院
5. 四川烹饪高等专科学校 [四川旅游学院 (筹)]
6. 广东交通职业技术学院
7. 中山职业技术学院
8. 广东白云学院管理系
9. 广东农工商职业技术学院
10. 广东邮电职业技术学院
11. 广东铁路职业技术学院
12. 广州航海高等专科学校
13. 黄河水利职业技术学院
14. 佛山职业技术学院
15. 珠海城市职业技术学院
16. 广东女子职业技术学院
17. 广东培正学院
18. 广东教育学院
19. 内蒙古财经学院职业学院商贸系
20. 山西金融职业学校

出版说明

高等职业教育是我国高等教育的重要组成部分，它以培养生产、建设、管理、服务第一线的高等技术应用型专门人才为根本目标，以坚持服务为宗旨。随着我国经济的迅速发展，社会对高等应用型人才需求的急剧增长，以及国家和各级教育主管部门的重视，高等职业教育在“十一五”期间已取得了空前的发展，目前高等职业教育的规模已占到全国高等教育的半数以上。

“十一五”初期，高等职业教育在全国的发展水平极不均衡，全国高职高专院校的教学质量亦参差不齐。为此教育部曾先后下发文件，要求全国高职院校“加快高职教育改革与发展，提高高职教育教学质量”。

广东省是中国改革开放的前沿，也是我国高等职业教育蓬勃发展的典型代表之一。在广东省汇集了一大批优秀的高职院校和优秀的师资资源。

教材是体现教学内容和教学要求的知识载体，是教师进行教学活动的基本工具，是提高教学质量的重要保证。发展高等职业教育，提高教学质量，必须重视教材的建设。

在此背景下，在教育部有关领导的指导及广东省教育厅的大力协助下，机械工业出版社以广东省为中心，联合全国一批致力于高职教育改革且已颇具成效和影响的优秀院校共同成立了“高职高专经管类、旅游类教学改革规划教材编审委员会”。编委会以研讨高职高专教育教学改革方向，交流教学改革成果及经验为宗旨，力图通过以点带面，从前期的若干专业入手，层层深入逐步拓展，并借助教材这一形式将教学成果和经验在编委会成员学校之间进行分享与传播，从而进一步向全国进行推广，力求为我国的高职教育发展贡献一份绵薄之力。

“十一五”期间，编委会以机械工业出版社为平台，规划和陆续出版经济管理类和旅游类高职高专系列教材 50 余种。范围覆盖经济管理类专业基础课、电子商务、物流管理、会计电算化、旅游管理、酒店管理等专业的主要课程。此批

规划教材按照教育部“提高教学质量、推行工学结合、以就业为导向”等要求，并根据高职高专教育的实际情况，邀请具有丰富高职教学经验的一线授课教师、具有相关行业工作背景的双师型教师以及企业一线工作者联手编写，旨在真正做到“产学结合”、“工学结合”。这些改革成果走在了全国高职教学改革的前列，同时，编委会中很多优秀院校也先后入选国家示范性高职院校，为全国的高职院校做出了表率。

“十一五”规划系列教材的编写指导思想体现了编委会研究制定的方针：教材编写结合教学方法的改革与实践；与相关行业的职业资格认证相结合；在写作方法上敢于打破传统的以学科体系设置课程体系、以知识点为核心的框架，更多地考虑学生所学知识与行业需求及相关岗位、岗位群的需求相一致，使教材内容“项目化”、“工作流程化”；突出“走向职业化”的特点，努力培养学生的职业素质、职业能力和专业技术。此外在高职教育的理论“必需、够用”方面也进行了有益的探索与尝试。在系列教材的开发过程中，众多资深一线授课老师、双师型老师、企业工作者们在教学、专业知识与企业实际工作的有效结合方面进行了探索。此批教材以“立足广东，面向全国”为目标，在突出广东特色的同时更兼顾到与全国通用性的结合。

系列教材尝试打破常规的学科体系教学模式，探索一种更符合高职教育实际情况的模式。在通过案例教学、项目式教学和互动式教学强化实践性、应用性与针对性的同时，以学生为本的思想也增强了学生学习的趣味性和主动性。系列教材以建设成为立体化教材为最终目标，将会在实践中逐步完善整个教材体系。

此批教材为编委会组织编写的高职高专教育教学改革规划教材，被机械工业出版社列为“十一五”期间重点发展的规划教材。经过两年多来的教学实践与积累，其中一批较早出版的，编写特色突出，符合教学规律及教学改革发展趋势，能够显著提高教学效果的教材已经脱颖而出，深受全国广大师生的喜爱。随着教学改革的进一步深入以及相关专业政策和知识的更新，这批优秀教材都已经面临再版的时机。为此，我们以“国家中长期教育改革和发展纲要”和“教育部2010年工作要点”为指引，以更进一步地贯彻执行《教育部关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》（教高【2006】16号）和《教育部关于加快高等职业教育改革促进高等职业院校毕业生就业的通知》（教高【2009】3号）文件为方针，申报普通高等教育“十二五”国家级规划教材。与此同时，我们还将区分各专业在教学改革所处的不同阶段继续完善和发展已有系列教材的品

种，加强配套教学资源建设，扩大整体教学改革试点范围。

“十二五”期间，我们将结合广东省高职高专教学改革项目的最新成果，计划增加出版汽车、机械、电子、计算机、工商管理、物流、市场营销等更多专业的系列规划教材，并择其优秀者申报“十二五”国家级规划教材。

在编委会长期运作及系列教材规划和出版过程中，得到了广东省教育厅高教处吴念香副处长以及顺德职业技术学院、深圳职业技术学院、四川烹饪高等专科学校、广东轻工职业技术学院和广东工贸职业技术学院等一大批全国优秀院校的鼎力支持，在此特别致以衷心的感谢！

高职高专教学改革规划教材编委会

机械工业出版社

2010年7月

前言

本书在 2007 年 8 月首次出版发行,随着高职教育的发展及教材在使用过程中不断的提升和积累,又于 2009 年 7 月进行了修订,经过 8 次印刷共发行了近 4 万册,成为一本为多所院校使用的优秀教材。为了适应高职教育的发展,本书于 2012 年 7 月进行了再版。本次再版,编者对教材的编写风格进行了较大的调整,结合实际市场调研项目的工作内容,按照工作流程分解成具体项目和任务,把教学内容整合成 8 大项目,更加适应“项目导向、任务驱动”的教学模式要求。学习者通过掌握任务处理能力,从而掌握相应的项目执行能力,并最终掌握本门课程。

本书结合高职高专人才培养要求,突出“走向职业化,立足广东,面向全国”的宗旨,以就业为导向,结合广东地区的经济发展,突出广东特色,同时兼顾全国范围的通用性;结合教学方法的改革实践及相关的考核;打破传统的以学科体系编写教材的模式,在理论够用、实用的基础上,突出实践能力的培养;强调实际操作能力和职业素养的培养,突出“走向职业化”的特色,结合获取职业技能和资格证书所需的知识与能力,并且以企业管理类学生未来岗位和岗位群所需能力为导向,构建较为完整的内容体系。本书图、表、案例丰富,文笔简明,是一本易读易学的优秀教材。

本书分为 8 大项目,包括:项目 1,设计市场调研总体方案;项目 2,运用市场调研样本组织方式;项目 3,设计市场调研问卷;项目 4,运用市场调研方法开展调研;项目 5,处理市场调研资料;项目 6,分析市场调研资料;项目 7,市场预测;项目 8,撰写市场调研报告。书后附有市场调研与预测概述基础知识以及市场调研内容基础知识。

广东农工商职业技术学院市场营销副教授邱小平拟定本书大纲,并担任主编。参与本书编写工作的有广东农工商职业技术学院、顺德职业技术学院、广东

邮电职业技术学院、中山火炬职业技术学院的专家教授和专业骨干教师，具体分工如下：广东农工商职业技术学院邱小平编写项目2、项目5、项目6、附录A；顺德职业技术学院高凤荣编写项目1、附录B；广东邮电职业技术学院刘迎春编写项目3、项目7任务1；中山火炬职业技术学院焦利勤编写项目4、项目8；中山火炬职业技术学院孙任祥编写项目7任务2、任务3。全书由邱小平负责统稿，由广东农工商职业技术学院杨群祥教授审稿，由“高职高专经管旅游类教学改革规划教材编委会”审定。

本书的编者在编写过程中得到了广东农工商职业技术学院杨群祥教授的悉心指导，机械工业出版社高伟编辑也给予了大力支持；本书还参阅了许多学者最新的研究成果和案例，在此一并表示衷心的感谢！

邱小平

2012年5月

教学建议

本课程实用性很强，应多结合实际案例进行教学。另外，根据高职教育的要求，还应多结合高职教育的特点组织教学。

在教学过程中建议做到如下几点。

(1) 基于工作过程组织教学内容。根据调研公司实际开展市场调研活动的基本程序组织教学内容，进行专项能力的培养。

(2) 以“项目导向、任务驱动”的模式组织教学。

(3) 采用工学结合的模式强化实践能力的培养。

以传播理论知识为宗旨，以培养学生的实践操作能力为目标，紧密结合生产实际、体现岗位能力要求，将能力培养的内容分为8个方面，包括市场调研方案设计能力、市场调研样本组织能力、问卷设计能力、实际市场调研能力、调研资料处理能力、调研资料分析能力、市场预测能力和市场调研报告撰写能力。

以“项目导向、任务驱动”模式组织的整体教学内容

教学项目	教学任务	培养的主要能力	学时安排	考核方式
项目1 设计市场调研 总体方案	任务1 设计市场调研方案的格式	市场调研总体方案设计能力	6	报告
	任务2 设计市场调研方案的封面			
	任务3 设计市场调研方案的标题与目录			
	任务4 设计市场调研方案的引言			
	任务5 设计市场调研方案的调研目的			
	任务6 设计市场调研对象与调研单位			
	任务7 设计市场调研方式与调研方法			
	任务8 确定市场调研时间和调研工作期限			
	任务9 进行市场调研方案的可行性研究与评价			

(续)

教学项目	教学任务	培养的主要能力	学时安排	考核方式
项目 2 运用市场调研样本组织方式	任务 1 确定调研样本组织的基本方式	市场调研样本组织能力	10	考试和报告
	任务 2 确定能否采用随机抽样方式			
	任务 3 运用适当的随机抽样方式			
	任务 4 对运用随机抽样方式下的样本资料进行推论			
	任务 5 确定采用随机抽样方式下的样本容量			
	任务 6 确定能否采用非随机抽样方式			
	任务 7 正确运用非随机抽样方式			
项目 3 设计市场调研问卷	任务 1 设计市场调研问卷的标题	问卷设计能力	8	考试和报告
	任务 2 设计市场调研问卷的问候语和说明			
	任务 3 设计市场调研问卷的编码			
	任务 4 设计市场调研问卷的甄别部分			
	任务 5 设计市场调研问卷的题目			
	任务 6 设计市场调研问卷题目的答案			
	任务 7 设计市场调研问卷的作业情况记录及结尾部分			
项目 4 运用市场调研方法开展调研	任务 1 确定是否直接采用间接的市场调研法	市场资料收集能力	4	报告
	任务 2 运用访问法进行市场调研			
	任务 3 运用观察法进行市场调研			
	任务 4 运用实验法进行市场调研			
项目 5 处理市场调研资料	任务 1 拟定市场调研资料的处理程序	调研资料处理能力	6	考试和报告
	任务 2 对市场调研资料进行审核			
	任务 3 对市场调研资料进行编辑			
	任务 4 进行市场调研资料的分类整理汇总			
	任务 5 对市场调研资料进行编码			
	任务 6 对市场调研资料进行转换			
项目 6 分析市场调研资料	任务 1 选择市场调研资料的分析方法	市场调研资料分析能力	6	报告
	任务 2 运用定性分析法			
	任务 3 运用定量分析法			
项目 7 市场预测	任务 1 正确选择市场预测的方法	市场预测能力	6	报告
	任务 2 运用定性预测法			
	任务 3 运用定量预测法			

(续)

教学项目	教学任务	培养的主要能力	学时安排	考核方式
项目 8 撰写市场调研报告	任务 1 拟定市场调研报告的格式	市场调研预测报告撰写能力	4	报告
	任务 2 设计调研方案的各个要素			
	任务 3 撰写市场调研报告			
附录 A 市场调研与预测概述基础知识 附录 B 市场调研内容基础知识		市场调研与预测基础认知能力	4	报告
合 计			54	

建议采用如下教学方法：

(1) 采用角色扮演的方式，增强教学效果。主讲教师扮演调研企业经理人、学生扮演调研部门员工，通过情景模拟，学生可掌握理论知识并锻炼实际能力。

(2) 采用分组讨论的方式。学生分学习小组介绍方案，其他同学作为参与人员进行讨论分析，最后老师进行点评。

(3) 采用现场实境教学法。带领学生深入实际市场环境开展市场调研，老师负责指导和解答问题。

建议改革考核方法，以知识考核和能力考核相结合的方式进行考核，总之，要在教学中不断探索创新，提升教学效果。

目 录

出版说明

前言

教学建议

项目 1 设计市场调研总体方案	1
任务 1 设计市场调研方案的格式	2
任务 2 设计市场调研方案的封面	3
任务 3 设计市场调研方案的标题与目录	5
任务 4 设计市场调研方案的引言	6
任务 5 设计市场调研方案的调研目的	8
任务 6 设计市场调研对象与调研单位	9
任务 7 设计市场调研方式与调研方法	9
任务 8 确定市场调研时间和调研工作期限	10
任务 9 进行市场调研方案的可行性研究与评价	11
项目 2 运用市场调研样本组织方式	18
任务 1 确定调研样本组织的基本方式	18
任务 2 确定能否采用随机抽样方式	22
任务 3 运用适当的随机抽样方式	25
任务 4 对运用随机抽样方式下的样本资料进行推论	34
任务 5 确定采用随机抽样方式下的样本容量	41
任务 6 确定能否采用非随机抽样方式	47
任务 7 正确运用非随机抽样方式	48