

工业和信息化部“工业和信息产业科技与教育专著出版资金”支持项目
高职“十三五”市场营销专业“全景教学”系列项目规划教材

市场调查与预测

卢宇 陈兵 主编

卢宇 熊英 副主编

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书根据市场调查与预测经历的全过程,分为4篇8个项目:调查篇包括,项目1市场调查的基本知识、项目2市场调查方案的方式和方法;分析篇包括,项目3数据整理和描述分析、项目4调查参数估计(选修与提高项目);预测篇包括,项目5定性预测法、项目6时间序列预测法、项目7回归分析预测法;报告篇为项目8市场调研报告和市场预测报告的撰写。

本书可作为高等职业院校市场营销专业和其他相关专业的教材,也可以作为职业培训以及企业管理人员的自学参考书。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

市场调查与预测 / 陈兵主编. —北京:电子工业出版社, 2018.11

ISBN 978-7-121-35227-0

市... 陈... 市场调查—高等职业教育—教材 市场预测—高等职业教育—教材 F713.52

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第238876号

策划编辑:朱干支

责任编辑:裴杰

印刷:

装订:

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开本:787×1092 1/16 印张:15.25 字数:430千字

版次:2018年11月第1版

印次:2018年11月第1次印刷

定价:39.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888,88258888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式:(010)88254573, zgzs@phei.com.cn。

前 言

多年来,高职专业课程过于强调实操,理论只求“必需、够用”足矣,尤其是市场调查与预测课程,高职学生调查技能普遍不错,但调查分析乃常见短板,这使得他们的调查与预测水准难以提高。

本书作者以同时注重“实务+理论”为出发点,强调实用性操作,讲清说透必备调查理论,编写了这本能全面提高学生调查预测技能和知识的教材。这是一本以能力提升为导向,面向实际,重视应用,内容丰富的教材。

根据市场调查与预测经历的全过程,全书分为四篇:调查篇、分析篇、预测篇、报告篇。总共8个项目。

调查篇介绍了市场调查的实际操作,其中,项目1介绍市场调查的基本知识;项目2介绍市场调查方案的方式和方法。

分析篇是关于调查数据的整理与分析,其中,项目3介绍数据整理和描述分析;项目4介绍调查参数估计(选修与提高项目)。

预测篇讲解各种预测方法,其中,项目5介绍定性预测法;项目6介绍时间序列预测法;项目7介绍回归分析预测法。

报告篇为项目8,介绍市场调研报告和市场预测报告撰写。

本书特点:

- (1) 结构严谨。内容安排科学、合理,内容全面,包含了市场调查与预测比较完整的知识。
- (2) 重点与难点突出。不用过多的其他链接、拓展等不必要的内容冲淡主题。
- (3) 理论联系实际。兼顾实用性与理论性,使学生既掌握实操,也学会理论基础。
- (4) 与全国大学生市场调查与分析大赛接轨。书中不少内容参考了全国大学生市场调查与分析比赛要求和内容,也是一本难得的竞赛学习参考书。
- (5) 习题丰富,便于练习。
- (6) 补充了必备的统计学知识。统计学与市场调查与预测关系十分密切,但目前,许多高职院校营销专业未开设统计学课程,这就极大地影响了他们对市场调查与预测的学习和实际应用。项目4可作为选学的补充内容。

本书的项目4~项目8由湖南商务职业技术学院陈兵老师编写。项目3由湖南商务职业技术学院卢宇老师编写。项目1、2由湖南现代物流职业技术学院熊英老师编写。全书由陈兵老师统稿。

由于作者水平有限,错误在所难免,欢迎广大读者批评指正。

编 者

目 录

调查篇

项目 1 市场调查的基本知识	1
任务 1.1 市场调查的概念、特点、作用与分类	2
1.1.1 市场调查的概念与特点	2
1.1.2 市场调查的作用与分类	4
任务 1.2 市场调查的原则与流程	7
1.2.1 市场调查的原则	7
1.2.2 市场调查的流程	8
任务 1.3 市场调查的内容	10
1.3.1 市场环境调查	10
1.3.2 市场需求调查	12
1.3.3 市场营销调查	13
项目 2 市场调查方案的方式和方法	18
任务 2.1 市场调查方案概述	19
2.1.1 市场调查方案设计的程序和类型	19
2.1.2 市场调查方案的主要内容	21
2.1.3 市场调查方案的评价	25
任务 2.2 市场调查的基本方式	26
2.2.1 普查	26
2.2.2 重点调查	26
2.2.3 典型调查	27
任务 2.3 文案调查法	28
2.3.1 文案调查法的含义、特点、功能与原则	28
2.3.2 文案调查的途径	30
2.3.3 文案调查的方法	31
2.3.4 市场信息的分类	32
任务 2.4 抽样调查法	33
2.4.1 抽样调查的基本理论	33
2.4.2 随机抽样技术及其应用	37
2.4.3 抽样误差及其样本容量的确定	40
2.4.4 非随机抽样技术	42
任务 2.5 问卷调查法	45

2.5.1	问卷设计的原则与程序	46
2.5.2	问卷的结构	48
2.5.3	问卷的设计技术	51
2.5.4	问卷中的态度量表	56
任务 2.6	询问调查法	59
2.6.1	面谈调查法	59
2.6.2	电话调查法	61
2.6.3	邮寄调查法	62
任务 2.7	观察调查法	63
2.7.1	观察调查法的特点、类型记录技术和内容	63
2.7.2	观察调查法的原则和程序	64
任务 2.8	实验调查法	65
2.8.1	无控制组的事前事后对比实验	65
2.8.2	有控制组的事后实验	66
2.8.3	有控制组的事前事后对比实验	67
任务 2.9	网络调查法	67
2.9.1	网络调查法的含义、特点与存在的问题	68
2.9.2	网络调查法的常用方法	70

分析篇

项目 3	数据整理和描述分析	78
任务 3.1	数据的整理与图表显示	79
3.1.1	数据的类型	79
3.1.2	数据的分组	80
3.1.3	数据的图形显示	83
任务 3.2	数据集中趋势的度量	86
3.2.1	平均数	86
3.2.2	中位数	87
3.2.3	众数	88
任务 3.3	数据离散趋势的度量	88
3.3.1	极差	88
3.3.2	四分位点和四分位极差	89
3.3.3	方差和标准差	90
3.3.4	变异系数	90
项目 4	调查参数估计（选修与提高项目）	101
任务 4.1	抽样分布	102
4.1.1	总体分布与总体参数	102
4.1.2	统计量和抽样分布	102
4.1.3	统计量的标准误差	103
任务 4.2	参数估计的一般问题	104

4.2.1	估计量与估计值	104
4.2.2	点估计与区间估计——参数估计的两种方法	104
4.2.3	评价点估计量的标准	105
任务 4.3	一个总体参数的区间估计	105
4.3.1	总体均值的区间估计	105
4.3.2	总体比例(二项总体参数 P)的区间估计	107
任务 4.4	样本容量的确定	108
4.4.1	估计总体均值时样本量的确定	108
4.4.2	估计总体比例时样本量的确定	108

预测篇

项目 5	定性预测法	116
任务 5.1	市场预测	117
5.1.1	市场预测的概念	117
5.1.2	市场预测的特征	117
5.1.3	市场预测的作用	118
5.1.4	市场预测的原则	119
5.1.5	市场预测的分类	120
5.1.6	市场预测的内容	121
5.1.7	市场预测的步骤	122
任务 5.2	类推预测法	124
5.2.1	类推预测法概述	124
5.2.2	类推预测法的应用举例	125
任务 5.3	调研预测法	126
5.3.1	试验推算法	127
5.3.2	市场因子推演法	127
5.3.3	联测法	128
5.3.4	集合意见推算预测法	129
任务 5.4	指标与概率预测法	132
5.4.1	指标预测法	132
5.4.2	概率预测法	134
任务 5.5	专家预测法	137
5.5.1	专家预测法的含义、特点过程及优点	137
5.5.2	专家意见汇总预测法	138
5.5.3	头脑风暴法	140
任务 5.6	德尔菲预测法	143
5.6.1	德尔菲预测法的含义和特点	143
5.6.2	德尔菲预测法的程序	144
5.6.3	德尔菲预测法的优缺点	144
5.6.4	德尔菲预测法的实施注意事项	145
5.6.5	德尔菲预测法的应用举例	146

项目 6 时间序列预测法	157
任务 6.1 移动平均法	158
6.1.1 简单移动平均法	158
6.1.2 加权移动平均法	160
任务 6.2 指数平滑法	163
6.2.1 一次指数平滑法	164
6.2.2 二次指数平滑法	165
任务 6.3 延伸曲线法	167
6.3.1 直线趋势延伸预测法	167
6.3.2 曲线趋势延伸预测法	170
任务 6.4 季节变动法	173
6.4.1 季节变动预测法与季节指数	173
6.4.2 无趋势季节变动预测法	173
6.4.3 长期趋势季节变动预测法	174
项目 7 回归分析预测法	189
任务 7.1 相关分析	190
7.1.1 函数关系与相关关系	190
7.1.2 用散点图描述相关关系	190
7.1.3 相关系数	191
任务 7.2 一元线性回归预测法	194
任务 7.3 多元线性回归预测法	200
任务 7.4 非线性回归预测法	204
7.4.1 非线性回归预测方法	204
7.4.2 非线性回归预测的选配曲线	206
7.4.3 非线性回归预测原则	207

报告篇

项目 8 市场调研报告和市场预测报告的撰写	221
任务 8.1 市场调研报告的撰写	222
8.1.1 市场调研报告概述	222
8.1.2 市场调研报告的写作	223
任务 8.2 市场预测报告的撰写	228
8.2.1 市场预测报告概述	228
8.2.2 市场预测报告的写作	229
8.2.3 市场预测报告的撰写要求	230
参考文献	235