

项目决策分析与评价第二章 PDF转换可能丢失图片或格式，  
建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/204/2021\\_2022\\_\\_E9\\_A1\\_B9\\_E7\\_9B\\_AE\\_E5\\_86\\_B3\\_E7\\_c60\\_204211.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/204/2021_2022__E9_A1_B9_E7_9B_AE_E5_86_B3_E7_c60_204211.htm) 第二章市场分析与项目

目（企业）投资战略

一、市场调查与预测1.市场调查

：对产出品市场现状和一段历史时期内的情况进行的调查，也包括主要投入品。 市场调查内容1) 市场容量调查。供应状况与需求状况，两者同时要包括国内市场和国外市场。调查的时间跨度应能满足市场预测的要求。 供应状况 A、国际市场总生产能力、总产量、总贸易量，在全球的分布情况，主要生产企业名称、生产能力、产量、品种、性能及档次情况。 B、国内市场总生产能力、总产量及地区分布，国内主要生产企业名称、生产能力、产量、品种、性能及档次情况。 C、进口状况。进口量、品质、国别、贸易方式、进口量占国内产量及贸易量的比例、进口量占国际产量及贸易量的比例。 需求状况 A、国际市场需求状况。消费总量及各大洲、各地区或各国的分布、消费结构及不同消费群体对产品的需求。 B、国内市场需求状况。国内消费总量及区域市场消费量消费结构及不同小群体对产品的需求。 C、出口状况。出口量、品质、国别、贸易方式、出口量占国际产量及贸易量的比例2) 价格状况调查，包括国内价格及变化情况、国际价格及变化情况和进出口价格及变化情况 国际市场价格及历年变化情况及变化规律 国内市场价格及历年变化情况及变化规律 产品在我国口岸的进出口价格及历年变化情况及变化规律 产品在我国的价格形成机制，是市场形成价格还是政府调控价格3) 竞争力状况：项目产品在国内外市场的竞

争程度，市场竞争主要对手的生产、营销、市场份额及其竞争力状况。

市场调查方法1) 市场调查体系依调查资料来源和资料收集方法分A) 文案调查(第二手调查) B) 实地调查(第一手资料调查) 观察法、实验法、问卷法(最广) 2) 问卷调查方法确定收集的资料、问卷调查方式、内容、形式、用语、顺序、检验可靠性问题、版面布局、试调查3) 抽样调查及其程序随机和非随机，步骤：识别总体、选择抽样方法、决定样本数非随机抽样：便利、配额、判断、雪球抽样随机抽样：简单随机、双重、逐次、分段、分层、群集、系统、复合抽样无论采用观察法、实验法或问卷法的方式进行市场调查，都常常采用抽样调查的方法。4) 统计分析及解释步骤：编辑、汇总及分类、制表、解释统计资料2、市场预测

1) 预测基础市场调查基础2) 预测过程(预测程序)：输入、处理、输出的动态反馈过程。全过程可分为7个主要步骤和一个反馈过程市场预测是根据市场调查得到的一系列数据(包括当前数据和历史数据)，采用适当方法预测一定期限(一般预测5-10年)的产品供需状况。3) 供需预测：应考虑的因素(6条) A. 国家及经济影响因素：国民经济与社会发展对项目产品供需的影响 B. 产品影响因素：相关产业产品和上下游产品的情况及其变化，以及对项目产品供需的影响。产品结构变化，产品升级换代情况，特别是高新技术产品和新的替代产品项目产品在生命周期所处阶段(投入期、成长期、成熟期、衰退期)对供需的影响 C. 不同地区和不同消费群体的消费水平、消费习惯、消费方式及其变化，以及对项目产品供需的影响 D. 涉及进出口的项目产品，应考虑国际政治经济条件及贸易政策变化对供需的影响。 内容：国内市

场的需求预测是预测需求潜量和销售潜量国际市场预测难度较大，一般多进行产品出口和进口替代分析。涉及国外教高水平的竞争对手综合反映项目生命力步骤：通过供应预测和需求预测以及供需平衡分析来预测未来的市场容量、分析项目产品可能占有的市场份额A、供应预测：国内市场总供给量，含现有、在建、拟建；国际市场可供供给量、可进口量。还要预测项目产品目标市场的供给量。B、需求预测：国内市场总需求量，含现有、在建、拟建，国际市场需求量；可出口量。还要需册项目产品目标市场的需求量。预测期尽可能包括项目计算期年份，一般最低要求预测期限为今后5年和10年。C、供需平衡分析：供需平衡状况，以及可能导致供需失衡的因素和波及范围。不仅应分析全社会的，还应分析项目初步拟定的目标市场的供需平衡状况，分析项目可能占有的市场份额。反之，通过供需平衡分析又帮助选择目标市场。

2) 预测方法定量预测、定性预测、组合预测（P15【表2-2记忆】）（容易出题）（实务第三章）组合预测：采用2种以上不同预测方法的预测。几种定量方法的组合；几种定性方法的组合；定性与定量方法的组合。

2.价格预测：产品价格失计算项目收入的基础，也是影响项目效益的关键因素。价格的预测和确定项目决策分析与评价种的可行性研究工作的一项重要内容。对项目效益估计的准确性和评价结论的可靠性有着至关重要的影响。

1) 需考虑的因素：国内外市场的供需状况，价格的变动趋势，所处地域对价格的影响，该产品升级换代的速度，新技术、新材料产品和新的替代产品的出现，国内外税费、利率、汇率的变化、非贸易壁垒对价格的影响，生活水平和消费习惯的改变，某些因素导致生产

成本的变化以及经济政策的变化等。2) 价格预测的要求：  
稳妥原则、供求关系失价格形成的主要因素，及诸多因素对供求关系的影响、充分考虑WTO的影响，注意结合国际市场价格进行预测、注意出厂价格与市场价格（目标市场价格）、离岸价格的关系、尽可能提高收集数据的可信度，采用适宜的价格预测方法以提高预测结果的可靠性。3) 价格预测方法：回归法、比价法、城市基础设施和服务价格不完全取决于市场，也有的直接由政府定价，应根据政府的价格政策，消费者的支付意愿和承受能力进行预测。3.主要投入品的供应分析分析内容、要求和预测方法可以比照产出品。

二、竞争力分析1、项目竞争力优势、劣势分析：依据波特提出的五种竞争力模型或普拉哈拉德与哈默尔提出的核心竞争力理论进行。包括自然资源占有、工艺技术和装备、规模效益、新产品开发能力、产品质量性能、价格、商标品牌商誉、项目区位、人力资源的优势、劣势2、竞争力对比分析【P17表2-3】（容易出题）项目角度：选择项目目标市场范围内，占市场份额较大、实力较强的几家竞争对手，将项目自身条件与对手条件的优胜、劣势对比并排序企业角度：销售网络、财务资源、相对成本地位、管理水平等（实务第章）3、目的和作用：获胜的可能性；获胜能力；确定营销策略的基础 进一步优化项目的技术经济方案。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问  
[www.100test.com](http://www.100test.com)