

项目决策分析与评价第二讲 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_204213.htm 第二讲一、内容提要1、市场调查与预测（掌握）2、竞争力分析（掌握）3、营销策略研究（掌握）4、市场风险分析（掌握）5、项目(企业)投资战略（了解）二、重点、难点1、了解市场分析的目的与作用，项目（企业）投资战略。2、掌握市场调查和预测，竞争力的综合分析及营销策略研究，及市场风险分析。三、内容讲解第二章 市场分析与项目(企业)投资战略市场分析是在市场调查的基础上，对项目的产出品的市场容量、价格、竞争力、营销策略以及市场风险进行分析预测和研究，一方面为确定项目建设规模和产品方案提供依据，同时为项目建成后的市场开拓打下基础。（了解）项目战略是企业战略实施的组成部分，对拟建项目的选择、项目建设规模和产品方案的确定、对项目目标市场的确定也颇具指导意义。（了解）对于制造业项目，还应对其主要投入品的供应进行分析，以解决主要投入品的可得性和可靠性问题，并对其价格进行预测。第一节 市场调查与预测（掌握）一、市场调查市场调查主要指对产出品市场现状和一段历史时期内的情况进行调查，也可包括主要投入品。（一）市场调查内容市场调查内容主要包括市场容量、价格以及市场竞争力的现状，各个部分调查结果都应附有相应的表格。例题：市场调查内容主要包括（ ）。A、市场容量调查B、文案调查C、价格状况调查D、竞争力状况调查E、实地调查答案：A、C、D(1)市场容量调查。包括供应状况与需求状况，两者同时都要包括国内

市场和国际市场。调查的时间跨度应能满足市场预测的要求。

1)供应状况： 调查国际市场。 调查国内市场。 调查进口状况。 2)需求状况： 调查国际市场需求状况。 调查国内市场需求状况。 出口状况。(2)价格状况调查，包括国内价格及变化情况、国际价格及变化和进出口价格及变化情况。

1)调查产品的国际市场价格变化情况及规律。 2)调查产品的国内市场价格变化情况及规律。 3)调查产品的进出口价格变化情况及规律。 4)调查该产品是市场形成价格还是政府调控价格。

(3)竞争力状况。 例题：市场容量调查。包括供应状况与需求状况，需求状况需要（ ）。 A、调查进口状况 B、调查出口状况 C、进口、出口都调查 D、进口、出口都不调查

答案：B

(二)市场调查方法

1．市场调查体系依调查资料来源及资料收集方法，可将市场调查方法分为文案调查(又称第二手资料调查)及实地调查(又称第一手资料调查)两大类。

文案调查系由市场调查执行人员，收集企业内部既有档案资料及企业外部各种相关文件、档案、研究报告或公开资料，加以整理、衔接、调整及融会，以归纳或演绎等方法予以分析，进而提出相关市场调查报告的活动过程。实地调查则是在周详严密的架构之中，由调查人员直接向被访问者收集第一手资料的相互来往过程。具体包括观察法、实验法和问卷法，其中尤以问卷法应用最广。

例题：依调查资料来源及资料收集方法，可将市场调查方法分为（ ）。 A、文案调查 B、抽样调查 C、随机抽样调查 D、实地调查 E、非随机抽样调查

答案：A、D

2．问卷调查方法选用问卷调查法，需设计问卷。问卷的设计步骤：（略）

3．抽样调查及其程序

抽样调查是实地调查中最重要科学的调查方法之一，其优点在于既

科学又节约，故获广泛应用。抽样调查是从所要研究的某特定现象的总体中，依随机原理抽取一部分作为样本，根据对样本的研究结果，在抽样置信水平上，推断总体特性的调查方法。抽样方法一般可分为随机抽样和非随机抽样两大类。其优劣比较参见表21。进行抽样调查的步骤：(1)识别总体。(2)选择抽样方法。(3)决定样本数。例题：抽样方法一般可分为()。A、分段抽样、分层抽样B、简单抽样、系统抽样C、随机抽样、非随机抽样D、判断抽样、系统抽样答案：C例题：进行抽样调查的步骤排列正确的是()。A、识别总体、选择抽样方法、决定样本数B、决定样本数、选择抽样方法、识别总体C、选择抽样方法、识别总体、决定样本数D、决定样本数、识别总体、选择抽样方法答案：A4. 统计分析

及解释当实地调查完成之后，搜集的所有访问表格必须加以编辑、组织及分类与制表，方能使调查资料变成可供分析、预测的信息。其过程如下：(1)编辑。(2)汇总及分类。(3)制表。(4)解释统计资料。做出市场调查报告。

二、市场预测(一) 预测过程

市场预测是根据上述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的产品供需状况，一般应预测5-10年。预测过程可视为一个输入、处理、输出的动态反馈系统。通常，可将全过程分为图23所示的7个主要步骤和一个反馈过程。

(二) 供需预测

1. 供需预测应考虑的因素

- (1) 国民经济与社会发展对项目产品供需的影响。
- (2) 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。
- (3) 产品结构变化，产品升级换代情况。
- (4) 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。
- (5) 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。(6)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。

2. 供需预测的内容

国内市场的需求预测主要是预测需求潜量和销售潜量，需求潜量是指未来市场上有支付能力的需求总量。销售潜量是指拟建项目的产品在未来市场上的销售量。销售潜量，一般可通过估计市场占有率来测算，即： $\text{销售潜量} = \text{需求潜量} \times \text{市场占有率}$ 。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。产品出口和进口替代涉及国外较高水平的竞争对手，可以综合反映项目的生命力。具体步骤是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。例题：供需平衡分析是（ ）中的重要工作内容。A. 项目建设规模分析 B. 市场分析预测 C. 产品竞争力分析 D. 工艺方案选择 答案：B

3. 预测方法

预测方法可分为定量预测、定性预测和组合预测。定性预测是指利用直观材料，依靠个人和群体的经验及分析判断能力，对事物未来发展进行的预测，也称直观预测。常用的典型方法是专家会议法、特尔菲法、类推预测法等。定量预测是指根据历史数据和资料，应用数理统计等方法预测未来，或利用事物发展的因果关系等预测未来的方法。组合预测是指采用两种以上不同预测方法的预测。它既可是几种定量方法的组合，也可是几种定性的方法的组合，但实践中更多的则是利用定性方法与定量方法的组合。表22给出几种常用预测方法特点及其运用范围、预测精确度等。项目决策分析与评价人员可根据实际情况选择适用的方法。预测方法的详细介绍见《现代咨询方法与实务》第三章。

(三) 价格预测

产品价格是计算项目

的基础，也是影响项目效益的关键因素。价格的预测和确定对项目效益估算的准确性和评价结论的可靠性有着至关重要的影响。

1. 价格预测需考虑的因素应充分考虑影响价格的各种因素。
2. 价格预测的要求
 - (1)价格预测中应特别强调稳妥原则，避免因人为高估产出品价格或低估投入品价格而导致评价结果失真。
 - (2)在市场经济条件下，市场定价产品价格一般以均衡价格为基础，供求关系是价格形成的主要影响因素。另外上述价格预测需考虑的因素又会对供求关系产生影响，进而对价格产生影响，应充分予以考虑。
 - (3)对于可外贸货物，应注意结合国际市场价格进行预测。即便项目产品不打算出口，但出于与进口产品竞争的考虑，也要以国际价格为基础或为参照系。
 - (4)首先预测的是市场价格，特别是目标市场价格，进而换算为出厂价格，即产品出厂价格=目标市场价格-运杂费。出厂价格可以直接为财务分析所用。出口产品应先按国际目标市场价格扣减海外运杂费并考虑其他因素影响后，确定离岸价，然后换算为出厂价格。如果打算对项目产品采用出口离岸价计算销售收入，则应同时将由工厂到口岸的运杂费计入成本。
 - (5)价格预测的可靠程度既与采用的方法有关，也与历史数据的采集有关。为了提高可靠性，应尽可能提高收集数据的可信度。
3. 价格预测方法价格预测的方法主要有：
 - (1)回归分析法。价格预测要达到一定准确度，往往需要在一系列历史数据的基础上，充分考虑影响价格的相关因素，采用因果分析方法，建立实用的数学模型进行回归分析。采用这种方法，需要占有充分的历史数据和价格影响因素资料，再加上预测人员良好的分析能力，才能得到比较理想的效果。
 - (2)比价法。价格预测中可以采用比价法，其原理

是在市场经济条件下，根据利益均衡原则，利用产成品价格与原材料价格、半成品价格之间，以及不同产品之间往往存在的一定比价关系进行预测。采用这种方法，需要大量数据资料的积累，还需注意剔除非正常因素的影响。(3)城市基础设施和服务的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。

三、主要投入品的供应分析制造业项目的主要投入品往往是大宗原材料，其供应来源及其可靠性、运输条件以及价格的合理性不但直接左右着项目的成本，而且极大地影响着项目的效益，因此必须对大宗原材料的供应进行分析。对大宗原材料的供应分析也要从现状和历史数据调查开始，对项目计算期内的供需情况和价格进行预测，其分析内容、要求和预测方法可以比照本节第一、二部分。

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