

【案例 5-1】杜邦公司的“市场瞭望哨”

经过 200 多年的发展，杜邦公司所经营的产品包括化纤、医药、石油、汽车制造、煤矿开采、工业化学制品、油漆、炸药、印刷设备，近年来又涉足电子行业。其销售的产品达 1800 种之多，多年的研究开发经费达 10 亿美元以上，研究出了 1000 种以上的新奇化合物——相当于每天有 2 件或 3 件新产品问世，而且每个月至少从新开发的众多产品中选出一种使之商业化。

杜邦公司兴盛 200 多年的一个重要原因，就是围绕市场开发产品，并且在世界上最早设立了“市场瞭望哨”——经济研究室。成立于 1935 年的杜邦公司经济研究室，由受过专门培训的经济学家组成，以研究全国性和世界性的经济发展现状、结构特点及发展趋势为重点，注重调查、分析、预测与本公司产品有关的经济、政治、科技、文化等市场动向。

除了向总公司领导及有关业务部门做专题报告及口头报告、解答问题外，经济研究室还每月整理出版两份刊物，一份发给公司的主要供应厂家和客户，报道有关信息和资料；另一份在内部发行，根据内部经营全貌分析存在的问题，提出解决措施，研究短期和长期的战略规划、市场需求量，自己同竞争对手之间的比较性等。另外，其每季度还会整理出版一期《经济展望》，供总公司领导和各部门进行经营决策时参考。正是由于重视对调查资料的整理、分析和利用，杜邦公司才能实现 200 多年来的兴盛不衰。

资料来源：陆克斌等，《市场调查与预测》，北京：人民邮电出版社，2021 年出版，内容有改动。