

# 中国（内地）市场调查行业的调查

(2018 年)

## 市场研究行业单位及从业机构：

您们好！

市场调查行业调查报告是了解我国市场调查发展趋势最重要的历史性资料。从 1998 年第一次行业调查至今已经整整二十个年头，行业调查已经成为我国市场研究行业发展最重要的参考和指南。

2018 年度行业调查开始启动，具体调查方式和注意事项如下：

1. 协会秘书处 e-mail 行业从业企业/机构，发送问卷链接以供填答。
2. 请在线填答调查问卷（每个公司所填问卷均相同）。
3. 报告完成：协会会长单位——中国传媒大学调查统计研究所（SSI）。
4. 数据安全：协会为了保障调查数据安全，采用 CMRA 开发的独立的调查平台系统。  
此系统只服务 CMRA 发布的调查项目。
5. 报告发布：本报告将在 2018 年 10 月举办的“第八届营销与市场研究峰会”上发布，参与调查的企业可免费获得本报告。
6. 调查奖励：凡参与本调查，完整填写本调查并顺利提交的企业和单位，均有机会获得“第八届营销与市场研究峰会”优惠门票一张。调查结束 10 天内公布获奖单位名单。
7. 回收问卷的**截止日期**为 **2018 年 8 月 31 日**。
8. 本调查解释权归 CMRA 所有。
9. 如在填答问卷过程中出现任何问题，请随时致电 CMRA 秘书处 010-64087451-805，行业宣传部俞飞。

中国信息协会市场研究业分会

2018 年 5 月

## 第一部分 关于调查研究的营业额

题号			
Q1	<b>2017 年度总营业额</b>		
	请问贵单位每年来自调查研究业务的年营业额估计是多少？		
	1-1	2017 年的营业额为多少？	_____ 万元
	1-2-1	2017 年比 2016 年增加了多少？	_____ %
	1-2-2	2017 年比 2016 年减少了多少？	_____ %
	1-3	估计 2018 年的营业额为多少？	_____ 万元
	1-4	在 2017 年的营业额中，在城镇地区实施的占比是多少？	_____ %
		在 2017 年的营业额中，在农村地区实施的占比是多少？	_____ %
Q2	<b>分包合同造成的重复计算</b>		
	请问贵单位在 Q1-1 给出的 2017 年的总营业额中，分包合同的营业额估计占多大的比例？ 注意：以下三部分总和应为 100%，其中非分包合同的营业额（3）将用于计算在我国内地实施调查业的总营业额。		
	2-1	来自国内其它调查公司或调查机构的分包合同（例如，受国内某调查公司委托，只作实施或数据处理等）的营业额占多少？	_____ %
	2-2	贵单位分包给境外（含港澳台）其它调查公司（不在中国内地实施的）的分包合同的营业额占多少？	_____ %
	2-3	非分包合同的营业额占比是多少？	_____ %
			总和： 100%
Q3	<b>国际研究</b>		

<p>请问贵单位在 Q1-1 给出的 2017 年总营业额中，国际研究（涉及多个国家的项目）的营业额估计占了多大的比例？</p>			
3-1	贵单位作为项目的主要接触方的营业额占多少？	_____ %	
3-2	来自境外调查公司（含港澳台）的分包合同的营业额占多少？	_____ %	
	全部国际研究的营业额（1+2）占 2017 总营业额占比为多少？	_____ %	
3-3	上述全部国际研究的营业额中，在欧共同体国家内实施的营业额占多大的比例？	_____ %	
Q4	<b>客户的来源</b>		
	<p>请问贵单位在 Q1-1 给出的 2017 年的总营业额中，若按客户的来源细分，来自以下各处客户的营业额估计分别占了多大的比例？注意：如果不清楚客户算内地的还是境外（含港澳台）的（例如，客户是跨国公司在当地的办事处），判断的原则是：<b>看发票寄到哪里。</b></p>		
	4-1	来自内地客户（含外资、合资）的营业额占多少？（%）	_____ %
	4-2	来自国外或境外（含港澳台）的调查公司的营业额占多少？（%）	_____ %
	4-3	来自国外或境外（含港澳台）的其它客户的营业额占多少？（%）	_____ %
Q5	<b>客户的类型（客户行业）</b>		
	<p>请问贵单位在 Q1-1 给出的 2017 年的总营业额中，若按客户的类型细分，来自以下各种类型的客户的营业额估计分别占了多大的比例？注意：如果无法细分某家客户类别则将其归入其它。</p>		
	1	制造（快消品）	_____ %
	2	制造（耐用品）	_____ %
	3	工业公司	_____ %
	4	批发和零售	_____ %

	5	金融服务	_____ %
	6	信息技术 (硬件或软件)	_____ %
	7	汽车制造	_____ %
	8	制药/医药	_____ %
	9	休闲、旅游	_____ %
	10	公共事业例如: 汽油、电、水, 不管是公有的、私有的、还是混合的	_____ %
	11	电信和邮电服务 (不管是公有的、私有的, 还是混合的)	_____ %
	12	公共部门 (包括中央和地方政府, 党政部委)	_____ %
	13	社会或学会组织 (公共部门以外的)	_____ %
	14	广播媒介 (电视、无线电、有线等)	_____ %
	15	其他媒介 (含互联网、报纸、杂志等)	_____ %
	16	广告公司	_____ %
	17	研究机构 (包括那些提供共享服务的机构)	_____ %
	18	房地产 (含住宅、商业地产、旅游等)	_____ %
	19	非盈利性组织 (含 NGO、社会公益团体等)	_____ %
	19	互联网产品企业 (含电商、游戏、手游等)	_____ %
	20	其它	_____ %
			总和: 100%
Q5_1	请为 Q5 中制造业 (快消品) 进行分类, 估计来自以下快消品营业额占比		
	1	食品、饮料	_____ %
	2	医药	_____ %

	3	烟草	_____ %
	4	其他快消品	_____ %
Q6	<b>研究方法</b>		
	请问贵单位在 Q1-1 给出的 2017 年的总营业额中，若按研究方法细分，来自以下各种类型的研究方法的营业额估计分别占了多大的比例？		
	Q6_1	<b>定量研究 (总计) %</b>	
	1	邮寄研究	_____ %
	2	电话研究 (包括 CATI)	_____ %
	3	面访研究：入户面访、个人面访 (含 CAPI)	_____ %
	4	借助其它电子手段的研究 (传真、手机、互联网在线等)	_____ %
	5	神秘顾客研究	_____ %
	6	实验法	_____ %
	7	眼动、脑动仪等试验设备	_____ %
	8	委托方内部数据分析研究	_____ %
	9	其他定量研究	_____ %
	Q6_2	<b>定性研究 (总计) %</b>	
	1	小组座谈会	_____ %
	2	深层访谈	_____ %
	3	其他定性研究	_____ %
	Q6-3	<b>大数据研究方法</b>	

	1	互联网大数据采集与分析	_____ %
	2	社交媒体 (微博、微信、其他社交类等)	_____ %
	3	政府 (例如: 党政机关部委、工商税务交通航空等) 大数据	_____ %
	4	其他大数据研究 (请说明: _____)	_____ %
Q7	<b>研究设计</b>		
请问贵单位在 Q1-1 给出的 2017 年的总营业额中, 若按研究设计细分, 来自以下各种类型的研究设计的营业额估计分别占了多大的比例? (%)			
	1	专项研究	_____ %
	2	搭车研究	_____ %
	3	消费者及其它固定样组 (panel research)	_____ %
	4	其它连续其它 (包括连续跟踪研究、品牌测量, 零售细查研究, 连续媒介研究)	_____ %
Q8	<b>研究项目类型</b>		_____ %
请问贵单位在 Q1-1 给出的 2017 年的总营业额中, 若按研究项目类型划分, 来自以下各种类型的研究项目的营业额估计分别占了多大的比例? (%)			
	1	市场行情研究	_____ %
	2	市场模型研究	_____ %
	3	新产品\服务前景研究	_____ %
	4	广告前测	_____ %
	5	广告效果追踪研究	_____ %

	6	媒介研究	_____ %
	7	客户关系管理 CRM 系统研究	_____ %
	8	神秘顾客 (含暗访和明察)	_____ %
	9	产品现场测试或货架观察	_____ %
	10	习惯&态度研究	_____ %
	11	客户满意度研究	_____ %
	12	民意调查	_____ %
	13	价格研究	_____ %
	13	市场细分与市场定位	_____ %
	14	品牌与声望研究	_____ %
	15	渠道与促销研究	_____ %
	16	B2B 研究	_____ %
	17	其它 (请注明: _____)	_____ %
Q9	<p>请问贵单位在 Q1-1 给出的 2017 年的总营业额中, 来自消费者研究和非消费者研究的营业额估计分别占了多大的比例? 判断的准则为被访对象是一个“消费者”或是其它别的对象。“非消费者研究”为包括职员/雇员调查在内的企业研究、行业研究、医药研究等等。 (%)</p>		
	1	消费者研究	_____ %
	2	非消费者研究	_____ %
Q10	<p>请问贵单位在 Q1-1 给出的 2017 年的总营业额中, 有多大的比例可以归入客户满意度研究的类别中?</p>		

	如果可能的话，请将客户满意度研究再按来自定性和定量研究的营业额进行细分。（%）	
	1	客户满意度研究，定性的 _____ %
	2	客户满意度研究，定量的 _____ %
	3	客户满意度研究的总营业额 _____ %
Q11	<b>访问数目</b>	
	请问贵单位在 2017 年中组织的调查的访问数目总数估计是多少？如果按以下的研究方法来细分的话，估计分别是多少（包括专项研究和连续研究）？	
	Q11_1	<b>定量研究（访问总数）（次）</b>
	1	邮寄研究 _____ 次
	2	电话研究（包括 CATI） _____ 次
	3	面访研究：入户面访、个人面访 _____ 次
	4	借助其它电子手段的研究（传真、手机、互联网在线等） _____ 次
	5	神秘顾客研究（含暗访、明察） _____ 次
	6	实验法 _____ 次
	7	眼动、脑动仪等 _____ 次
	Q11_2	<b>定性研究（访问总数）（次）</b>
	1	小组座谈会 _____ 次
	2	深层访谈 _____ 次
	3	其它定性研究 _____ 次

\*\*：对于小组座谈会，请估计提供信息者或参会者的数目，而不是估计小组座谈会的数目。

Q12	<b>市场影响因素</b>		
	请用简短的词语概括影响贵公司 2017 年营业收入表现的消极&积极因素。		
	1	您认为什么是影响市场研究行业发展的重要外部因素？	说明：
	2	您认为当前市场研究行业发展的最佳机遇是什么？	说明：
	3	您认为当前市场研究行业发展的短板是什么？	说明：
	4	您认为当前市场研究行业发展的最大危机是什么？	说明：

## 第二部分 关于调查研究公司（机构）和雇员

Q13	<b>公司（机构）的性质和类型</b>		
	请问贵单位属于什么性质？（请在对应的数字上圈出）		
	1	国有企业	
	2	民营企业	
	3	合资企业	
	4	政府机构	
	5	股份制企业	
	6	教学科研事业单位	
	7	其它	

Q14	请问贵单位主要提供什么类型的服务？（请在对应的数字上划圈）				
	1	提供全方位的服务（设计、实施、数据处理、报告、咨询）			
	2	提供咨询研究为主的服务			
	3	提供如实施、数据处理等类似的有限服务为主的机构			
Q15	<b>雇用人员</b>				
	请问贵单位有多少雇员、督导员和调查员？（人数）				
		专职人数 (人)	兼职人数 (人)	平均在岗 年限	流失率
	1	雇员（不包括督导员和调查员）			
	2	研究人员			
	3	督导员			
	4	调查员			
	5	IT 技术人员			
	6	行业顾问			
	7	博士人数			
	8	硕士人数			
Q16	<b>人员工资</b>				
	请问贵单位各类人员 <b>每月</b> 的工资和奖金收入（税前核算，不含社保费用）平均大概是多少（人民币元）？				
			工资（元）	奖金（元）	

	1	总经理、副总经理一级		
	2	部门经理一级		
	3	项目经理一级		
	4	一般研究人员		
	5	一般行政人员		
Q17	请问贵单位拥有如下设备情况			
	1	专业座谈会会议室	( ) 间	
	2	计算机 (归属公司财产)	( ) 台式 ( ) 笔记本	
	3	计算机辅助电话访问 CATI	( ) 线 ( ) 座席	
	4	计算机辅助面访系统 CAPI	( ) 台	
Q18	广义讲, 2016 年贵单位带动本地 (公司注册地) 就业人口总数是多少?			_____ 人数

### 第三部分：国内网络调查应用现状

<b>M1</b>	2017 年, 贵单位是否使用进行过网络调查研究 (不包括因业务往来使用互联网的情形)? <b>(可多选)</b>			
	1	使用过, 独立使用互联网进行的项目有	_____ 项	
	2	使用过, 结合传统的网下调查方法, 但以网络调查为主的项目有	_____ 项	
	3	使用过, 结合传统的网下调查方法, 但以传统调查为主的项目有	_____ 项	
	4	使用过, 使用互联网固定样组数据库进行的项目有	_____ 项	
	5	从未使用过 (跳答第 T1 类题项)		

<b>M2</b>	2017 年，互联网调查营业额占比？		
	1	2017 年，贵公司使用互联网进行调查研究的营业额占总营业额的比例	_____ %
	2	比 2016 年增长了	_____ %
	3	比 2016 年减少了	_____ %
<b>M3</b>	2017 年，贵单位利用互联网进行的调查项目中，主要采取的数据收集方式有哪些？ <b>(可多选)</b>		
	1	网站（页）问卷调查(w-survey)	
	2	电子邮件调查(e-survey)	
	3	弹出式调查(pop up)	
	4	网上固定样本(int-survey)	
	5	网上观察(observations)	
	6	网上实验法	
	7	文献资料分析(documentary analysis)	
	8	网上小组座谈(online focus groups)	
	9	对一网上深层访谈(one-to-one in-depth interviews online)	
	10	其他（请注明：_____）	
<b>M4</b>	到目前为止，贵单位是否进行过关于以下内容的调查研究？ <b>(可多选)</b>		

	1	网络用户调查 (如网民数量、结构、分布、上网目的、行为、态度等)
	2	网络广告监测 (如网络广告发布量、点击率等)
	3	网站流量监测 (如网站/网页数量、访问量、到达率、购买率等)
	4	从未进行过以上调查研究

#### 第四部分：国内大数据研究方法应用现状

<b>T1</b>	2017年，贵单位是否采用过大数据研究方法？（可多选）	
	1	采用过，完全采用基于大数据研究方法的项目有 _____ 项
	2	采用过，以传统的研究方法为主，同时增加大数据研究方法的项目有 _____ 项
	3	采用过，以大数据研究方法为主，同时结合传统的研究方法的项目有 _____ 项
	4	从未使用过（跳答 T4）
<b>T2</b>	2017年，大数据调查研究营业额占比？	
	1	2017年，贵单位使用大数据调查研究的营业额占总营业额的 _____ %
	2	比2016年增长了 _____ %
	3	比2016年减少了 _____ %
<b>T3</b>	2017年，贵单位进行大数据研究调查研究方法的实施者有哪些？（可多选）	
	1	公司独立进行
	2	委托高校研究所
	3	委托其它调查研究公司

	4	委托专门大数据服务提供商
	5	其它（请注明：_____）
<b>T4</b>	到目前为止，贵单位调查研究项目是否采用过以下研究技术？（可多选）	
	1	可视化分析技术
	2	机器学习和自动建模技术
	3	自然语言的语义、文本分析技术
	4	深度学习技术
	5	社会网络分析技术
	6	空间地理 GIS 分析技术
	7	商业智能 BI 相关技术

<b>中国市场研究行业发展与思考</b>			
C1	总体来讲，贵单位对传统意义上的中国市场研究调查行业的未来发展所持态度？（单选）		
	1	积极、乐观的态度	
	2	消极，悲观的态度	
	3	中立	
C2	总体来讲，当前传统市场研究公司面临的最大问题是什么？		
	1	中国宏观经济的发展大环境	1-是 2-否
	2	传统客户（甲方）市场预算减少	1-是 2-否
	3	境外（含港澳台）客户资源减少	1-是 2-否

	4	企业税负较重（含重复征税，五险一金等）	1-是	2-否
	5	雇员成本提高（工资待遇要求等）	1-是	2-否
	6	行业内部恶性竞争，价格越压越低	1-是	2-否
	7	人才匮乏，找不到合适的市场研究人才	1-是	2-否
	8	行业恶性竞争，人才流失严重	1-是	2-否
	9	大数据及相关领域发展冲击传统市场研究	1-是	2-否
	10	国家相关政策法规的颁布、落实和监管	1-是	2-否
C3	总体来讲，当前传统市场研究公司的机遇与挑战是什么？			
	1	发挥市场研究洞察力，向大小数据融合发展	1-是	2-否
	2	面向资本运作，整合资源，挂牌上市	1-是	2-否
	3	行业内部资源整合，公司联盟，并购与合并	1-是	2-否
	4	拓展海外市场，建立海外运营机构	1-是	2-否
	5	跨领域经营，拓展新业务	1-是	2-否
	6	公司转型，脱离传统市场研究	1-是	2-否
C4	总体来讲，贵单位对中国市场研究行业协会 CMRA 的期望是什么？			
	1	强化行业与政府相关部门的沟通，协调相关政策	1-是	2-否
	2	加强行业协会的顶层设计，优化行业协会管理机制	1-是	2-否
	3	进一步制定行业行规，规范行业各项标准	1-是	2-否
	4	加强行业沟通，举办更多的行业交流会，论坛等	1-是	2-否
	5	加强行业培训，开展更多的跨行业、跨地区培训	1-是	2-否

	6	建立行业从业人员的资格认证和技能认证	1-是	2-否
	7	积极帮助会员单位, 协调行业内部各种纠纷	1-是	2-否
	8	组织会员更多海外交流, 积极参与各国行业协会活动	1-是	2-否

十分感谢您的合作!