

2019年 中国市场调查行业发展趋势报告

中国信息协会市场研究业分会CMRA

《中国市场调查行业发展趋势报告》是了解我国市场调查行业发展情况重要的历史性资料。多年来，行业调查报告已经成为我国市场调查行业发展中重要的参考依据和指南。

2020年，CMRA继续沿袭以往的调查方法，针对上一年度（即2019年）从事市场调查的企业进行了调查。调查采用在线调查的方式进行。为了保障数据安全，调查采用CMRA专用的调查平台系统，此系统只服务CMRA发布的调查项目。同时，为了激发会员积极填答问卷和表示感谢，CMRA秘书处对参与调查的会员单位进行了激励措施。

本年度的行业调查从2020年5月6日至5月20日，面向行业从业企业和CMRA会员单位进行数据采集。在会员单位的积极参与和支持下，本次调查共回收有效问卷209份，是最近几年行业调查问卷完成量最多、质量最高的一年。

《2019中国市场调查行业发展趋势报告》在2020年11月12日举办的“中国市场研究行业发展高峰论坛”活动上面向社会、行业权威发布，并免费发放给所有参会的企业和个人。让更多的人了解我国当前市场调查行业发展现状，为将来行业发展提供数据参考。

因行业调查非行业普查，还有很多没有参与的会员单位和非会员企业，所以数据方面难免会有偏差和遗漏，仍需要不断完善改进，敬请大家谅解。

未来，期待行业从业企业及CMRA会员单位都能积极参与CMRA组织的“中国市场调查行业的调查”活动。

谢谢!

CMRA秘书处

2020年09月

2019年中国内地调查行业规模达到了200亿人民币，行业同比增长13.5%，受新冠疫情影响，行业内部对2020年预估较为保守

2014-2019年中国内地调查行业趋势



Q1. 请问贵单位2019年来自调查研究业务的年营业额估计是多少？万元【填空】

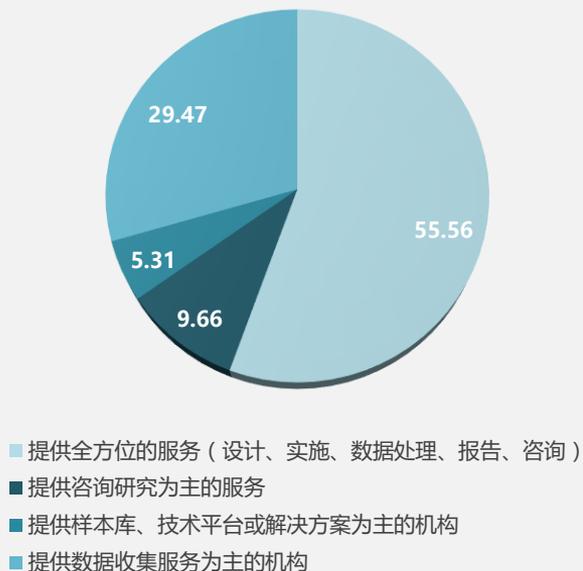
2019年在行业整体规模整体扩大的情况下，中型公司数量占比进一步上升

2014-2019年调查研究公司营业额状况



市场调研行业超一半公司以提供全方位的服务类型为主

2019年不同类型公司占比 (%)



样本量=207

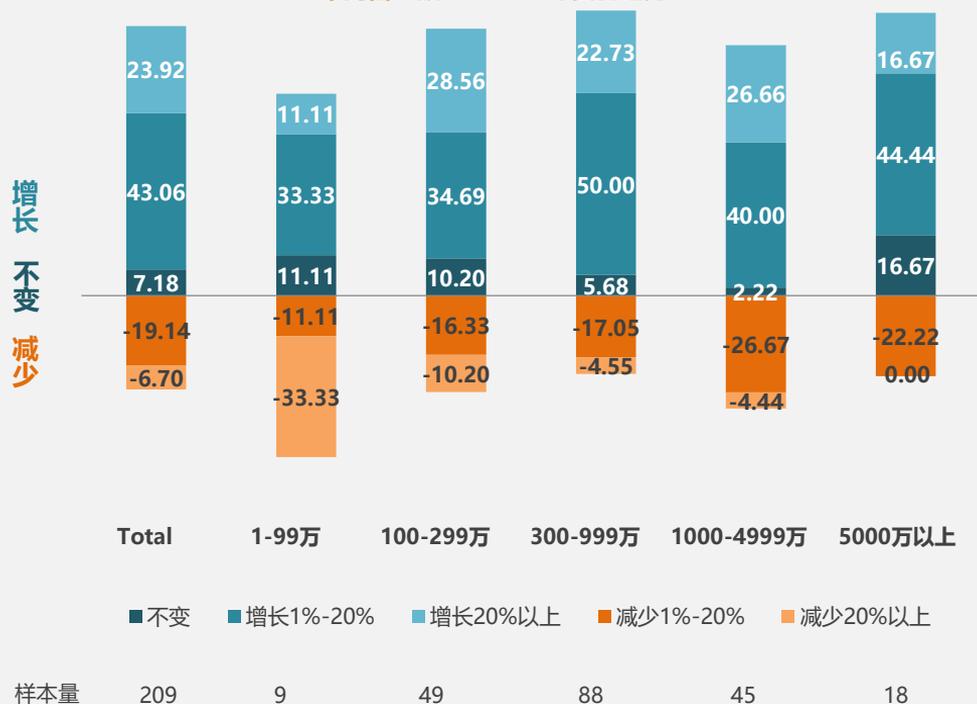
2019年不同类型公司营业额状况



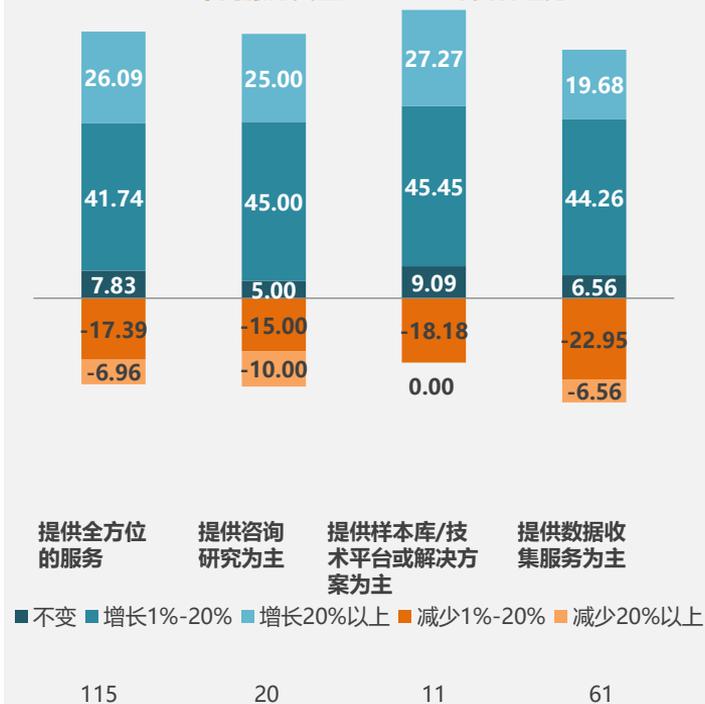
2019年营业额总体呈上涨趋势，小型公司营业能力较弱；提供样本技术平台的公司营业额增速明显较快；提供数据服务为主的公司营业额增速较慢

2019年营业额变化情况

不同营业额企业2019年变化趋势



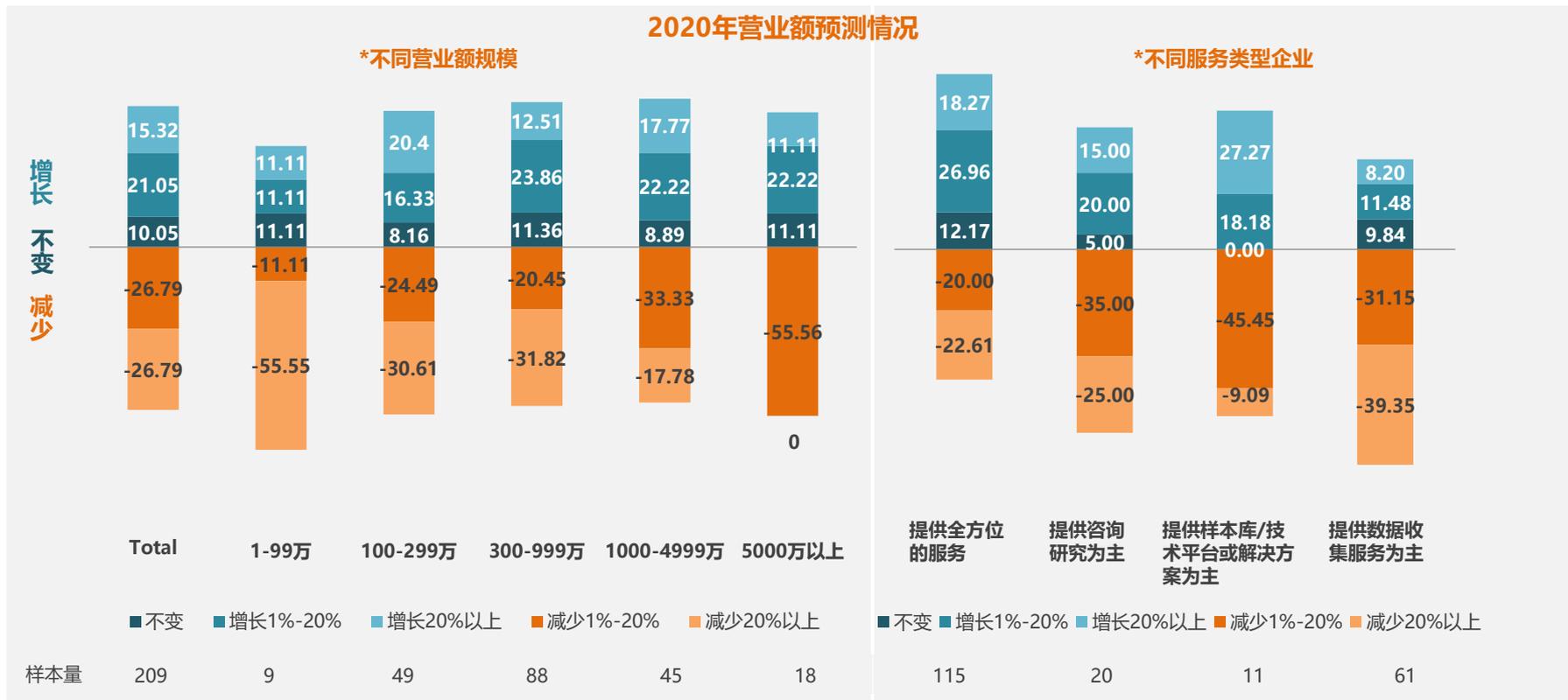
不同服务类型企业2019年变化趋势



Q1-2.请问2019年营业额与2018年相比？【填空】 Q14.请问贵单位2019年主要提供什么类型的服务？【单选】

Q1.请问贵单位2019年来自调查研究业务的年营业额估计是多少？万元【填空】

对于2020年营业额的预测，营业额千万元以上的公司营业额增速略有下降，但总体仍在增长，其也推动了整体行业规模的增长；提供全方位服务的公司营业额有所增长，而只提供数据服务的公司营业额明显减少

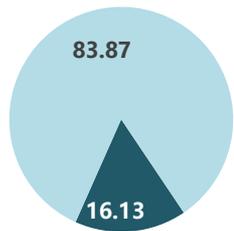


Q1-4.请您预估下2020年的营业额？【填空】 Q14.请问贵单位2019年主要提供什么类型的服务？【单选】

Q1.请问贵单位2019年来自调查研究业务的年营业额估计是多少？万元【填空】

2019年营业额一手合同营业额占83.97%，营业额千万元以上的公司中一手合同营业额占比较高，样本库和技术平台二手合同占比较高

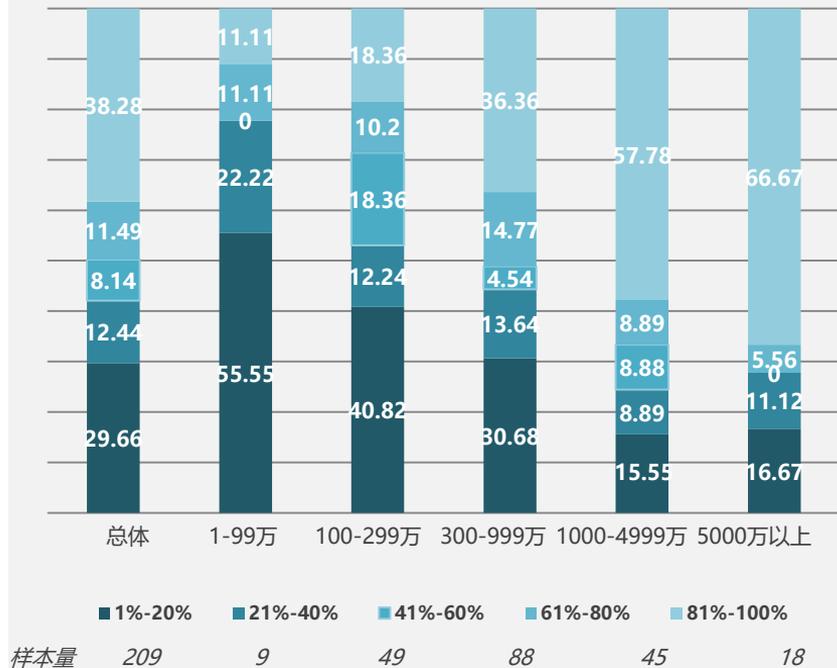
一手合同营业额占总营业额的
83.97%



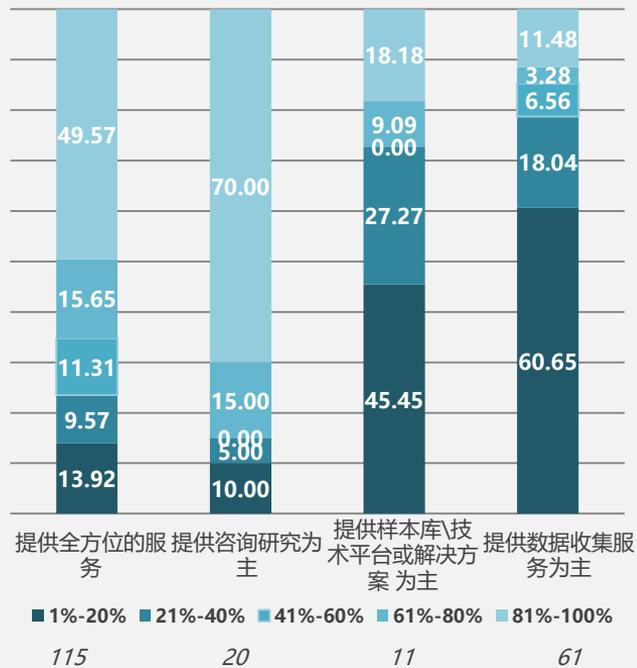
■ 二手合同 ■ 一手合同

样本量=209

一手合同占比情况



一手合同占比情况

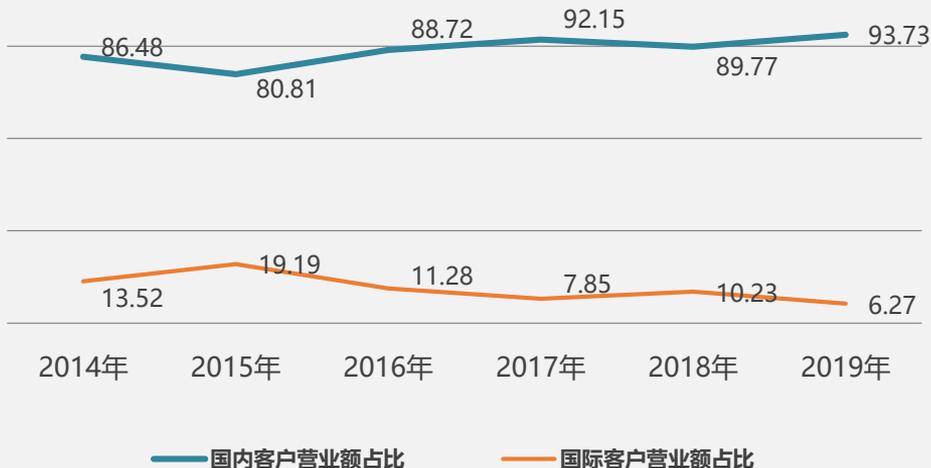


Q2. 请问贵单位在2019年的总营业额【引用Q1】中，分包合同的营业额估计占多大的比例？【逐行填空】 Q14. 请问贵单位2019年主要提供什么类型的服务？【单选】

Q1. 请问贵单位2019年来自调查研究业务的年营业额估计是多少？万元【填空】

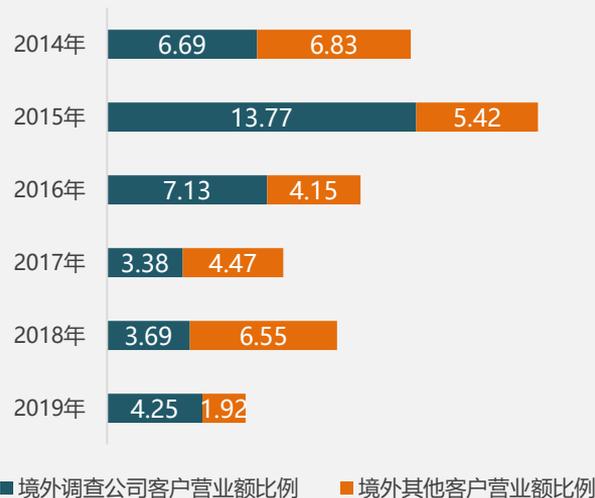
2019年境内客户营业额占总体营业额的93.73%，是内地调查研究行业最主要的客户来源；国际客户营业额占比则一路下滑

2014-2019年调查行业客户类型趋势



注：本次调查中的国内客户指内地客户（不包含港澳台）；国际客户指境外客户（含港澳台）

2014-2019年调查研究公司不同境外客户营业额占比



样本量 2016年=116 2017年=107 2018年=183 2019年=209

Q1-2.请问贵单位在2019年的总营业额【引用Q1】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？【逐行填空】

2019年海外执行项目占总营业额的3%，有海外项目的公司中超过一半的公司海外营业额以1-99万元为主，超过1/4为千万元以上的大项目；与2018年相比，出海项目有大幅增长

在参与调研的209个市场调研机构中，有海外执行项目的有27个，占**13%**

其中海外执行项目营业额占总营业额的**3%**

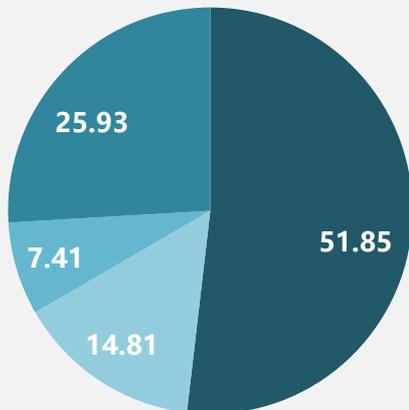
海外执行项目变化情况

↑ 74%的企业表示海外执行项目营业额有所增长

↓ 11%的企业表示海外执行项目营业额有所增长

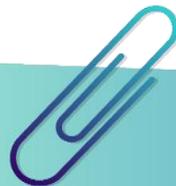
海外执行项目营业额占比

超一半的企业海外营业额为1-99万，有四分之一的企业海外营业额在千万元以上



■ 1-99万 ■ 100-299万 ■ 300-999万 ■ 1000万以上

单位 % 样本量=27



2018年开始做这个事情，当时国内增长，但我们的客户也都会觉得，能够看得到国内增长的瓶颈，虽然当时客户没有需求，但是我们判断下一步客户会往海外走，所以我们就提前去构建了海外布局，我们现在在全球20多个国家都建立了我们的访问样本的能力。当时是先通过线下的方式建的，然后再把它转化到线上样本。

——北京 某研究公司 张先生

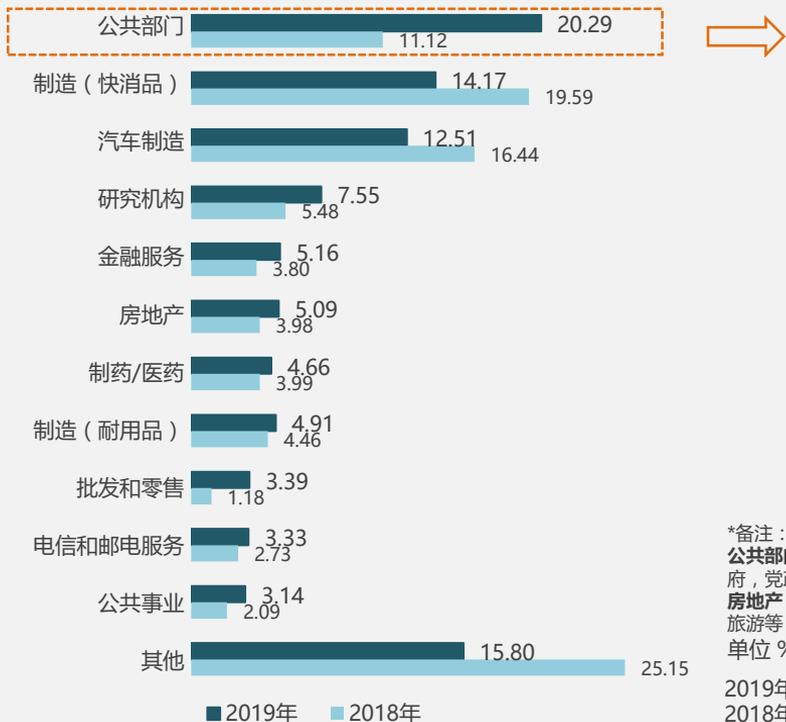
A1.贵单位2019年海外执行项目（指国内企业委托在大陆地区外执行的项目）的营业额？【填空】

A2.贵单位近2019年海外执行项目（指国内企业委托在大陆地区外执行的项目）的变化？【填空】

2019年调查研究公司的客户类型中，“公共部门”业务相对占比较2018年大幅增长，“快消品”、“汽车制造”等传统业务相对占比下降，“研究机构”、“金融服务”等领域较2018年均有所上涨，客户类型更多元



2019年调查行业客户类型分布



*备注：
公共部门：包括中央和地方政府，党政部委
房地产：含住宅、商业地产、旅游等
 单位 %

2019年样本量=209
 2018年样本量=183

公共部门业务增长

现在这个第三方，是由于政府有外包需求而产生的一个评估工作，所以我现在对这个行业诞生的大量需求正在做这个跟踪。

---上海某研究公司 忻先生

对行业来说意味着机会，其实第三方评估这一块儿我也知道是政府重点提的方向，因为政府的一些职能也在发生细微的变化，同时他们需求也在不断增加，他们需求增加对我们就是机会的增加，我们如果能把握住，帮企业解决真正想解决的问题，那肯定很好，也算是找到一个机会的契合点。

---郑州某执行公司 张先生

政府购买服务，反正肯定是一个大的趋势，以后的发展趋势肯定是很好的，肯定是有前景的。但是目前各个这种区域公司之类的，他们在各自的这个势力范围上在做文章，还没有出现有一些公司能够有全局的全国性的统筹，或者是，能够去这个行业里面做得很精，钻的很深的一个东西。

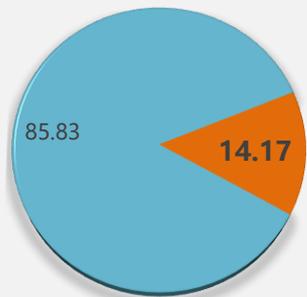
---上海某执行公司 董先生

Q5.请问贵单位在2019年的总营业额【引用Q1】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？【逐行填空】

Q5-1.请问以下快消品细类的营业额占贵单位2019年总营业额的比例是多少？【逐行填空】

2019年调查研究公司的客户类型中，“制造（快消品）”占14%，其中食品饮料、化妆品等占比较高

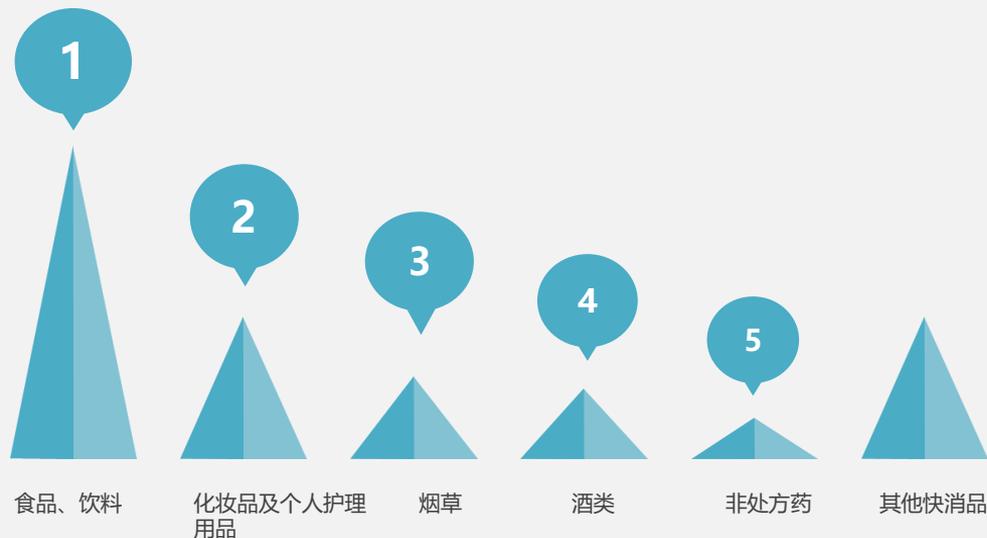
2019年快消品营业额占比



■ 快消品 ■ 其他

单位 %
样本量=209

快消品细类营业额占比排名



Q5.请问贵单位在2019年的总营业额【引用Q1】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？【逐行填空】
Q5-1.请问以下快消品细类的营业额占贵单位2019年总营业额的比例是多少？【逐行填空】

来自“公共部门”的政府项目主要驱动了小型公司的业务增长，“快消品”和“汽车制造”是驱动营业额千万元以上的大公司业务增长的主力；“研究机构”在一定程度上推动了技术平台业务的增长

2019年调查行业客户类型分布

		1-99万	100-299万	300-999万	1000-4999万	5000万以上	提供全方位的服务	提供咨询研究为主	提供样本库/技术平台或解决方案为主	提供数据收集服务为主
公共部门（包括中央和地方政府，党政部委）	20.29	+8.60	-3.56	+4.88	-3.47	-9.79	+7.48	+18.96	-19.38	-16.14
制造（快消品）	14.17	-10.84	+0.01	-1.73	+1.56	+9.94	-2.71	-4.77	+3.56	+5.14
汽车制造	12.51	-1.95	-1.00	-0.74	+1.49	+3.55	-1.63	-3.41	-8.87	+6.08
研究机构	7.55	-5.88	+2.04	+2.30	-3.44	-5.27	-2.57	-1.95	+24.27	+1.35
金融服务	5.16	-2.38	-0.71	+1.17	-0.18	-2.16	-0.26	-0.01	+1.48	+0.40
房地产（含住宅、商业地产、旅游等）	5.09	-3.42	+1.03	+0.94	-0.62	-4.20	+0.24	-1.84	-4.36	+1.09
制药/医药	4.66	-1.02	+2.40	-1.40	-0.15	+1.20	-0.70	-2.01	+1.91	+0.86
制造（耐用品）	4.91	+16.45	-0.25	-0.66	-1.31	-0.94	-0.74	-2.51	-1.93	+2.68
批发和零售	3.39	-1.72	+3.59	-0.64	-1.23	-2.67	-0.27	+2.41	-2.48	+0.28
电信和邮电服务	3.33	-2.77	-1.17	+0.66	+0.47	+0.11	+1.00	-2.18	-1.97	-0.72
公共事业	3.14	+4.64	-0.63	-0.94	+2.30	-1.75	+0.45	+1.91	-2.69	-0.88
其他	15.80	9	49	88	45	18	115	20	11	61

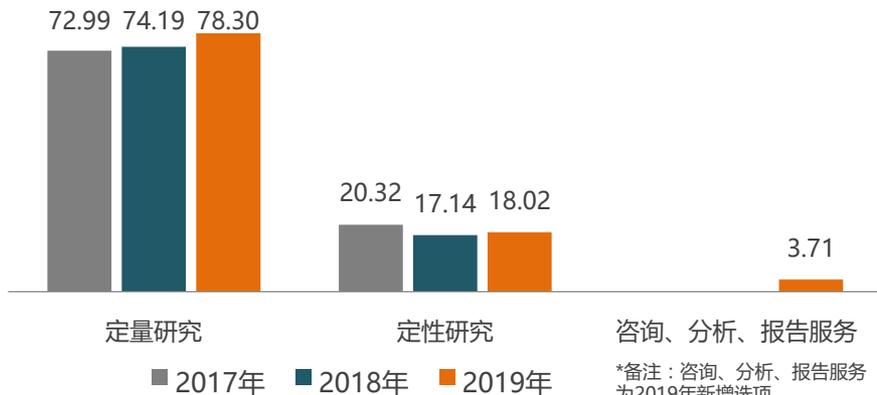
单位 %
样本量=209

备注：表格中数字为与总体相比情况，+表示增加，-表示减少

Q5. 请问贵单位在2019年的总营业额【引用Q1】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？【逐行填空】 Q14. 请问贵单位2019年主要提供什么类型的服务？【单选】 Q1. 请问贵单位2019年来自调查研究业务的年营业额估计是多少？万元【填空】

研究方法中，定量研究方法依然是市场调查机构最主要的研究方式，且较2018年有所上升，与2018年相比，定性方法的使用也略有上升

调查行业研究方法分布



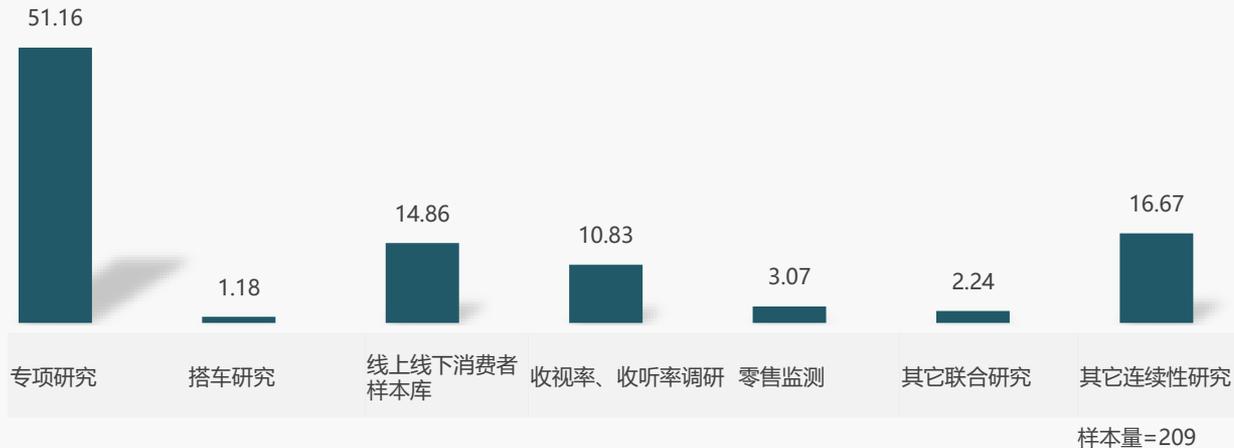
	中国内地 2019年	ESOMAR 2018年	亚洲	欧洲	北美	拉美	中东	非洲
定量研究	78	78	71	81	71	71	77	82
定性研究	18	14	22	11	22	14	19	15
其它	4	8	7	8	7	15	4	3



专项研究占比超一半，与ESOMAR相比，其远超ESOMAR，快速发展市场专项研究占比更多

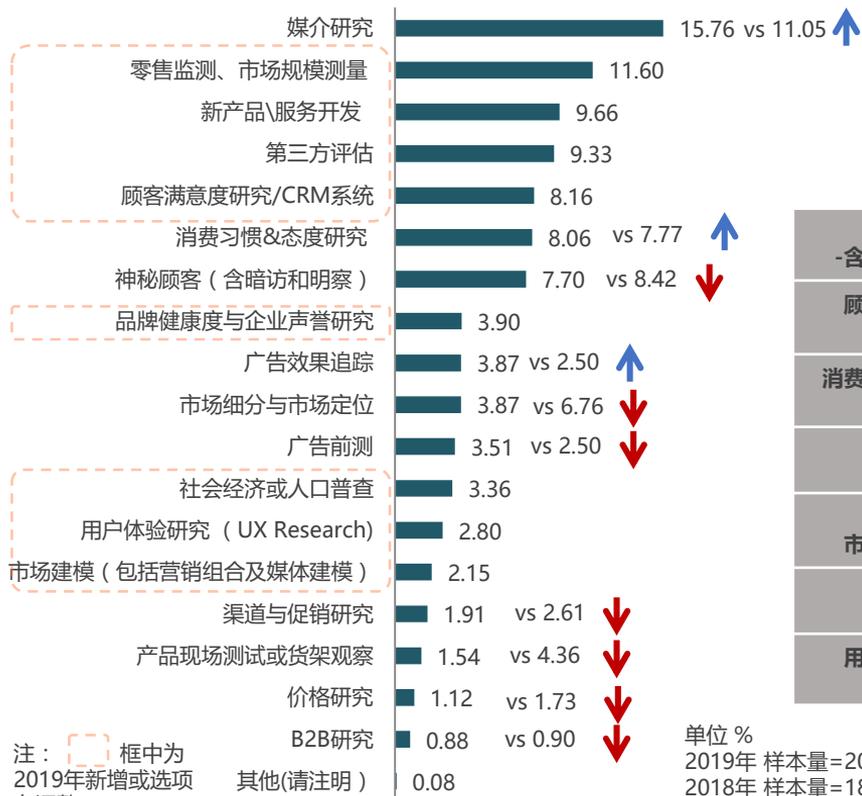


2019年调查研究设计使用比例



	中国内地 2019年	ESOMAR 2018年	亚洲	欧洲	北美	拉美	中东	非洲
专项研究	51.16	37	55	37	30	42	53	55
其它连续性研究	16.67	20	18	21	20	11	14	37

2019年媒介研究在调查公司的研究项目类型中占比最高，为15.76%，与2018年相比，上涨4.71%，涨幅较大；其次为零售监测等，占比11.6%



2019年调查研究类型使用比例

	中国内地 2019年	ESOMAR 2018年	亚洲	欧洲	北美	拉美	中东	非洲
神秘顾客 -含暗访和明察	7.70	3	13	2	1	4	3	3
顾客满意度、 CRM	8.16	8	12	7	8	5	10	12
消费者行为与态度	8.06	12	10	4	15	5	2	6
新产品开发	9.66	7	8	14	5	6	9	13
零售监测 市场规模测量	11.60	21	26	27	18	18	26	13
媒介研究	15.76	12	4	5	16	34	8	5
用户体验研究 (UX)	2.80	7	1	3	10	2	1	1

单位 %
2019年 样本量=209
2018年 样本量=183

注：框中为
2019年新增或选项
有调整

Q8. 请问贵单位在2019年的总营业额【引用Q1】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？【逐行填空】

2019年第三方评估等政府项目占总营业额的13.17%，整体呈增长趋势，项目金额多为1-99万元的中小型项目

第三方评估/社会经济或人口普查业务营业额占总营业额

13.17%

样本量=125

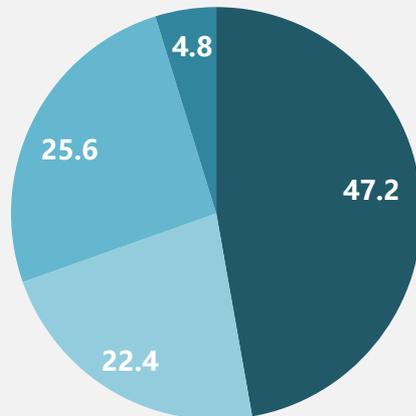
第三方评估/社会经济或人口普查业务营业额变化情况

↑ 79% 企业表示第三方评估/社会经济人口普查业务营业额上升

↓ 21% 企业表示第三方评估/社会经济人口普查业务营业额下降

样本量=121

第三方评估等营业额占比情况

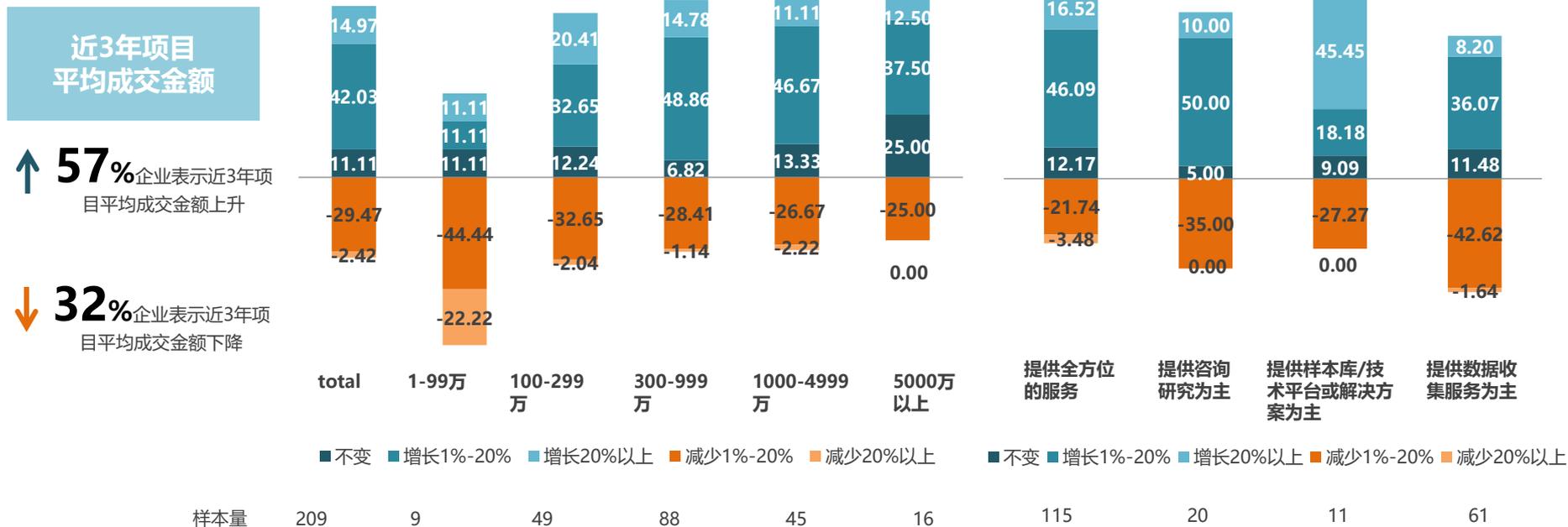


■ 1-99万 ■ 100-299万 ■ 300-999万 ■ 1000万以上

单位 %
样本量=125

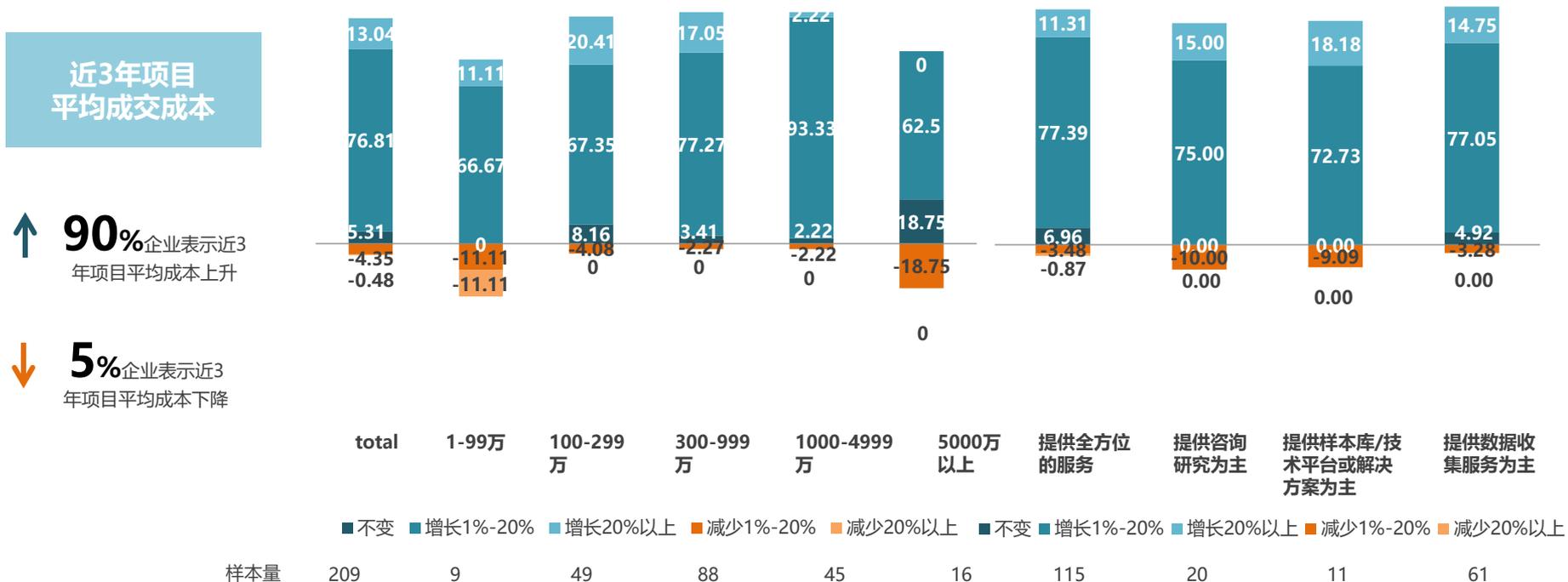
总体来讲，2019年项目平均成交金额在增长，尤其是千万元以上的公司成交金额增长突出，提供全方位服务、提供样本库/技术平台的公司成交金额也在快速增长

项目平均成交金额%



2019年超九成的企业项目平均成本有所增加，中小型企业项目平均成本增加略多

项目平均成本%

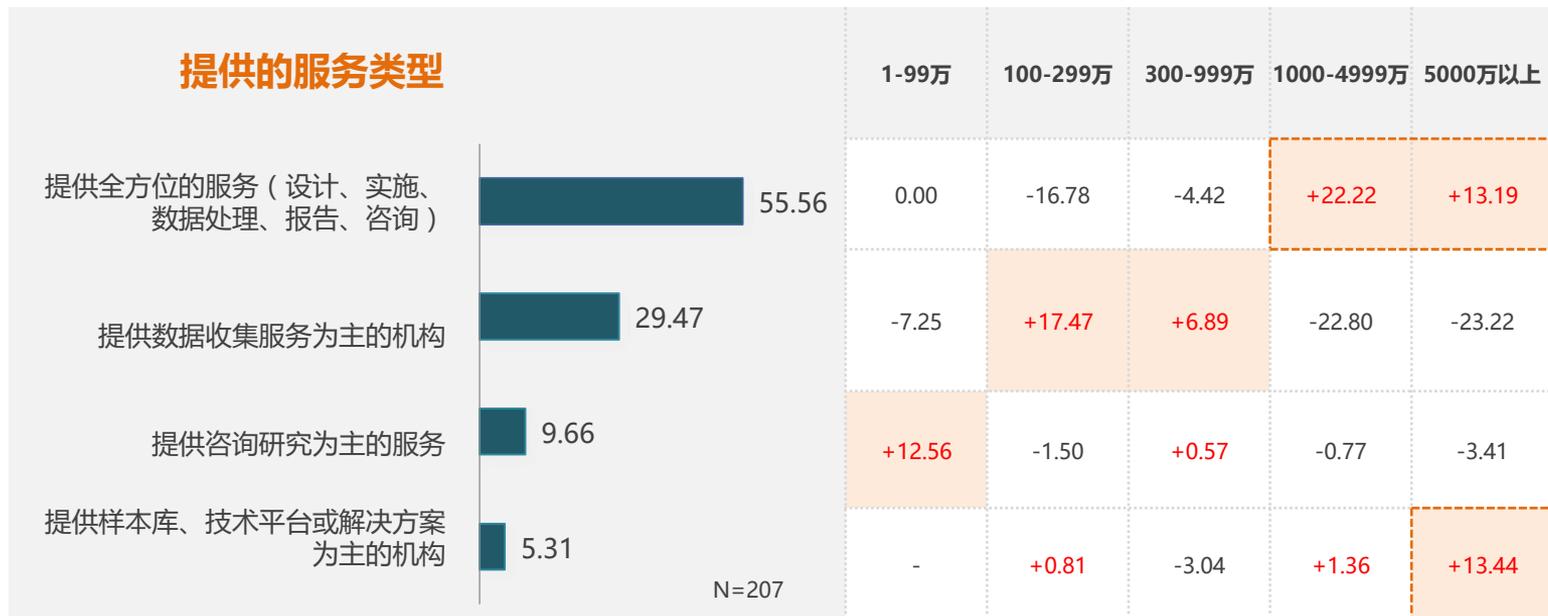


与2018年相比，企业构成稳定，民营企业超八成；营业额五千万以上的大公司股份制、合资企业占比略多，提供样本库、技术平台类的公司中合资占比较高

企业性质



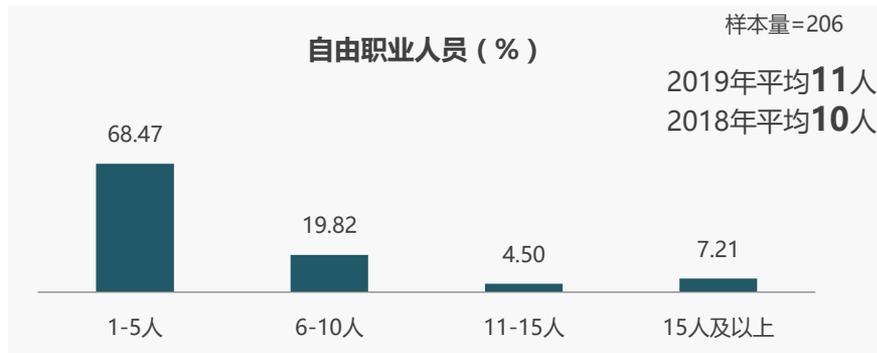
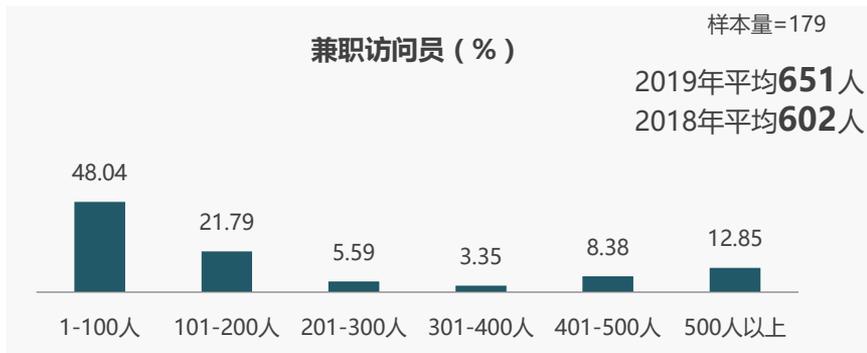
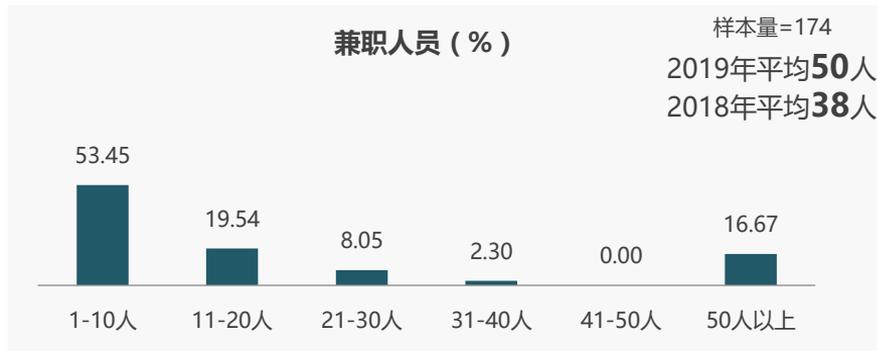
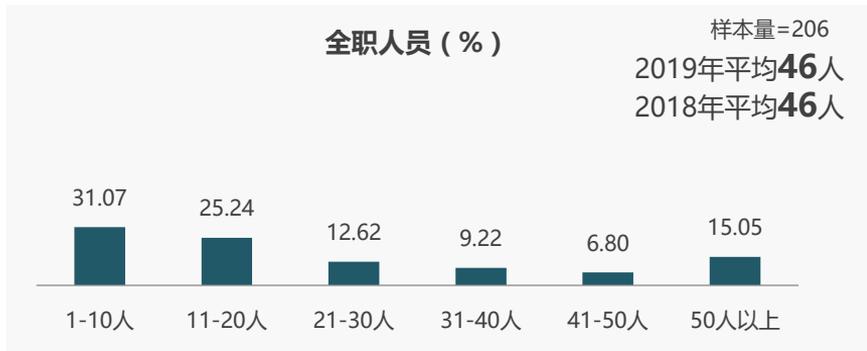
市场调研行业超一半公司以提供全方位的服务类型为主，其次是提供数据收集服务为主的公司；提供全方位服务和提供样本库、技术平台的机构大公司居多



注：表格中数据为与总体对比情况

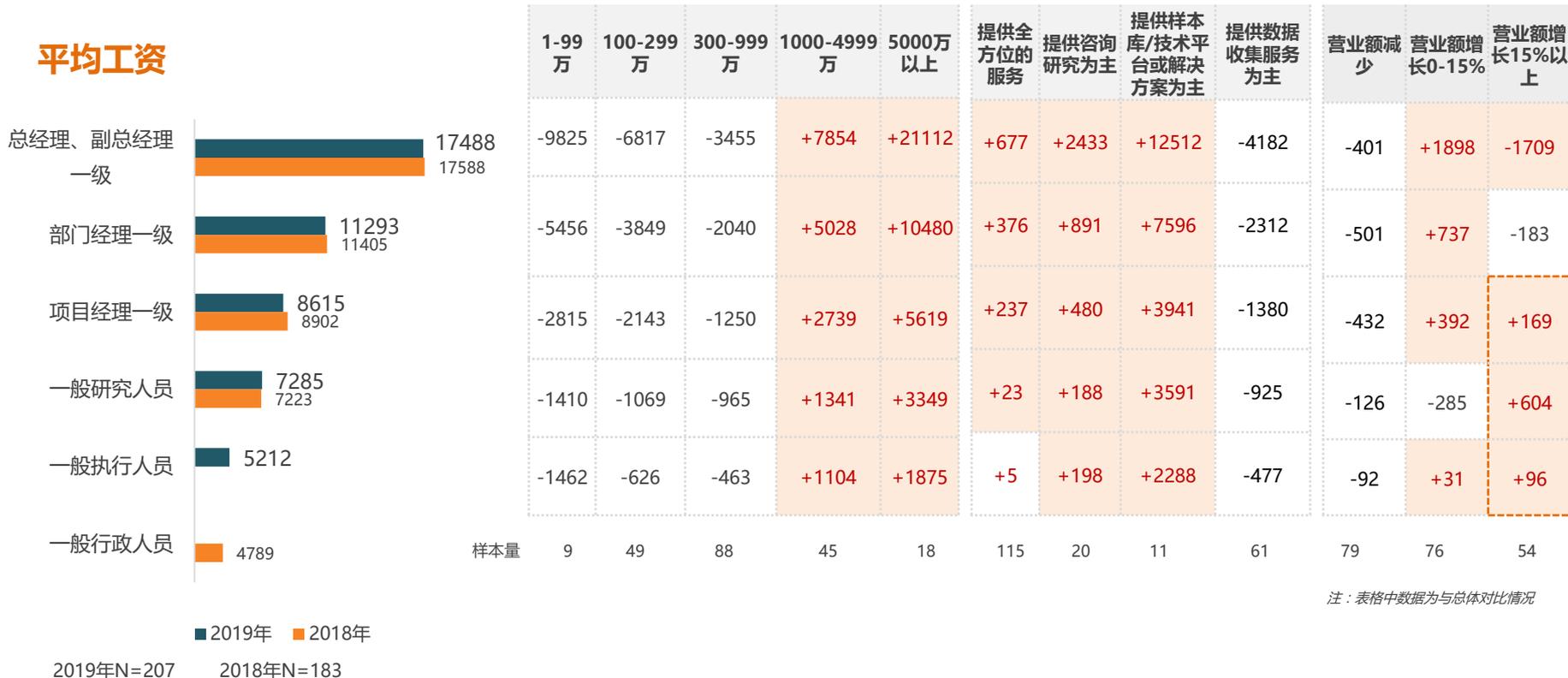
市场调研公司平均雇员人数总体稳定，与18年相比，兼职人员数量略有上升

雇员人数

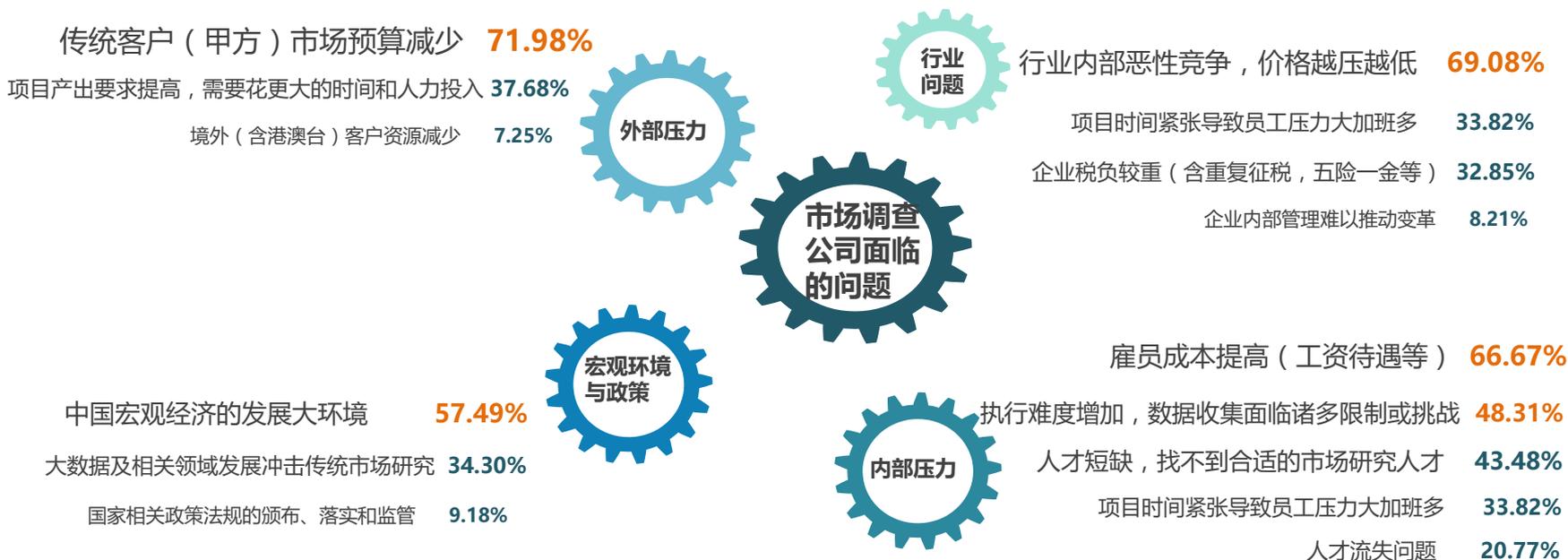


市场调研公司中营业额千万元以上的公司工资普遍高于行业总体，营业额增长较多的公司中研究员的工资增长较多

平均工资



市场调研公司面临的问题主要是传统客户市场预算减少、行业内部恶性竞争、雇员成本提高等



N=207

调研公司认为当前存在的机遇主要是第三方评估等政府项目，中小型公司对此更为重视；营业额千万元以上的大公司更看重大小数据融合与跨领域新业务拓展

调查研究公司认为当前存在的机遇

	1-99万	100-299万	300-999万	1000-4999万	5000万以上	提供全方位的服务	提供咨询研究为主	提供样本库/技术平台或解决方案为主	提供数据收集服务为主
第三方评估等政府客户的项目	4	2	1	8	8	2	1	-	7
发挥市场研究洞察力，向大小数据融合发展	5	9	9	1	3	1	6	8	10
跨领域经营，拓展新业务	7	1	7	10	1	9	7	1	4
减少分包业务的比例，承接更多的一手项目	1	3	2	9	7	3	8	9	2
转向洞察、分析和咨询，减少数据采集服务	6	7	5	2	5	5	2	7	8
行业内部资源整合，公司联盟，并购与合并	3	5	8	3	-	6	4	6	9
公司转型，脱离传统市场研究	-	4	6	7	4	7	5	5	3
拓展海外市场，建立海外运营机构	-	6	3	6	6	10	3	2	5
面向资本运作，整合资源，挂牌上市	-	8	10	4	2	4	-	4	6
其他	2	-	4	5	-	8	-	3	1
样本量	9	49	88	45	18	115	20	11	61

C3. 总体来讲，2019年贵单位识别的适合贵公司发展的机会会有哪些？【多选】

注：表格中数据为不同类型企业对当前机遇看法的排序

大数据的行业应用与赋能是调研公司当前最关心的议题，营业额一千万以上的公司对大小数据融合、调研平台化、AI等技术的应用有更多的关注

调查研究公司当前关心的议题

		1-99万	100-299万	300-999万	1000-4999万	5000万以上	提供全方位的服务	提供咨询研究为主	提供样本库/技术平台或解决方案为主	提供数据收集服务为主
大数据的行业应用和赋能	63.77	-19.33	-4.59	-2.41	+9.56	+11.23	+10.14	+16.23	-18.32	-21.15
研究方法的创新	54.59	+12.08	-3.57	-2.32	+9.85	-10.84	+8.02	+5.41	-9.14	-15.25
调研平台化、产品化	51.69	-18.36	-8.83	-0.55	+10.53	+10.81	+1.35	-6.69	+39.22	-7.43
大小数据融合	51.21	3	-14.48	-4.62	+15.46	+23.79	+7.92	+3.79	-5.76	-15.14
企业数字化转型	42.03	-8.70	+0.83	-7.94	+4.64	+32.97	+5.80	+2.97	-5.67	-10.88
线上定性研究	40.58	-	+0.24	-0.81	+12.75	-9.33	-5.80	-5.58	+13.97	+10.24
AI技术的应用、机器学习等	37.68	-15.46	-7.07	-8.13	+11.21	+43.57	+4.93	+7.32	+25.96	-16.37
可视化分析技术	35.27	-1.94	-0.58	-4.59	+4.73	+14.73	+9.08	-5.27	+10.18	-17.24
研究自动化	31.40	-9.18	-4.87	-0.72	-0.29	+24.85	+2.51	-6.40	+14.05	-5.17
敏捷调研	26.09	+29.47	-5.68	-2.23	+0.58	+11.41	+0.87	+8.91	+19.36	-8.06
线上社区	22.22	-	+0.23	+2.78	-2.22	+2.78	-0.10	+21.64	-0.18	-6.88
区块链技术	18.36	-7.25	+2.05	-2.45	-0.58	+12.89	+5.51	+0.51	-5.40	-9.57
自然语言的语义、文本分析技术	14.49	-	-4.29	-3.13	+7.73	+16.76	-1.74	+1.96	+5.14	+1.71
脑电、眼动仪等技术的推广和应用	13.04	-	+7.37	-5.09	+4.74	-0.54	-	-	-	+2.31
	样本量	9	49	88	45	18	115	20	11	61

A7.对于中国市场调查行业未来的发展，您特别关心以下哪些热点或趋势议题？【多选】

注：表格中数据为与总体对比情况

强化行业与政府相关部门的沟通，协调相关政策，以及进一步制定行业行规，规范行业各项标准是调研公司对CMRA最主要的期许

调查研究公司对CMRA的期许

	2019年排序	2018年排序
强化行业与政府相关部门的沟通，协调相关政策	1	1
进一步制定行业行规，规范行业各项标准	2	2
加强行业沟通，举办更多的行业交流会，论坛等	3	3
加强行业培训，开展更多的跨行业、跨地区培训	4	4
发挥行业优势，协会平台发布各行业或消费者数据洞察	5	*
建立行业从业人员的资格认证和技能认证	6	7
加强行业协会的顶层设计，优化行业协会管理机制	7	6
积极帮助会员单位，协调行业内部各种纠纷	8	5
组织会员更多海外交流，积极参与各国行业协会活动	9	8

单位% 2019年N=207 2018年N=183

CMRA更应该承担起一个行业生态的一个环境构建的问题，环境构建也要有更轻松的环境，更有利于行业发展的环境，更团结的环境，让大家更多的，不同行业的人在这里纵横交错，形成共赢。

我希望把**外延和边界能够扩展**，把这个量扩展，能够清晰，只要清晰了以后它自然就扩展了。今年我们可能会试着去做，就是发布行业数据，我们能够把各行各业的数据打通，那我我觉得它才是一个真正的行业研究的概念。

我是希望他们还能**提供多一些交流**，因为现在他们比较注重研究发展方向这一块，但我们在执行这一块，平时学习的课题还是比较少，我希望他可以开拓多一点

Thanks for your attention...