

# T/CASME

中国中小商业企业协会团体标准

T/CASMEXXX—2024

## 企业调研技术规范

Technical specification for enterprise research

(征求意见稿)

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX-XX-XX 发布

XXXX-XX-XX 实施

中国中小商业企业协会 发布



# 目 次

前言 .....	II
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 调研原则 .....	1
5 基本要求 .....	1
6 调研内容 .....	2
7 调研流程 .....	5
8 调研方法 .....	5
9 调研报告 .....	6
10 调研结果的使用 .....	6
11 文档管理 .....	6
12 质量保证和持续改进 .....	7

## 前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利，本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由尚普咨询集团有限公司提出。

本文件由中国中小商业企业协会归口。

本文件起草单位：尚普咨询集团有限公司、XXX、XXX。

本文件主要起草人：XXX、XXX、XXX。

# 企业调研技术规范

## 1 范围

本文件规定了企业调研的调研原则、基本要求、调研内容、调研流程、调研方法、调研结果的使用、文档管理、质量保证和持续改进。

本文件适用于对企业经营信息进行调研。

## 2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**企业调研** enterprise research

运用科学的方法，获取目标企业业绩、生产、销售、财务、产品、人力、战略等企业经营全方位信息。

## 4 调研原则

### 4.1 科学性原则

秉持正确的思想观念，遵循严格的规章制度，树立科学的工作标准，采取合理的调研方法。

### 4.2 客观性原则

一切从客观实际的情况出发，在正确理论的指导下，进行科学的研究分析。

### 4.3 经济性原则

以最少的调研费用得到最佳的调研结果。

### 4.4 保密性原则

为客户保密、为被调研企业提供信息保密。

## 5 基本要求

### 5.1 调研机构

#### 5.1.1 调研机构应满足下列要求：

- a) 应有与开展调研工作相适应的专（兼）职调研人员；
- b) 遵循客观独立、公平公正、诚实信用原则，恪守职业道德，承担社会责任；

c) 承担相应法律责任；

5.1.2 开展第三方调研的机构，应独立于其出具调研结果所涉及的利益相关各方。

## 5.2 调研人员

5.2.1 调研人员应满足下列要求：

- a) 具有相关专业知识，能胜任调研工作，有熟练运用调研方法完成调研的能力；
- b) 在形成调研意见时，应给出专业的判断并保持独立性和客观性；
- c) 不受任何可能干扰其技术判断因素的影响，确保过程、结果的真实、客观、准确；
- d) 对其出具的调研结果负责。

5.2.2 第三方调研机构的调研人员还应符合：

- a) 独立于其出具调研结果所涉及的利益相关各方；
- b) 恪守职业道德，保守技术和商业秘密。

## 6 调研内容

### 6.1 企业背景

包括但不限于：

- a) 发展历程；
- b) 组织架构；
- c) 企业规模；
- d) 领导人背景；
- e) 市场地位；
- f) 资质荣誉。

### 6.2 企业财物

包括但不限于：

- a) 注册资本；
- b) 营业额；
- c) 利润率；
- d) 负债率；
- e) 盈利能力；
- f) 偿债能力。

### 6.3 企业产品

包括但不限于：

- a) 产品线/产品系列类型；
- b) 产品特征；
- c) 畅销产品；
- d) 专利及注册权；
- e) 产品价格体系；
- f) 产品市场占有率。

#### 6.4 销售数据

包括但不限于：

- a) 销售额/销售量；
- b) 利润额/利润率；
- c) 产品类型占比；
- d) 地域销售占比；
- e) 产品出口情况。

#### 6.5 市场战略

包括但不限于：

- a) 市场定位；
- b) 目标客群；
- c) 产品策略；
- d) 定价/促销策略；
- e) 广告策略；
- f) 市场营销预算。

#### 6.6 生产设备

包括但不限于：

- a) 工厂数量/分布；
- b) 工厂成立年限/投资；
- c) 生产线数量；
- d) 主要设备；
- e) 产能及开工率；
- f) 实际产量。

#### 6.7 技术研发

包括但不限于：

- a) 研发实力；
- b) 研发投入规模；
- c) 研发组织架构；
- d) 研发人员数量；
- e) 研发方向；
- f) 在研项目；
- g) 产学研合作情况。

#### 6.8 供应采购

包括但不限于：

- a) 供应商信息；
- b) 供应量；

- c) 供应价格；
- d) 供应商考核标准；
- e) 原材料进口比例；
- f) 外包合作伙伴信息；
- g) 采购供应流程。

#### 6.9 仓储物流

包括但不限于：

- a) 仓储数量及分布；
- b) 仓储面积及类型；
- c) 仓储建设形式；
- d) 物流装备配置；
- e) 物流建设形式；
- f) 物流网线分布。

#### 6.10 渠道建设

包括但不限于：

- a) 销售模式；
- b) 销售体制架构；
- c) 渠道体系；
- d) 渠道管理；
- e) 渠道开发与维护；
- f) 渠道价格体系；
- g) 代理商制度。

#### 6.11 人力资源

包括但不限于：

- a) 薪酬构成；
- b) 薪资福利；
- c) 奖惩制度；
- d) 激励机制；
- e) 员工离职率；
- f) 员工续签率；
- g) 管理方式及力度。

#### 6.12 企业战略

包括但不限于：

- a) 发展目标；
- b) 发展计划；
- c) 兼并收购；
- d) 资产剥离；

- e) 发展策略；
- f) 近期动向；
- g) SWOT 分析（态势分析法）。

## 7 调研流程

调研流程见图 1。

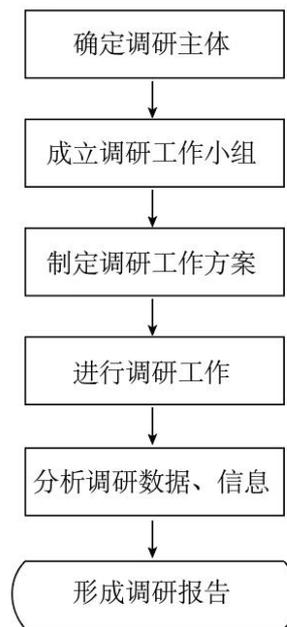


图 1 调研流程图

## 8 调研方法

### 8.1 企业访谈

访谈包括但不限于下列对象：

- a) 企业内部各职能部门员工；
- b) 企业经销商；
- c) 企业供货商；
- d) 企业下游用户；
- e) 企业离职人员；
- f) 企业产学研合作机构；
- g) 行业主管部门；
- h) 行业权威专家；
- i) 行业资深业内人士。

### 8.2 案头收集

收集包括但不限于下列内容：

- a) 企业年报；
- b) 企业产品手册；
- c) 企业内部刊物；
- d) 企业高管演讲；
- e) 企业招聘信息；
- f) 企业信用调查报告；
- g) 行业展会报告；
- h) 行业出版物（白皮书、专业杂志、政府工作报告）；
- i) 券商研究报告。

### 8.3 资料采购

采购包括但不限于下列资料：

- a) 企业产品样本；
- b) 企业专利文献；
- c) 自有数据库；
- d) 行业权威论文、出版物。

## 9 调研报告

宜包括但不限于以下内容：

- a) 企业基本情况；
- b) 企业组织架构；
- c) 企业经营状况；
- d) 报告使用者和读者；
- e) 采用途径和方法；
- f) 调研结果；
- g) 使用数据来源；
- h) 调研过程的概述；
- i) 使用限制说明。

## 10 调研结果的使用

10.1 调研结果可供政府监管部门实施监管提供依据。

10.2 调研结果可服务于投资者，也可服务于企业自身。

## 11 文档管理

11.1 调研过程中所形成的原始记录应有专人保管，保管期限不应少于 10 年。

11.2 应采取有效措施对文档进行安全保管，并切实加强对涉及知识产权及商业秘密档案的管理。

11.3 调研主体应制定文档的借阅、销毁制度并按要求执行。

## 12 质量保证和持续改进

### 12.1 质量保证

调研主体应设立监督机构，由专职人员负责，监督调研情况的客观、公正。

### 12.2 持续改进

#### 12.2.1 数据分析

企业应组织有关员工对数据进行分析，确定现有问题和潜在问题根源，提出解决方案。

#### 12.2.2 制定纠正和预防措施

企业应根据数据分析结果，制定纠正和预防措施。

#### 12.2.3 持续改进

企业应通过实施纠正措施，对存在不足之处进行修改或调整，直至达到预期效果。

---