

团 体 标 准

《市场调研服务规范》

编 制 说 明

《市场调研服务规范》小组

二〇二四年一月

目 录

一、工作简况	1
二、标准编制原则和主要内容	3
三、主要试验和情况分析	3
四、标准中涉及专利的情况	3
五、预期达到的效益（经济、效益、生态等），对产业发展的作用的情况	3
六、与有关的现行法律、法规和强制性国家标准的关系	4
七、重大意见分歧的处理依据和结果	4
八、标准性质的建议说明	4
九、贯彻标准的要求和措施建议	4
十、废止现行相关标准的建议	4
十一、其他应予说明的事项	4

一、工作简况

（一）任务来源

根据 2020 年全国标准化工作要点，大力推动实施标准化战略，持续深化标准化工作改革，加强标准体系建设，提升引领高质量发展的能力。为响应市场需求，需要制定完善的市场调研服务标准，满足市场需要。依据《中华人民共和国标准化法》，以及《团体标准管理规定》相关规定，中国中小商业企业协会决定立项并联合尚普咨询集团有限公司等相关单位共同制定《市场调研服务规范》团体标准。

（二）编制背景及目的

市场调研是一种有价值和有意义的活动，它可以为企业提供有价值的洞察，帮助企业制定有效的战略，提升企业的竞争优势和增长动力。通过市场调研，企业可以发现和满足市场需求，分析和应对竞争压力，探索和把握市场机会。具体优势如下：

（一）市场调研可以帮助企业发现和满足市场需求

市场需求是指市场上存在的对某种产品或服务的潜在或实际的需求量。了解市场需求是企业成功的基础，因为只有满足了市场需求，企业才能获得消费者的认可和支持，从而实现销售目标和盈利目标。然而，市场需求并不是一成不变的，它会随着消费者的偏好、收入、生活方式等因素的变化而变化。因此，企业需要通过市场调研来不断地发现和跟踪市场需求的变化，以便及时地调整产品或服务的特性、价格、促销等营销组合，以适应市场需求。

（二）市场调研可以帮助企业分析和应对竞争压力

竞争压力是指市场上存在的对企业产品或服务的替代或威胁的力量。面对竞争压力，企业需要有清晰的竞争优势，即能够让企业产品或

服务在市场上脱颖而出的特点或优势。然而，竞争优势并不是一劳永逸的，它会随着竞争对手的行动、消费者的需求、市场的变化等因素而变化。因此，企业需要通过市场调研来不断地分析和监测竞争压力的变化，以便及时地调整自己的竞争策略，保持或提升自己的竞争优势。

（三）市场调研可以帮助企业探索和把握市场机会

市场机会是指市场上存在的对企业产品或服务的潜在或未被满足的需求或需求增长。抓住市场机会是企业发展的动力，因为只有抓住市场机会，企业才能开拓新的市场空间，实现新的销售增长和利润增长。然而，市场机会并不是显而易见的，它需要企业有敏锐的洞察力和创新能力，才能发现和利用。因此，企业需要通过市场调研来不断地探索和识别市场机会，以便及时地开发和推出新的产品或服务，以满足市场机会。

（三）主要工作过程

1、起草阶段

2023 年 12 月，尚普咨询集团有限公司按照“中国中小商业企业协会关于《市场调研服务规范》团体标准立项的公告”要求，成立了标准起草工作组。

工作组对市场调研服务进行了全面调研，同时广泛搜集和检索了市场调研服务资料，并进行了大量的分析及验证。在此基础上编制了《市场调研服务规范》标准草案。

2、征求意见阶段

形成标准草案稿之后，起草组召开了多次专家研讨会，从标准框架、标准起草等角度广泛征求多方意见，从理论完善和实际应用方面提升标准的适用性和实用性。经过理论研究和方法验证，明确和规范市场调研的服务规范。于 2024 年 1 月提交《市场调研服务规范》标准征求意见稿

及征求意见稿编制说明，拟定于 2024 年 1 月下旬网上公示征求意见稿，广泛征求各方意见和建议。

3、专家审核阶段

拟定于 2024 年 2 月下旬召集专家审核标准，汇总专家审核意见之后，修改标准并发布。

（四）主要起草单位及起草人所做的工作

本文件由尚普咨询集团有限公司等负责起草。

所做的工作：标准工作的总体策划、组织；立项及协调工作组工作；标准文本及编制说明的起草和编写；协助标准文本及编制说明的编写；对国内外相关标准的调研和搜集。

二、标准编制原则和主要内容

（一）标准制定原则

本文件的制定符合产业发展和市场需要原则，本着先进性、科学性、合理性、可操作性、适用性、一致性和规范性原则来进行本文件的制定。

（二）标准主要技术内容

根据市场调研情况，确定本文件主要技术内容。

技术内容包含调研原则、调研内容、调研流程、调研方法、调研报告、调研结果的使用、文档管理等。

三、主要试验和情况分析

结合国内外的行业测试和企业内部管控项目进行试验验证。

四、标准中涉及专利的情况

无。

五、预期达到的效益（经济、效益、生态等），对产业发展的作用的情况

对相关企业标准化管理水平的提升、科技成果认定、及今后类似产品的研发具有重要意义。

六、与有关的现行法律、法规和强制性国家标准的关系

符合现行相关法律、法规、规章及相关标准，与强制性标准协调一致。

七、重大意见分歧的处理依据和结果

无

八、标准性质的建议说明

本标准为团体标准，供社会各界自愿使用。

九、贯彻标准的要求和措施建议

无

十、废止现行相关标准的建议

本标准为首次发布。

十一、其他应予说明的事项

无

《市场调研服务规范》起草组

2024年1月16日