



# 2020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。

2021年，CMRA继续沿袭以往的调查方法，针对上一年度（即2020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4月1日至5月31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120份。《2020中国市场调查行业发展趋势报告》将在“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。

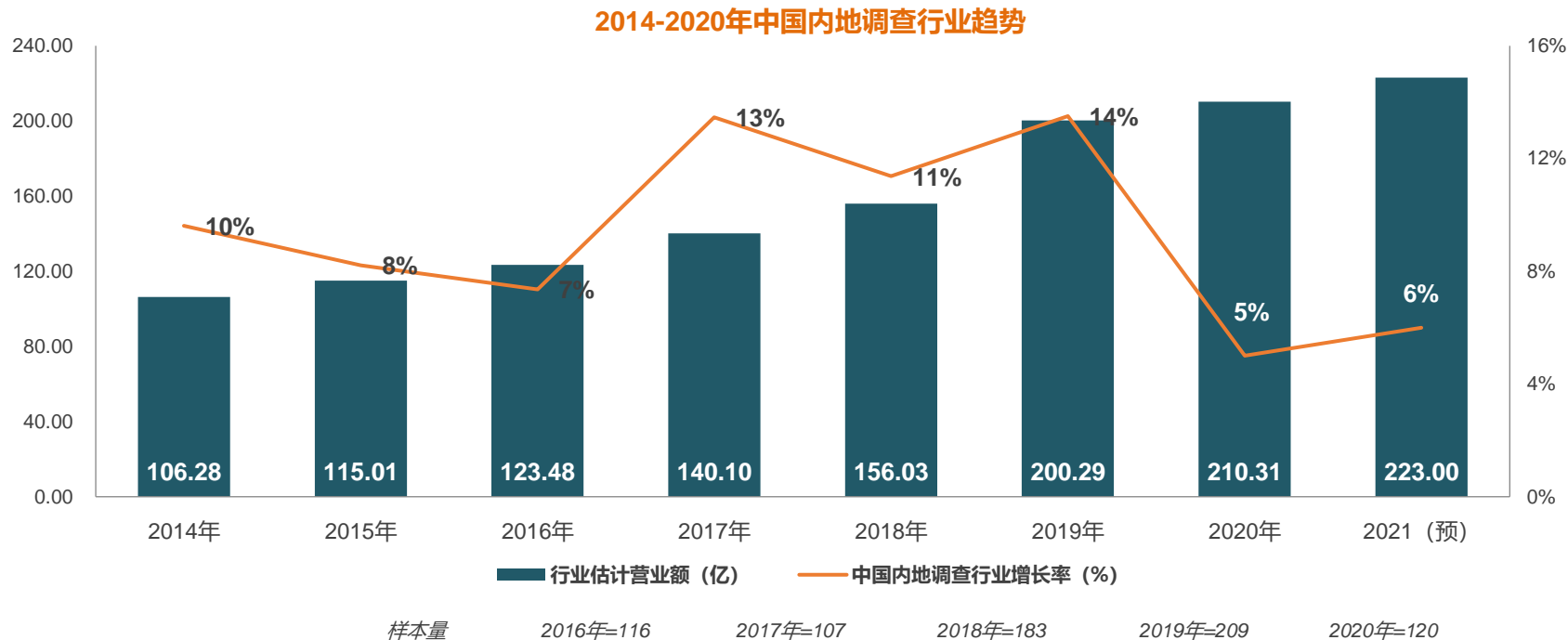
未来，期待行业从业企业及CMRA会员单位都能积极参与CMRA组织的“中国市场调查行业的调查”活动。

谢谢!

CMRA秘书处

2021年07月

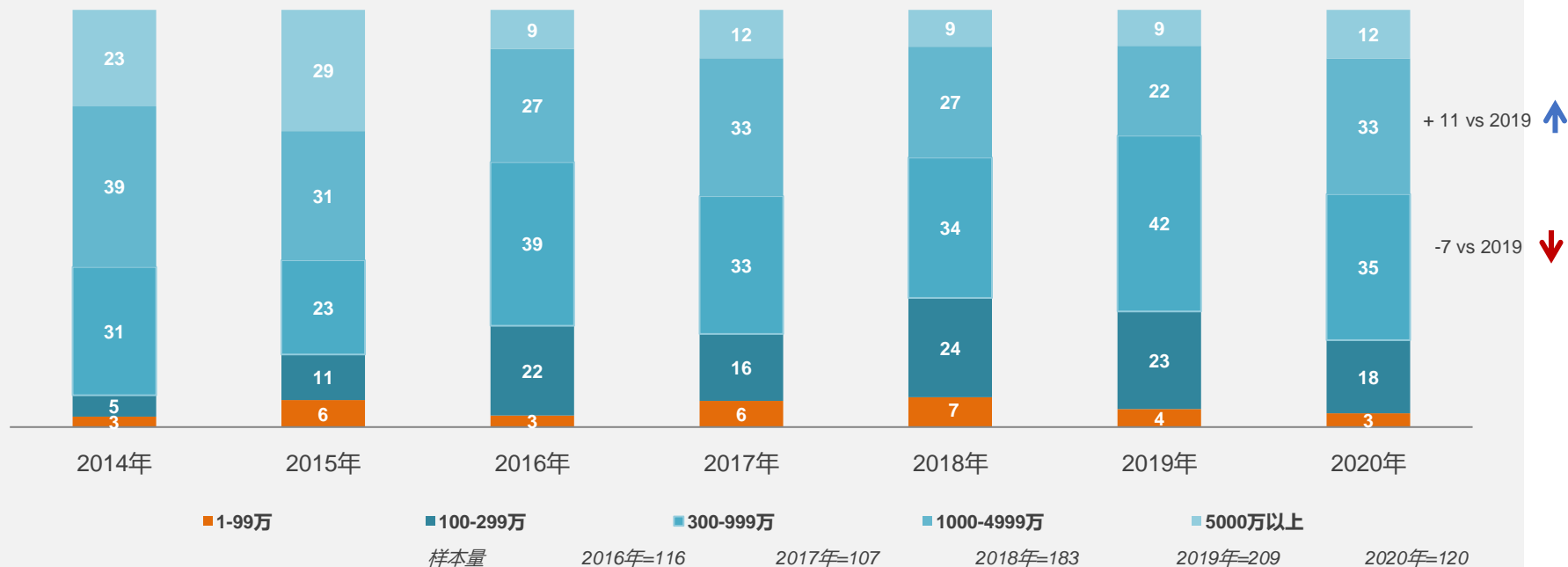
# 2020年中国内地调查行业规模达到了210亿人民币，受新冠疫情影响，行业增长率明显下滑，仅保持了5%的微增长



Q1. 请问贵单位2020年来自调查研究业务的年营业额估计是多少? 万元【填空】

## 调研样本中，1000万以上中大型公司数量占比45%，较2019年有所上升

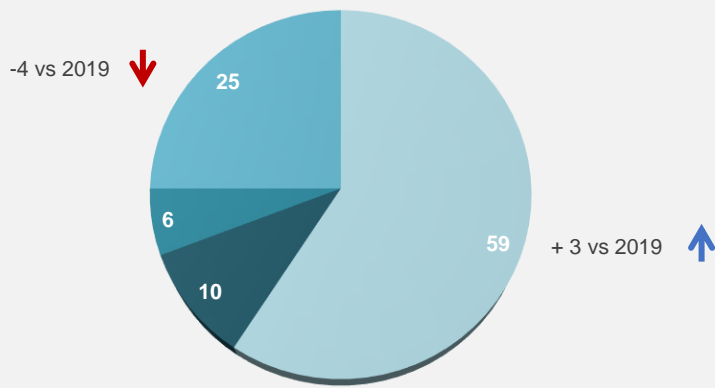
### 2014-2020年调查研究公司营业额状况



Q1. 请问贵单位2020年来自调查研究业务的年营业额估计是多少？万元【填空】

# 市场调研行业超一半公司以提供全方位的服务类型为主，且占比较2019年有所上升

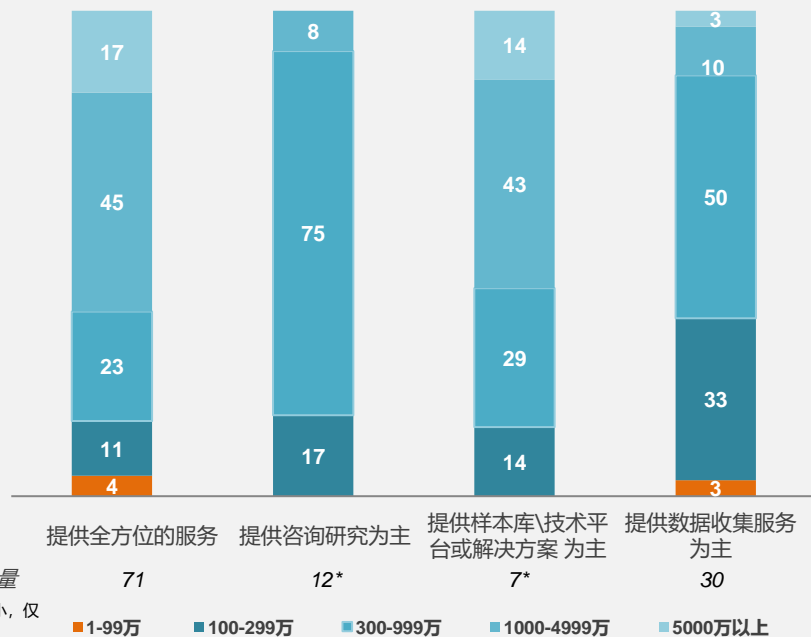
### 2020年不同类型公司占比 (%)



- 提供全方位的服务 (设计、实施、数据处理、报告、咨询)
- 提供咨询研究为主的服务
- 提供样本库、技术平台或解决方案为主的机构
- 提供数据收集服务为主的机构

样本量=120

### 2020年不同类型公司营业额状况 (%)



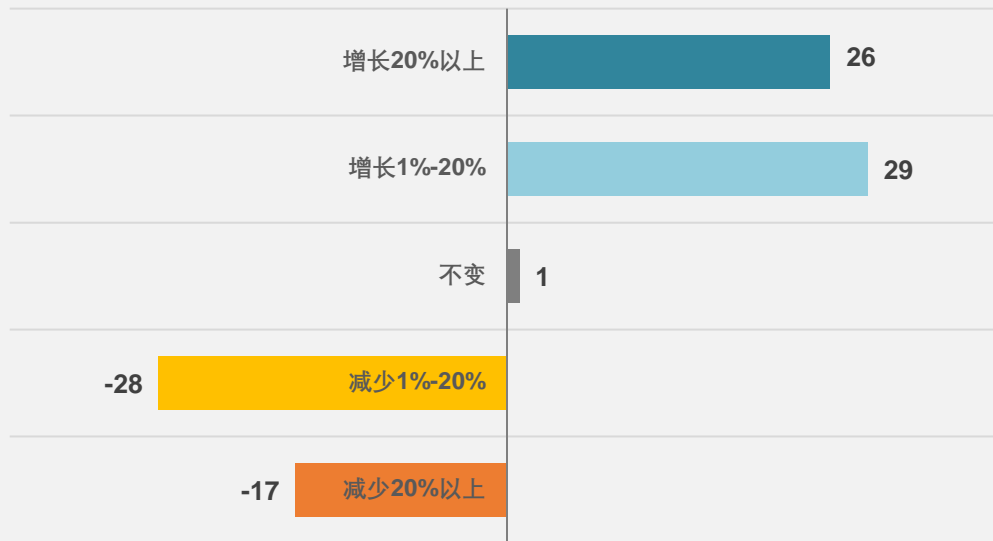
# 受调研企业营业额增、减参半，55%的企业增长，44%的企业下滑

## 2020年营业额总体趋势

↑ **55%** 的企业表示营业额较2019年有所增长

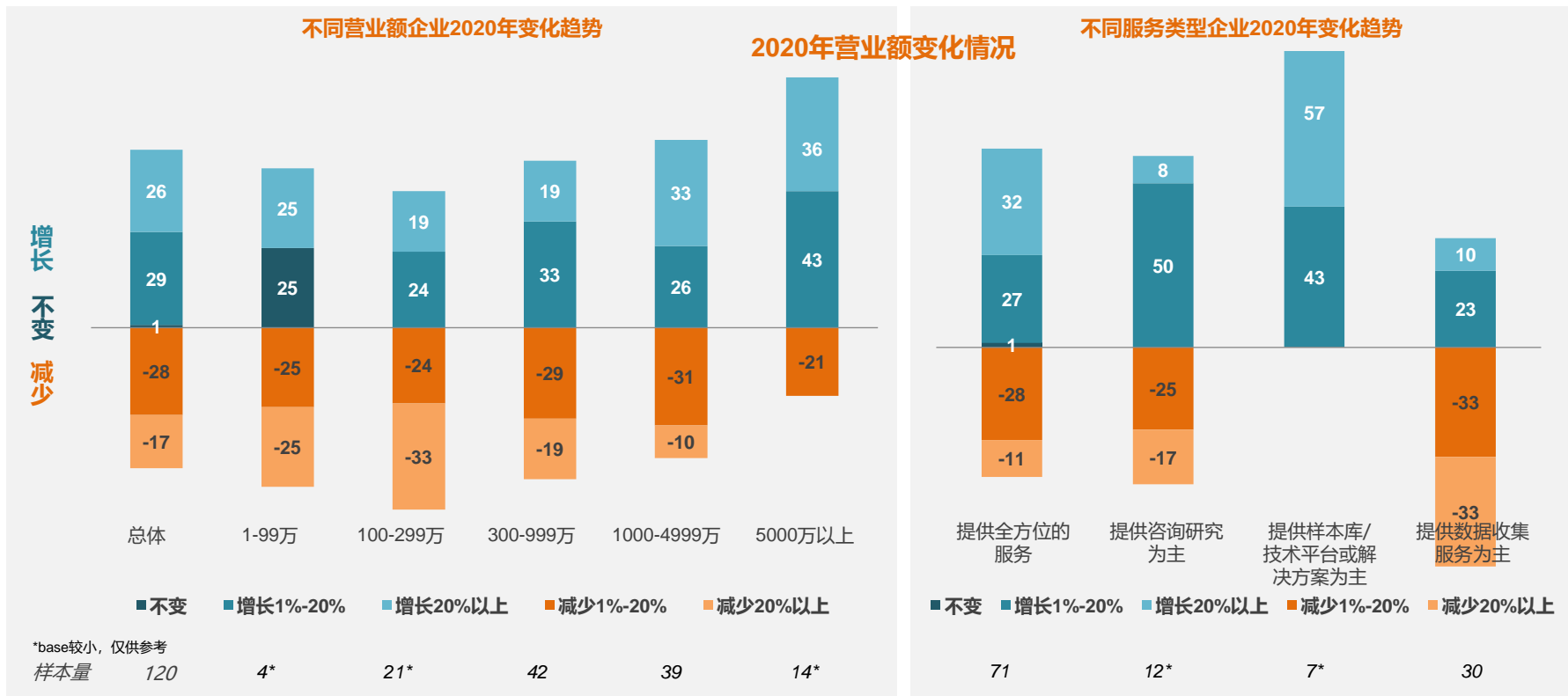
↓ **44%** 的企业表示营业额有所下降

## 2020年营业额变化情况占比



单位 % 样本量=120

# 大型公司展示了更好的抗风险能力。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下降明显



Q1-2. 请问2020年营业额与2019年相比? 【填空】 Q14. 请问贵单位2020年主要提供什么类型的服务? 【单选】

Q1. 请问贵单位2020年来自调查研究业务的年营业额估计是多少? 万元 【填空】

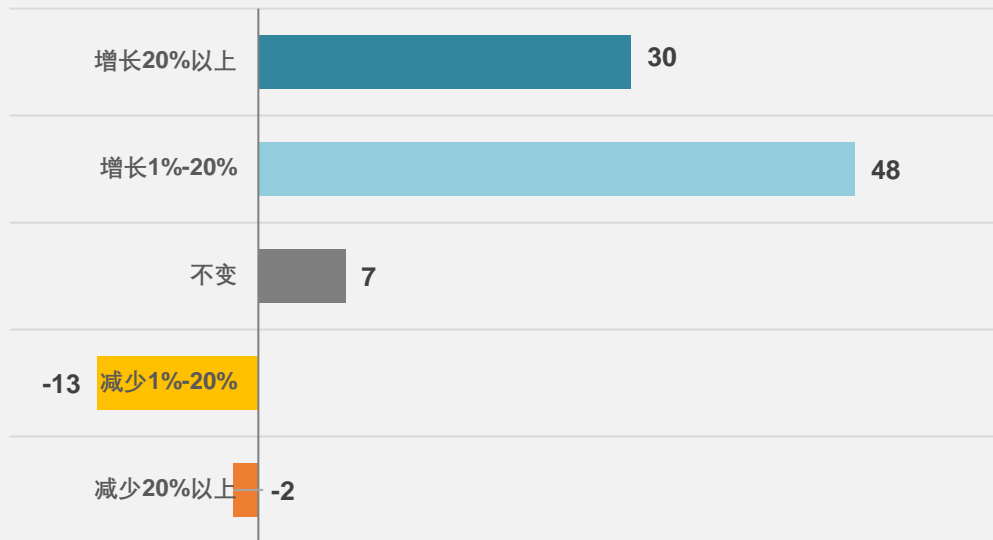
# 8成受调研企业预估2021年营业额增长，总体对2021年经营持明显的乐观态度

## 2021年营业额预测

↑ **78%** 的企业预计营业额将有所增长

↓ **15%** 的企业预计营业额将有所下降

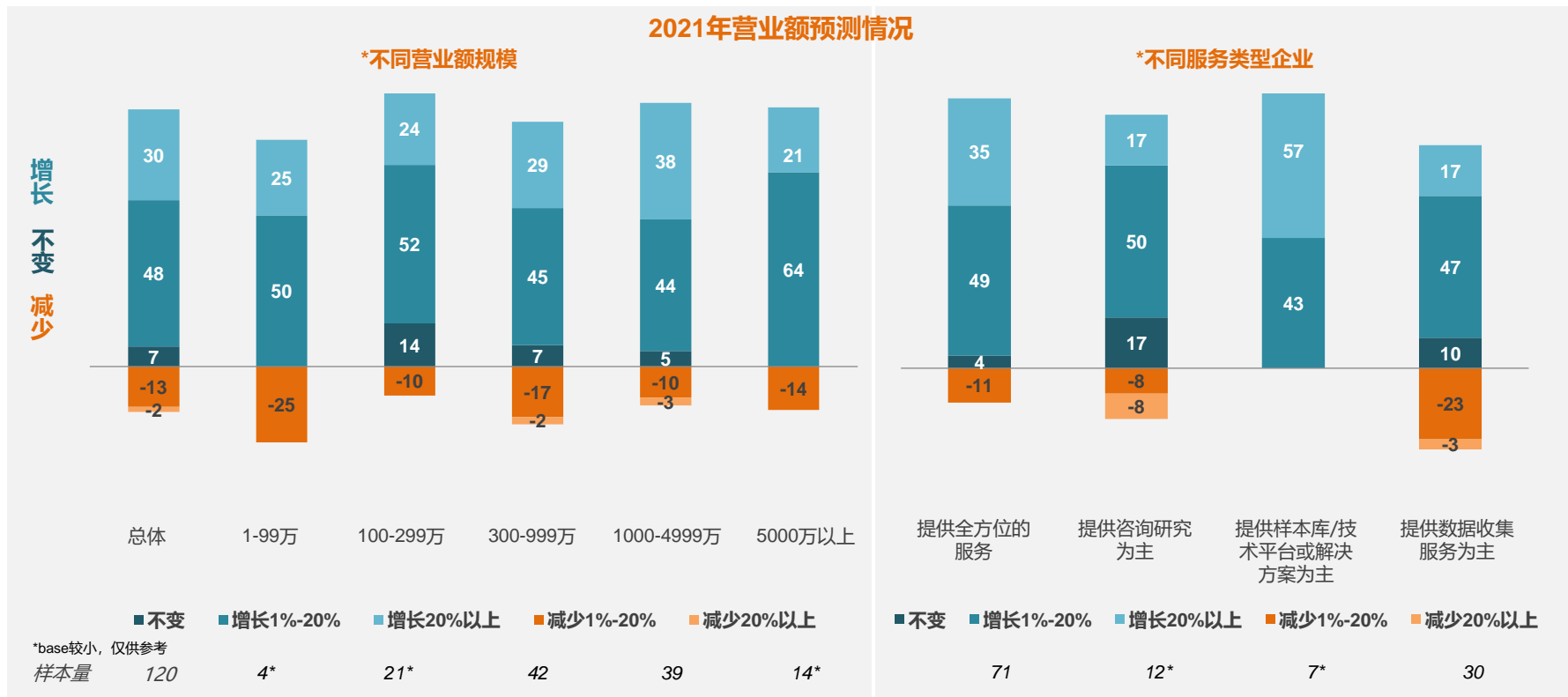
## 2021年营业额预测变化情况



单位 % 样本量=120



# 不同规模企业对2021年的预期均较乐观，提供样本库/技术平台解决方案的企业尤其明显



Q1-4.请您预估下2021年的营业额?【填空】 Q14.请问贵单位2021年主要提供什么类型的服务?【单选】

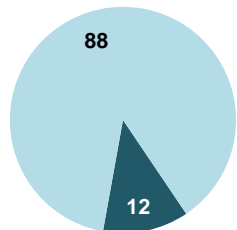
Q1.请问贵单位2021年来自调查研究业务的年营业额估计是多少?万元【填空】

# 2020年营业额一手合同营业额占88%，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/技术平台以及提供数据收集为主的公司二手合同占比较高

一手合同营业额占  
总营业额的

**88%**

+4 vs 2019



-4 vs 2019

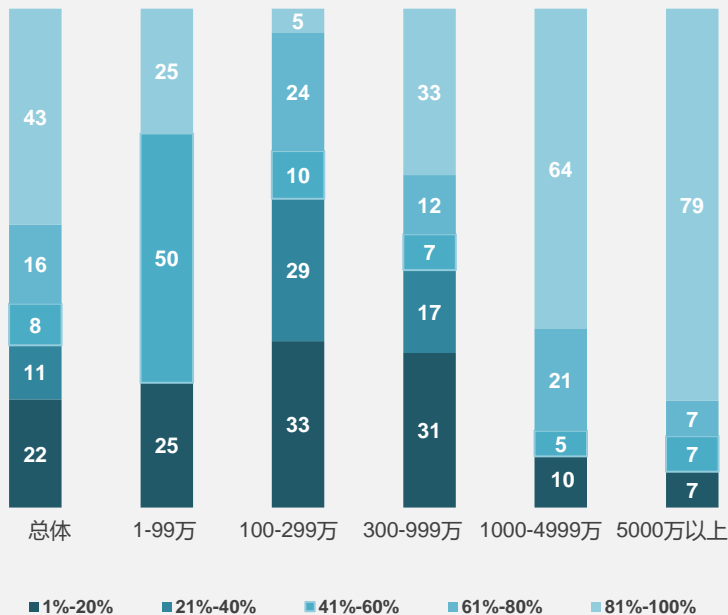


■ 二手合同 ■ 一手合同

样本量=120

\*base较小, 仅供参考

## 一手合同占比情况



样本量

120

4\*

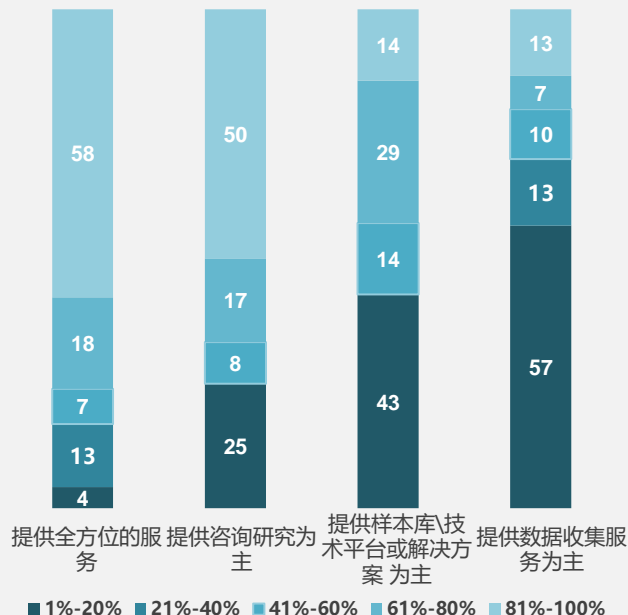
21\*

42

39

14\*

## 一手合同占比情况



71

12\*

7\*

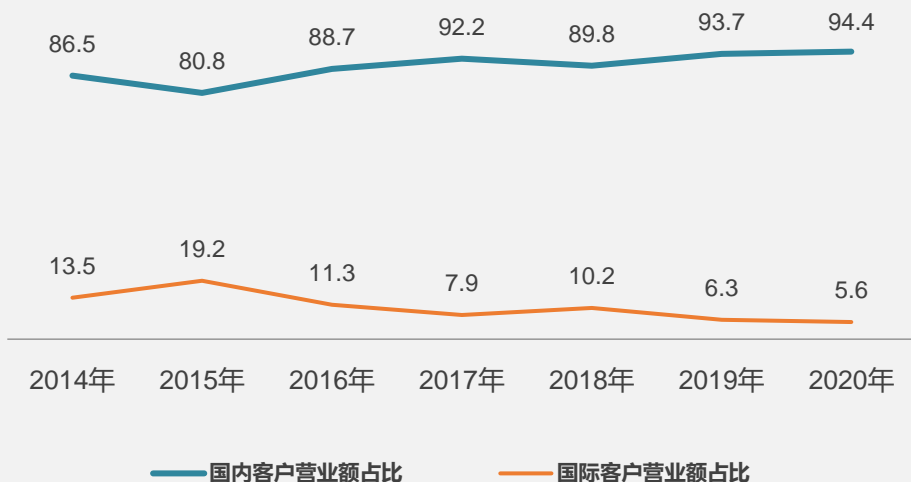
30

Q2. 请问贵单位在2020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2020年主要提供什么类型的服务? 【单选】

Q1. 请问贵单位2020年来自调查研究业务的年营业额估计是多少? 万元【填空】

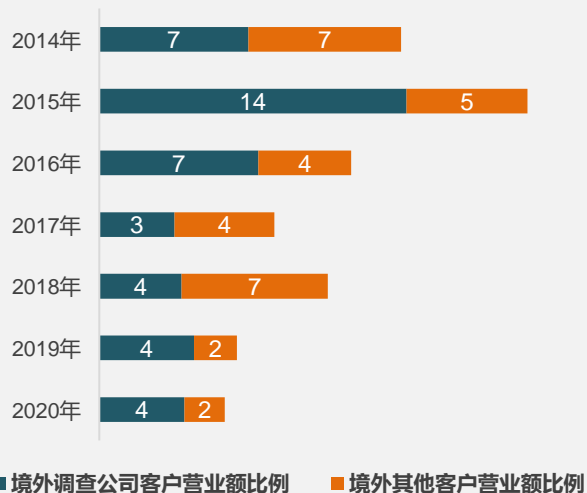
# 2020年境内客户营业额占总体营业额的94.4%，是内地调查研究行业最主要的客户来源；国际客户营业额占比则一路下滑

### 2014-2020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）

### 2014-2020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 2020年 =120

Q4. 请问贵单位在2020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】

# 2020年海外执行项目占总营业额的1%，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；受疫情影响，与2019年相比，出海项目营业额明显下滑

在参与调研的120个市场调研机构中，有海外执行项目的有14个，占**12%**  
(-1% vs 2019)

其中海外执行项目营业额占总营业额的**1%** (-2% vs 2019)

## 海外执行项目变化情况

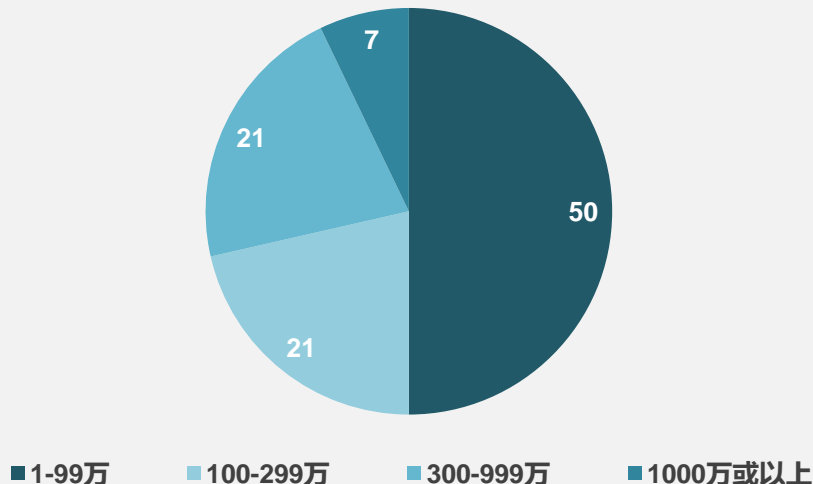
↑ **29%** 的企业表示海外执行项目营业额有所增长

↓ **64%** 的企业表示海外执行项目营业额有所下降

\*base较小，仅供参考

## 海外执行项目营业额占比

1/2的企业海外营业额为1-99万，海外营业额在千万元以上的2020年仅余一家  
-19 vs 2019 ↓

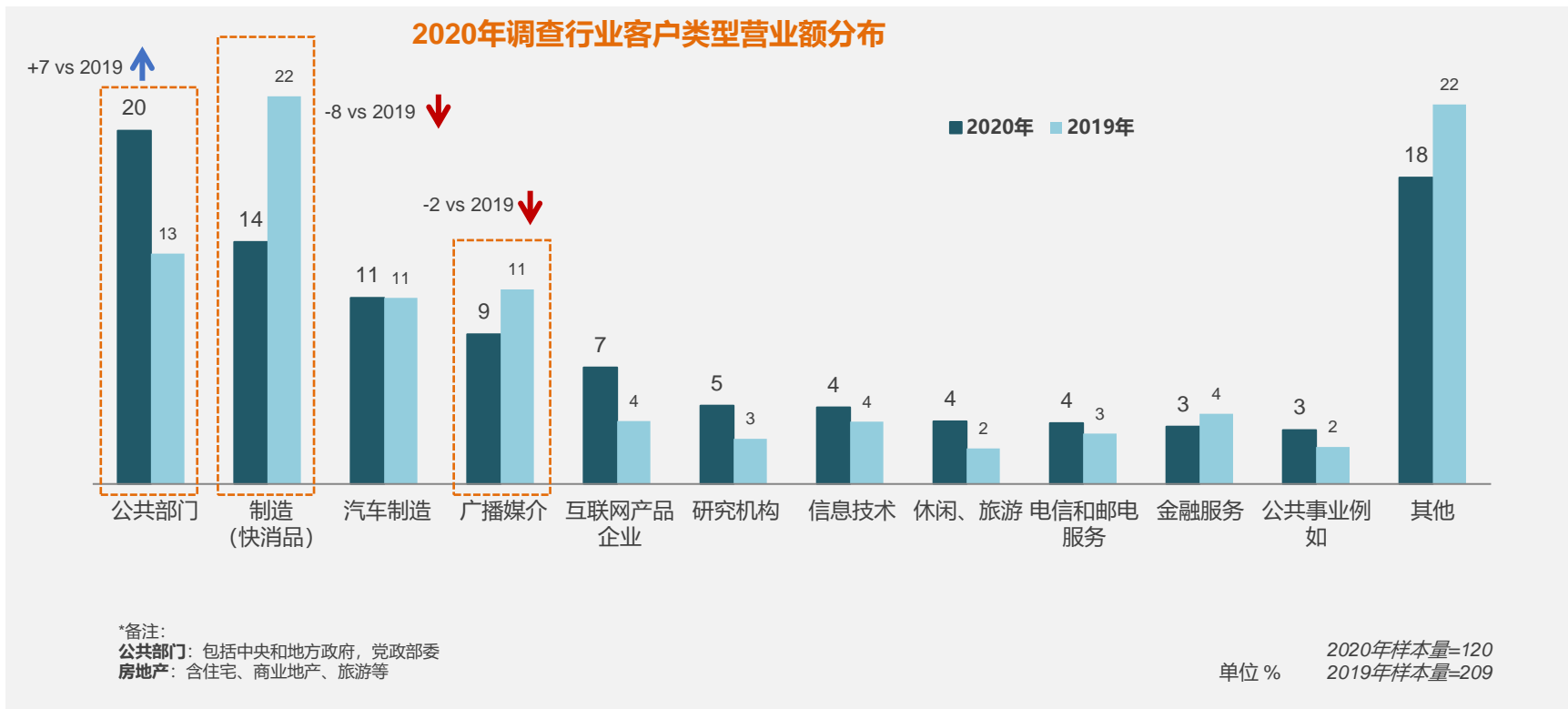


单位 % 样本量=14\*

A1. 贵单位2020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2020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】

# 2020年调查研究公司的客户类型中，“公共部门”业务占比保持了连续2年的增长，“快消品”等传统业务相对占比下降

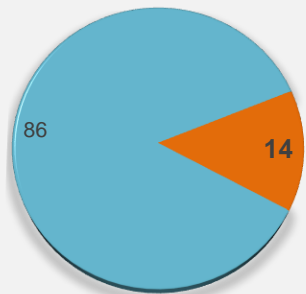


Q5. 请问贵单位在2020年的总营业额【引用Q1】中，若按客户的类型细分，来自以下各种类型的客户的营业额估计分别占了多大的比例？【逐行填空】

## 2020年调查研究公司的客户类型中，占比较高

“制造（快消品）”占14%，其中食品饮料、化妆品等

### 2020年快消品营业额占比

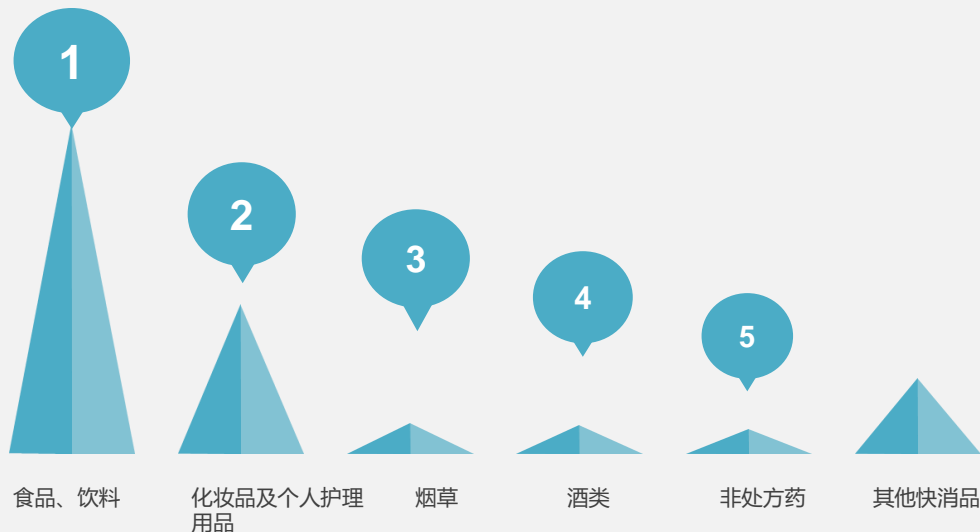


■ 快消品 ■ 其他

单位 %  
样本量=120

### 快消品细类营业额占比排名

与2019年相比，快消细类营业额排名未发生变化



Q5. 请问贵单位在2020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2020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提供全方位服务和咨询服务企业的业务增长，“广播媒介”是驱动提供数据收集为主企业的业务主力

## 2020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	20	-10	-2	0	-1	0	4	1	-20	-18
制造 (快消品)	14	4	5	-2	-4	1	1	-3	13	-10
汽车制造	11	-7	0	6	2	-1	1	5	4	-6
广播媒介	9	-9	-8	-8	-6	3	-8	-9	-9	45
互联网产品企业	7	-6	-5	-5	0	1	1	-7	1	-5
研究机构	5	49	2	3	7	-2	-1	4	18	2
信息技术	4	-4	0	-3	-2	1	0	-2	7	-4
休闲、旅游	4	-3	0	-1	-2	1	0	-3	-1	1
电信和邮电服务	4	-3	0	2	3	-1	0	17	-3	-3
金融服务	3	-2	-2	0	0	0	1	3	-1	-3
公共事业例如	3	-3	0	3	2	-1	0	2	-2	-2
其他	18	4*	21*	42	39	14*	71	12*	7*	30

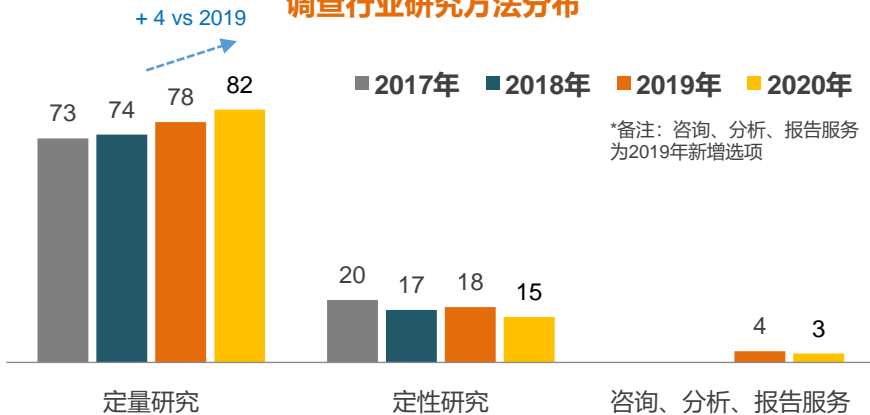
单位 %  
 样本量=120  
 \*base较小, 仅供参考

备注: 表格中数字为与总体相比情况, +表示增加, -表示减少

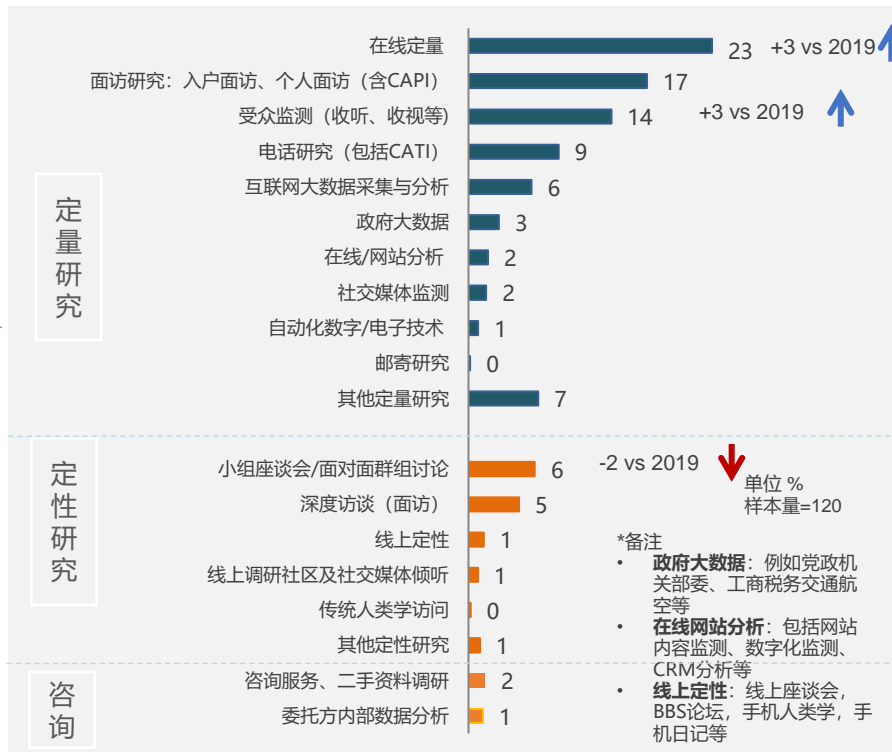
Q5. 请问贵单位在2020年的总营业额【引用Q1】中, 若按客户的类型细分, 来自以下各种类型的客户的营业额估计分别占了多大的比例? 【逐行填空】 Q14. 请问贵单位2020年主要提供什么类型的服务? 【单选】 Q1. 请问贵单位2020年来自调查研究业务的年营业额估计是多少? 万元 【填空】

# 定量研究依然是市场调查机构最主要的研究方式。与2019年相比，定性方法的使用占比有所下降，可能主要受疫情的影响

## 调查行业研究方法分布



	中国内地 2020年	ESOMAR 2019年	亚洲	欧洲	北美	拉美	中东	非洲
定量研究	82	78	71	81	71	71	77	82
定性研究	15	14	22	11	22	14	19	15
其它	3	6	7	8	7	15	4	3



Q6. 请问贵单位在2020年的总营业额【引用Q1】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？【逐行填空】

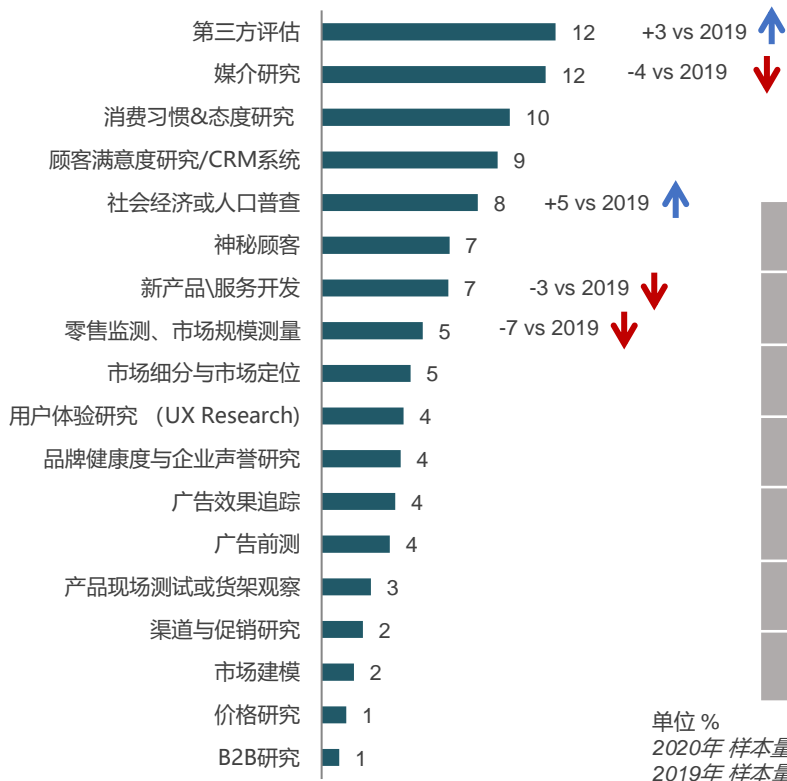


# 专项研究占比超一半，远超ESOMAR，快速发展市场专项研究占比更多



	中国内地 2020年	ESOMAR 2019年	亚洲	欧洲	北美	拉美	中东	非洲
专项研究	52	37	55	37	30	42	53	55
其它连续性研究	19	20	18	21	20	11	14	37

# 2020年第三方评估在调查公司的研究项目类型中占比最高，为12%，与2019年相比，上升3%；其次为媒介研究和U&A，占比12%和10%



### 2020年调查研究类型使用比例

	中国内地 2020年	ESOMAR 2019年	亚洲	欧洲	北美	拉美	中东	非洲
神秘顾客 -含暗访和明察	7	3	13	2	1	4	3	3
顾客满意度、 CRM	9	8	12	7	8	5	10	12
消费者行为与态度	10	12	10	4	15	5	2	6
社会经济或人口 普查	8	7	8	14	5	6	9	13
新产品开发	7	21	26	27	18	18	26	13
零售监测 市场规模测量	5	12	4	5	16	34	8	5
用户体验研究 (UX)	4	7	1	3	10	2	1	1

单位 %  
2020年 样本量=120  
2019年 样本量=209

对于有第三方评估业务或人口普查的企业，2020年第三方评估项目占总营业额的30%，营业额占比较2019年明显增长。项目金额6成以上为300万元以内的中小型项目

第三方评估/社会经济或人口普查业务营业额占总营业额

**30%** (+17% vs 2019)

样本量=79

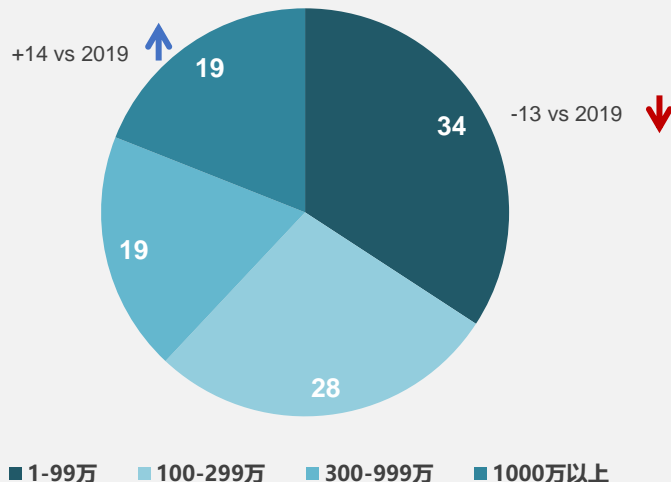
第三方评估/社会经济或人口普查业务营业额变化情况

↑ **55%** 企业表示第三方评估/社会经济人口普查业务营业额上升

↓ **44%** 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=79

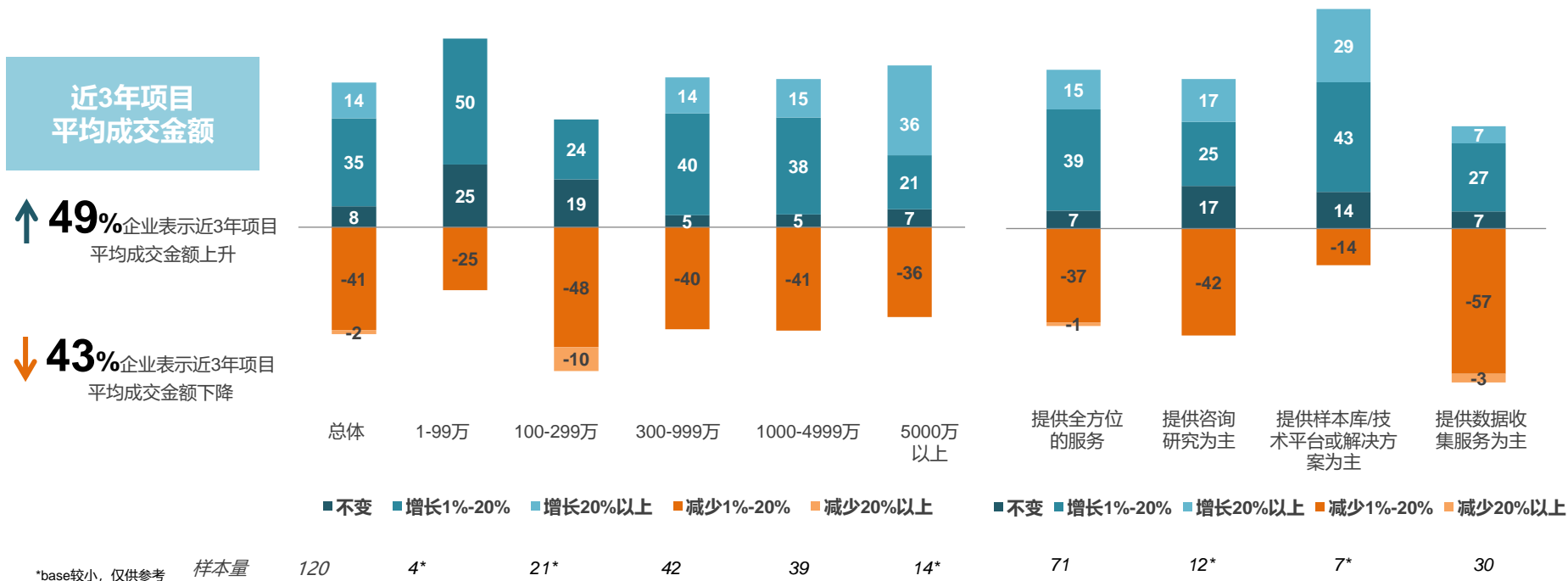
第三方评估等营业额占比情况



单位 %  
样本量=79

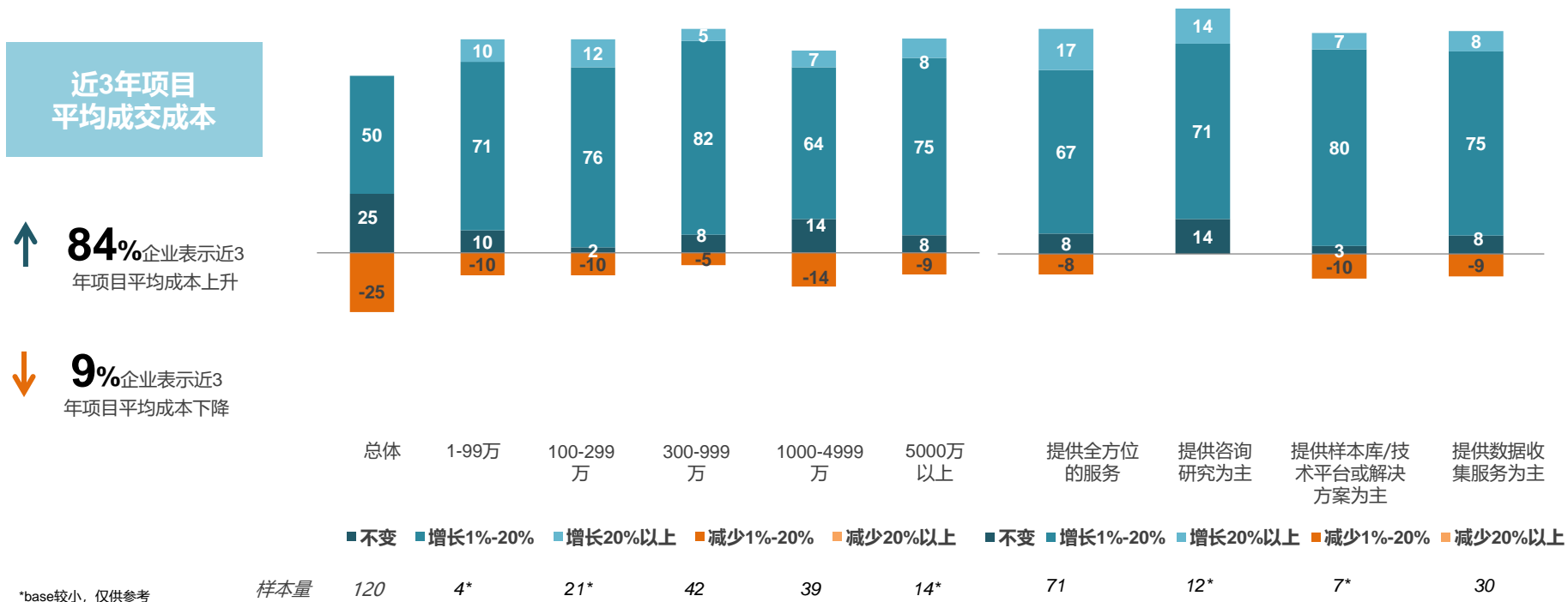
# 项目平均成交金额略有增长，尤其是5000万元以上的公司成交金额增长突出；提供全方位服务、提供咨询研究和提供样本库/技术平台的公司成交金额增长更明显

## 项目平均成交金额%



## 2020年超8成的企业项目平均成本有所增加，各类型企业项目平均成本均呈增长态势

### 项目平均成本%



\*base较小, 仅供参考

样本量

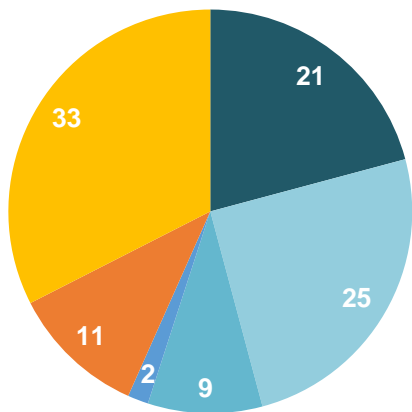
120    4\*    21\*    42    39    14\*    71    12\*    7\*    30

# 超过1/2的调研行业企业因疫情而冲击了经营，主要影响在于疫情期间客户项目下降，导致营收减少和周转资金紧张

## 疫情对2020年经营造成负面影响的企业比例

57%

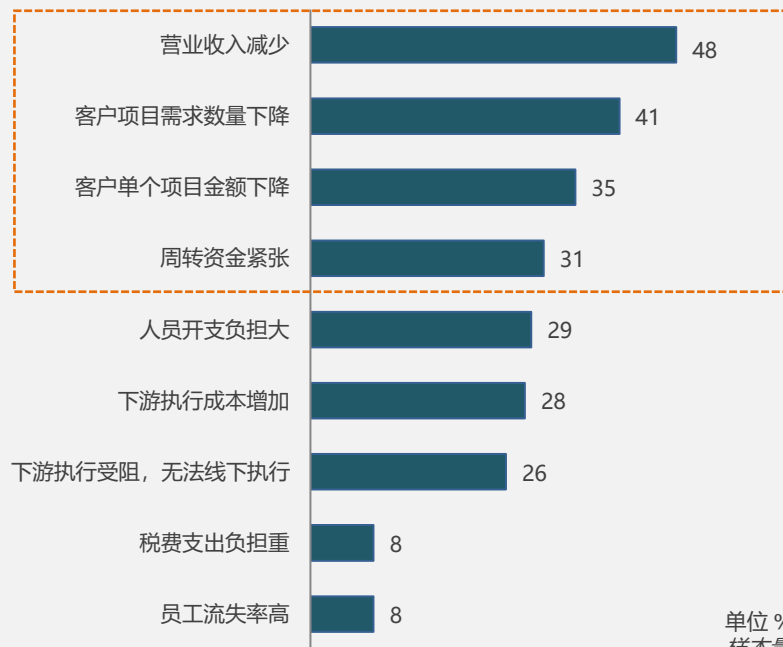
样本量=120



样本量=120

- 稍有影响, 营收下滑10%以下
- 较大影响, 营收下滑10%-30%
- 严重影响, 营收下滑30%-50%
- 非常严重, 营收下滑50%-80%
- 无影响
- 营收有提升

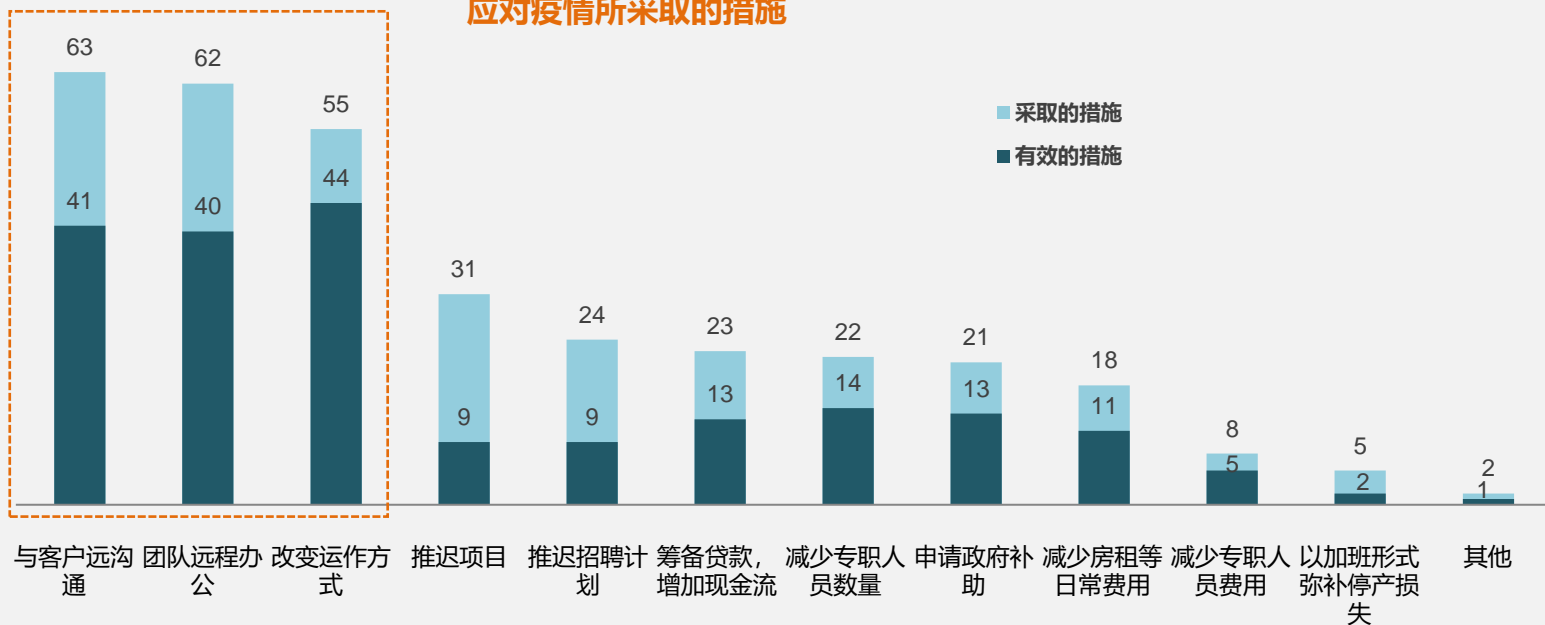
## 疫情对调研行业的负面影响



单位 %  
样本量=120

# 技术化手段在抗击疫情中发挥了重要作用，包括在线运作、远程沟通和远程办公之内的多种方式有效缓解了疫情期间项目沟通和执行的难度

## 应对疫情所采取的措施

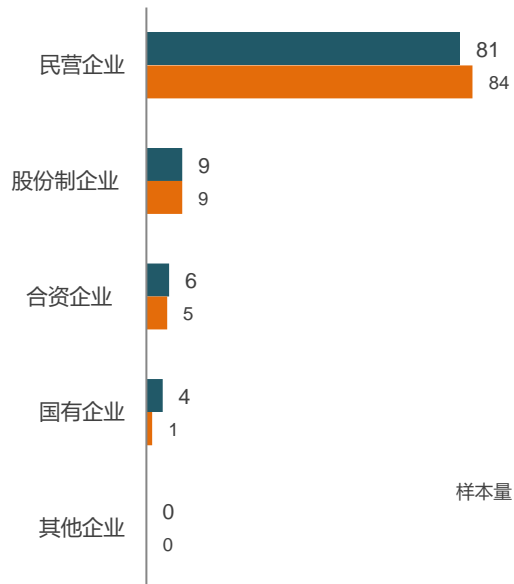


单位 % 样本量=120

B3. 为应对/减少疫情影响，2020年贵单位采取了以下哪些措施？（多选） B4. 疫情常态化的当下，其中哪些针对性措施是较为有效的？（多选）

# 与2019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



样本量

■ 2020年 ■ 2019年

2020年样本量=120  
2019年样本量=207

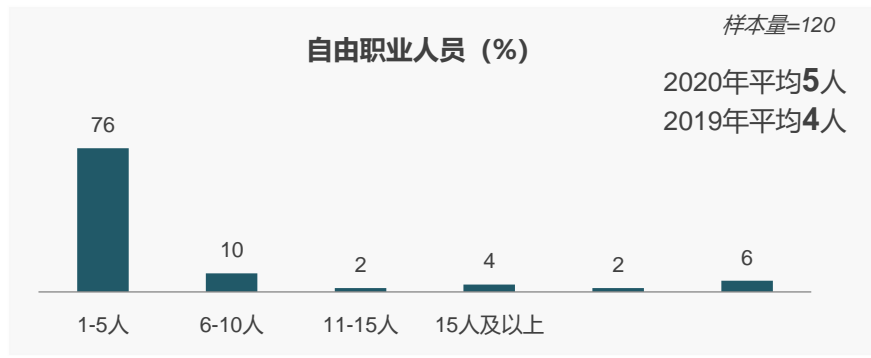
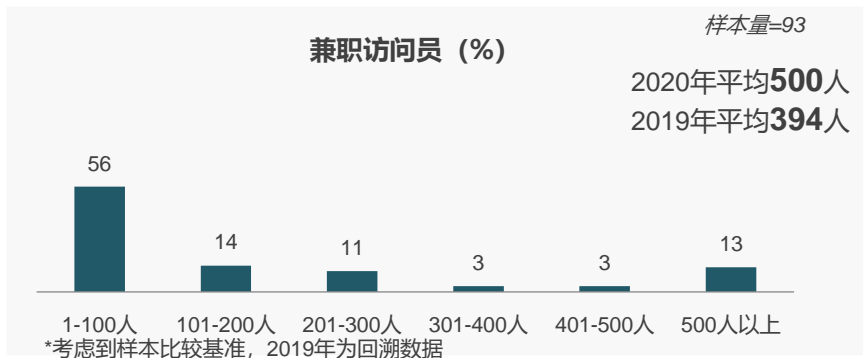
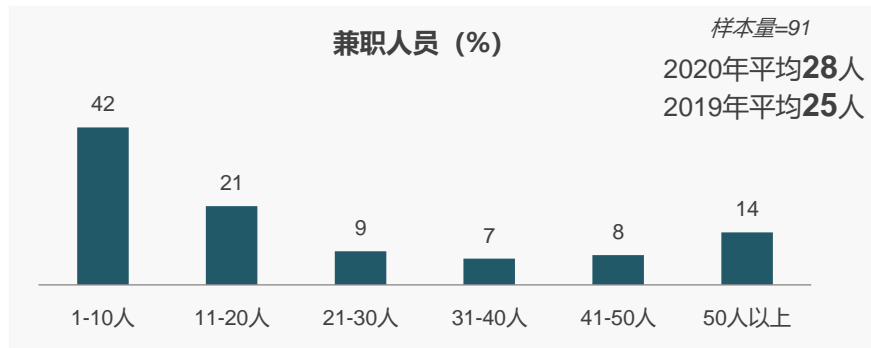
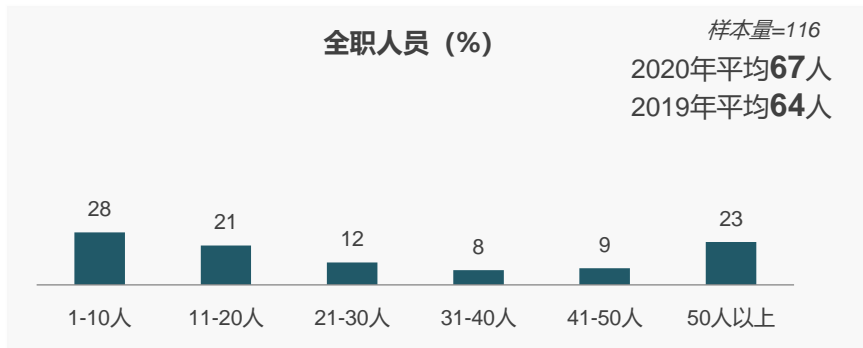
	1-99万	100-299万	300-999万	1000-4999万	5000万以上	提供全方位的服务	提供咨询研究为主	提供样本库/技术平台或解决方案为主	提供数据收集服务为主
民营企业	19	14	0	1	-31	1	3	-24	3
股份制企业	-9	-4	0	-1	12	1	-9	-9	4
合资企业	-6	-6	-1	-3	23	-2	-6	37	-3
国有企业	-4	-4	1	4	-4	0	13	-4	-4
其他企业	0	0	0	0	0	0	0	0	0
样本量	4*	21*	42	39	14*	71	12*	7*	30

注：表格中数据为与总体对比情况



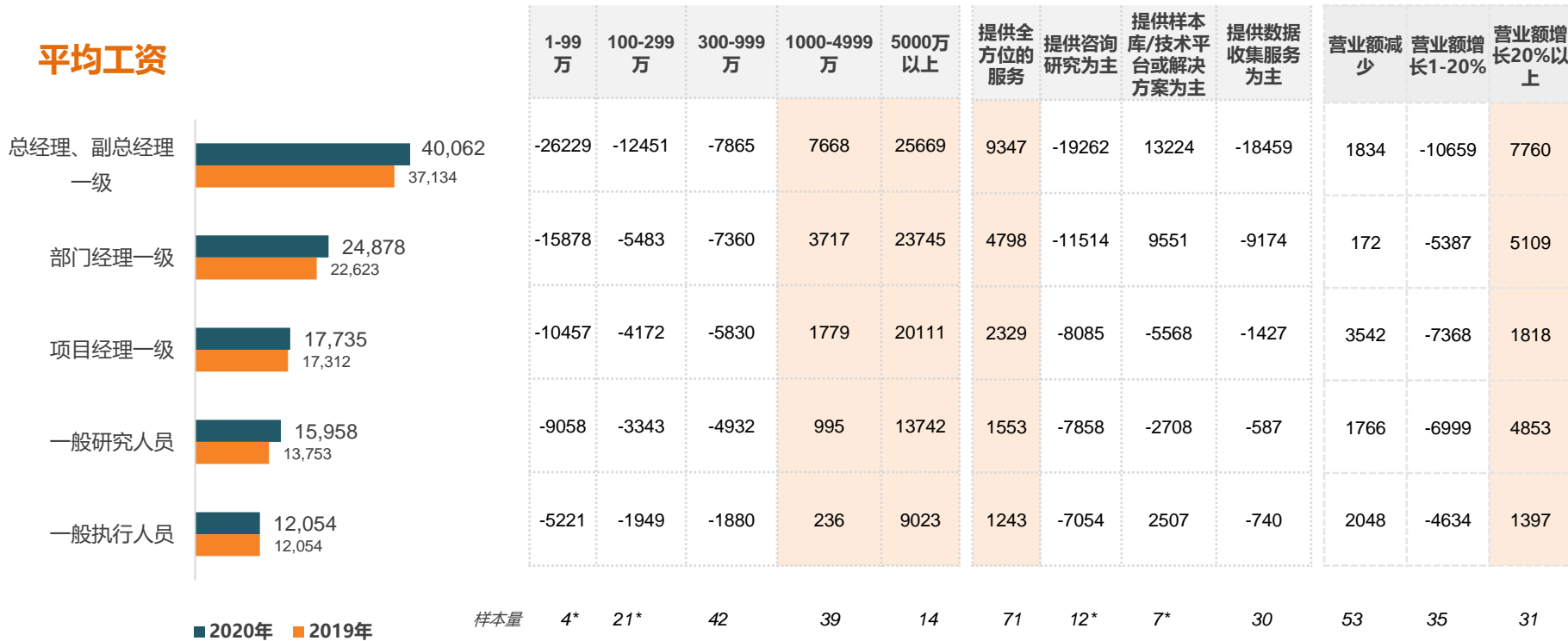
# 市场调研公司平均雇员人数总体稳定，与18年相比，兼职访问员数量明显上升

## 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，提供全方位服务和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



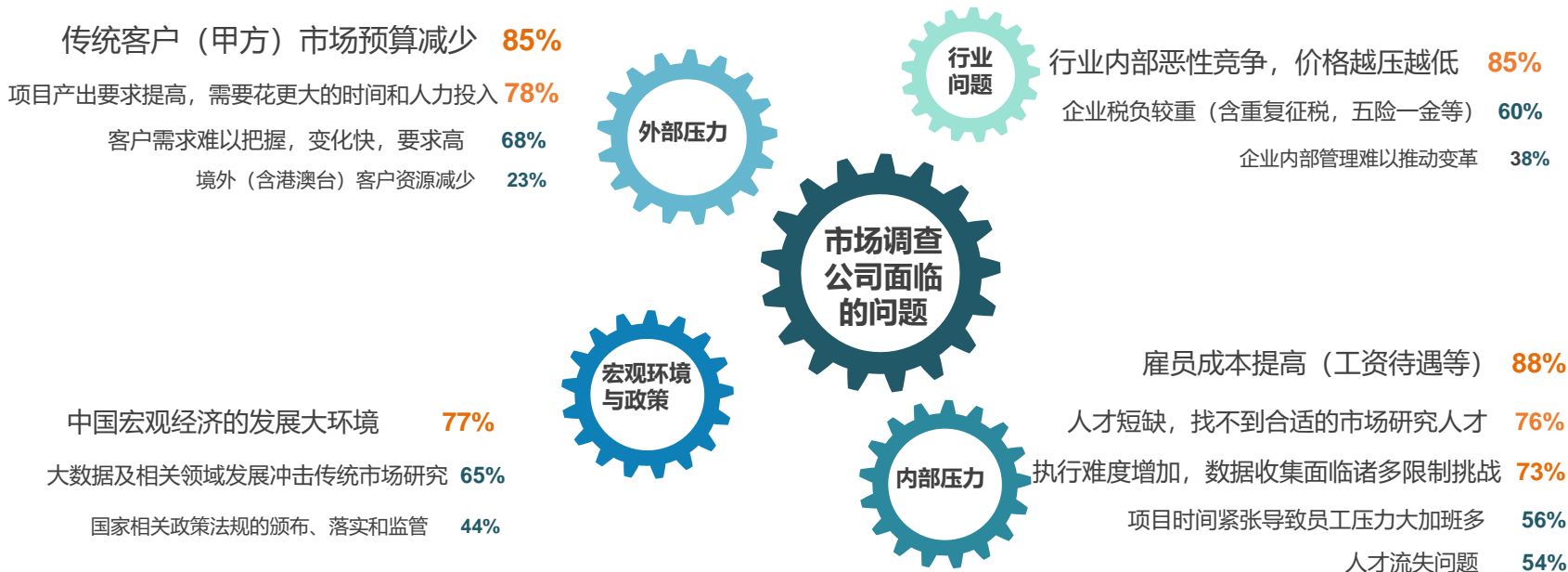
2020年N=120

\*考虑到样本比较基准，2019年为回溯数据

注：表格中数据为与总体对比情况

Q16. 请问贵单位各类人员每月的工资（税前核算，不含社保费用）平均大概是多少？【逐行填空】

# 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、雇员成本提高和人才短缺等



N=120

# 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、企业数字化转型等技术的应用有更多的关注

## 调查研究公司关心的趋势议题

			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	60		28	-1	-1	-1	-1	8	19	-44	-16
大小数据融合	50		-60	-3	-12	12	26	1	23	11	-13
调研平台化、产品化	50		15	-12	-5	14	-10	9	-18	40	-23
企业数字化转型	48	+6 vs 2019 ↑	-7	-19	-10	12	28	10	-7	28	-28
研究方法的创新	47	-7 vs 2019 ↓	-7	-9	-7	0	36	7	-23	0	-7
研究自动化	41	+10 vs 2019 ↑	-49	-16	3	5	15	6	-16	37	-16
可视化分析技术	38		-21	-3	-13	8	26	9	-21	40	-23
AI技术的应用、机器学习等	32	-6 vs 2019 ↓	12	-10	-5	-2	33	10	3	-10	-22
敏捷调研	28		16	-1	-3	-3	16	-3	-18	23	9
线上社区	24		22	-24	5	-3	22	4	-12	15	-8
自然语言的语义、文本分析技术	21	+6 vs 2019 ↑	-25	-11	-1	6	11	3	-8	32	-12
区块链技术	18		28	-12	2	-1	7	2	3	-22	-2
脑电、眼动仪等技术的推广和应用	7	-6 vs 2019 ↓	-8	-4	1	4	-8	4	0	-8	-8
		样本量	4*	21*	42	39	14	71	12*	7*	30

# 与2019年相同，调研公司认为当前最主要的机遇是第三方评估等政府项目；大数据融合的排名较2019年下滑一位

## 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	74	1	7	4	-5	-10	5	9	-60	-1
跨领域经营，拓展新业务	70	30	-13	-3	-3	30	3	-3	1	-7
发挥市场研究洞察力，向大数据融合发展	69	-19	-26	-10	15	31	14	6	-12	-33
减少分包业务的比例，承接更多的一手项目	66	9	20	3	-7	-23	-1	-24	6	11
转向洞察、分析和咨询，减少数据采集服务	47	-22	-4	3	-3	10	8	3	-18	-17
行业内部资源整合，公司联盟，并购与合并	33	17	0	-5	-3	17	-5	17	-5	7
公司转型，脱离传统市场研究	33	42	-5	-2	-5	17	6	-17	-5	-7
面向资本运作，整合资源，挂牌上市	13	13	-13	-8	3	30	3	-4	16	-9
拓展海外市场，建立海外运营机构	8	17	-4	1	-3	6	2	0	20	-8

样本量

4\*

21\*

42

39

14

71

12\*

7\*

30

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】

# 强化行业与政府相关部门的沟通，优化协会管理机制，加强行业沟通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

	2020年排序	2019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
加强行业协会的顶层设计，优化行业协会管理机制	2 排名上升5位 vs 2019 ↑	7
加强行业沟通，举办更多的行业交流会，论坛等	3	3
进一步制定行业行规，规范行业各项标准	4	2
发挥行业优势，协会平台发布各行业或消费者数据洞察	5	5
加强行业培训，开展更多的跨行业、跨地区培训	6	4
建立行业从业人员的资格认证和技能认证	7	6
积极帮助会员单位，协调行业内部各种纠纷	8	8
组织会员更多海外交流，积极参与各国行业协会活动	9	9

单位%      2020年N=120    2019年N=207

**Thanks for your  
attention**