



中华人民共和国国家标准

GB/T 44897—2024

市场和社会调查 网络调查指南

Market and social research—Guidelines for internet research

2024-10-26 发布

2024-10-26 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言	III
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 基本原则	2
4.1 受访者真实性	2
4.2 隐私保护	2
4.3 用户友好	2
4.4 未成年人保护	3
4.5 避免垃圾信息	3
5 网络可访问样本库	3
5.1 网络可访问样本库成员招募	3
5.2 样本库管理	4
5.3 样本库监控	4
5.4 样本库维护	4
5.5 样本库信息公布	5
6 调查设计	5
6.1 研究者向客户提出的建议	5
6.2 调查问卷设计要点	5
7 调查的实施及数据结果	6
7.1 调查的实施	6
7.2 数据结果	6
8 调查质量控制	6
8.1 调查成员招募和维护	6
8.2 项目邀请发送阶段	6
8.3 调查数据采集阶段	7
8.4 项目后执行阶段	7
参考文献	8

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。

本文件由全国市场、民意和社会调查标准化技术委员会(SAC/TC 320)提出并归口。

本文件起草单位：铜陵学院、安徽绍钦信息技术有限公司、中国标准化研究院、深圳市览众未来科技有限公司、珠海鼎和质量发展有限公司、浙江德拓智控装备有限公司、广州波奇亚标准及检测技术有限公司、中山大学、四川攀诚质科技有限公司、中国标准科技集团有限公司、国家电网有限公司客户服务中心、浙江省长三角标准技术研究院、吉林省标准研究院。

本文件主要起草人：许应成、苏本跃、华春翔、吴芳、许柏成、郑昱、柳青、王岩峰、张新、冯卫、赵刚、齐平、华欢欢、陈为为、吴刚、赵博、卜晓阳、龚诗雅、全鲲鹏。

市场和社会调查 网络调查指南

1 范围

本文件给出了市场和社会调查领域中网络调查的基本原则、网络可访问样本库、调查设计、调查的实施及数据结果、调查质量控制内容。

本文件适用于基于网络可访问样本库开展市场和社会调查网络调查相关活动,其他网络调查活动参照使用。

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

调查 research

基于特定目的,按照一定规范收集、整理信息,进行分析和呈现的过程。

注: research 在实际应用中也称为“研究”或“调研”。相对 survey 而言 research 还包含了分析的过程。

[来源:GB/T 26315—2010,3.1]

3.2

客户 client

需要或委托调研项目的个体、组织、机构或部门,可以是内部的或外部的。

[来源:GB/T 26316—2023,3.14]

3.3

受访者 respondent

向其收集用于市场调研数据的个人或组织。

[来源:GB/T 26316—2023,3.62]

3.4

网络调查 internet research

受访者在自愿、独立的前提下,通过互联网完成的调查。

注:受访者一般来自网络可访问样本库(3.7)或其他互联网的使用者。

3.5

样本库 panel

用于组织和管理样本的数据库或集合。

3.6

可访问样本库 access panel

由潜在受访者组成的样本库,潜在受访者声明能配合今后进行的数据采集工作。