



中华人民共和国国家标准

GB/T 43390—2023

市场、民意和社会调查 移动调查指南

Market, opinion and social research—Guidelines for mobile research

2023-11-27 发布

2023-11-27 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 移动调查相关方	3
5 移动调查实施步骤	3
5.1 概述	3
5.2 确定调查目标	3
5.3 设计调查问卷	3
5.4 选择调查平台或工具	3
5.5 发布调查问卷	3
5.6 推广和宣传	3
5.7 数据收集和分析	3
5.8 生成调查结果报告	3
6 移动调查相关方的关系和责任	3
6.1 受访者的关系和责任	3
6.2 客户的关系和责任	6
6.3 公众的关系和责任	7
参考文献	8

前 言

本文件按 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：中国标准化研究院、安徽中科观察智能科技有限公司、浙江省长三角标准技术研究院、芜湖美的厨卫电器制造有限公司、深圳爱司科技有限公司、绍兴麦雅针纺有限公司、华润生物医药有限公司、芜湖宏景电子股份有限公司、人和数智科技有限公司、宜宾学院、泸州老窖股份有限公司、山东航嵩装饰装修材料有限公司、北方工业大学、杭州市公共交通集团有限公司。

本文件主要起草人：许应成、李亚、马振、华春翔、孔利华、童辉、张欣亮、朱盛艳、殷惠军、周祥山、吴倩、冯卫、宁秀丽、陆小伟、王培进、周云、姜瑞雪、王媛、李莹、王双、徐国平、高天容、何永利、王鹏、张冰、赵小龙、林金桃。

市场、民意和社会调查 移动调查指南

1 范围

本文件给出了市场、民意和社会调查中移动调查的实施步骤及受访者、客户、公众等利益相关方的关系和责任。

本文件适用于开展市场、民意和社会调查中移动调查相关活动。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中,注日期的引用文件,仅该日期对应的版本适用于本文件;不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 35273—2020 信息安全技术 个人信息安全规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

移动调查 mobile research

利用移动设备(如智能手机、平板电脑)进行实时的数据收集和调查研究的活动。

3.2

客户 client

要求调查服务提供者提供调查服务的委托人。

注:包括公司、政府、非政府组织和个人。

[来源:GB/T 26315—2010,3.7]

3.3

受访者 respondent

接受访问的人。

[来源:GB/T 26315—2010,3.16]

3.4

数字指纹 digital fingerprint

对数字内容进行唯一标识和识别的一种技术手段。

注:主要用于身份验证和安全验证。

3.5

地理定位 geographic location

设备(如计算机、移动电话、平板电脑等)通过定位技术获取的地理坐标。

3.6

神秘顾客调查 mystery shopping

观察员扮成顾客,记录有关服务过程细节的情况,作为服务评价依据的参与性人员观察法。