



中华人民共和国国家标准

GB/T 26316—2023/ISO 20252:2019
代替 GB/T 26316—2010

市场、民意和社会调查(包括洞察与 数据分析) 术语和服务要求

Market, opinion and social research, including insights and data analytics—
Vocabulary and service requirements

(ISO 20252:2019, IDT)

2023-12-28 发布

2023-12-28 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
引言	IV
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 市场、民意和社会调查的核心要求	11
4.1 核心框架	11
4.1.1 适用性声明	11
4.1.2 调研项目的保密性	12
4.1.3 文件和记录管理	13
4.2 人员和基本职责	14
4.2.1 人员和组织的职责	14
4.2.2 人员——绩效管理	14
4.3 信息安全	15
4.3.1 信息安全风险框架	15
4.3.2 信息处理	15
4.3.3 信息安全控制	15
4.3.4 信息安全培训和认知	15
4.4 分包服务	15
4.4.1 基本要求	15
4.4.2 项目的分包	16
4.5 调研项目的计划、交付和报告	16
4.5.1 基本要求	16
4.5.2 客户关系管理	16
4.5.3 调研项目、工作需求或提供服务的其他回应	17
4.5.4 向客户提供的交付物	19
4.6 管理评审和改进	20
4.6.1 输入	20
4.6.2 输出	21
4.7 内部审核	21
4.8 法律要求	21
附录 A (规范性) 抽样(包括可访问样本库)	22
附录 B (规范性) 现场工作	32

附录 C (规范性) 实地观察	39
附录 D (规范性) 数字化观察	41
附录 E (规范性) 自填问卷	45
附录 F (规范性) 数据管理和处理	48
参考文献	53
索引	54

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。

本文件代替 GB/T 26316.1—2010《市场、民意和社会调查 服务要求》，与 GB/T 26316.1—2010 相比，除结构调整和编辑性改动外，主要技术变化如下：

- a) 本文件对原有的技术内容进行了重新更改、增加或删除(见各章)；
- b) 增加了术语一章，共 109 个术语(见第 3 章)；
- c) 更改了第 4 章，将“质量管理体系要求”更改为“核心要求”(见第 4 章)；
- d) 增加了部分技术内容，以反映全新或改进的调研实践(见附录 A～附录 D)。

本文件等同采用 ISO 20252:2019《市场、民意和社会调查(包括洞察与数据分析)术语和服务要求》。

本文件做了下列最小限度的编辑性改动：

- a) 增加了部分术语的来源(见 3.2、3.41、3.70、3.78、3.86、3.99、3.104)和注(见 3.92)；
- b) 更改了 ISO 20252:2019 的错误，将 3.1“可访问样本库”定义中的“受访者”条目编号由 3.64 更改为 3.62；
- c) 将 4.1.1 图 1 表中的“XYZ”更改为“×××”。

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、央视市场研究股份有限公司、益普索(中国)咨询有限公司、中粮营养健康研究院、杭州菲尔德经济信息咨询有限公司。

本文件主要起草人：冯卫、田智、李晶华、郭斐、刘波、付晓东、沈燕芬、许应成、华春翔、吴倩、李莹。

本文件及其所代替文件的历次版本发布情况为：

——2010 年首次发布为 GB/T 26316—2010；

——本次为第一次修订。

引 言

国际标准化组织制定市场、民意和社会调查(以下简称“调研”)的国际标准,旨在促进形成一个适用于不同国家和地区市场的全球一致的行业标准。我们将国际标准转化为国家标准是为了与全球的调研行业遵循同一个标准体系,促进调研行业的服务质量持续改善。

随着 ISO 20252:2019 对原标准的技术和结构进行全面调整,本文件与上一版本相比也有很大变化。新增了术语一章;第 4 章提出了调研业务的核心框架要求,即适用性声明(SoA);新增的 6 个规范性附录是全球公认的研究方法的具体要求,服务提供者需要按照对应的附录要求调整其调研行为。

对于服务提供者符合本文件要求的任何认证,需要将第 4 章的要求作为强制性框架,并至少需要符合一个附录的要求。任何认证声明均需清楚地表明符合本文件的哪个(或哪些)附录的要求。

不论调研项目是在内部还是外包执行,服务提供者都有责任确保最终调研活动符合本文件的要求。因此,按照第 4 章要求给出的适用性声明(SoA)需要反映本文件适用的范围和边界,包括相适合的管理流程对应的附录,以符合本文件的要求。

市场、民意和社会调查(包括洞察与 数据分析) 术语和服务要求

1 范围

本文件为进行市场、民意和社会调查(包括洞察和数据分析)的服务提供者(以下简称“服务提供者”)确立了术语和服务要求。

非市场调研活动,例如直接营销,不包括在本文件范围内。

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

可访问样本库 access panel

由潜在受访者(3.62)组成的样本(3.86)库,潜在受访者声明可配合今后进行的数据采集工作。

注:不包括连续调查固定样本库(如:电视收视率样本组)和可重新接触的数据库(同意接受后续访问)。

3.2

准确度 accuracy

估计值与相应参数值之间的接近程度。

[来源:GB/T 26315—2010,5.2.30]

3.3

样本库活跃成员 active panel

在最近12个月内,样本库成员(3.61)应邀参与至少一个调研项目,或更新了背景资料,或注册参与可访问样本库(3.1)。

3.4

广告展示 ad impression

设备上的广告显示。

3.5

算法 algorithm

在计算或求解其他问题过程中遵循的流程或规则。

3.6

匿名 anonymize

为防止与原始数据相关的个人信息被识别出来而进行删除、模糊、整合或更改标识。

3.7

评估 appraisal

监测个体或群体工作执行能力的过程。