



CMRA

# 新冠肺炎对市场调研行业影响 研究报告

中国信息协会市场研究业分会 ( CMRA )

报告执笔：品创方略研究咨询

2020年3月2日

## 项目概况

- 2020年，新冠肺炎疫情的出现给所有人带来了很大的影响。为进一步了解市场调研行业在疫情防控期间的企业经营和发展状况，在响应国家和政府的号召共同抵抗疫情的同时，充分发挥行业特长，探寻疫情对市场调研机构经营的影响程度，从事市场调查的企业作为中国中小企业的缩影，面对突如其来的疫情当前状况如何？采取了哪些应对措施？对于政府、行业协会有哪些期待？2月中下旬，中国信息协会市场研究业分会（CMRA）针对业内从业机构发起了新冠肺炎对市场调研行业影响的调查，试图探索以上问题答案。
- 本次调查从协会角度出发，通过定量调研方式，对新型冠状病毒肺炎疫情下市场调研行业和会员单位业务及经营的影响进行调查，了解会员单位的经营和发展情况，复工情况和应对措施，对政府帮扶政策的感知和期待等内容；同时通过对各区域的定性访谈，与会员企业负责人就当前疫情的影响和应对措施进行了深入交流。旨在共心协力，抗击疫情，帮扶会员企业尽快摆脱疫情的阴影，促进行业健康稳定发展。
- 本次调研通过线上定量问卷形式共计回收161份有效问卷。同时，通过电话定性访谈的形式访问了25位调研机构管理者。调研执行的时间为2020年2月18日-2月22日。
- 《新冠肺炎对市场调研行业影响研究报告》由CMRA审核修订后提交中国信息协会，并由CMRA对外发布。同时，本调研报告也将作为各地会员与政府机构、客户等沟通疫情对调研行业影响，获得相关方的理解和支持的资料。

### CMRA《新冠肺炎对市场调研行业影响》调研课题组

课题指导：

CMRA 赵新宇

课题执行：

北京品创 张弛

CMRA 翁瑞光

课题协助：

成都达智 陈伟

上海恒辉 欣雷

广州卓越 熊伟国

北京数字100 张彬

重庆立信 张鸿翔

# 核心摘要

## 新冠肺炎疫情给我国市场调研行业带来的影响：

- **总体上负面影响较为严重。**被调查的行业企业有25%的公司表示短期难以维持，甚至面临生存问题，58%的公司收入严重下滑；一季度营业收入下滑严重。半数公司营收下滑在50%以上，25%的公司下滑幅度在30%~50%；
- **2020全年营业额普遍预期降低。**44%的公司预期下滑幅度在30%以上，42%的公司预期营收下滑10%~30%；即使在采取应对措施后，截止2月22日，各受访公司的业务运营能力总体恢复依然较差。25%的公司运营完全停滞，40%的公司运营能力恢复不足20%；小微公司受影响显著高于大中型公司。
- **然则，市场总是机遇与考验并存，在被调查的企业中，有16%的公司（大中型为主）表示疫情负面影响不大，2%的公司表示疫情有正面影响（线上业务为主，疫情推动了线下项目转为线上项目）。**

## 人员开支负担重、项目需求下降是调研公司在疫情中面临的最主要困难

- 人员开支负担重（76%）、项目需求下降（73%）是面临的最主要困难；复工率低（42%）、项目减少、及线下执行受阻（45%）使得周转资金紧张（58%）、租金压力大（48%）等困难凸显；
- 复工率低使得人员成本加重。截止到2月22日，45%的公司有不足20%的员工进入办公状态；
- 多数公司有显著资金缺口，需要融资。51%的公司资金缺口在10%以上。

## 和团队及客户远程协作、改变运作方式是调研公司采取最多的疫情应对措施

- 远程办公、远程客户沟通是已经采取的最多的应对措施，其次是改变运作方式及推迟项目，且有25%的公司已经开始筹措资金以增加现金流；
- 计划采取的应对措施主要集中在开拓新业务上（84%）；其它主要提及（25%~30%）的措施有“改变运作方式”、“推迟招聘”、“考虑转型”及“筹措资金”。

## 调研公司最需要客户和上游机构的回款支持，对政府的帮扶政策集中在税收和社保层面。

- 客户：最希望从上游合作伙伴、客户方得到的理解和支持集中在“及时回款”（48%）和增加线上执行的比例（11%）；
- 政府：最需要来自政府的帮扶政策集中在税收层面。主要涉及“减免与房产或土地使用相关的税费”（56%）、及“发放稳岗补贴”（46%），“延期缴纳社保”（37%）等。

市场调研公司通过独立的数据采集和专业分析，为企业、政府机构提供科学决策所需的数据和洞察。调研行业小微型企业众多，遍布全国各地，是快速发展的现代服务业的缩影。本次调研的161家企业反映的问题，很大程度上代表了中国蓬勃发展的、人力资本驱动的现代服务业在疫情中面临的挑战。

## 综上，中国信息协会市场研究业分会（CMRA）向政府主管部门和行业上下游提出如下建议：

- **政府主管部门应重新审视劳动法，为弹性工作制提供更为宽松的条件。**疫情下，为了解决复工困难、项目需求下降，一些调研公司在采取远程办公的同时，和员工商定采取弹性工作制，基于实际工作时间进行薪资结算，减轻了公司负担，也保障了员工的就业机会。但是，按照劳动法，所有弹性工作制均需要提前经过劳动主管部门的审批。实践是创新的源泉，疫情是让僵化的法条适应实践的机会。
- **继续增加政府对第三方评估服务的采购，并从需求端推动更多线下评估业务转为线上。**本次调研的161家调研机构中，24%的机构以政府类的一手业务为主，传统上第三方评估服务以线下调查为主，疫情中应推动更多线下转为线上。
- **调研行业中的客户、研究机构、执行机构是一荣俱荣、一损俱损的命运共同体。**在此艰难时刻，我们呼吁：让项目资金流这一企业血脉尽快恢复，客户方和研究机构均尽快支付合作机构款项，确保产业链最下游、承压最大的机构能活下去。
- **远程办公解锁了人力资源和办公场地、甚至公司品牌间的锁定关系。**可以预期，随着北上广等一线城市日益高昂的生活成本和疫情后对流动人口的强化管理，远程协作下的人力资源将会成为常态。行业上下游需要在培训和标准方面积极作为，推动人力资源的共享。
- **疫情正在推动研究和执行机构改变作业方式，业内机构需要积极投入、适应新环境。**例如定性研究正在扩展到线上、基于企业内部数据的洞察服务日益重要等，唯有快速学习、迅速行动，才能把握住疫情下的新机会。

# 新冠疫情给市场调查行业带来影响较大

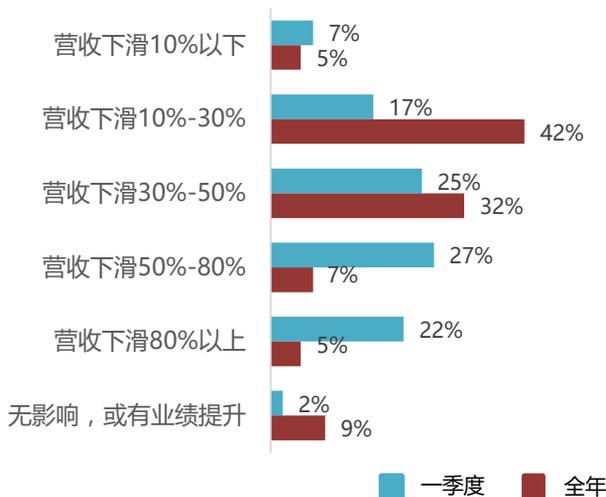
“上游客户业务萎缩，回款周期变长，甚至难以回款，导致资金紧张。线下业务全面停滞，营收大幅下滑。疫情带来的恐慌情绪蔓延，复工遥遥无期，居家办公效率低下。供应链中断，复工也无所可做。” -----重庆企业

- 新冠肺炎的发生对行业的冲击很大。25%的公司短期将难以维持甚至面临生存问题，58%的公司收入严重下滑。还有16%的机构表示负面影响不大，多为大型机构，2%表示有正面影响的多为线上调研机构。



疫情对贵单位的总体影响程度如何？样本量：161

## 疫情对企业营收的影响



- 受疫情影响，一季度企业营业收入下滑比较严重；49%的公司营收下滑在50%以上，25%的公司下滑幅度在30%~50%；其中“分包业务，线下执行为主”的公司一季度“营收下滑80%以上”的比例明显高于一手业务为主的公司；
- 疫情影响也导致企业普遍对2020全年营业额预期降低；44%的公司预期下滑幅度在30%以上，42%的公司预期下滑10%~30%；“分包业务，线下执行为主”、及“政府类的一手业务为主”的公司营业额下滑在10%~30%范围的比例明显高于其它两类业务类型公司；

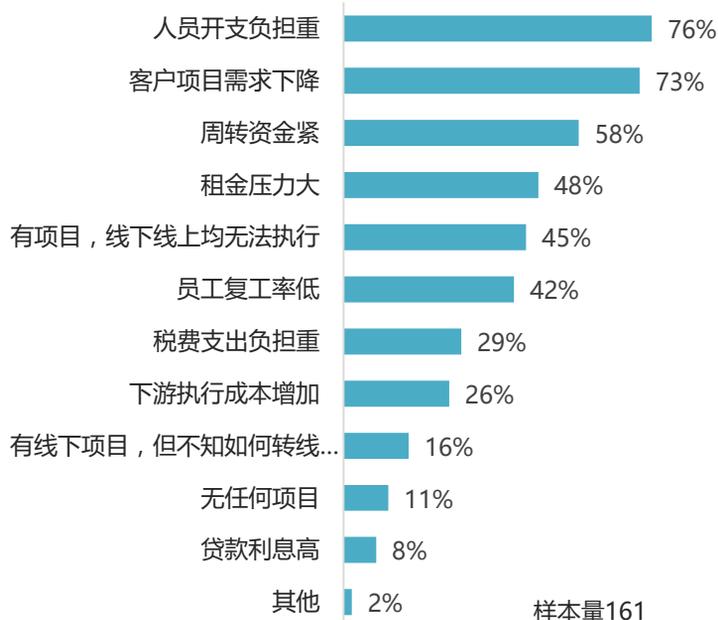
- 截至到2月22日，各公司业务运营能力总体恢复依然较差，25%的公司运营完全停滞，54%的公司运营能力恢复不足40%；华中地区43%的公司运营完全停滞，比例显著高于其它地区企业；
- 56%的“分包业务，线下执行为主”的公司运营能力恢复不到20%，明显高于其它业务类型公司；

“因97%的业务都暂停了，导致营业额下滑。第一个季度里只有1月份业务是正常开展，2月份业务基本暂停，3月份还是未知情况。年（春节）前已经确定好一些项目，只等年后开展，结果年后因疫情带来的影响无法正常开展。” ---乌鲁木齐企业

# 市场调研机构面临项目需求减少，运营成本重的双重压力

- 市场调查行业的企业往往是轻资产重人力的中小型企业，调查发现“人员开支负担重”（76%）、“项目需求下降”（73%）是当前各个企业面临的最主要困难。

## 目前面临的困难



- “分包业务、线下执行为主”的公司在“人员开支负担重”（85%）、“客户项目需求下降”（82%）、及“无项目”（18%）方面遇到的困难显著高于其他业务类型公司。

- “企业客户类的一手业务为主”的公司在“租金压力大”（61%）方面遇到的困难明显高于其他业务类型公司。

“没复工，也要正常发工资，就是无收入、但有支出，压力大。客户没上班，没有新的业务可能，没有新的营业额，应收账款也延迟了，只能靠储备资金维持，感觉压力大。如果从短期来看没有大问题，但从长期来看，还是有一定影响”

-----西安企业

“政府项目无法执行，公司处在挂牌阶段，公司人多成本高，无法消化。业务什么时候恢复有很大不确定性，压着一千多万的单子不能做。疫情对收入影响不大，然而等7-8月开始执行的时候成本会上升很快，对利润的影响很大。”

----北京企业

“湖北分公司全部停止，浙江公司员工只有10%在本地，其余员工困在外地，复工率低。客户业务缩减，年前确定的项目推迟或改为线上执行，本地业务全部暂停。无客户按照正常时间汇款，资金紧张。年前招聘的员工无法入职，可能导致前期招聘成本浪费。”

-----杭州企业

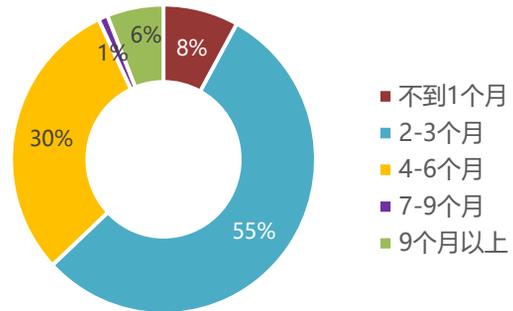
# 疫情下6成调研机构的现金流能够支持3个月

对中小企业而言，现金流状况是企业生存状况的晴雨表。本次调查发现目前多数市场调查公司存在现金流不足的问题，62%的公司现金储备可以支持3个月以内；现金流可以支持7个月以上的公司占7%。

*“原因其实主要还是来源于本次疫情造成的客户隔离，导致市场萎缩，基本上线下业务已经在这个期间中断，营收急速萎缩，现金流压力增大。疫情在短时间内无法恢复，客户心态也需要调整。”——成都企业*

如果已签订的项目合同正常回款，那么即使没有新项目确认，约一半的企业现金流能支撑4-9个月；18%的企业能支撑9个月以上。因此，加快项目回款是业内自救的最有效途径。行业上下游均应为此努力。

现金储备可以维持的时间

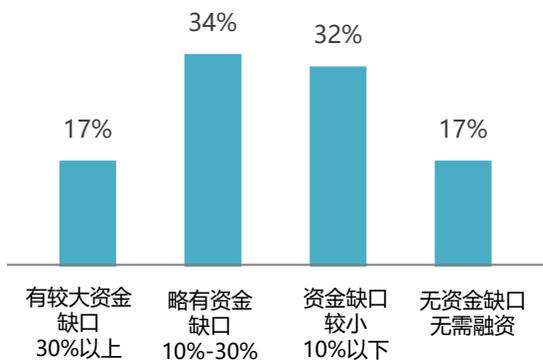


样本量161

**假设已完工项目回款和支付都正常，请问在没有新款项进来的情况下，贵单位的现金流可以支持多长时间？**

2-3个月	32%
4-6个月	39%
7-9个月	11%
9个月以上	18%

资金缺口情况



样本量161

- 八成以上的公司有资金缺口。51%的公司有大于10%的资金缺口；17%的公司资金缺口在30%以上，表示急需融资；
- “分包业务，线下执行为主”的公司中“有较大资金缺口（30%以上）急需融资”的比例显著高于其它类型的公司；

# 企业维持运营需要保持固定成本投入，员工复工率需提高

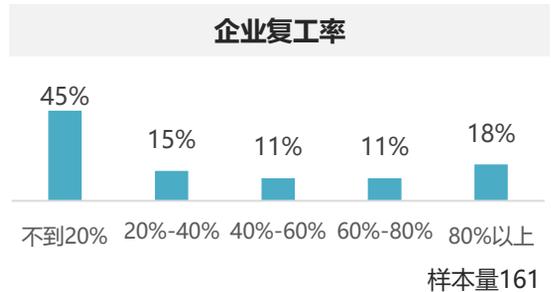
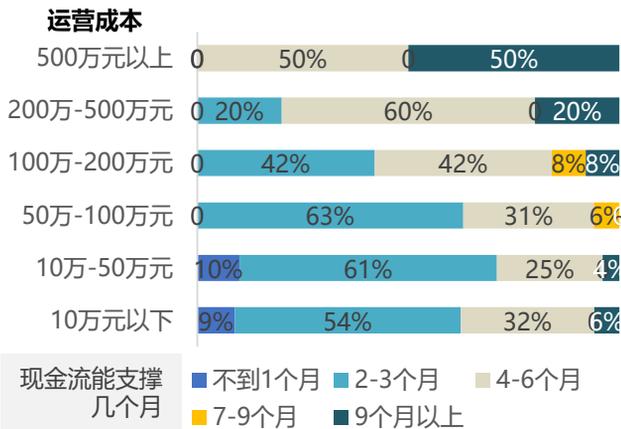
虽然项目延迟或取消，各公司维持运营仍需投入固定成本。总体平均每个月的固定运营成本超过50万元。

贵单位每月的固定运营成本 (人员费用、房租等管理费用, 不包括项目成本) 大约是多少?	总体	分包业务线下 执行为主	分包业务线上 执行为主	政府类的一手 业务为主	企业客户类的一手 业务为主
样本量	161	71	8	39	43
10万元以下	34%	47%	50%	21%	21%
10万-50万元	45%	49%	13%	59%	30%
50万-100万元	10%	1%	25%	10%	21%
100万-200万元	8%	3%	13%	3%	19%
200万-500万元	3%	0	0	5%	7%
500万元以上	1%	0	0	3%	2%
<b>平均 (万元)</b>	<b>52</b>	<b>25</b>	<b>46</b>	<b>62</b>	<b>91</b>

月固定运营成本少于50万元的小型公司承受的现金流短缺的压力明显大于大、中型公司；支撑不足1个月的公司全部是此类公司；在仅可支撑2~3个月的公司中，此类公司占比82%；

企业维持固定投入的同时员工复工率需提高

- 截止到2月22日，45%的公司其进入办公状态的员工比例不足20%；华中地区受疫情影响最大，75%的公司复工率不足20%；
- 分包业务线下执行为主的公司复工率较其它业务类型的公司低，59%的此类公司复工率低于20%。

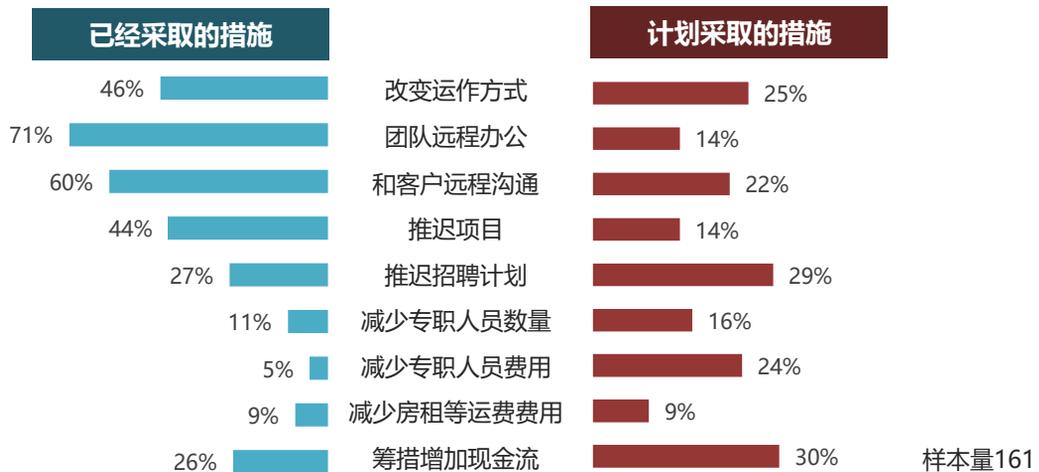


“收入大幅度减少而经营成本依然不低，导致一季度一定亏损严重。团队管理难度加大，员工心态以及工作效能难把握。对客户提供的服务质量难掌控。”——成都企业

“员工工作状态涣散，工作沟通、安排、落实到位，工作效率低、效果难以保障。客户提出紧急需求时，公司资源调动困难。企业成本压力大，投入与产出不成正比。”——重庆企业

# 和团队及客户远程协作、改变运作方式是调研公司采取最多的疫情应对措施

- 远程办公、远程客户沟通是已经采取的最多的应对措施，其次是改变运作方式及推迟项目，且有26%的公司已经开始筹措资金以增加现金流；
- 计划采取的应对措施主要集中在“开拓新业务上”（84%）；另外有29%的企业“考虑转型”。



- 在已经采取的措施上，“企业客户类的一手业务为主”的公司实施“团队远程办公”（81%）、“和客户远程沟通”（74%）的比例显著高于其它类型公司。

“员工远程办公，一起培训学习、总结，梳理规范化文件，蓄势待发，提高组织凝聚力。和客户保持沟通，了解客户随着疫情变化的需求，以便做出积极应对。现金流不足，自行筹措度过难关。”

-----重庆企业

“开源节流的思想，对内压缩开支，除核心岗位外以往的全职访问员数量压缩，对外思考转型来开源。我们是传统企业，虽然在科技领域有些应用，但是在这次疫情面前明显显得束手无策。在自媒体样本库的建设和信息化建设上着力发展。”

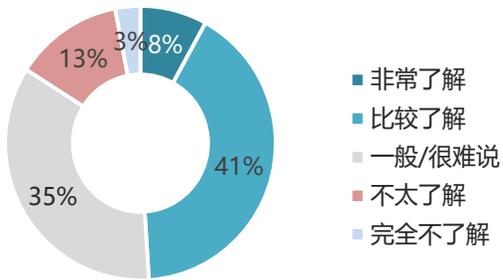
-----杭州企业

“为了让公司组织架构能保持完整，让团队有粘性，让这支队伍能保持下来。对内，让大家感觉这个团队是存在的，等疫情结束后，可以直接投入到业务中。对外，保持与客户的沟通，了解客户动态，一起探索在疫情之下是否有新的思路，等待疫情结束后，可以一起做更多的事情。从当下情况来看，被迫改变运作模式，更多的是从线下转为线上运作。”

---西安企业

# 调研机构对政府帮扶政策了解程度一般，政策滴灌需要深入小微企业，还需更加精准

对政府帮扶政策的了解程度

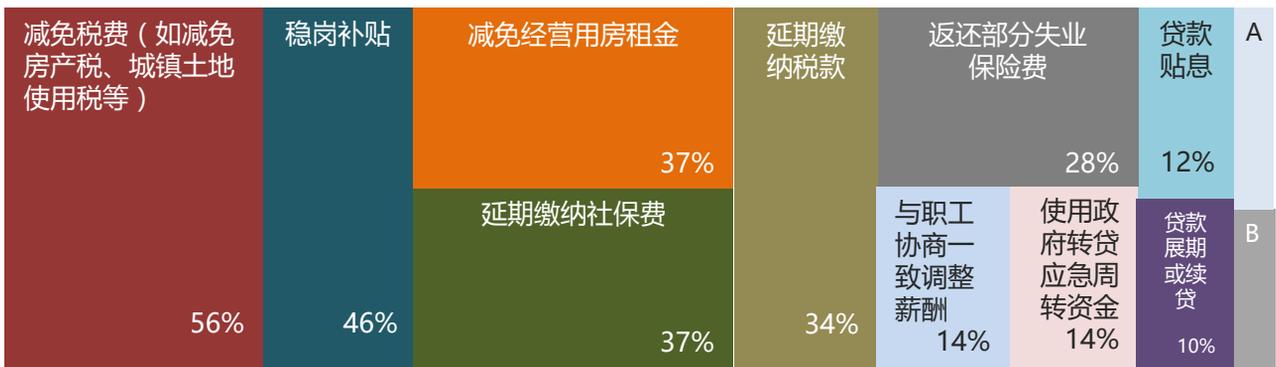


样本量161

调研机构对当地政府的帮扶政策了解程度一般，表示“一般”和“不了解”的占51%。

- 华中地区相对了解程度不如其它地区高。该地区企业选择“不太了解”及“完全不了解”的比例为25%，明显高于其它地区。
- 20~40人规模的公司表示对政府帮扶政策“了解”的显著高于10人以下规模的公司；

在企业期待政府提供的帮扶政策方面，当前调研机构最需要的帮扶政策集中在税收减免（56%）。“发放稳岗补贴”（46%），“延期缴纳社保”（37%）、“减免经营用房租金”（37%）、及延期缴纳税款（34%）也有较多提及。



注释：

A-办理因疫情导致未能按时履约交货的不可抗力事实证明 6%；

B-用电用气用水价格优惠 4%；

样本量161

# 除了政府政策支持，调研机构也对同行、上游客户及协会提出了建议和期望

## 对同行企业

### 积极应对、充满信心、合作互助

受访企业对同仁的建议和期望主要集中在传统业务转型升级、与行业领先企业的合作互助、加强培训多练内功三个方面

“大家彼此间需要更多合作、共享。行业大佬站出来，带领大家一起共度难关。”  
-----北京企业

“传统调研行业要借此转型升级 艰难时期保住现金流是主要的，需要放手，发挥每一个管理者的聪明才智，与企业共渡难关。” -----合肥企业  
“疫情期间，项目基本停滞。但是根据市场需求情况，在疫情结束后，政府和客户或有更多的项目需求。目前加强企业员工学习和充电，做好充分的准备。” -----天津企业

## 对上游伙伴/客户

### 灵活务实、互惠互利、尽快回款

最希望从上游合作伙伴、客户方得到的理解和支持集中在项目执行层面。提及最高的是“及时回款”（48%），其次是增加线上执行的比例（11%）

“期待已完成项目上游合作伙伴能及早结算费用，让我们有充裕子弹冲到下一关。对未来的调研方式可能发生的改变能及早沟通，让下游供应商能同步改变。” -----杭州企业

“诚信、互利、做实事、不折腾。及时回款，保证上下游良性运转。”  
-----南昌企业

## 对协会(CMRA)

### 培训分享、技术支持、协调沟通

对协会的支持需求项目多且分散，相对最集中的需求包括“提供培训、技术支持”（19%）及“出面沟通客户要求及时付款或缩短回款周期”（12%）



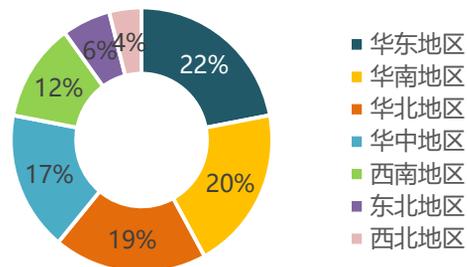
“第一，协会是平台，会员的状况在平台上有信息共享，了解各地执行的情况，政策是不允许执行，还是半松动状态。便于公司设计执行地的时候了解情况。第二，对于各地公司需要什么，也可以共享，便于内部互帮互助。”  
-----杭州企业

## 受访企业背景情况

本次调研回收的161个企业样本来自全国七大地理区域、覆盖不同的企业规模和业务类型

- 覆盖区域上，华东地区的样本占22%，华南地区占20%，华北地区19%，华中地区17%，西南地区12%，东北地区6%，西北地区4%

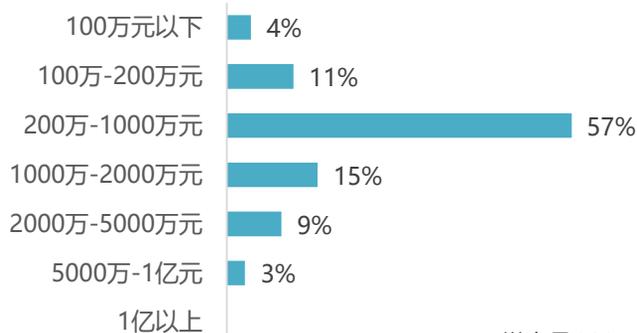
企业所在地区



样本量161

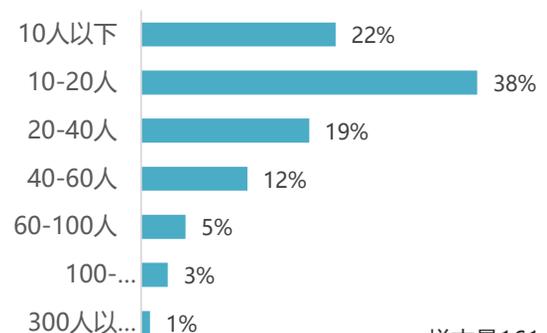
- 企业规模上，38%的受访企业专职员工数量在10-20人；10人以下的占22%；20-40人的占19%；40人以上占21%。
- 57%的受访企业2019年营业额收入在200万-1000万元，1000万-2000万元的占15%；200万元以下的占15%；2000万元以上的占14%。

年营业收入



样本量161

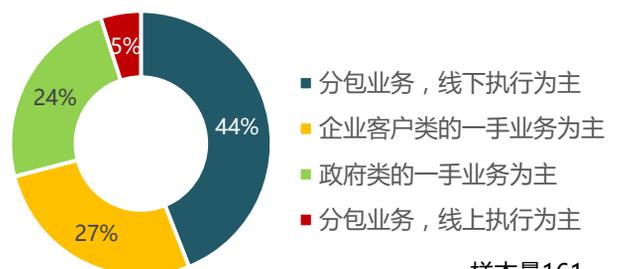
员工人数



样本量161

- 业务类型上，“分包业务，线下执行为主”的企业占44%；“企业客户类的一手业务为主”的企业占27%；“政府类的一手业务为主”的企业占24%；“分包业务，线上执行为主”的企业占5%。

企业主要业务类型



样本量161