CMRA
数聚力量 智汇洞察

2024年
中国市场洞察行业发展趋势报告

中国信息协会市场研究业分会 （CMRA）
2025年6月

2024 发布版

FOREWORD

前言

《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的重要历史性资料。多年来，本调查报告已经成为我国市场调查行业发展过程中重要的信息参考依据和指南。

2025年，CMRA继续沿袭以往的调查方法，针对上一年度（即2024年）从事市场调查的行业企业进行了调查。调查采用在线调查的方式进行，为了保障数据安全，本调查采用CMRA专用的调查系统，此系统只服务CMRA发布的调查项目。

本年度的行业调查从2025年3月25日至4月30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111份。《2024中国市场调查行业发展趋势报告》将在"中国市场研究行业2025年度峰会"上面向社会、行业权威发布，让更多的人了解我国当前市场调查行业发展现状，为行业发展提供数据参考。

因CMRA的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。

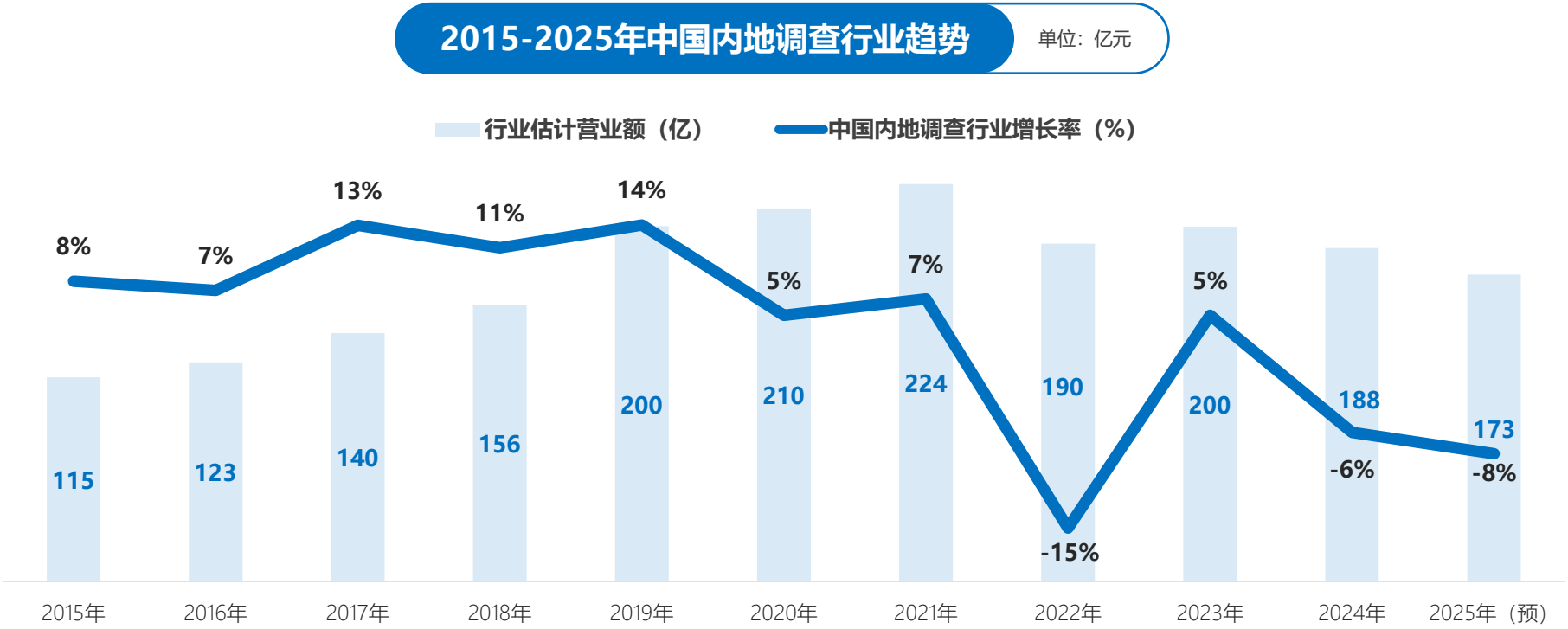
感谢参与本年度调查的所有会员/非会员和需求方单位。特别感谢CMRA各区域工作副会长单位：库润数据、赛立信数据、达智数科、数字一百、经典调查；学术工作委员会 ：品创方略为此次调查提供的区域数据和研究分析支持；标准与规范工作副会长：零点数据提供报告排版和美化支持。

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。

说明：此次发布为摘要版本，
如需完整报告，请联系协会秘书处。
联系人：李宁 联系方式：010-64087451

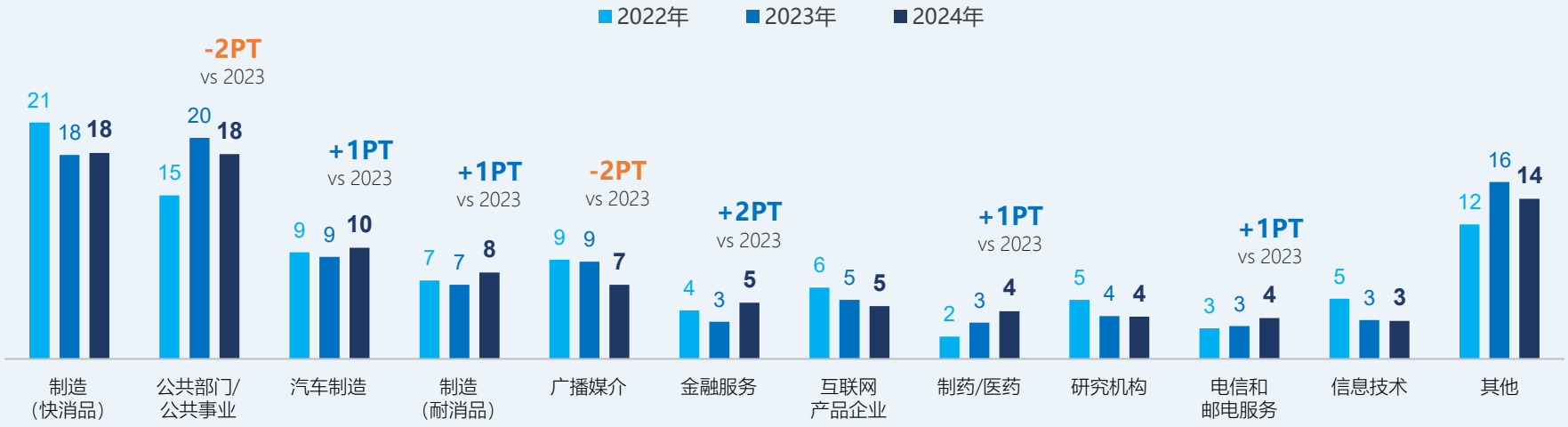
谢谢!
CMRA秘书处
2025年06月

2024年中国内地调查行业规模约为188亿元
较2023年下滑了6%左右



分行业看，快消和公共部门/公共事业继续是市场主要支柱
受政府财政支出紧缩影响，2024年公共部门/公共事业占比下降
汽车、耐消品、金融和制药等商业类项目占比回升

2024年调查行业客户类型营业额分布 (%)

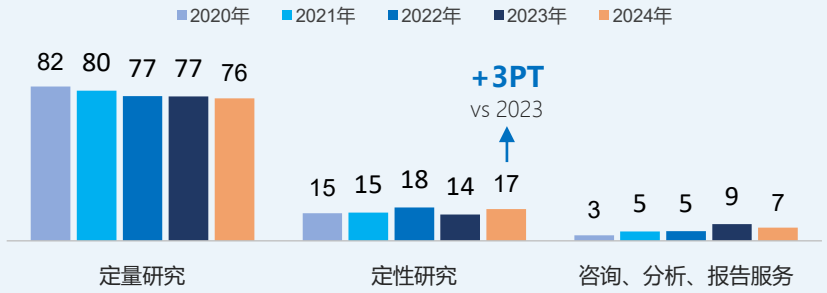


*备注：
公共部门：包括中央和地方政府，党政部委
房地产：含住宅、商业地产、旅游等

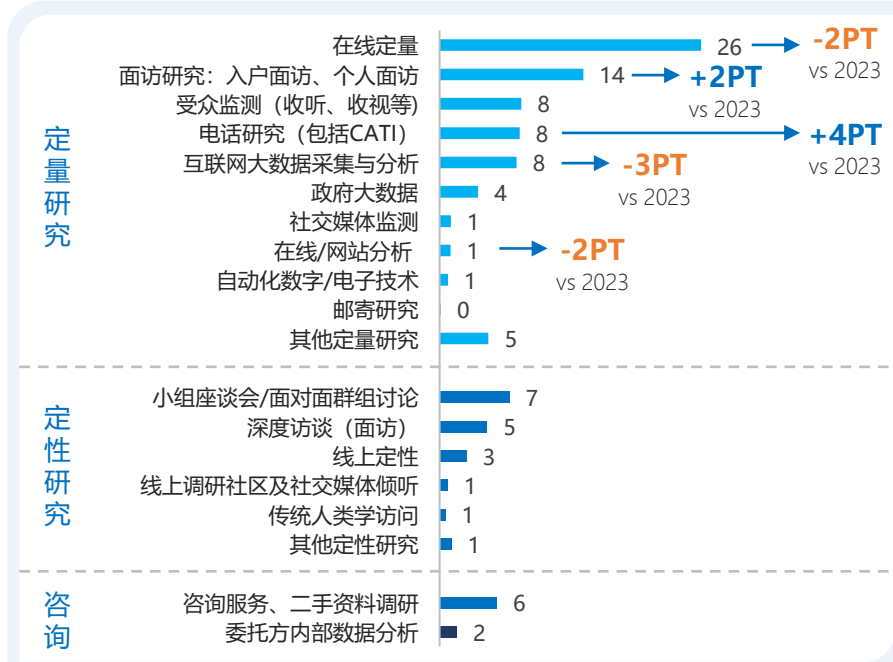
Q5. 请问贵单位在2024年的总营业额中，若按客户的类型细分，来自以下各种类型的客户的营业额估计分别占了多大的比例？

定量研究依然是市场调查最主要的研究方式
与2023年相比，面访、CATI传统调研方式应用占比提升，在线定量、互联网大数据采集与分析有所下降

调查行业研究方法分布



	中国内地 2024年	ESOMAR 2023年	亚洲	欧洲	北美	拉美	中东	非洲
定量研究	**76**	**70**	72	76	62	70	72	69
定性研究	**17**	**14**	15	11	16	18	21	29
其它	**7**	**16**	13	13	22	12	7	2



*备注
- **政府大数据**：例如党政机关部委、工商税务交通航空等
- **在线网站分析**：包括网站内容监测、数字化监测、CRM分析等
- **线上定性**：线上座谈会，BBS论坛，手机人类学，手机日记等

单位 %

Q6. 请问贵单位在2024年的总营业额中，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？

2024年有24%的调研企业运作了海外执行项目，70%的企业海外执行项目的营业额有所增长，服务国内出海企业仍是业务亮点

在参与调研的111个市场调研机构中
有海外执行项目的有27个

海外执行项目变化情况

70%
企业表示海外执行项目营业额有所增长

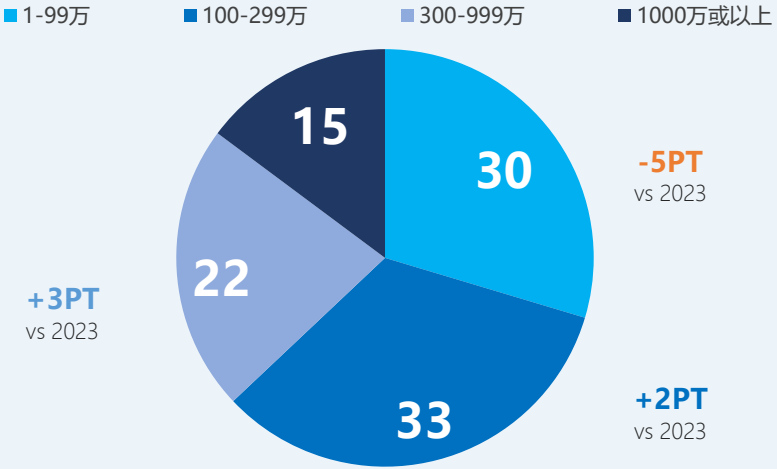
15%
企业表示海外执行项目营业额有所下降

海外执行项目营业额占比 (%)

海外执行项目的年度营业额上升：

5%
2024年营业额100万元以上的企业占比提升

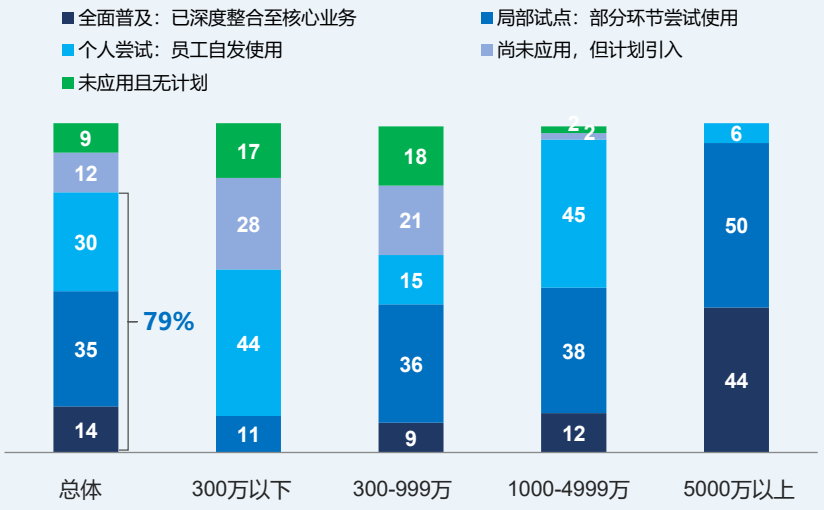
4家企业
2024海外营业额在千万元以上企业，与2023年持平



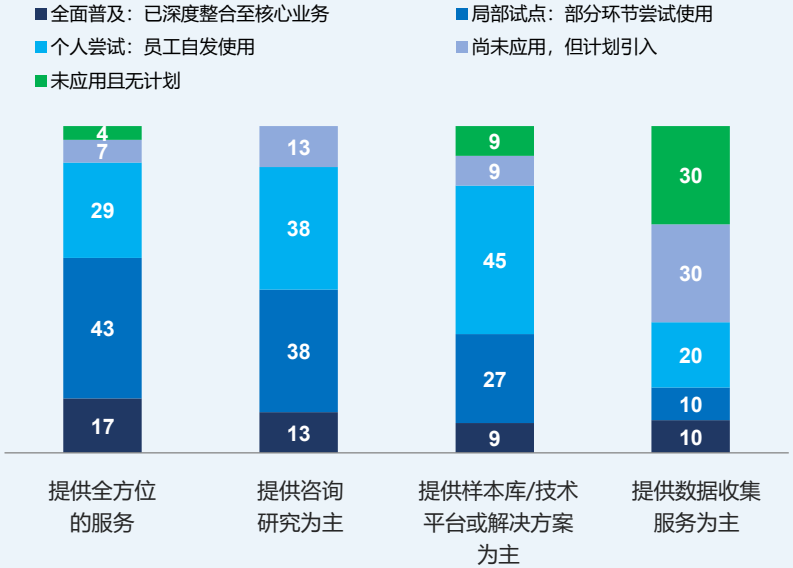
A1. 贵单位2024年海外执行项目(指国内企业委托在大陆地区外执行的项目）的营业额？A2. 贵单位2024年海外执行项目的变化？

人工智能在行业中的应用总体非常积极，80%企业有应用
其中以个人和局部环节试点为主. 5000万营业额以上大型企业、服务范围涵盖研究的公司更倾向于在人工智能应用上重点投入

不同营业额企业人工智能应用情况 (%)



不同服务类型企业人工智能应用情况 (%)



A10. 请问贵单位在市场研究业务中，对人工智能技术的应用处于以下哪种阶段？[单选]

市场调研公司面临的问题中，项目产出高、客户需求难把握和大数据冲击市场等外部压力提升，而雇员成本、人才短缺等内部压力有所改善

传统客户（甲方）市场预算减少
97%

项目产出要求提高，需要花更大的时间和人力投入
84%
+6PT vs 2023

客户需求难以把握，变化快，要求高
77%
+9PT vs 2023

境外（含港澳台）客户资源减少
28%
+5PT vs 2023

中国宏观经济的发展大环境
93%

大数据及相关领域发展冲击传统市场研究
72%
+8PT vs 2023

国家相关政策法规的颁布、落实和监管
50%

行业内部恶性竞争，价格越压越低
94%

企业税负较重（含重复征税，五险一金等）
66%

-4PT vs 2023
企业内部管理难以推动变革
41%

-8PT vs 2023
雇员成本提高（工资待遇等）
77%

执行难度增加，数据收集面临诸多限制挑战
75%

人才短缺，找不到合适的市场研究人才
59%

-3PT vs 2023
项目时间紧张导致员工压力大加班多
57%

人才流失问题
39%

C2. 总体来讲，2024年贵单位面临的挑战有哪些？[多选]

CMRA
数聚力量 智汇洞察

2024年数据洞察行业需求方调研报告

发布版

中国信息协会市场研究业分会 （CMRA）

2025年6月

调研背景

调研背景： 本次数据和洞察的需求方调研是中国信息协会市场研究业分会，对需求方调研服务的购买和使用情况及变化进行的调研，为行业提供参考

调研目标： 调研中国市场需求方的现状、趋势和挑战

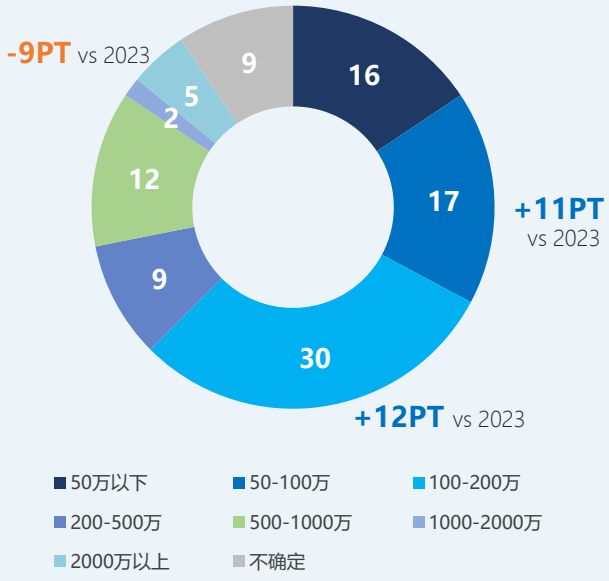
调研方式： 在线问卷调查

调研时间： 2025年3月25日-4月30日

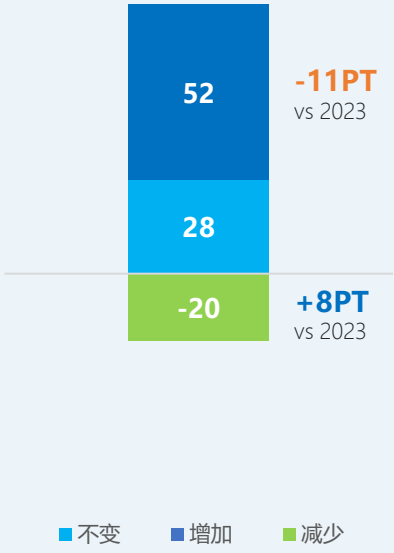
样本要求： 购买、使用和发起研究/洞察的品牌公司、咨询公司和广告与传播咨询公司

约1/2需求方项目数量增加了，但用于洞察的预算增加比例仅4成，需求方内部面临用相同或更少的预算做更多项目的挑战；与2023年相比，2024年洞察项目数量和预算呈现双降态势

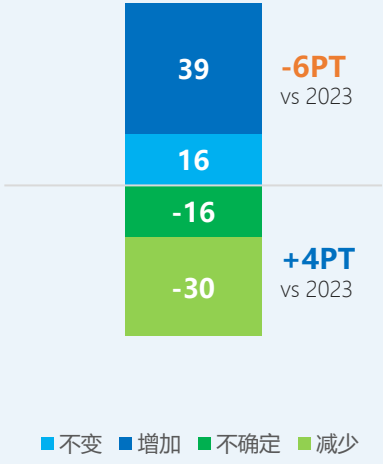
年度洞察支出占比（%）



2024年项目数量变化（%）



2024年度预算变化（%）



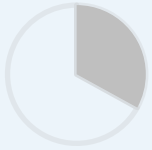
Q20. 贵司每年的研究/洞察支出为？[单选] Q8a.与2023年相比，2024年您所参与的项目数量是增加了还是减少了？[单选] Q9a. 与2023年相比，2024年贵司用于研究/洞察的预算是增加还是减少了？[单选]

53%的受访需求方表示内部完成比例增加，但趋势较上年减缓
外部完成比例占3成

内部完成：63% （+8PT vs 2023）

内部完成比例变化

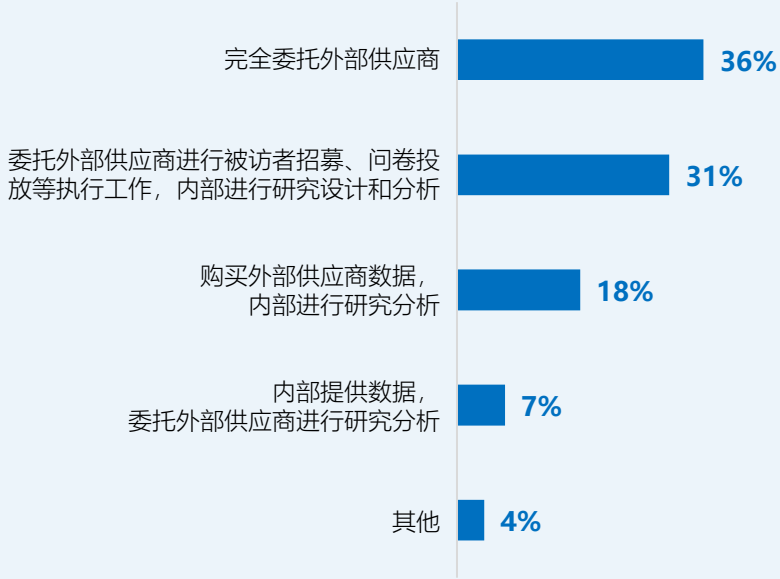
53%
增长
-16PT
vs 2023



33%
不变
+15PT
vs 2023

8%
下降

外部完成：32% （-7PT vs 2023）



*加总<100，因不确定的占比3%

Q4. 在过去12个月，贵司的研究/洞察项目中，大约有多大比例是公司内部自己完成的，有多大比例是委托外部供应商或者和外部供应商合作完成的？ Q5.在过去12个月，贵司委托外部供应商或者和外部供应商合作完成的研究/洞察项目中，不同合作方式的占比是怎样的？Q6.在贵司，公司内部自己完成的研究/洞察的比例是在增加还是减少？[单选]

团队的专业服务水平、数据质量和价格依旧是需求方选择外部供应商主要考虑因素。5000人以上大型公司对于供应商创新的洞察方法或技术工具有更高要求

选择供应商的考虑因素（%）

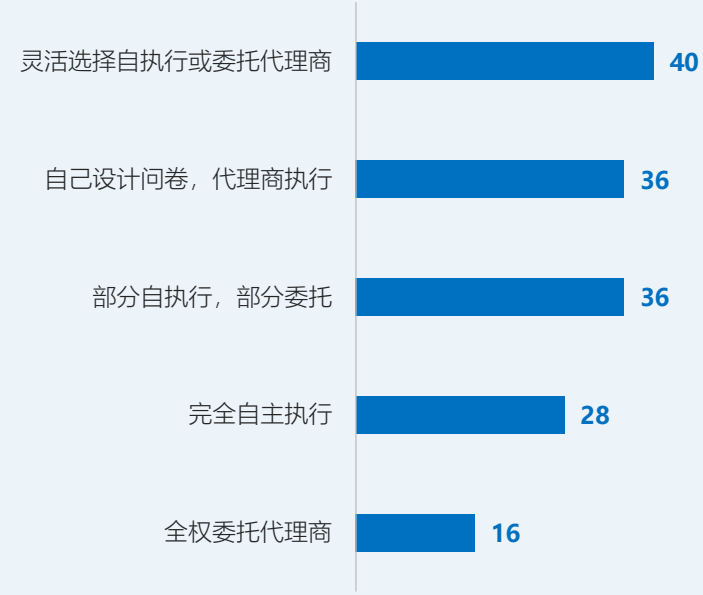
企业总体人员规模

	1000人以下	1000-4999人	5000人及以上
团队的专业服务水平	78	79	82
数据质量	83	68	65
价格	70	63	47
创新的洞察方法或技术工具	30	47	65
行业声誉	57	26	41
在我公司的行业有丰富经验和资源	39	37	53
洞察领域的影响力	43	16	29
被我方决策者认可的资深研究人员	26	16	24
有我方认可的定性团队/主持人	9	21	29
与我公司有长期合作关系	30	16	18
全球性机构	4	5	6
公司规模	4	5	6

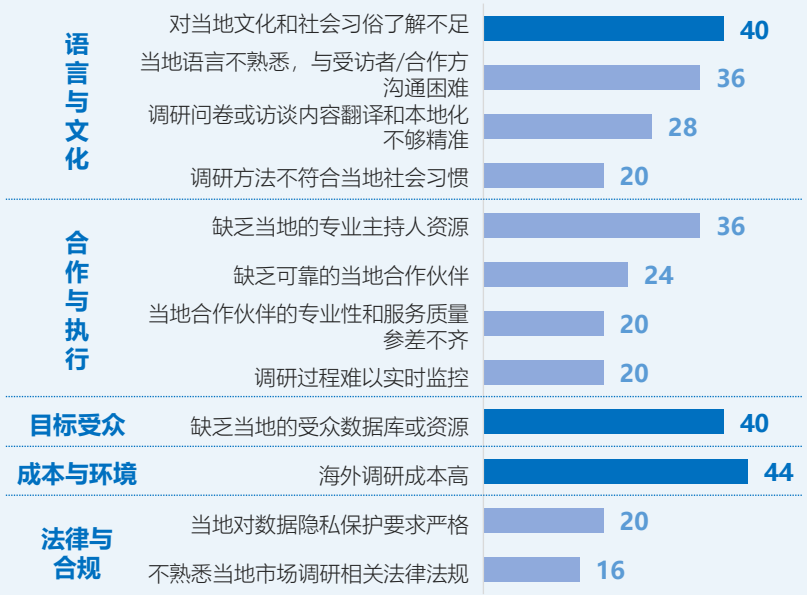
Q14. 贵司选择乙方合作伙伴或供应商的关键考虑因素有？[多选]

海外调研项目执行方式相对灵活，在研究设计和执行上内部参与度较高；出海项目的挑战上，对当地文化和社会习俗了解不足、缺少当地用户资源、调研成本高位列前三

海外调研项目的执行方式



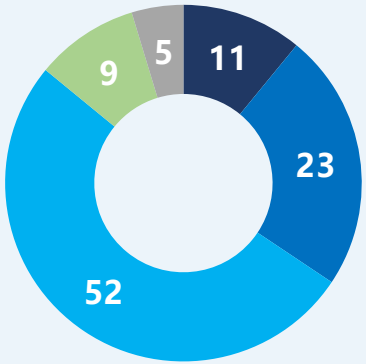
海外调研项目的困难或挑战



Q23. 贵公司在执行海外市场调研项目时，主要采用以下哪种执行方式？[多选] Q24. 请问贵司在2024年海外执行项目时，遇到了哪些困难或挑战？[多选，最多5项]

人工智能在需求方的应用总体较积极，超过80%企业有应用，其中以个人和局部环节试点为主。使用方式上，除了主流的在线联机直接使用外，约40%企业进行了本地化部署

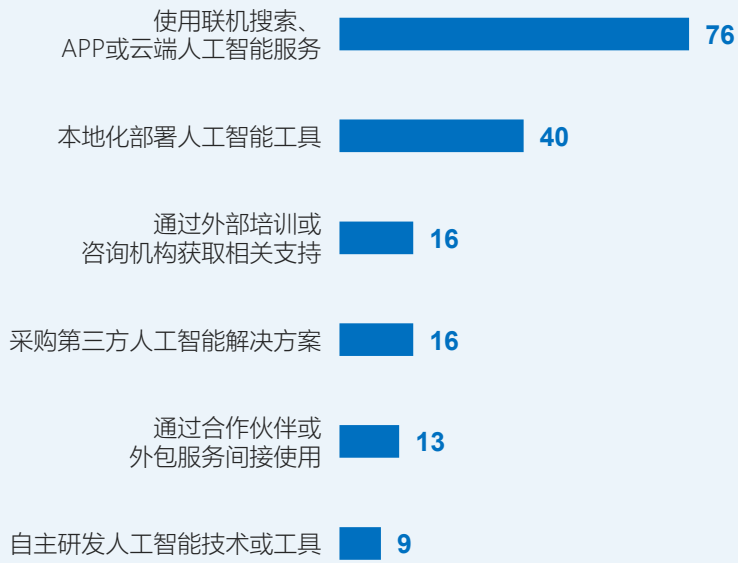
人工智能应用情况（%）



- 全面普及：已深度整合至核心业务
- 局部试点：部分环节尝试使用
- 个人尝试：员工自发使用
- 尚未应用，但计划引入
- 未应用且无计划

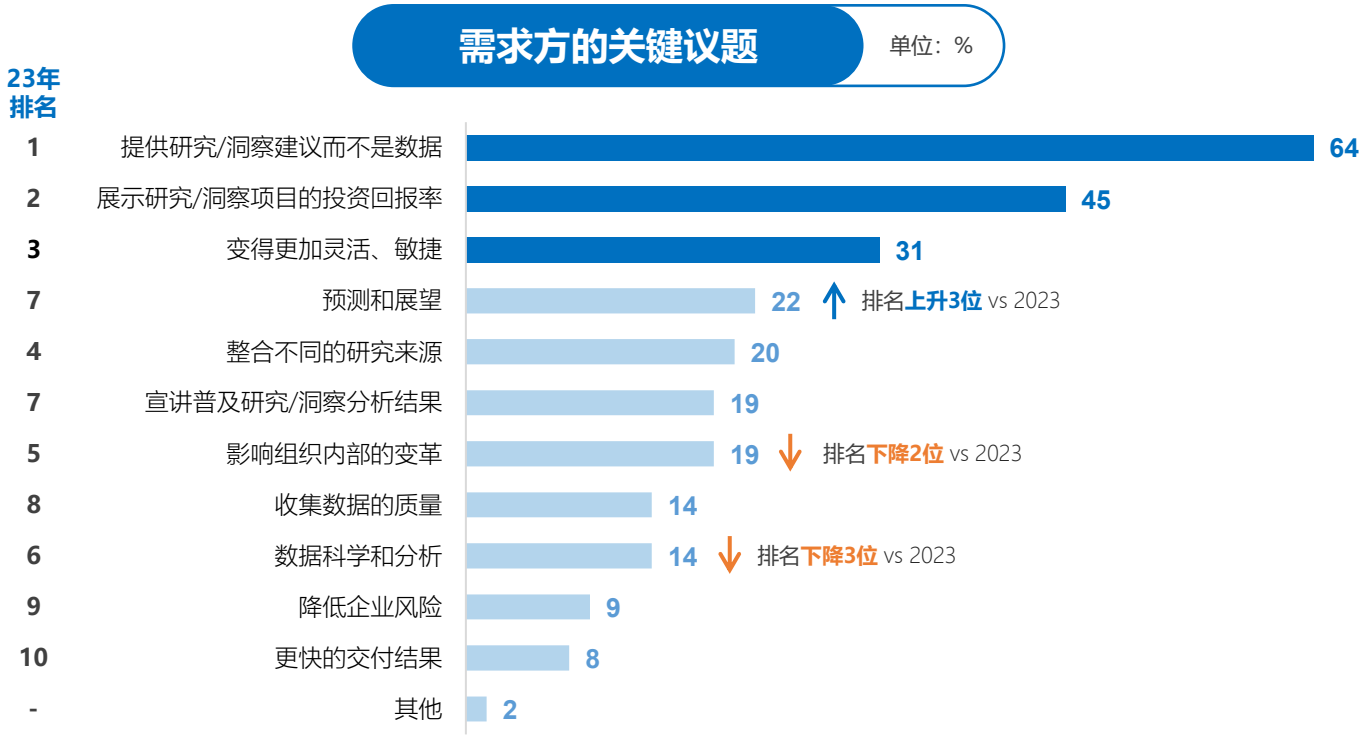
需求方对人工智能的应用积极性弱于调研企业，全部普及/局部试点比例39%（低于调研行业的比例49%），更多为个人尝试为主

人工智能使用方式（%）



Q25. 请问贵司在市场研究业务中，对人工智能（AI）技术的应用处于以下哪种阶段？ [单选] Q26. 请问贵司在市场研究业务中，主要通过哪些方式使用人工智能？[单选]

需求方的关键议题方面，提供洞察建议而不是数据、展示研究/洞察项目的投资回报率和变得更加灵活敏捷仍排名前三。与2023年相比，预测和展望的需求提升明显



Q16. 以下哪些是贵司目前在研究/洞察方面面临的关键议题？[多选，最多选3项]

CMRA
数聚力量 智汇洞察

感谢关注！

中国信息协会市场研究业分会 （CMRA）

2025年6月