



CMRA

数聚力量 智汇洞察

2023年中国市场调查行业发展趋势报告

- 完整版 -

中国信息协会市场研究业分会 (CMRA)

2024年6月

前言

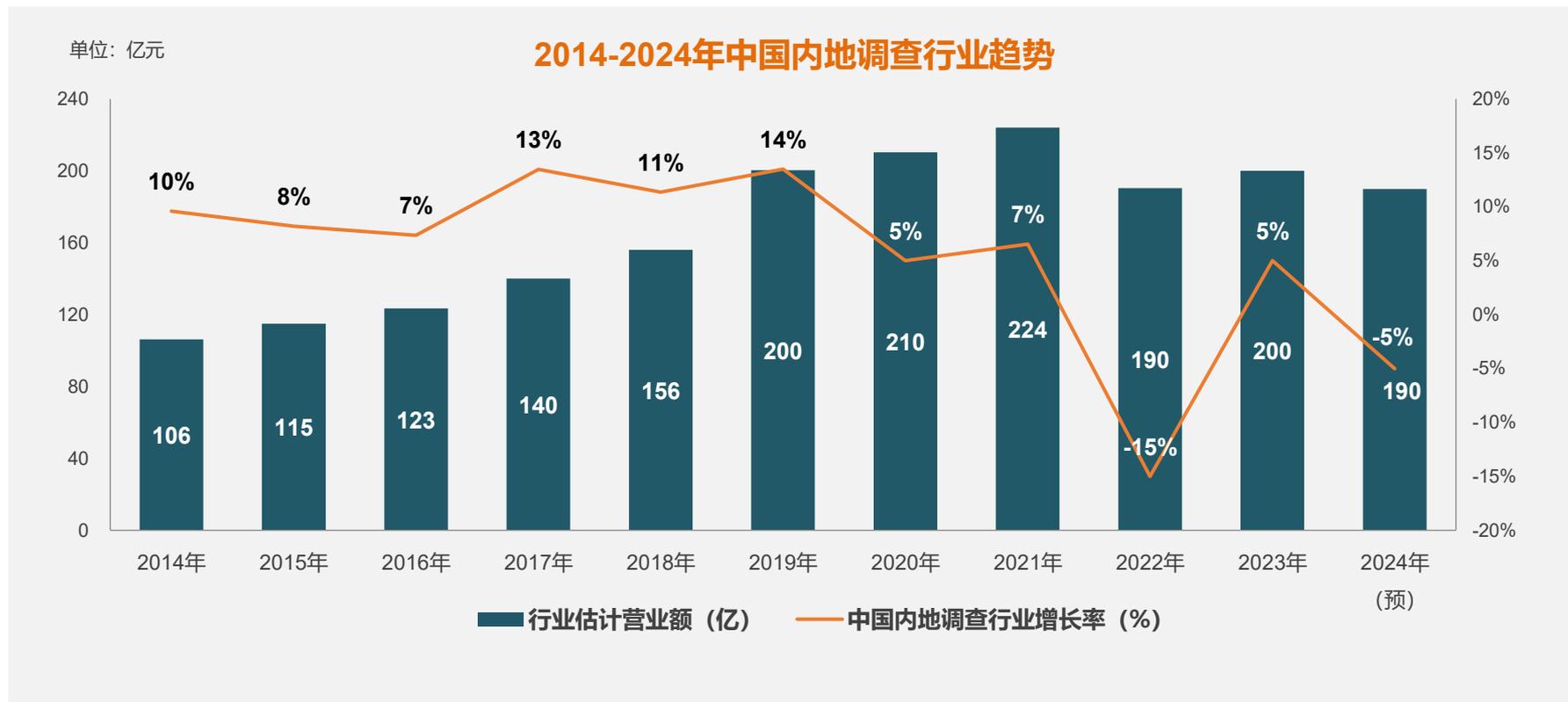
- 《中国市场调查行业发展趋势报告》是了解我国市场调查行业发展情况的重要历史性资料。多年来，本调查报告已经成为我国市场调查行业发展过程中重要的信息参考依据和指南。
- 2024年，CMRA继续沿袭以往的调查方法，针对上一年度（即2023年）从事市场调查的行业企业进行了调查。调查采用在线调查的方式进行，为了保障数据安全，本调查采用CMRA专用的调查系统，此系统只服务CMRA发布的调查项目。
- 本年度的行业调查从2024年4月15日至5月20日，面向行业从业企业和CMRA会员单位进行数据采集。在会员单位的积极参与和支持下，本次调查共回收有效问卷105份。《2023中国市场调查行业发展趋势报告》将在“中国市场研究行业2024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。
- 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。

谢谢!

CMRA秘书处

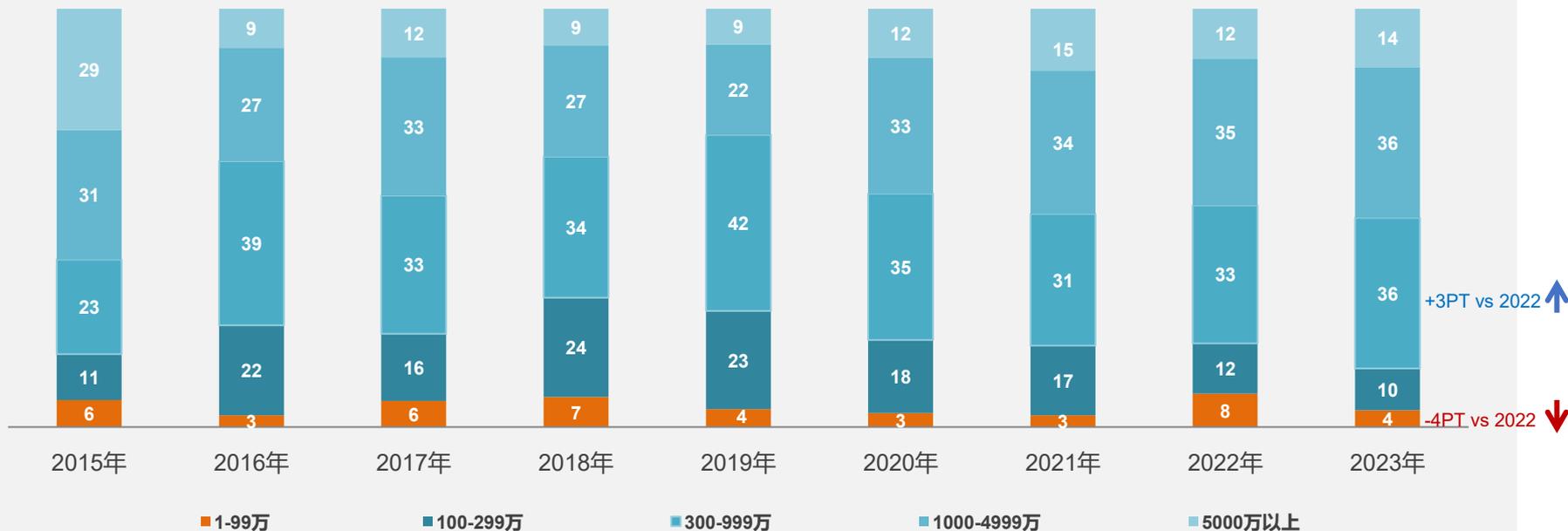
2024年06月

2023年中国内地调查行业规模约为200亿元，行业出现复苏势头



受调查的企业总数量中，300万营业额以上企业占比近9成。值得注意的是，300-999万营业额企业占比提升3个百分点

2015-2023年调查研究公司营业额状况



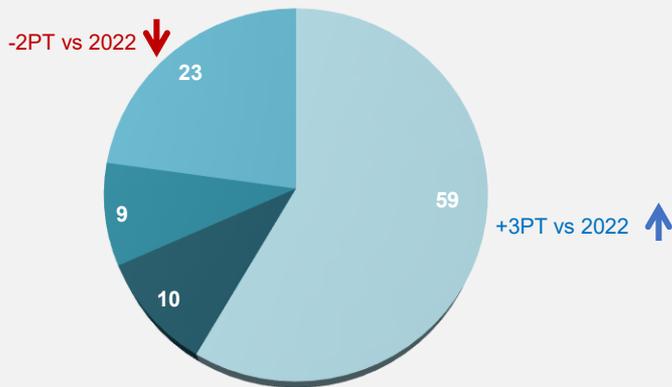
+3PT vs 2022 ↑

-4PT vs 2022 ↓

单位 %

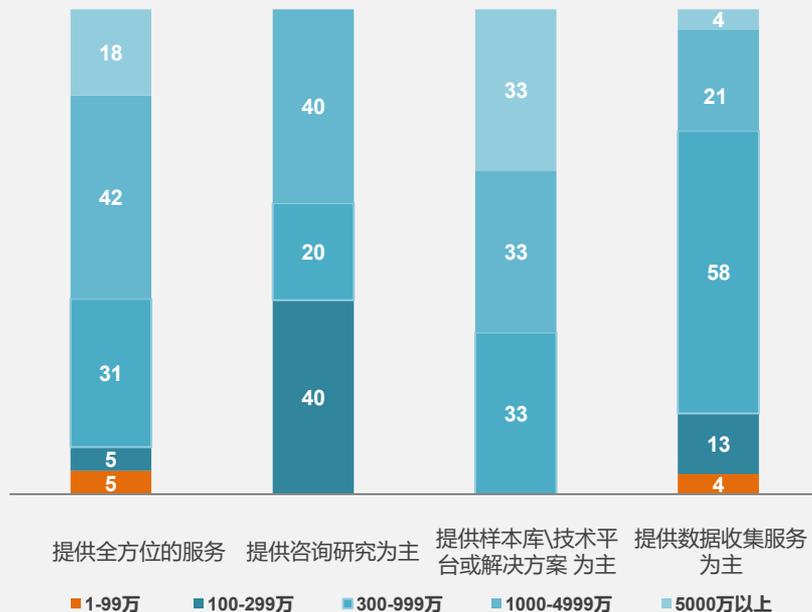
约6成为提供全方位的服务类型企业，占比较22年有所提升；对比之下，提供数据收集为主的研究机构占比下滑

2023年不同类型公司占比 (%)



- 提供全方位的服务 (设计、实施、数据处理、报告、咨询)
- 提供咨询研究为主的服务
- 提供样本库、技术平台或解决方案为主的机构
- 提供数据收集服务为主的机构

2023年不同类型公司营业额状况 (%)



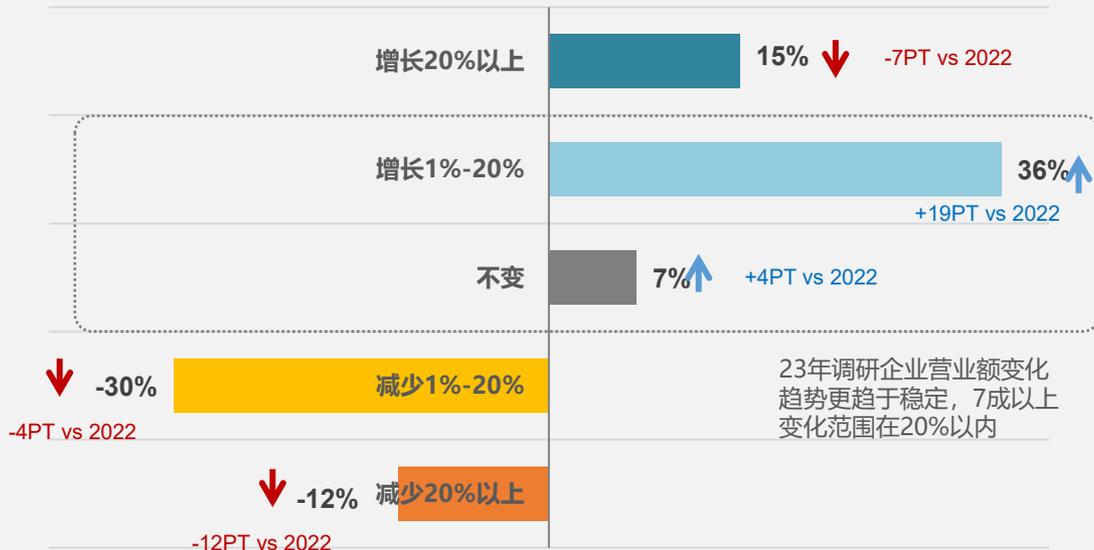
5成受调查企业营业额较2022年有所增长，近1/6上升20%以上

2023年营业额总体趋势

↑51% 的企业表示营业额较2022年有所增长
(22年为39%)

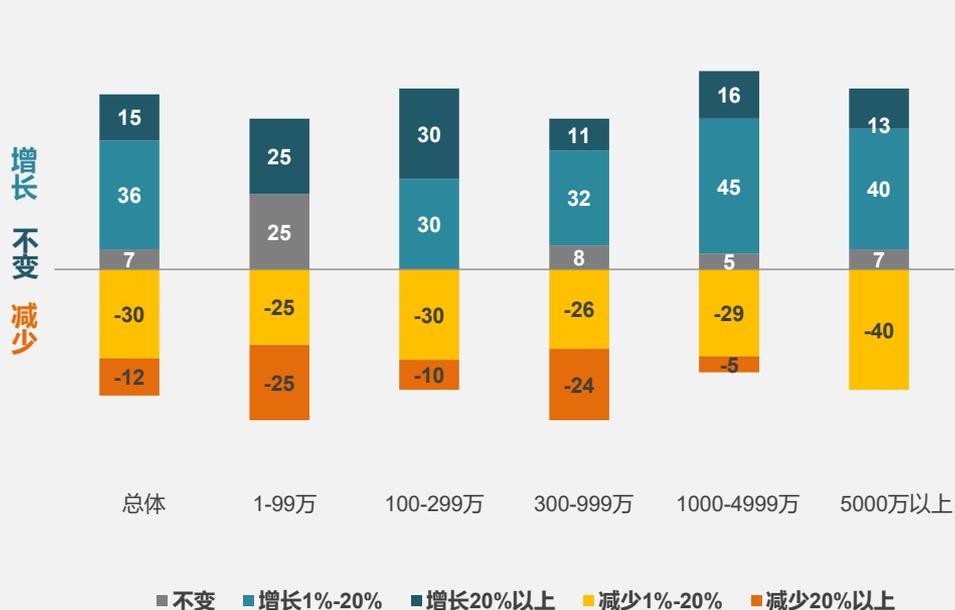
↓42% 的企业表示营业额有所下降
(22年为58%)

2023年营业额变化情况占比

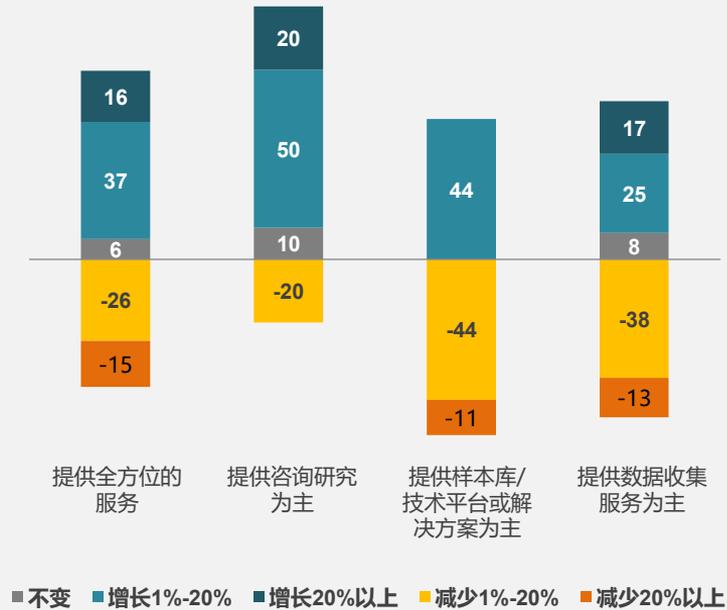


2023年大型企业盈利更好：1000万营业额以上大型企业业务增长的占比超50%；提供研究咨询为主的企业营业额增速更快

不同营业额企业2023年变化趋势



不同服务类型企业2023年变化趋势



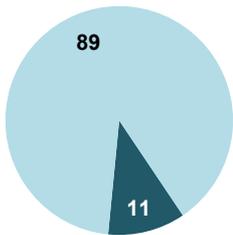
单位 %

2023年营业额一手合同营业额占比89%，提供数据收集为主的企业二手合同占比较高

一手合同营业额占
总营业额的

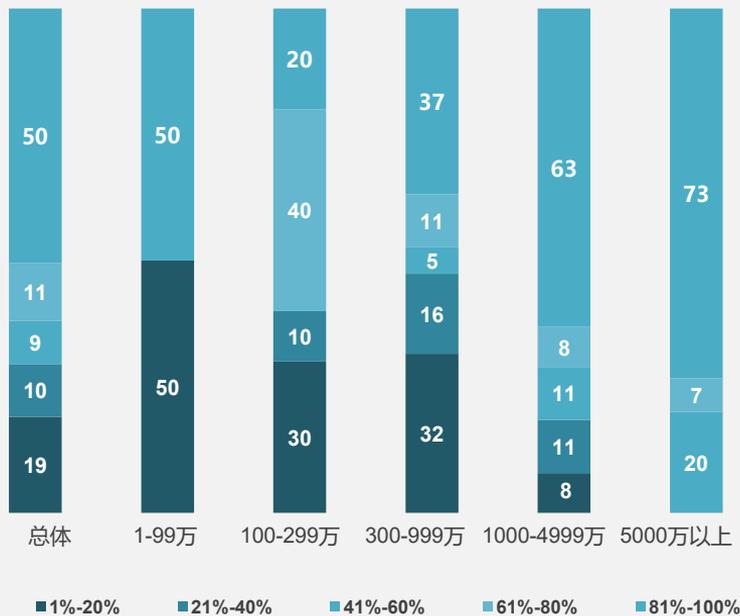
89%

占比较2022年略有提升

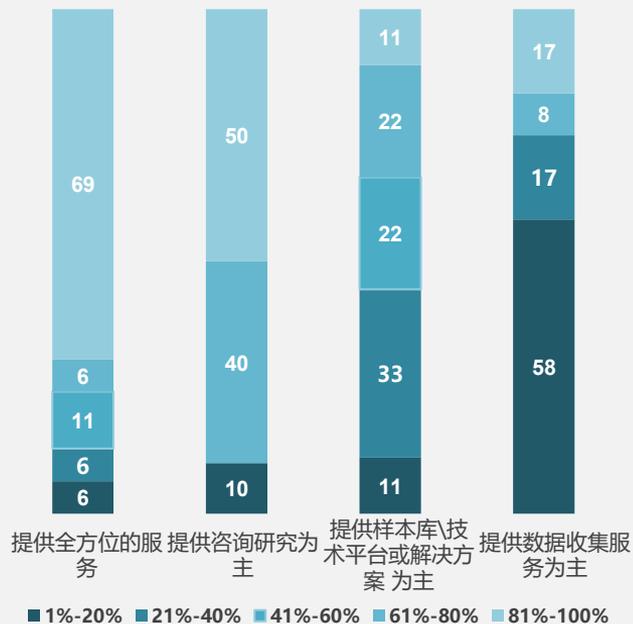


■ 二手合同 ■ 一手合同

一手合同占比情况



一手合同占比情况



单位 %

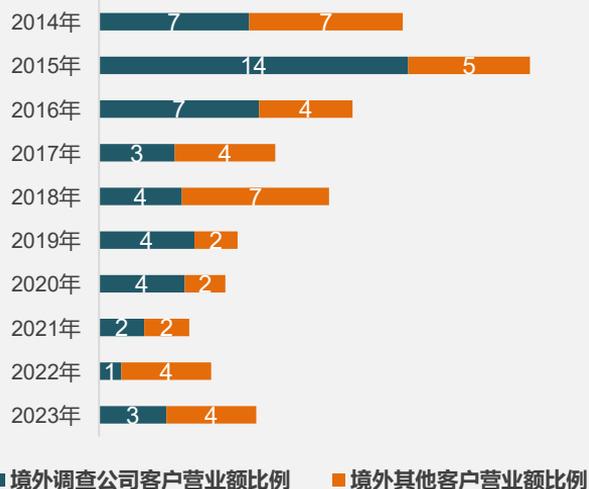
2023年境内客户营业额占总体营业额的92.8%，是内地调查研究行业最主要的客户来源；国际客户营业额占比较前两年有所提升

2014-2023年调查行业客户类型趋势



注：本次调查中的国内客户指内地客户（不包含港澳台）；国际客户指境外客户（含港澳台）

2014-2023年调查研究公司不同境外客户营业额占比



单位 %

2023年有25%的调研企业运作了海外执行项目，较22年增加8个百分点；海外执行项目的营业额占比达到2%，服务国内出海企业成为少数亮点

在参与调研的105个市场调研机构中，有海外执行项目的有26个，占**25%** (+8PT vs 2022)

其中海外执行项目营业额占总营业额的**2%** (持平 vs 2022)

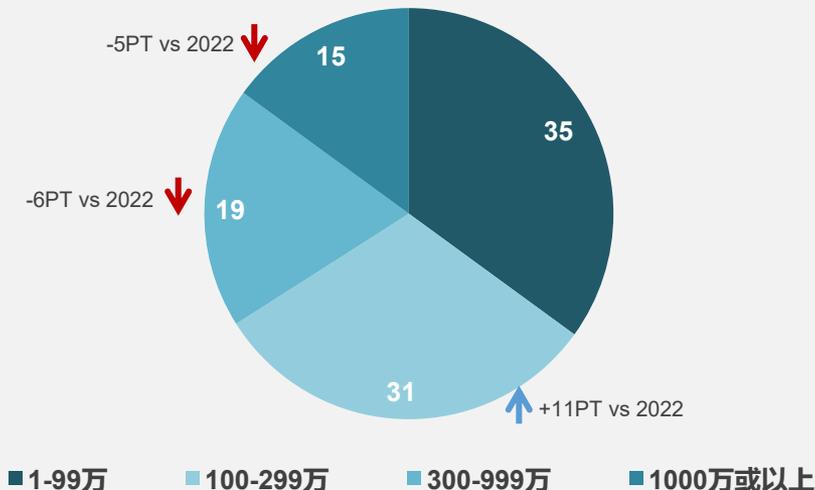
海外执行项目变化情况

↑ 69% 的企业表示海外执行项目营业额有所增长

↓ 19% 的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

1/3的企业海外营业额为1-99万，海外营业额在千万元以上的2023年有4家企业，与2022年持平



单位%

分行业看，公共部门/公共事业以及快消继续是市场主要支柱，汽车制造和广播媒介紧随其后

2023年调查行业客户类型营业额分布



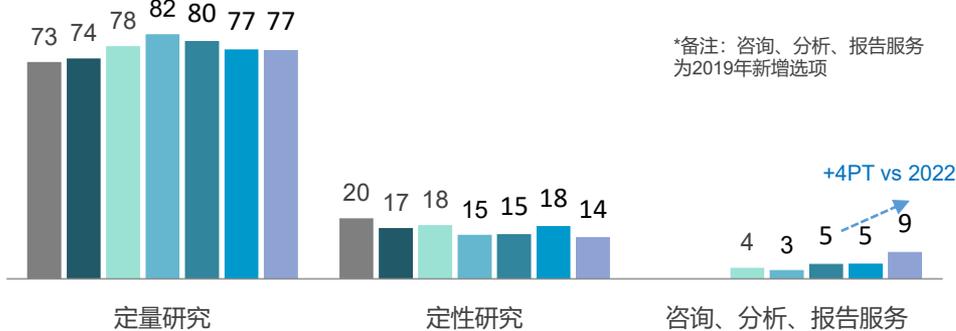
*备注：
公共部门：包括中央和地方政府，党政部委
房地产：含住宅、商业地产、旅游等

单位 %

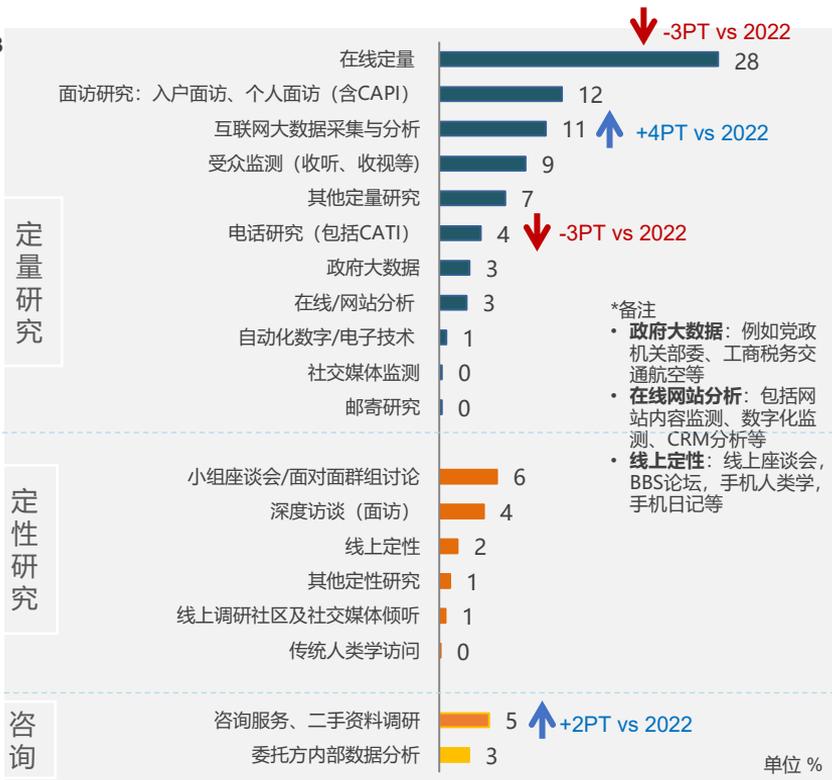
定量研究依然是市场调查最主要的研究方式，与2022年相比，互联网大数据采集与分析上升

调查行业研究方法分布

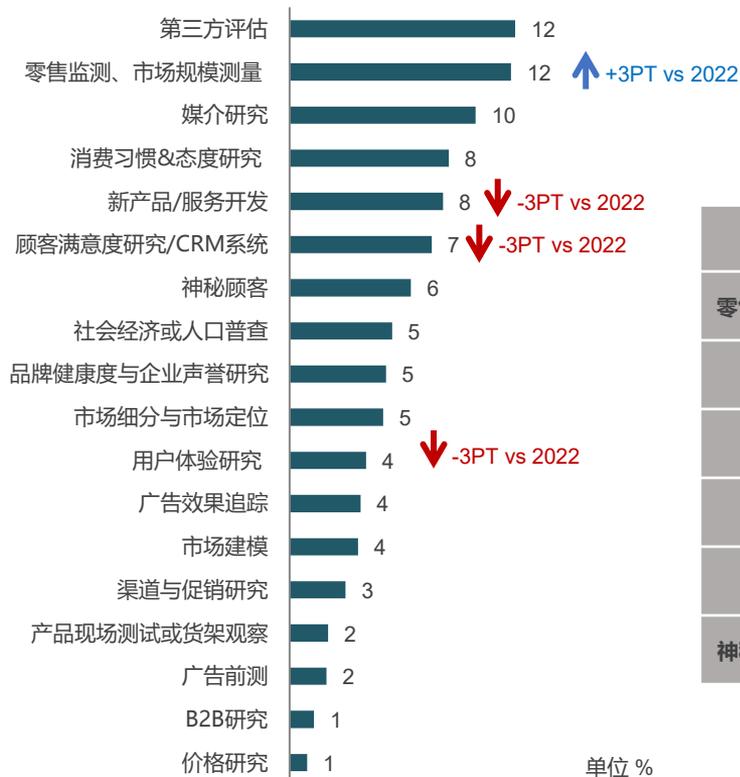
■ 2017年 ■ 2018年 ■ 2019年 ■ 2020年 ■ 2021年 ■ 2022年 ■ 2023年



	中国内地 2023年	ESOMAR 2022年	亚洲	欧洲	北美	拉美	中东	非洲
定量研究	77	64	72	76	59	71	72	74
定性研究	14	16	15	10	17	18	20	25
其它	9	20	13	14	24	12	8	1



2023年第三方评估、零售监测/市场规模测量和媒介研究在业务占比中排名前三。与2022年相比，零售监测/市场规模测量占比明显提升

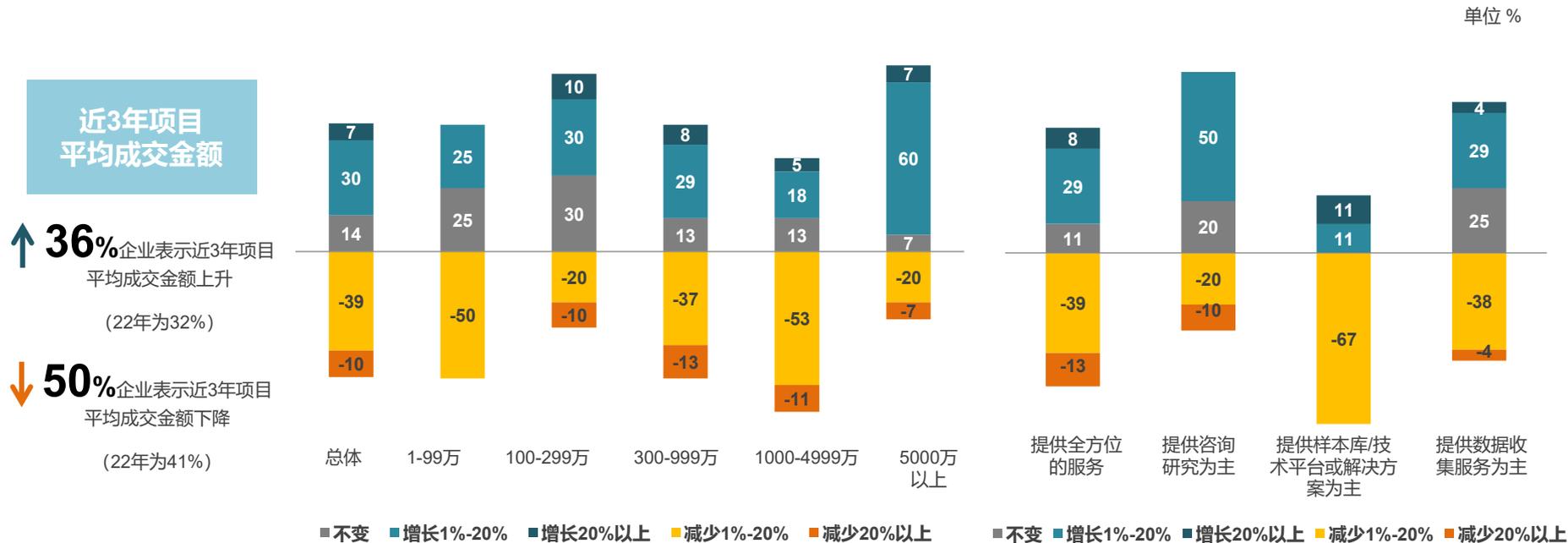


2023年调查研究类型使用比例

	中国内地 2023年	ESOMAR 2022年	亚洲	欧洲	北美	拉美	中东	非洲
第三方评估	12	2	2	10	1	2	4	5
零售监测/市场规模测量	12	15	12	7	17	9	20	29
媒介研究	10	10	7	1	12	7	9	5
消费者行为与态度	8	11	9	9	12	13	11	10
新产品开发	8	9	9	21	7	10	11	20
顾客满意度/CRM	7	16	9	11	18	4	2	3
神秘顾客-含暗访和明察	6	1	5	1	0	3	2	1

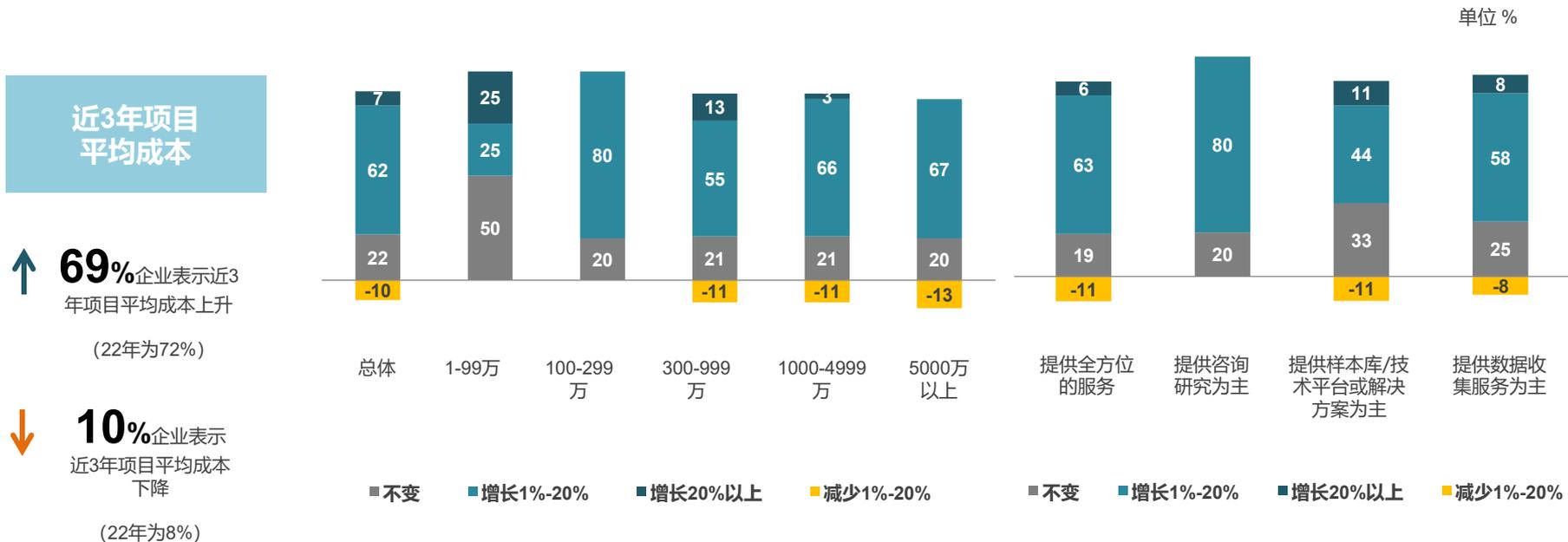
项目平均成交金额持续下降，除营业额在100-299万或5000万以上、提供以咨询研究为主的企业外，其他类型企业均反馈下降

项目平均成交金额



2023年近7成的企业项目平均成本有所增加，各类型企业项目平均成本均呈增长态势

项目平均成本



与2022年相比，市场调研企业平均全职雇员人数微降，兼职及自由职业人员人数微升

雇员人数

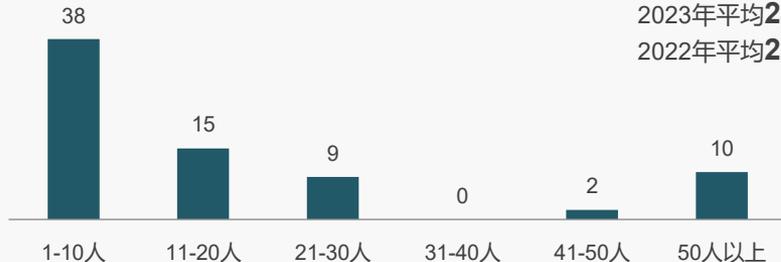
全职人员 (%)

2023年平均**78**人
2022年平均**80**人



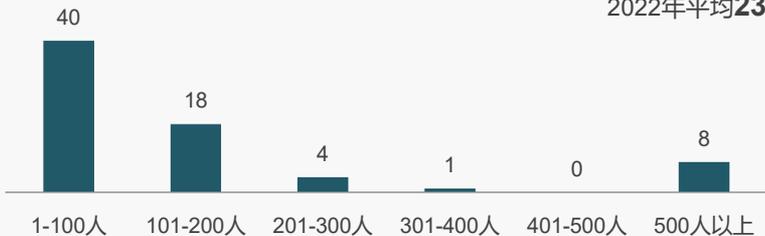
兼职人员 (%)

2023年平均**24**人
2022年平均**23**人



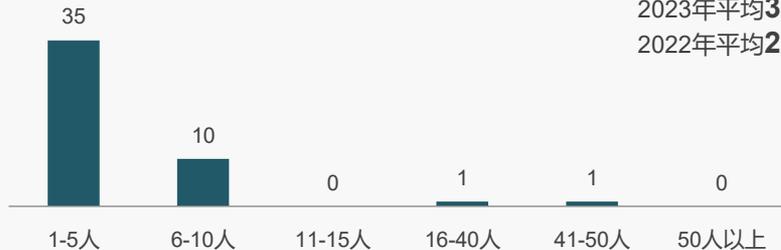
兼职访问员 (%)

2023年平均**244**人
2022年平均**235**人

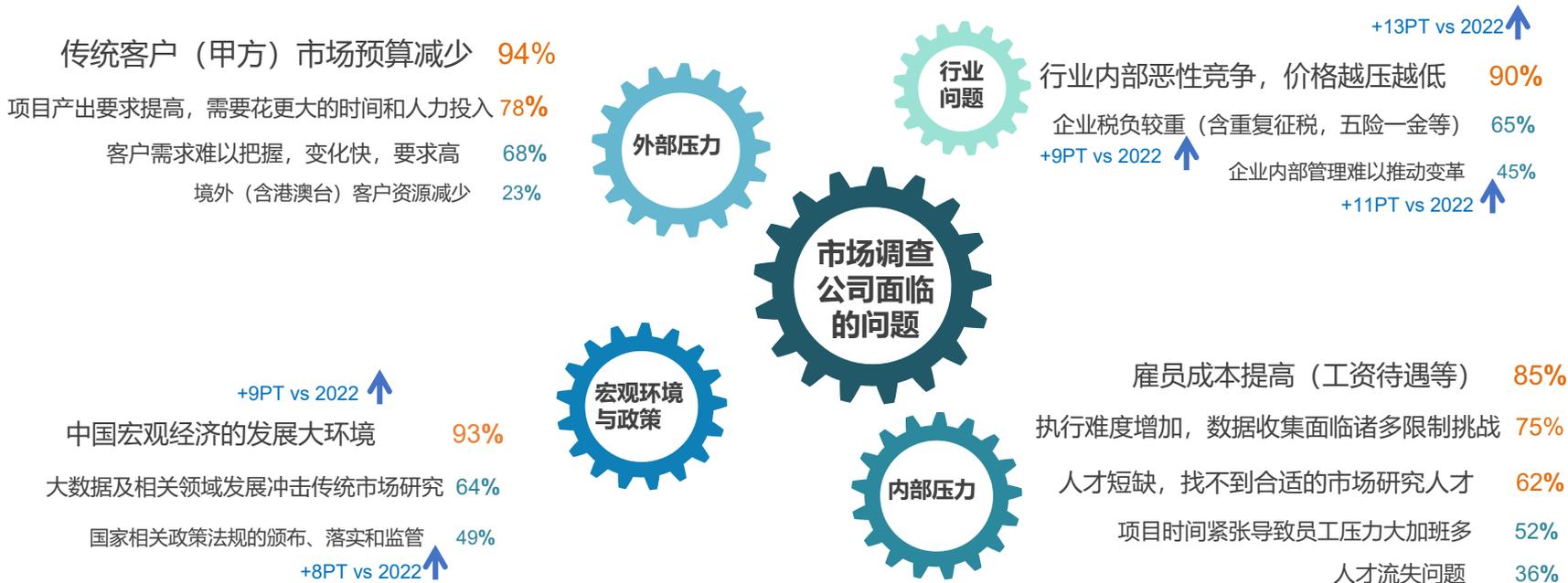


自由职业人员 (%)

2023年平均**3**人
2022年平均**2**人



市场调研公司面临的问题主要是传统客户市场预算减少、宏观经济环境不乐观、行业内部恶性竞争和雇员成本提高等



注: 仅标注变化幅度≥8PT的数据

研究方法的创新成为2023年调研企业最关心的议题，营业额5000万以上的企业对自然语言的语义及文本分析技术、AI技术的应用及机器学习和研究方法的创新有更多关注

调查研究公司关心的趋势议题	企业营业额					服务模式				
	1-99万	100-299万	300-999万	1000-4999万	5000万以上	提供全方位的服务	提供咨询研究为主	提供样本库/技术平台或解决方案为主	提供数据收集服务为主	
研究方法的创新	67 +8PT vs 2022↑	17	-17	-6	4	20	14	-17	-22	-21
大数据的行业应用和赋能	66	9	-6	-3	0	8	8	24	-32	-20
AI技术的应用、机器学习等	63 +18PT vs 2022↑	-13	-3	-8	0	24	3	27	-18	-13
调研平台化、产品化	62	13	-12	-4	1	11	6	-22	27	-16
企业数字化转型	58 +13PT vs 2022↑	-33	2	0	2	2	2	32	-3	-16
大小数据融合	55	20	-5	-3	0	5	6	5	0	-18
研究自动化	43	7	-3	-9	5	10	4	37	-10	-22
可视化分析技术	36 -8PT vs 2022↓	14	-16	-10	6	17	9	4	8	-28
敏捷调研	35	-10	-5	-9	7	11	5	-5	9	-14
线上社区	28	22	2	-9	4	6	5	2	6	-15
自然语言的语义、文本分析技术	27	-2	-17	-6	0	27	4	-7	29	-18
脑电、眼动仪等技术的推广和应用	16	9	-6	7	-6	-3	0	4	-5	0
区块链技术	15	10	-5	-2	1	5	3	5	-4	-7

单位 %

注：表格中数据为与总体对比情况

大数据融合、跨领域经营和第三方评估是调研行业企业识别的主要发展机会

调查研究公司认为当前存在的机遇

	1-99万	100-299万	300-999万	1000-4999万	5000万以上	提供全方位的服务	提供咨询研究为主	提供样本库/技术平台或解决方案为主	提供数据收集服务为主
发挥市场研究洞察力，向大数据融合发展	24	-16	-8	3	17	8	14	-32	-14
跨领域经营，拓展新业务	25	15	1	-7	-2	7	-5	-20	-9
第三方评估等政府客户的项目	33	13	12	-6	-33	4	3	-56	8
人工智能技术的初步应用，提升研究效率	-16	-6	-13	13	8	5	24	1	-24
转向洞察、分析和咨询，减少数据采集服务	45	15	0	-8	-2	3	25	-11	-14
减少分包业务的比例，承接更多的一手项目	0	10	15	-16	-4	-5	20	-6	8
行业内部资源整合，公司联盟，并购与合并	-9	16	3	-8	6	0	26	-12	-5
公司转型，脱离传统市场研究	42	7	-4	-4	7	7	17	-33	-13
拓展海外市场，建立海外运营机构	-22	-12	-6	4	18	4	-2	23	-18
面向资本运作，整合资源，挂牌上市	-10	0	3	-5	10	2	20	-10	-10

单位 %

强化行业与政府相关部门的沟通、规范行业各项标准以及加强行业沟通是调研公司对CMRA最主要的期许

调查研究公司对CMRA的期许

	2023年排序	2022年排序	2021年排序
强化行业与政府相关部门的沟通，协调相关政策	1 排名上升2位 vs 2022 ↑	3	1
进一步制定行业行规，规范行业各项标准	2 排名上升2位 vs 2022 ↑	4	2
加强行业沟通，举办更多的行业交流会，论坛等	3	2	3
发挥行业优势，协会平台发布各行业或消费者数据洞察	4	1	4
加强行业培训，开展更多的跨行业、跨地区培训	5	5	5
加强行业协会的顶层设计，优化行业协会管理机制	6	6	7
建立行业从业人员的资格认证和技能认证	7	7	6
积极帮助会员单位，协调行业内部各种纠纷	8	8	8
组织会员更多海外交流，积极参与各国行业协会活动	9	9	9

感谢关注！

