



# 中华人民共和国国家标准

GB/T 26316—2010

---

## 市场、民意和社会调查 服务要求

Market, opinion and social research—Service requirement

(ISO 20252:2006, Market, opinion and social research—  
Vocabulary and service requirements, MOD)

2011-01-14 发布

2011-05-01 实施

---

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局  
中国国家标准化管理委员会 发布

## 目 次

前言 .....	I
引言 .....	II
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 质量管理体系要求 .....	1
5 调查服务的执行要素管理 .....	2
6 数据收集 .....	10
7 数据管理和处理 .....	17
8 项目研究报告 .....	21
参考文献 .....	23

## 前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准使用重新起草法,修改采用了 ISO 20252:2006《市场、民意和社会调查 术语和服务要求》,标准以 ISO 20252:2006 为主要技术内容,并根据我国实际情况对 ISO 20252:2006 中的部分内容进行了修改。

本标准与 ISO 20252:2006 相比存在技术差异,这些差异涉及的条款已通过在其外侧页边空白位置的垂直单线( | )进行了标示,主要技术变化如下:

- 增加了引言;
- 增加了第 2 章引用文件,其他章编号顺延;
- 术语一章的内容修改为引用 GB/T 26315—2010《市场、民意和社会调查 术语》;
- 用等同采用国际标准的 GB/T 19000—2008 代替原参考文献中 ISO 9000:2000;
- 增加了第 3.1 条第 5 段(见本标准 4.1);
- 第 4.1.3.1 条的标题中增加了“目的”(见本标准 5.1.3.1);
- 增加了第 5.3.4 条的 h)项(见本标准 6.3.4)。

本标准由全国市场、民意和社会调查标准化技术委员会(SAC/TC 320)提出并归口。

本标准主要起草单位:中国标准化研究院、央视市场研究股份有限公司、零点研究咨询集团、中国传媒大学、恒辉市场咨询(上海)有限公司、上海社会科学院社会学所、中国市场信息调查业协会。

本标准主要起草人:冯卫、柯惠新、翟国柱、吴垠、忻雷、刘波。

## 引 言

随着市场经济发展的不断深入,我国市场、民意和社会调查业得到了迅速发展。但在高速发展的同时还面临着一些问题和不足,其中市场秩序是突出问题。健全的市场竞争秩序要靠市场运行过程中的制度规范来建立和维护。标准是产业和经济的一种秩序和规则,通过制定标准,能够促进市场、民意和社会调查服务企业提高调查服务质量,规范调查服务贸易。

国际标准化组织 ISO/TC 225 于 2006 年颁布了全球市场、民意和社会调查业的第一项国际标准:ISO 20252《市场、民意和社会调查 服务要求》。ISO 制定 ISO 20252 的目的是促进在不同的国家和地区之间的调查贸易发展,并将国际的质量标准原理应用于市场、民意和社会调查,协调各国在这方面已有的其他标准。

具有国际性的质量标准可以保证调查过程中各步骤能在一个合适的标准以及可审核、一致的方法下进行,进而实现一个重要的经济和社会目标:使来自调查的数据是根据标准而产生,从而用于指导调查服务提供者向客户提供商品和服务,并可在统一、透明的制度环境中进行研究。

本标准在制定时以适用性、一致性和规范性为主要原则。在修改采用国际标准 ISO 20252 时,以我国市场、民意和社会调查行业的实际情况为基础作了适当修改;在没有较大应用问题情况下,不轻易修改原标准;在翻译过程中力求准确体现原标准的要求;标准中所使用的专业词语大多数采用了《市场、民意和社会调查 术语》和 GB/T 19000 等国家标准中已有的术语,或者采用了行业中已广泛使用的规范用词。

# 市场、民意和社会调查 服务要求

## 1 范围

本标准规定了市场、民意和社会调查组织和人员从事调查的服务要求。

本标准适用于从事市场、民意和社会调查服务的组织和人员。

## 2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅注日期的版本适用于本文件。凡是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 26315—2010 市场、民意和社会调查 术语

## 3 术语和定义

GB/T 26315—2010 中界定的术语和定义适用于本文件。

## 4 质量管理体系要求

### 4.1 组织和职责

调查服务提供者应采用质量管理体系,该体系应包括本标准的全部要求。

调查服务提供者的高层管理者职责:

- 向客户承诺确保服务质量(包括质量方针和质量目标的声明);
- 负责建立、实施和持续改进质量管理体系;
- 确保将质量管理体系形成适宜的文件;
- 确保为实施该质量管理体系提供充足的资源和信息;
- 专设一位有足够权力负责整个体系的质量负责人,其职责是组织内部审计以确定本国家标准得以有效贯彻。

调查服务提供者应将其组织结构、与完成服务和质量控制有关的人员的职责,形成文件。

按本标准要求的,为完成不同任务所设立的程序、指令和方法应形成文件,加以持续实施,并可审核。

调查服务提供者应保持客观性和独立性,坚守专业精神和职业道德。

调查服务提供者的管理层应确保与提供服务有关的人员都熟悉那些对他们工作有影响的国内及国际适用的伦理和职业守则、相关的法规和文件化的程序与方法。

### 4.2 调查项目的保密性

为了执行调查项目,由客户提供给调查服务提供者的所有信息都应当严格保密。这些信息应只用于该调查项目。没有客户的书面授权这些信息不可用于第三方。保密信息应安全存放(见 5.9.3)。

调查服务提供者因执行某个特定调查项目而取得的与特定客户有关的研究结果,未经该客户书面授权不得用于为其他客户所做的研究项目。