

“正大杯”第十二届全国市场调查 与分析大赛公益培训

1.4 问卷设计的基本步骤

1.4 问卷设计的基本步骤

问卷设计的基本步骤

主要内容

1

调研目标的确定

2

问卷的基本结构

3

问卷问题的设计

4

问卷的修订

1

调研目标的确定

第十二届市调大赛公益培训课件
(Credamo 见数版权所有)

调研目标的确定

- 市场调研目标界定了调研的目的与必要性，所需要的具体信息，以及所要解决的实际问题
- 清晰的调研目标可以帮助明确调研项目的实施路线图，并由此决定调研的性质（描述性、因果性、预测性等）
- 调研目标也直接决定了调研的方法与内容的选取
- 调研目标确定不当，将会是对资金与时间的浪费！



调研目标的确定

案例分析 1



8200旗舰芯片
低耗、高效、流畅

徕卡摄像头
广角、夜景、三摄

4200mAh大电池
快充、节能、续航



照亮生活
让你更出彩!



- 为什么要进行调研?

新广告投放市场, 想了解那种广告更受消费者欢迎

- 调研对象是谁?

智能手机的消费者群体, 以18-45岁群体为主

- 调研想要知道什么?

*了解哪种广告能够提升消费者的识别度与注意力,
增强消费者的购买意愿*

调研目标的确定

案例分析 2

消费者对服务情况的满意度调研



- 为什么要进行调研?

消费者对公司（如中国移动）服务情况的满意度如何？

- 调研对象是谁？

公司用户

- 调研想要知道什么？

用户的满意度水平，以及影响用户满意度的主要因素

调研目标的确定

案例分析 3

用户在使用产品过程中的
心理变化情况



- 为什么要进行调研?

了解用户在使用产品过程中，有哪些心理变化，以及这些变化会如何影响对产品的使用与推荐意愿

- 调研对象是谁?

产品用户

- 调研想要知道什么?

在使用过程中，定期对用户的心理感受进行追踪调研

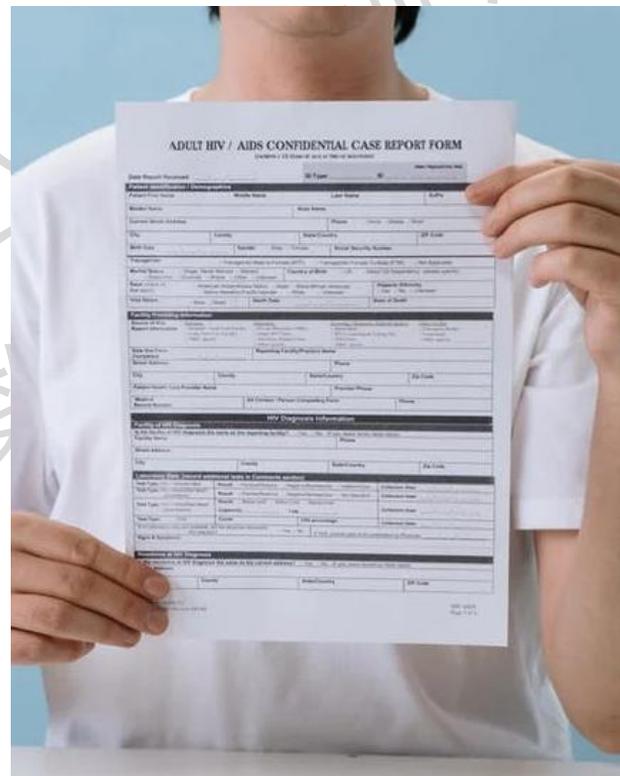
2

问卷的基本结构

第十二届市桥大赛公益培训课件
(Credamo 版权所有)

问卷的基本结构

- 调查介绍
- 被试基本信息
- 测度问题
- 结束语



问卷的基本结构——调查介绍

- 说明调研目的与数据用途，征得被试同意，打消被试顾虑

您好！本次调研收集的信息将仅用于研究用途，并严格保密，请您根据自己的实际情况与真实感受放心作答，谢谢！

被试同意书

版块选项 ▾

本次调研将了解您对手机产品广告的反应与态度，如果您同意作答，请点击“同意”继续答题，否则请点击“不同意”退出。

- 同意
- 不同意



条件：不同意 已选定 跳至：提交问卷

选项 ▾

问卷的基本结构——被试基本信息

- 掌握被试的基本人口特征，如性别、年龄、职业、收入水平等



被试基本信息

性别

男

女

年龄:

20岁以下

21-30岁

31-40岁

41-50岁

51-60岁

60岁以上

问卷的基本结构——测度问题

- 基于调研目标与调研问题，针对性的设计测度问题

该广告能引起我的注意

非常不同意

非常同意

1 2 3 4 5 6 7

我还能回忆起广告中的一些内容

非常不同意

非常同意

1 2 3 4 5 6 7

请简要表达看完该广告后的感受

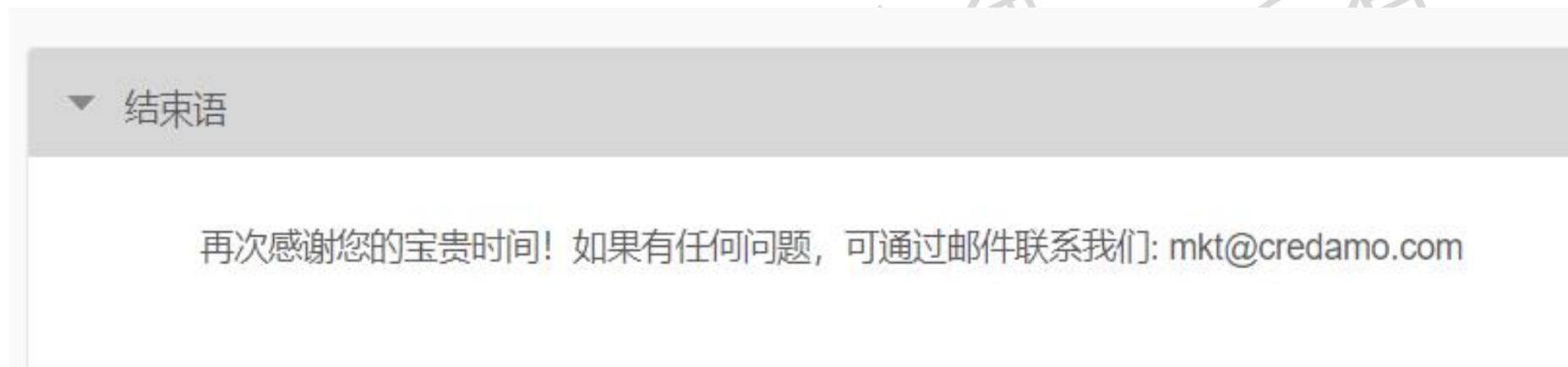


您的手机品牌是：

- 苹果
- 华为
- 荣耀
- 小米
- VIVO
- OPPO

问卷的基本结构——结束语

- 可选，表达对被试的感谢等



3

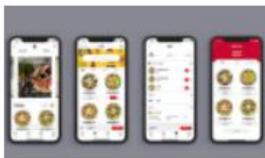
问卷问题的设计

第十二届市桥杯大赛公益培训课件
(Credamo 见数版权所有)

问卷问题的设计——问题来源

- 参考经典问卷
- 结合调研目的编制
- 最新研究文献
- 专业模板
- 其他

Credamo提供的专业模板

全部	75			
未分组	2	广告创意调查	线上办公考勤表	大学新生社团报名表
校园	18			
商业调研	27	教学质量评价优化问卷	员工自我评估	直播意见调查
新冠肺炎	1			
组织管理	15	消费者手机购买考虑因素调查问卷	快递服务质量调查问卷	点餐App使用需求
党政	5			
社区服务	2	加盟商满意度调查	网购数码家电客户满意度调查	对人力资源部工作的满意度调查
登记表单	5			

文本导入

< 复制word文本 将已准备好的问卷文档复制粘贴至左边区域

文本录入

格式示例

清空文本

导入教程

手机品牌健康度测试

请您认真完成以下问卷内容，不认真作答会被拒绝[图文题]

请选择您的性别[单选题]

男
女

当提起智能手机时，您首先想到的是什么品牌？

你最近一次购买手机的日期是？[日期题]

请问您对小米手机是否熟悉？[量表题]

非常不熟悉 非常熟悉

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10

请说出你对小米手机的看法[录音题]

请在下方图片中，标记出小米的LOGO[热力图]

问卷预览

手机品牌健康度测试

请您认真完成以下问卷内容，不认真作答会被拒绝

请选择您的性别

男
 女

当提起智能手机时，您首先想到的是什么品牌？

你最近一次购买手机的日期是？

请问您对小米手机是否熟悉？

非常不熟悉

非常熟悉

完成

问卷问题的设计——数据类型

数值型

分类变量

文本

语音

图片

视频

问卷问题的设计——问题类型

基础题型

- 单选题
- 多选题
- 下拉题
- 填空题
- 量表题
- 排序题
- 级联题
- 图文说明
- 文件上传
- 恒定总和
- 滑块题
- 签名题
- 录音题
- 热力图

矩阵题

- 矩阵量表
- 矩阵填充
- 矩阵下拉
- 矩阵组合

甄别题型 ?

- 系统甄别
- 单选甄别
- 量表甄别

高级题型

- 选择联合分析
- 行为实验 (支持眼动)

快速题型

- 姓名
- 性别
- 生日
- 手机
- 邮箱
- 日期题
- 时间题
- 年龄段
- 职业
- 城市题
- 街道
- 学历
- NPS NPS

基础题型

第十二届市调大赛公益培训课件
(Credamo 版权所有)

基本题型

• 单选题

职业类型:

- 学生
- 国有企业
- 事业单位
- 公务员
- 民营企业
- 外资企业
- 自由职业
- 其他

我将会给我周围的朋友推荐该产品

- 否
- 是

适用范围：问题对于被试而言有唯一的、明确的答案，答案范围应当涵盖所有可能性

• 多选题

你的手机里的常用APP包括:

[多选题]

- 微信
- 抖音
- 支付宝
- 淘宝
- 微博
- B站
- 腾讯视频
- 爱奇艺
- 其他

适用范围：问题同时有多种可能的答案，可用于计算各个答案的累计频率与占比

基本题型

• 填空题

你的年龄是：

你每天的上网时长大约是：

适用范围：问题的答案是多样的，无法通过有限的选项涵盖（范围除外），如果是数值答案，可作为连续性变量处理

• 排序题

在手机的各种性能中，你所看重的性能的顺序是：

[排序题]

- 屏幕大小
- 拍照功能
- 处理速度

适用范围：问题的答案具有一定的排序，每个被试对于排序的看法不一致，可以通过此类题目调研各个答案或指标的重要程度

基本题型

• 图文说明题

图文说明题支持文本编辑，以及图片、视频、链接的插入

请仔细观察以下图片：



4800万镜头
广角、夜景、三摄

820处理器
低耗、高效、流畅

量表矩阵类题目

• 量表题

适用范围：通过打分表明被试对于某项陈述的同意程度，通常用于心理学变量的度量，该类量表也被称为“李克特量表”

李克特量表(Likert scale) 是由美国社会心理学家李克特改进而成的，该类量表由一组陈述组成，被试可以通过“非常同意”、“同意”、“不一定”、“不同意”、“非常不同意”等答案表明对该陈述的同意或不同意程度，以达到量化相应的心理学变量的目的

心理变量部分

广告中所展示的产品信息是有用的

非常不同意 非常同意

1 2 3 4 5 6 7

该广告对我来说是有说服力的

非常不同意 非常同意

1 2 3 4 5 6 7

量表矩阵类题目

• 矩阵题

可视为对量表类题目的汇总打分

点击编写问题内容

	非常不同意	不同意	不确定	同意	非常同意
陈述 1	<input type="radio"/>				
陈述 2	<input type="radio"/>				
陈述 3	<input type="radio"/>				
陈述 4	<input type="radio"/>				
陈述 5	<input type="radio"/>				
陈述 6	<input type="radio"/>				
陈述 7	<input type="radio"/>				

量表矩阵类题目

• 使用矩阵题时的常见问题

- ✓ 如果一个矩阵中的问题过多，可能会导致被试不认真作答的情形，此种情况可以将问题分成不同模块，或是每道题使用独立量表
- ✓ 矩阵题中的各个问题的陈述过像，例如只是少量词汇不一样，导致被试不能区分各个问题，影响答题质量
- ✓ 设计题目时在电脑端，但没有考虑手机端作答时的显示情况，导致矩阵题显示的问题，建议在设计完成后自己在手机端模拟作答

质量甄别类题目

第十二届市赛公益培训课件
(Credamo 见券版权所有)

质量控制类题目

• 甄别题

充分保障数据质量，甄别与删除无效数据

注意力甄别题：自动拒绝无效数据

我认为这个广告语是幽默的，检测您是否认真，请选：不非常满意

- 非常不满意
- 不非常满意
- 满意
- 非常满意
- 特别满意

条件：不非常满意 未选定 跳至：自动拒绝

系统甄别：可以切换

请问100+100等于多少



- 300
- 500
- 200
- 600

换一换

条件：200 未选定 跳至：自动拒绝

质量控制类题目

• 甄别题

充分保障数据质量，甄别与删除无效数据

注意力甄别题：自动拒绝无效数据

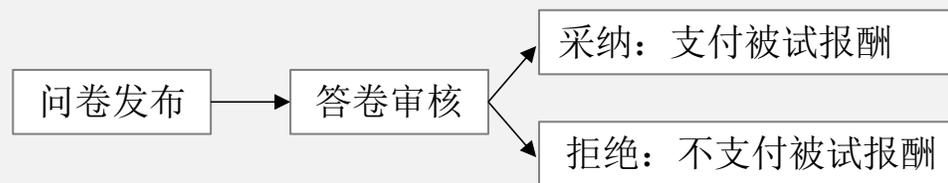
请问你对该产品总体喜爱程度，本题检测是否认真作答，请选3

极不可能 极可能

1 2 3 4 5 6 7

条件：3 未选定 跳至：自动拒绝

审核制：审核和剔除无效数据



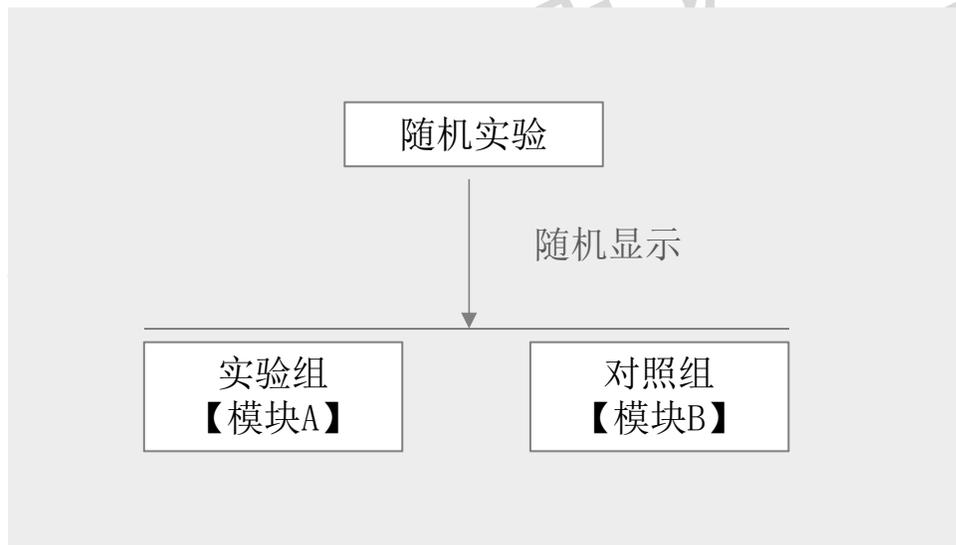
流程控制与随机实验

第十二届市桥杯赛公益培训课件
(Credamo 版权所有)

流程控制

• 模块显示顺序

在问卷设计时，可以将问题划分为不同的模块，然后在流程控制中对模块顺序进行调整，或是加入随机器，以在随机试验中随机显示不同的模块



问卷编辑 流程控制 题号排序 问卷导出 问卷设置 问卷分享

流程控制

显示板块: 被试同意书

随机显示以下问卷块:

显示块的数量: 1 块

显示板块: 功能导向组

显示板块: 情感导向组

+ 在此处添加新元素

显示板块: 心理变量部分

管道引用与逻辑控制

第十二届市桥大赛公益培训课件
(Credamo 版权所有)

管道引用与逻辑控制

• 管道引用

Q1 请问跟您关系最好的同事叫什么?

Q2 请问跟您关系第二好的同事叫什么?

Q3 请您对 \${Q.QID37903dd0.text.value} 的整体印象进行评价

Q4 请您对 \${Q.QID67150ae5.text.value} 的整体印象进行评价

Q1 请问跟您关系最好的同事叫什么?

Q2 请问跟您关系第二好的同事叫什么?

Q3 请您对 李雷 的整体印象进行评价

Q4 请您对 韩梅梅 的整体印象进行评价

适用范围：对被试在问卷前面问题中提供的答案，在后面作为问题的内容直接引用

管道引用与逻辑控制

• 显示逻辑

→ 显示此问题：
如果 你是否使用过华为手机的鸿蒙系统 (Harmony OS) ? 是 已选定

你觉得鸿蒙系统的使用体验如何?
[多选题]

- 流畅, 速度快
- 续航时间长
- 为了支持国产系统
- 兼容性还需要改进
- 其他

• 跳转逻辑

你是否使用过华为手机的鸿蒙系统 (Harmony OS) ?

- 是
- 否

↓ 条件: 是 已选定 跳至: 你觉得鸿蒙系统的使用体验如何?

适用范围: 问卷的内容可以根据被试的答题情况动态跳转或显示, 但需要考虑不同问卷间答案的可比性与后续分析问题

录音题+语音识别

- 录音题



录音内容可进一步转换为文本内容，以进行后续的分析（如词云图、情感分析等）

其他题型

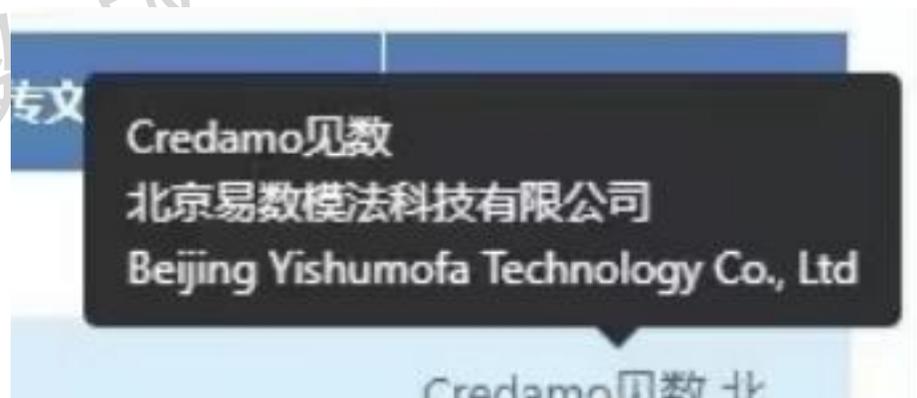
第十二届市调大赛公益培训课件
(Credamo 版权所有)

文件上传题+图像识别

- 图片文字识别
(文件上传)

请拍摄并上传一张带有文字的图片

选择文件 (不超过30M)



文件上传题+物体识别

- 图像识别



物体场景识别结果	置信度
新垣结衣	0.970999

联合分析题

• CBC联合分析

给定产品的一组属性（如手机的价格、屏幕大小、颜色等），联合分析通过自动生成的一系列问题组合，测算各个属性对于消费者决策的重要程度

1/9 如果这些是你唯一的选择，你会选择哪一个？

价格范围:	4000-5000元	5000元以上
屏幕大小:	6.7英寸 (大屏)	4.7英寸 (小屏)
外观颜色:	白色	玫瑰金
	<input type="button" value="选择"/>	<input type="button" value="选择"/>

2/9 如果这些是你唯一的选择，你会选择哪一个？

价格范围:	2000-3000元	3000-4000元
屏幕大小:	6.7英寸 (大屏)	5.8英寸 (中屏)
外观颜色:	白色	黑色
	<input type="button" value="选择"/>	<input type="button" value="选择"/>

问卷设计的基本步骤

4

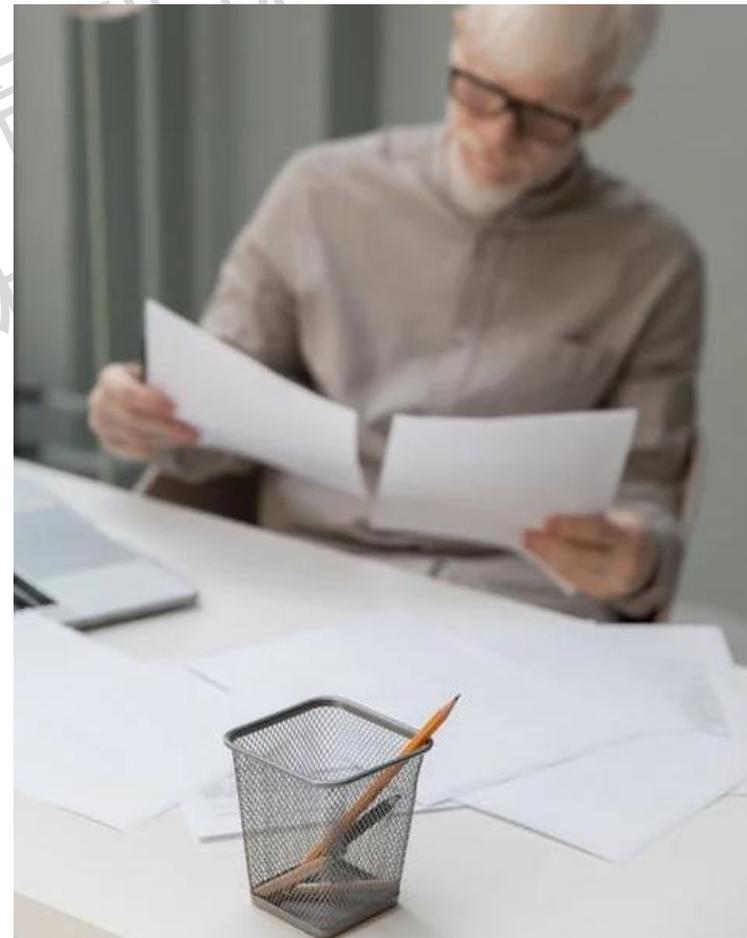
问卷的修订

第十二届市桥杯赛公益培训课件
(Credamo 见数版权所有)

问卷的修订

修订问卷中可能存在的问题，包括表述不清晰或不准确的地方、问题的缺漏、问卷的长度、道德规范等问题

- 专家意见法
- 小组讨论
- 小规模前测



问卷的修订

- 问卷前测

首先小规模发放问卷，根据数据收集与反馈的情况对问卷进行调整与修改，包括表述不清楚、概念模糊、作答显示等方面的问题，在修正的基础上再进行大规模的问卷发放

发布渠道	发布量	已作答量	已采纳
数据集市	360	373	360
匿名作答	33	2	2
合计	393	375	362

一份问卷可多次发布，并将多次收集的数据整合

- 实验前测
- 降低损失
- 优化问卷
- 节约费用

编号	发布渠道	计划发布量
1	数据集市	800
2	数据集市	400
3	数据集市	1200
4	数据集市	50

谢谢大家

关注右边公众号



及时了解大赛资讯和进程

随时学习大赛公益培训

中国商业统计学会

官方网址：<http://www.china-cssc.org>

公众号：



Credamo见数

官方网址：www.credamo.com

公众号：

