

项目一 统计资料搜集

知识目标

- ◆ 了解统计调查的意义、种类
- ◆ 理解统计调查主要组织形式及适用场合
- ◆ 重点掌握统计调查方案的设计步骤及方法
- ◆ 掌握统计调查问卷设计技术

能力目标

- ◆ 具备独立设计简单的统计调查方案的能力
- ◆ 能根据统计研究目的设计简单调查问卷

重点难点

- ◆ 各种统计调查方法的特点及应用条件
- ◆ 如何设计一个有效的统计调查方案及符合要求的统计调查问卷

任务引入

统计活动从哪里开始?

在某调查公司兼职的小张同学接到了公司委派的新任务——调查自己所在大学的大学生月消费支出情况。小张应该如何开始这项工作呢?首先,要设计一份可以据以实施的行动方案。方案要包括以下内容:向谁调查,调查什么,如何获得数据资料,什么时间调查等。通过本项目的学习,你应当能够帮助小张同学解决所面临的问题。

任务一 统计资料的来源

统计资料的搜集也称为统计调查,是统计研究的第一步,指的是根据预定的统计任务,运用科学的统计调查方法,有计划、有组织地搜集统计资料的过程。此过程获得的数据是尚待整理、缺乏系统性的原始资料或二手资料,但这些资料通常以数字资料为主,这是统计调查区别于一般社会调查的主要特征。

一、统计资料的来源

统计资料可通过直接组织的实地调查获取,或者来源于已有的数据。前者可称为一手资料或直接资料,后者可称为二手资料或间接资料。例如,企业在经营过程中往往通过市场调查了解消费者对其产品或营销策略的接受程度,此时取得的数据就是直接资料,而通过购买调研机构的商业数据做市场分析,就是在利用间接资料。

(一) 间接来源

在研究和管理决策中,要善于利用各种现成的数据。这些数据可以来自报纸、杂志、统计年鉴、网络,也可以来自专业咨询公司。目前,互联网已经成为公众或研究者获取数据的最重要渠道之一。例如,每年相关政府部门或组织都会出版统计年鉴,也可以在国家或各省市统计局网站上搜集所需数据(如表 1-1 所示);上市公司财务数据可以通过金融证券类网站获得。

表 1-1 从政府机构获取的资料举例

政府机构	可以获取的一些数据
统计局	人口数据及其分布、家庭数据及其分布、家庭收入及其分布
中央银行	货币供应量数据、分期付款信贷、汇率和折扣率
财政局	政府的收入、支出及负债数据
商务部	业务活动数据:行业销售值、行业利润水平、成长和衰退行业资料

从公司内部记录中获取的资料如表 1-2 所示。

表 1-2 可以从公司内部记录中获取的资料举例

来源	可获取的典型数据
雇员记录	姓名、地址、社会保险号码、工资等
生产记录	部件或产品数量、成品数量等
存货记录	现有产品件数、再订购水平、经济订货数量和折扣时间表
销售记录	产量、销售量、分地区销售量和分客户类型销售量
信用记录	客户姓名、地址、电话号码、信用期限和应收账款余额
客户形象	年龄、性别、收入水平、家庭人数、地址和个人爱好

◎ 情景思考

小王要开湖南菜餐馆

小王是一名精通湖南菜烹饪的厨师,他刚刚辞掉了在首都北京某饭店的一份工作。他一直梦想开创自己的事业,因此,他决定用他的存款开一家小餐馆。

北京的房价很高,因此他迁移到了离北京 200 多千米远的一个沿海城市。在开业之前,他要做很多重要的决策:他对当地人和旅游者是否喜欢湖南菜并没有把握,他还会做其他多种菜肴,可以开一家店内就餐或经营外卖业务的餐馆。如果开一家经营外卖的餐馆,可以用较贵但

适合微波炉加热的塑料餐盒或选用价格较低廉的纸盒。

小王注意到,尽管当地一家著名的快餐店刚刚关闭,但是该地区为数不多的几个餐馆中没有经营外卖业务的,也没有湖南风味的其他餐馆。在找到一处适合的房子之后,接下来小王就必须决定,是迎合年轻人的品位设计装修风格,播放当下热门的流行音乐,还是装修成适于老年人的古典风格。小王开始认真地筹划他的新店,他从没有想到开业前会有这么多的决策要做。

请思考下列问题:

1. 你建议小王在开业前做一些调查吗?为什么?
2. 你建议小王对哪几个方面进行资料搜集?
3. 请给出小王可以查询的第二手调查数据的四个信息源。
4. 第二手调查数据对小王的参考意义有多大?为什么?

(二)直接来源

第二手资料具有搜集方便、成本较低的特点,但第二手资料不是专门为研究的问题设计的,相关性不够,因而在回答问题时,存在很大局限性或有可能不准确,所以在使用时要特别谨慎。为获得准确数据,常常通过组织调查的方法实现。主要的统计调查方法包括以下几种:

1. 统计报表

定期统计报表制度是一种按国家有关法规的规定,自上而下地布置统一的报表,然后自下而上地逐级上报汇总报表资料的调查方式。因为它要求按规定的报表形式及内容、规定的报送程序和报送时间报送数据资料,所以是一种严格的报告制度。在计划经济时代是我国主要的数据搜集方式。例如,中华全国总工会为统计基层组织帮困情况,就要求其下属工会每季度上报基层帮困情况汇总表。

统计报表搜集的数据资料比较全面,具有一定的连续性、统一性和及时性,数据资料来源和准确性也有可靠基础。但是有些单位可能会瞒报或虚报资料;报表过多也会增加基层负担。因此,我国目前的统计调查方法体系是以必要的周期性的普查为基础,经常性的抽样调查为主体,同时辅之以重点调查、科学推算和部分全面报表综合运用的体系。

2. 普查

普查是对总体现象专门组织的一次性全面调查。所调查的内容既可以是一定时点下的现象,也可以是一定时期的过程性现象。调查目的主要是搜集一些不能够或不适合采用定期全面报表方法的数据资料,以摸清重要的国情、国力和某些重要经济现象的全面情况。

例如,世界各国都定期(一般每隔10年)进行人口普查,我国2010年进行了第六次人口普查,国家普查表(短表)上按户调查项目有63项,按人调查的项目有12项;普查表(长表)上按户调查项目有17项,按人调查的项目有28项;被调查者约13.7亿人。

通过普查,可以获得全面、准确的资料,所以就一个国家、一个部门、一个地区或一个单位而言,普查对其掌握基本情况、制订战略规划或工作计划,都是重要的基础性工作。但普查的规模大、任务重、质量要求高,需要大量的专业人员,动用大量的物力和财力。例如,我国的第六次人口普查共组织了600多万名普查指导员和普查员,同时由于一次普查所需时间较长,其时效性也较差,调查的内容一般也局限于最基本的现象。因此为及时了解现象的变动情况,在两次普查间隔期间,往往以抽样调查的数据作为补充。

◎ 知识拓展

周期性普查制度

周期性普查制度是就我国社会经济发展的状况,由国务院组织,每隔一段时间进行一次普查的统计调查制度。我国的周期性普查制度确立于 1994 年,当时的普查项目包括人口普查、农业普查、工业普查、第三产业普查和基本单位普查 5 项。2003 年,我国调整了国家普查项目及其周期安排。调整后的普查项目包括经济普查、农业普查和人口普查 3 项。经济普查每 10 年进行两次,分别在逢 3、逢 8 的年份实施。农业普查每 10 年进行一次,在逢 6 的年份实施。人口普查每 10 年进行一次,在逢 0 的年份实施。

3. 抽样调查

抽样调查是指从总体中随机抽取一部分样本,依据所抽样本的结果推断总体的方法。抽样调查是统计调查中应用最广泛的一种方式,它不仅方便灵活、成本低,而且时效性强。例如,在医学研究中,通常用临床试验的数据分析某药品的疗效;在质量检测中,用样品产品推断该批次产品的质量水平。但应该看到,虽然可以通过统计方法和样本选择来控制误差的范围,但样本推断总体不可避免地存在抽样误差。而且抽样调查主要适用于定量调查,不太适合做定性调查。本书项目六将详细阐述这部分内容。

4. 典型调查

典型调查就是从总体中抽取代表性强的样本进行调查,以认识总体规律性的方法。由于典型调查是对调查对象中少数或个别单位进行的调查,因而可以系统地、深入地开展,而且所需人员较少,成本较低。但典型调查易受调查者主观意识的影响,也很难对总体进行定量分析。

5. 重点调查

重点调查可以看作典型调查的派生,它是从总体中抽取少数重点单位进行的调查,并用重点单位的调查结果反映总体情况。这里所谓的重点单位,是指其单位数在总体中的比重不大,但其某一标志值在总体标志值中占绝对比重的单位。例如,要了解我国机场的运营情况,只需对上海浦东机场、首都机场、广州白云机场等我国最繁忙的机场进行调查即可。

当调查的任务不要求掌握全面的准确资料,在总体中也确实存在重点单位时,重点调查就能以较少的人力、物力,较快地掌握调查对象的基本情况。此方法的关键就在于如何确定重点单位。

最后值得说明的是,重点调查、典型调查、抽样调查等方法虽然存在很大区别(如表 1-3 所示),但在统计实践中可结合应用,即用全面调查取得最基本的统计资料,用重点调查取得次要或比较具体的资料,用典型调查搜集更细致、更深入的资料。

表 1-3 各种统计调查方法比较

调查方式	调查单位的选取	调查单位的代表性	调查目的	调查误差
重点调查	数量方面的重点单位	无	了解总体基本情况	无法估计
典型调查	有意识地选取	有一定代表性	估计总体的近似值	不可确定
抽样调查	按随机原则选	有代表性	数量上推算总体指标	可事先计算并控制

二、统计数据搜集的技术方法

搜集调查对象的原始资料常用的方法有直接观察法、报告法、询问法等。任何一种调查都必须采用一定的调查方法搜集原始资料,即使调查的组织形式相同,其调查方法也可以不同。应根据调查目的与被调查对象的具体特点,选择合适的调查方法。

(一)直接观察法

直接观察法是调查人员亲临现场,对调查对象进行观察、计量以取得统计数据的一种方法。例如,公交运营中客流量的调查,需要调查人员亲自到公交站点观察乘客的数量;调查人员期末盘点商品库存时,通过亲自盘点、计数,取得统计数据资料。这种调查方法能保证资料的准确性,但需要较多的人力与时间,因此,在调查中往往采用其他方法。

空间遥感统计调查法也是一种观察调查方法,它是现代高科技应用于统计调查的一种方法,也称卫星遥感统计调查。

(二)报告法

报告法是基层单位根据上级的要求,以各种原始记录与核算资料为基础,搜集各种统计数据资料,逐级上报给有关部门。现行的统计报表形式就是采用这种方法搜集统计数据资料的。

(三)询问法

询问法是根据调查提纲,调查者向被调查者询问,提出问题,由被调查者答复以取得统计数据资料的一种方法。询问法的调查方式有标准式和非标准式两种。标准式询问又称结构式询问,它是按照调查人员事先设计好的、有固定格式的标准化问卷,有顺序地依次提问。网上调查在 20 世纪 90 年代开始迅速发展,由于省略了印制、邮寄和数据录入的过程,问卷的制作、发放及数据的回收速度均得以提高,可以短时间内完成问卷并统计结果及制作报表。网上调查易获得连续性数据,调研内容设置灵活,调研群体大、可视性强等也是其他搜集统计数据方法所不具备的优势。但是网上调查在目前来说还处于发展和完善之中,其代表性、安全性以及无限制样本等还是有待解决的重要问题。网上调查也是一种标准化调查。

电话调查是调查人员利用电话同受访者进行语言交流,从而获得统计数据信息的一种调查方式。电话调查具有时效快、费用低等特点,因此,电话调查的应用非常广泛。电话调查可以按照事先设计好的问卷进行,也可以针对某一专门问题进行电话采访。用于电话调查的问题要明确、问题数量不宜过多。

座谈会调查也称集体访谈法,它是将一组受访者集中在调查现场,让他们对调查的主题发表意见,从而获取统计数据资料的一种方法。通过座谈会,研究人员可以从一组受访者那里获得所需的定性资料,这些受访者与研究主题有某种程度上的关系。为获得此类资料,研究人员通过严格的甄别程序选取少数受访者,围绕研究主题以一种非正式的、比较自由的方式讨论。参加座谈会的人数不宜太多,并且是有关调查问题的专家或有经验的人。讨论方式主要取决于主持人的习惯和爱好。通过小组讨论,能获取上述调查无法取得的资料。

任务二 设计统计调查方案

统计资料的获得是一项复杂的工作,必须有目的、有计划、有组织地进行。在着手调查之

前,必须事先设计一个周密的调查方案(即调查工作计划),使调查得以顺利实施和完成。调查方案是指导整个调查过程的纲领性文献,它实际上就是统计设计在统计资料搜集阶段的具体化。不同调查的调查方案在内容和形式上会有一定的差别,调查方案没有统一的格式,但总体上看,一个完整的统计调查方案,至少应回答或解决 5 个“W”、1 个“H”,即为什么调查、向谁调查、调查什么、何时调查、调查何事、怎样调查,大体上都包括调查目的、调查对象、调查单位、调查内容、调查时间、调查方式和调查的组织实施等内容。以上 6 个方面内容,不论调查规模的大小,都必须在调查前认真研究、明确规定。

一、确定调查目的

调查目的是调查所要达到的具体目标,它所回答的是为什么调查、要解决什么问题、调查具有哪些社会经济意义等。因为调查任务关系到调查对象和调查项目的具体确定,所以调查目的的写作要简明扼要。

【统计实例 1-1】 2018 年我国第四次经济普查的目的是“全面调查我国第二产业和第三产业的发展规模、布局和效益,了解产业组织、产业结构、产业技术、产业形态的现状以及各生产要素的构成,摸清全部法人单位资产负债状况和新兴产业发展情况,进一步查实各类单位的基本情况 and 主要产品产量、服务活动,全面反映供给侧结构性改革、新动能培育壮大、经济结构优化升级等方面的新进展”。

【统计实例 1-2】 我国人口普查的目的是“为准确地查清我国在人口数量、地区分布、构成和素质方面的变化,为科学地制定国民经济和社会发展战略与规划,统一安排人民的物质和文化生活,检查人口政策执行情况,提供可靠的资料”。

可见,调查的目的是调查方案设计中应首先解决的问题,只有明确了这一问题,才能确定调查对象、调查单位以及调查方式等。

二、确定调查对象、调查单位和报告单位

确定调查对象、调查单位与报告单位就是明确调查的范围以及向谁调查,由谁提供具体资料,这样才能保证资料的准确、完整。

(一)调查对象

调查对象是根据调查目的确定的调查研究的总体或调查范围,实质上是统计总体,它是由许多性质相同的调查单位组成的。调查对象是总体在调查阶段的具体化。确定调查对象就是明确统计调查的范围和界限。

【统计实例 1-3】 2018 年我国第三次经济普查的对象是在我国境内从事第二产业(如建筑业、采矿业等)和第三产业(以服务业为主)的全部法人单位、产业活动单位和个体经营户,简言之,就是除第一产业以外的所有单位和个体经营户。

【统计实例 1-4】 我国第五次人口普查的调查对象是具有中华人民共和国国籍并在中华人民共和国境内常住的人。

【统计实例 1-5】 我国农业普查以从事第一产业活动的单位和农户为对象。

显然,只有把调查对象的范围界定清楚,才能保证调查的客观性、真实性。

(二)调查单位

调查单位是构成调查对象的每一个单位,它是调查项目和指标的承担者或载体,是搜集数据、分析数据的基本单位。

【统计实例 1—6】 在我国第四次经济普查中,调查单位就是我国境内从事第二产业和第三产业的每一个法人单位、产业活动单位和个体经营户。

【统计实例 1—7】 人口普查的调查单位是每一个人。

◎ 温馨提醒

注意:调查单位与总体单位既有联系又有区别。如果采用全面调查方式,调查对象中的每一个单位即为调查单位,两者是一致的;若采用非全面调查方式,调查单位只是调查对象全部单位中的一部分,两者是不一致的,如抽样调查。在实际调查中,调查单位可以是调查对象的全部单位(全面调查),也可以是调查对象中的一部分单位(非全面调查)。

(三) 报告单位

报告单位也称填报单位(report unit),是负责报告调查内容的单位。调查单位是调查标志的承担者,而报告单位负责提交调查资料,它们有时一致,有时又不一致。例如,我国的人口普查,调查单位是每个人,报告单位是每个家庭(家庭户和集体户是填报单位)。

对报告单位和调查单位识别的关键是要明白:报告单位只有“人”或“法人”才能够填写和报告;“物”是不能填报的,显然不能作为报告单位。

又如,进行科研机构普查,每个科研机构既是调查单位,又是填报单位(两者一致)。进行科研机构人员普查,调查单位是每一位科研人员,填报单位则是每一所科研机构(两者不一致)。

◎ 情景思考

根据表 1—4,指出各自调查对象、调查单位和填报单位。

表 1—4

调查对象、调查单位和填报单位

	工业企业生产经营情况调查	工业企业职工收入状况调查
调查对象		
调查单位		
填报单位		

三、设计调查项目和调查表

调查项目和调查表是统计调查方案的核心、主体。

(一) 调查项目

调查项目,是向调查单位进行登记的各项具体标志,是由数量标志和品质标志共同构成的标志体系,是一份在调查过程中想要也应该要获得答案的各种问题的清单。如人口普查,所登记的每个人的性别、年龄、民族、受教育程度、婚姻状况和反映人口经济特征的项目等都是调查项目。设计调查项目时要注意以下几个问题:

第一,调查项目的含义要明确,不能含糊不清。如企业调查中“利润额”一项,必须明确是营业利润还是利润总额。

第二,设计调查项目时,既要考虑需要,又要考虑可能,必要的内容不能遗漏,不必要或不

可能取得的资料就不应列入调查项目。

第三,各调查项目之间应尽可能有所联系、彼此衔接,以便有关项目间的相互核对和逻辑判断,提高调查资料的质量。

【统计实例 1—8】 全国经济普查的主要内容包括法人单位基本情况、产业活动单位基本情况、企业生产经营情况、企业主要设备情况、水及能源消费情况、企业科技活动情况、企业(行政事业单位)财务状况和信息化情况等。

调查方案中技术性要求最高的是调查项目的设计,尤其是调查问卷的设计。关于调查问卷的设计将在后面详细介绍。

(二)调查表

调查表,就是将反映调查单位有关标志的调查项目,按一定的逻辑顺序排列而成的表格。统计调查工作具有大量性和系统性的要求,当调查项目确定以后,就要将诸多的调查项目用最精炼的措辞、最合理的格式在调查表中表现出来。使用调查表是调查过程中的基本手段,也是拟定调查方案的基本步骤。

调查表一般由表头、表体和表外附加三部分组成(如表 1—5 所示)。表头(说明词)在调查表的上方,是调查表的名称,用来说明调查表的内容、被调查单位的名称、性质、隶属关系、编号、制表单位、填表日期等,解释调查意义、表达感激之情等;表体(主题问句)是调查表的主要部分,包括调查的具体项目、被调查者基本情况等;表外附加(表脚)在调查表的下方,通常由填表人签名、填表日期、填表说明、备注、指标解释等内容组成。

表 1—5 工业产销总值及主要产品产量月报(表头)

企业法人代表 企业代码 企业详细名称:			20××年 月		表号: 制表机关:国家统计局 文号:国统字(20××035)	
表 体	指标名称	计量单位	代码	本年实际		去年同期
	甲	乙	丙	(1)	(2)	(3) (4)
	工业总产值(不变价格)	万元	101			
	工业总产值(现行价格)	万元	201			
	其中:新产品产值	万元	299			
	工业销售产值(现行价格)	万元	301			
	其中:出口交货值	万元	309			
	主要产品产量(另附表)					

说明:本表不变价格工业总产值国有企业必须填报(表外附加)。

企业负责人: 统计负责人: 填表人: 联系电话: 报出日期:

调查表一般有单一表和一览表两种形式。

(1)单一表(如表 1—6 所示)。每个调查单位填写一份或一套表,可以容纳较多的项目,还可以加快调查填写速度,适用于大型调查,但由于同一调查项目被分散到各张单一表中,不便于汇总整理。

表 1-6

职业经理基本履历调查

编号:

姓名		性别		出生日期		政治面貌		民族	
学历		专业		毕业学校					
教育背景									
工作经历									
特长									

被调查者本人签字:

所属上级领导签字:

填表日期:

(2)一览表(如表 1-7 所示)。把许多调查单位填写在一张表上,在调查内容不多的情况下,采用一览表可以节省人力、物力与时间。

表 1-7

企业员工基本情况调查

编号:

姓名	性别	出生日期	政治面貌	民族	学历	专业	岗位	联系方式

四、确定调查时间和调查期限

调查时间,是指调查资料所属的时间,也称客观时间。如果所要调查的是时期现象,调查时间就是资料所反映的起讫日期;如果所要调查的是时点现象,调查时间就是规定的统一标准时点。这里的标准时点,是指全体调查者在对调查现象进行登记时所依据的统一时点。例如,调查 2019 年第二季度的零售商品销售额,则调查时间是从 4 月 1 日起至 6 月 30 日止三个月。如果所要调查的是时点现象,调查时间就是规定的统一标准时点。

调查期限,是调查工作进行的时间,包括搜集资料或报送资料的整个工作所需要的时间,也称主观时间。

【统计实例 1-9】 我国第六次人口普查的调查时点是 2010 年 11 月 1 日零时。2010 年人口普查规定 2010 年 11 月 1 日至 11 月 10 日登记完毕,则调查期限为 11 月 1 日至 10 日共 10 天。

【统计实例 1-10】 第四次全国经济普查的标准时点是 2018 年 12 月 31 日,普查时期资料为 2018 年度资料。

【统计实例 1-11】 生产经营月报规定基层单位填报时间为次月 3 日。调查时间:1 个月;调查期限:3 天。

◎ 情景思考

1. 假定对企业 2019 年经济活动情况进行调查,呈报时间是 2020 年 1 月底以前。调查时间是什么?调查期限是什么?

2. 普查为什么要规定标准时点?第六次人口普查的标准时点是 2010 年 11 月 1 日零时,在 11 月 1 日零时之前死亡的人口和 11 月 1 日零时以后出生的人口,是否均应该予以登记?

五、选择调查方式与方法

统计调查方式是指组织搜集原始资料的形式,如普查、统计报表、抽样调查等方式。统计调查方法即调查者向被调查者搜集数据答案的方法,主要包括访问调查、邮寄调查、电话调查、电脑辅助调查等。例如,我国第一次经济普查规定对法人单位、产业活动单位采用普查(全面调查)的方式,对个体经营户采用全面普查辅助以典型调查、抽样调查等方式;具体搜集数据一律采取访问调查法。

六、制订调查工作的组织实施计划

在调查方案中还应有一个周密的组织实施计划,这是使统计调查工作顺利进行并取得成功的重要保证。其主要内容包括:确定调查机构;明确调查人员、调查地点、调查方法;明确调查前的准备工作(包括宣传教育、人员培训、文件印刷、经费预算、调查程序与进度);确定调查质量控制与结果检验的程度和方法;确定公布调查成果的时间等。

◎案例分析

中国经济生活大调查(2017—2018 年)

2017 年 12 月 11 日,由中央电视台财经频道联合国家统计局、中国邮政集团公司、北京大学国家发展研究院主办的“中国经济生活大调查(2017—2018 年)”正式启动。本次调查以十九大报告“美好生活”内涵和奋斗目标为基础,以“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念为指导,以“公益、公开、公正”为原则,以 10 万中国家庭为核心研究样本,紧紧围绕人民对于“美好生活”的三大感受——“获得感、幸福感、安全感”,首创了中国经济生活大调查“美好生活指数体系”,用数据洞悉民生冷暖,编制出百姓美好生活画卷。

一、调查范围

在全国范围内(在全国随机抽取 104 个城市、300 个县发放 10 万张调查问卷)

二、调查工作时间

2017 年 12 月~2018 年 2 月

三、调查内容

本次调查通过收入、投资、消费、工作、休闲、幸福感六个维度,涵盖了人民“获得感、幸福感、安全感”三大方面,以及生活满意度、工作满意度、社会环境满意度、社会治理满意度、收入信心、幸福感等多项分类指标,用“中国美好生活指数”这一指标体系量化百姓对于美好生活的真知实感。

四、调查方式与方法

“中国经济生活大调查(2017—2018 年)”,通过线上线下渠道,全网推送“美好生活指数”调查问卷。线下,大调查通过邮政遍布全国的网络,面向全国 104 个城市 300 个县,发放 10 万张明信片调查问卷,进行入户问卷调查。线上,央视联合国内 10 多家顶级互联网公司,面向全网推送网络调查问卷,调查范围覆盖 8 亿网民——无论通过电脑还是手机,都可以通过扫描二维码答题,人人皆可参与、人人皆可表达、人人皆可分享。

五、“中国经济生活大调查(2017—2018年)”具体调查分析结果

1. 人们普遍对收入要求较高

2017年,全国居民人均可支配收入25 974元,扣除价格因素实际增长了7.30%,比2016年增长了1.2个百分点。收入增加了,大家的满意程度如何呢?在“生活状态”满意度调查的13个选项中,大家对“收入水平”满意度要求较高。

2. 哪些人对收入的信心最足

中部“亮了”——对收入最为自信。把全国分为七大区域,其中,华中地区居民对于收入的信心最足,有超过一半以上(53.29%)的人预期收入会上涨。

3. 超七成受访者在投资时“求稳”

在“2018年您打算在哪些方面增加投资”的调查中,给出了10个选项,如保险、国债属于保守型投资,而黄金、基金这类属于稳健型投资,股票、期货和外汇属于激进型投资。结果显示,选择“稳健型投资”意愿的占比最大(72.15%),比去年提高了8.86%。此外,与往年相比,选择“激进型投资”意愿有所下滑,选择“保守型投资”意愿的比例比去年略有上升。还有13.04%的人不准备在2018年选择投资。

4. 哪些人爱投资

女士比男士更爱投资。从性别上看,已经连续两年女士的投资意愿高于男士。但从投资偏好上看,男士更激进,女士更稳健。男士相对偏爱的投资品种是股票和期货,女士的投资偏好则集中在保险、理财产品、基金和黄金。

5. 数据告诉你:大家都在投资什么

保险连续3年成为大众最喜爱的投资品。从2013年开始,保险大逆袭,投资热度一路上升。2018年买保险的意愿虽然较去年略微下降,但仍然是受访者投资意愿最高的投资品,这已经是保险连续第三年排名第一。

6. 旅游:花再多钱也愿意

2018年人们更愿意消费什么?数据显示,2018年花钱意愿排行榜上最高的是旅游、保健养生、数码产品和家电。旅游意愿蝉联消费榜首,已经是四连冠。中国人在旅游上很舍得花钱已经是不争的事实,根据官方公布的数据,2017年中国人度假旅游每次人均消费达3 300元,同比增长近10%,其中出境游人均消费达5 800元。

7. 养生:消费领域的黑马

从2012年开始,中国人保健养生消费意愿连续5年持续上升,排名从第七位攀升到2018年的第二位,成为消费领域的黑马。作为中国经济增长的新亮点,保健养生将成为市场潜力巨大的产业之一。

8. 教育培训:近三成的人愿意为知识埋单

虽然“教育培训”在全部消费意愿中位列第五,但仍有近三成的百姓(29.39%)选择了要在2018年加大“教育培训”的投入。从历史数据看,最近5年,中国百姓教育培训消费意愿呈明显上升趋势。

9. 汽车:2018年人们对汽车消费热度下降

在诸多市场消费意愿连年上升的同时,汽车市场却显得有些尴尬,已经连续3年走势疲软。2018年百姓的汽车消费意愿仅有22.43%。

10. 房子:2018年有买房意愿的人增加了

数据显示,2018年人们对房价预期和购房意愿,双双出现了拐点——从过去4年的历史

数据来看,2018年中国人的房价上涨预期首次出现下降,而购房意愿首次出现上升。

11. 平均休闲时间只有 2.27 小时

除去工作和睡觉,中国人目前每天的休闲时间平均为 2.27 小时,较 3 年前的 2.5 小时有所减少,整体上中国人比 3 年前又忙了一些。2.27 小时的休闲时间,不足西方发达国家的一半。美国、德国、英国的居民每天的休闲时间都在 5 小时以上。

12. 努力工作究竟为了什么

人们这么忙,努力工作究竟为了什么呢?有超过五成的人将“追求更高品质的生活”作为自己努力工作奋斗的目标。紧随其后的是“满足基本生活需求”(39.04%)和“自我实现”(38.65%)。另外,为了“老有所养”和“赡养父母”的人,也都超过了三成。

13. 人们对工作状态满意吗

人们都这么忙,那对自己的工作状态满不满意?对什么比较在乎?在此次工作状态满意度调查中,列出了薪酬水平、福利水平、工作强度、晋升空间、同事关系、社会认同等 10 个选项。结果显示,目前人们对工作状态满意度最高的是“同事关系”,紧随其后的是“自我价值”和“团队文化”。满意度相对低的是薪酬水平、福利水平和晋升空间,工作强度的满意度处于中等水平。

14. 人们对业余生活还不太满意

在“生活状态”满意度调查的 10 个选项中,“业余生活”满意度只略微高出平均分一点。

15. “低头族”只增不减

在人们有限的休闲时间里最爱做什么呢?调查显示,排在首位的是“手机上网”,而且比往年呈明显上升趋势(2014 年 41.60%,2017 年 50.40%),就连休闲时间不足一小时的人,首选也是手机上网(52.50%),好不容易有点休闲时间,也是捧着手机。其中,90 后最依赖手机,他们中有七成的人休闲时间用于手机上网,是“低头族”的代表群体。

16. 健身成休闲热门选择

健身作为休闲方式的一种,从 2014 年起,热度就持续上升,本次调查到达了历史高点,有近四成的人休闲时间优先选择去健身(40.10%)。从年龄段上来看,最爱健身的不是青壮年,而是 60 岁以上的老年人和 46~59 岁的中年人。

17. 70 后、80 后、90 后都爱玩什么

虽说 90 后是最离不开手机的,但他们同时也是最愿意迈开腿、走出门的一个人群。秀肌肉、晒腰身,不同年龄段的人群中,90 后喜欢健身锻炼的比例上升明显。不仅如此,他们选择业余培训的人也越来越多。与好动的 90 后形成明显反差的是安静的 70 后,相对“中国经济生活大调查(2017—2018 年)”其他年龄段,他们更喜欢阅读,对上网和健身的兴趣都不太高。工作之余,最爱补觉的也是他们,有空就想好好睡一觉。80 后休闲活动的特点就是“没特点”。在众多休闲活动中,他们哪一项都不是很突出,唯有在购物上要高于其他年龄段。

18. 越来越多人把业余时间用在学习上

2017 年的调查显示,中国人用于业余培训的休闲时间,已经达到全部休闲时间的 13.06%。除了专业技能的培训之外,越来越多的人为了追求品质生活开始参加丰富多彩的业余培训,如舞蹈、绘画、插花等,不仅丰富了休闲时间,放松了身心,也在不断地实现着个人的精神追求。

19. 谁最爱社交

2011—2014 年,中国人利用休闲时间社交的占比明显下降,但目前有所回升,最新调查显示占比回升到 20.72%。不同婚恋状态的人中,丧偶、离异的人选择社交的比例要高于其他人,对他

们而言社交能缓解内心的孤独。值得注意的是,未婚无恋人的人群是选择社交比例最低的。

20. 哪里的人最幸福

2017年,中国百姓“幸福观”正在变化。全国有超过四成(44.18%)的人感觉幸福,这个比例虽然比2016年略下降,但是从整体看,表示“不幸福”的群体有了明显下降,较2016年降低了3.429%。而表示“比较幸福”的群体较2016年提升了1.479%,处于自2010年以来的第三高点(占比32.42%)。

从城市分布来看,二线城市的人“幸福感”最强,一线城市的人虽然整体幸福感有所上升,但依然排在三线城市之后。

从省份看,幸福感相对较高的前三位是:青海、内蒙古、江苏。十大幸福直辖市和省会城市(自治区首府)分别为:武汉、西宁、南昌、呼和浩特、长沙、天津、福州、杭州、南京、海口。

数据还发现,地级市排前十的幸福感指数要远高于排前十的直辖市和省会城市。幸福感最强的十个地级市分别是保定市、芜湖市、淮安市、盐城市、西宁市、常德市、济宁市、镇江市、襄阳市、沧州市。

21. 谁是最幸福的人

26~35岁未婚无恋人的人群中,选择感觉幸福和比较幸福的女性受访者(47.50%)仍高于男性(42.79%),两者的幸福感都有所提升。

22. 2017年影响中国人幸福感的因素

排名前三位的是健康状况、家庭关系、收入水平。有超过半数的受访者(53.46%)认为“健康状况”是影响幸福感的第一要素。从历年数据来看,影响中国人幸福感的因素不断发生变化。从2013年开始,“健康状况”在幸福的影响因素中开始超过“收入水平”,上升为影响幸福感的首要因素。

23. 人们还有哪些遗憾

“如果一切都能重新来过,你会选择改变什么?”调查发现,排在最想改变前两位的,分别是“从事的职业”(29.84%)和“居住地”(17.91%)。对现状还算满意,表示什么也不需要改变的占17.70%。所学专业排第四位占16.81%。希望改变“婚姻”和“容貌”的有10.726%和7.03%。

以上案例是中央电视台携手三大权威机构第十二次对中国百姓的经济主张进行系统性调查,通过明信片的方式,对中国10万家庭进行入户问卷调查,经济生活大调查是全球最大规模的媒体入户问卷调查。本次调查问卷通过收入、投资、消费、工作、休闲、幸福感六个维度全面解读2018年大家期望的生活与工作状态,为政府、企业或个人提供第一手的参考资料。

“中国经济生活大调查(2017—2018)”在调查方式方法、调查项目设计、组织计划等方面为我们提供了很好的范例。

任务三 设计统计调查问卷

一、问卷概述

问卷是为了达到调研目的和搜集必要数据而设计好的一系列问题清单。它是搜集来自被

访者信息的正式一览表。问卷提供了标准化和统一化的数据搜集程序,它使问题的用语和提问的程序标准化,每一个应答者看到或听到相同的文字和问题,每一个访问员问完全相同的问题。因而问卷是一种控制工具。

优秀的调查问卷,首先必须完成所有的调研目标,以满足管理者的信息需要。其次,它必须以能理解的语言和适当的智力水平与应答者沟通,并获得应答者的合作。再次,对访问员来讲,它必须易于管理,方便记录下应答者的回答;同时,它还必须有利于方便快捷地编辑和检查完成的问卷,并容易编码和输入数据。最后,调查结果能回答调查者所想了解的问题。

二、问卷设计过程

(一)问卷设计步骤一:确定调研目的和调查的主题

在接受一个调查项目后,通常情况是委托人只提供一个大致调查范围,如对某种产品的需求情况或读者对某报刊的关心程度等。在这种情况下,调查单位应详细研究本项调查的目的及调查结果的用途,以便确定对各种信息资料的取舍、调查问卷中应侧重的方面等。

(二)问卷设计步骤二:确定数据搜集方法

询问数据有人员访问、电话调查、邮寄调查与自我管理访问等方法,每一种方法对问卷设计都有影响。

(三)问卷设计步骤三:确定问题的回答形式

常见类型有开放式问题、封闭式问题、量表应答式问题。

1. 开放式问题

开放式问题是一种应答者可以自由地用自己的语言回答和解释有关想法的问题类型。

例如,(1)产品色彩中哪类颜色是您最喜欢的?(2)您对商品房价格居高不下有何看法?(3)您喜欢看什么电视节目?

开放式问题的优点:(1)可以使应答者给出他们对问题的一般性反应,例如,“您认为利用邮寄目录公司订购比本地零售有什么优势?”(追问:“还有什么?”)(2)能为研究者提供大量、丰富的信息。(3)答案的分析能作为解释封闭式问题的工具。(4)问题也许会为封闭式问题提出额外的选项。

开放式问题的缺点:(1)编码方面费时费力。(2)有误差。(3)问题可能会向外向性格的、善于表达自己意思的应答者发生偏斜。(4)问题不适合使用在一些自我管理性问卷上。

2. 封闭式问题

封闭式问题是一种需要应答者从一系列应答项中做出选择的问题。

(1)二项选择题

例如,您在抽丹麦卷烟时要加热吗?(只选一项)

A. 是 B. 否

有时候要加上中立的或无意见/不知道选项,即有时问卷中未给出中立选项,访问员也会潦草地写上“DK”表示“不知道”,或“NR”表示“无回答”。

(2)多项选择题

例如,“在过去的3个月中,您用过大宝护肤品吗?”(选出所有合适的项)

A. 用于洗脸 B. 用于润肤 C. 用于祛斑 D. 用于清洁皮肤 E. 用于护理干燥皮肤
F. 用于软化皮肤角质 G. 用于防晒 H. 使皮肤更光滑 I. 其他_____

封闭式问题的优点:(1)可以减少访问人员误差。(2)可启示,并避免向那些善于表达自己

意思的人偏斜。(3)编码与数据录入过程简化,减少该过程误差。

封闭式问题的缺点:(1)二项选择问题无法体现强度因素。封闭多项式问题则必须花许多时间来想出一系列可能的答案,花更多的时间与努力。(2)可能的选项范围有限。(3)次序误差。

3. 量表应答式问题

例如,(1)“既然您已试用了该产品,您认为将购买它吗?”(选一个)

A. 是的,会购买 B. 不会购买

(2)“既然您已试用了该产品,您认为将……”(选一个)

A. 肯定购买 B. 可能购买 C. 也许会也许不会 D. 可能不会购买 E. 肯定不会购买

量表应答式问题的优点:(1)可以测量应答者回答的强度。(2)许多量表式应答可以转换成数字而直接用于编码。(3)可以使用一些更高级的统计分析工具。

量表应答式问题缺点:容易使应答者产生误解。

(四)问卷设计步骤四:决定问题的用词

1. 用词必须清楚,避免使用含糊不清的词语

例如:“您使用哪个牌子的洗发水?”

【分析提示】 这个问题表面上有一个清楚的主题,但仔细分析会发现很多地方含糊不清,假如被调查者使用过一个以上的洗发水品牌,则他对此可能会有四种不同的理解或回答:①回答最喜欢用的洗发水品牌;②回答最常用的洗发水品牌(最常但并不一定是最喜欢用的,例如受支付能力的影响);③回答最近在用的洗发水品牌;④回答此刻最先想到的洗发水品牌。另外,在使用时间上也不明确:上一次?上一周?上个月?上一年甚至更长时间?都可由被调查者随意理解,这样的问题显然无法搜集到准确的资料。因此明确定义你的问题极其重要。以下几条或许会对你有所帮助:

(1)采取六要素明确法,即在问题中尽量明确什么人、什么时间、什么地点、做什么、为什么做、如何做六要素。问题的含糊往往是对某个容易产生歧义的要害,缺乏限定或限定不清引起的。因此在设计问题或在检查问题时,可以参照这六要素进行。上面的问题明确几个要素后改为:“在过去的一个月中,您在家中使用什么牌子的洗发水?如果超过一个,请列出其他的品牌名称。”这样定义的问题显然明确多了。

(2)避免使用含糊的形容词、副词,特别是在描述时间、数量、频率、价格等情况的时候。像有时、经常、偶尔、很少、很多、相当多、几乎这样的词,对于不同的人有不同的理解。因此这些词应用定量描述代替,以做到统一标准。

下面这个例子中。②显然比①精确得多。

“在普通的一个月中,您到百货商店的采购情况如何?”

①A. 从不 B. 偶尔 C. 经常 D. 定期

②A. 少于一次 B. 1~2次 C. 3~4次 D. 超过4次。

(3)避免使用专业术语,用语要适合于目标观众。

例如,某保险公司调查顾客对本公司业务的印象,询问:

请问您对本公司的理赔时效是否满意?

请问您对本公司的展业方式是否满意?

许多被调查者不明白什么是“理赔时效”和“展业方式”,即使给出答案也没有意义。

在访谈的开始说明调查的目标来提高透明度。

避免在一个句子中出现“双向式问题”。

2. 选择用词以避免应答者误差

应避免显而易见的答案;问题不能是诱导性的。

例如,抽烟有害健康,你准备戒烟吗?

有时研究的目的必须隐含,以得到一个无偏差的答案。

3. 考虑到应答者回答问题的能力

为了避免应答者记忆力差的问题,时间期限应相对短。有些市场调查经常要求被调查者回忆以前三个月甚至半年、一年的购买情况,这显然取决于被调查者的回忆能力和合作程度。某次汤料市场调查中询问被调查者每次做几碗汤,尽管说明了碗的大致容量,但这种估计明显会有很大的计量误差。

4. 考虑到应答者回答问题的意愿

对于应答者不愿意回答,如私人问题、不为一般社会道德所接纳的行为或态度或有碍声誉的问题。这类问题直接提问往往会遭到拒绝,因此应改为采用非直接、联想式提问。

例如,如调查个人收入问题,可以提供几个收入段“1 000 元以下,1 000~2 000 元,2 000~3 000 元,3 000 元以上”作为选项,在一定程度上会降低窘迫性。此外,还可通过说明信息的正当用途降低敏感性。

(五) 问卷设计步骤五:确定问卷流程和编排

1. 运用过滤性问题以识别合格应答者

在问卷上设计过滤性问题亦可提供“过滤问卷”。

例如,想调查现有 ipad 的不足之处,则必然要调查 ipad 的使用者。可以在问卷开始提问“您使用过 ipad 吗?”这样就可检查被调查者是否合格,及时“过滤”不合格者了。

2. 在得到合格的应答者后以一个能引起应答者感兴趣的问题开始访谈

通过介绍性说明词和过滤性问题发现合格的应答者后,起初提出的问题应当简单,容易回答,令人感兴趣,并且不存在任何威胁。用一个人年收入或是否偷税漏税问题作为起初的问题往往是不合适的,这些问题经常被认为具有威胁性,并且立即使应答者处于防卫状态。

3. 先问一般性问题

一般性问题的出现使人们开始考虑有关观念、公司或产品类型。

例如,有关洗发水的问卷也许会这样开始:“在过去的 6 个星期,您曾经购买过洗发水、护发素和定型剂吗?”促使人们开始考虑有关洗发水的问题。然后,问及有关洗发水的购买频率、品牌。

4. 需要思考的问题放在问卷中间

起初应答者对调查的兴趣与理解是含糊的,培养兴趣的问题为访谈过程提供了动力和承诺。在部分应答者身上,会有一些问题需要回忆,建立起来的兴趣、承诺和与访谈员间的融洽关系,保证了对这部分问题的回答。将需要回忆、难以回答、复杂的问题摆放在中间位置,可以保证其能得到答案。

5. 提示在关键点插入

在关键点插入提示,一方面防止应答者的兴趣下降。对问卷设计者而言,在问卷的关键点插入简短鼓励也是值得的。例如,“下面没几个问题了”或“下面会容易些”等。另一方面,作为下一部分内容的介绍插入,例如,“既然您已帮我们提出了以上的意见,我们想再多问一些问题”。

6. 把敏感性问题、威胁性问题和人口统计问题放在最后

当调查目标要求应答者回答一些感到为难的问题时,可以把这些问题放在问卷最后,这样可以保证大多数问题在应答者出现防卫心理或中断应答之前得到回答,并且此时应答者与访问者之间已经建立了融洽的关系,增加了获得回答的可能性。

【统计实例 1—12】 某公司进行洗发水调查,先用过滤性问题识别合格应答者。例如,“最近您购买过洗发水吗?”在得到肯定的答复后,再问一般性问题,例如,“您购买洗发水的频率、品牌?”需要思考的问题放在中间,例如,“您认为××牌的洗发水质量如何?”最后是人口统计问题,例如,“您的年龄、职业、住址?”

(六) 问卷设计步骤六: 问卷的评估

1. 问题是否必要

每一个问题都必须服从于一定的目的,要么它是过滤性的,要么是培养兴趣的,要么是过渡用的,要么直接或清楚地与所陈述的特定调研目标有关,否则就应当删去。

2. 问卷是否太长

取志愿人员充当应答者回答问卷 5 次最短时间的平均数。

3. 问卷是否回答了调研目标所需的信息

检验法:写下调研目标,在调研目标旁写达成该目标的问题的题号,没有与目标相联系的问题应当删去;而若目标旁没有列出问题或有些目标虽有一些问题但目标并不能完成,则应在问卷中加上适当的问题以保证该目标能完成。

4. 邮寄和自填式问卷的外观设计

问卷看上去尽可能正规:用高质量的纸印刷,超过 4 页的问卷应装订成册。

5. 避免看上去杂乱

问卷四周应留有足够的空白,行与列间不应太紧凑,以便访问人员或应答者可以容易地选择适当的行或列。

6. 给开放式问题足够的空间

一般来讲,一个开放式问题留有 3~5 行就足够了,只留半行的开放式问题得不到多少信息。

7. 问卷中的说明应当用明显字体

为避免混淆并澄清说明,所有的说明应当用明显字体。明显字体能引起访问员、应答者注意。

例如,“如果回答‘是’则问问题 3,否则跳到问题 17”。

(七) 问卷设计步骤七: 获得多方面的认同

问卷初稿出来以后,需要征求有关方面或人员的意见,获得他们的认同。初稿的复印件应当分发到直接有权管理这一项目的各部门。实际上,问卷在设计过程中可能会多次加进新的信息、要求或关注。不管管理者什么时候提出新要求,经常的修改是必需的。即使管理者在问卷设计过程中已经多次加入,初稿获得各方面的认可仍然是重要的。

各方面的认可表明了信息需要者想通过具体的问卷获得信息。如果没有问问题,就收集不到数据。因此,问卷的认可再次确认了决策所需要的信息以及它将如何获得。

例如,假设新产品的问卷询问了形状、材料以及最终用途和包装,一旦得到认可,意味着新产品开发经理已经知道“什么颜色用在产品上”或“这次决定用什么颜色”并不重要。

(八) 问卷设计步骤八: 预先测试和修订

由最终将进行实地调查的最优秀的访问人员对调研的目标应答者以最终访问的相同形式

实施调查。寻找问卷中存在的错误解释、不连贯的地方、不正确的跳跃模式、为封闭式问题寻找额外的选项以及应答者的一般反应。对预先测试获得的数据,研究人员应当考虑编码、制表和常规的统计分析。预先测试后,切实修改需要改变的地方并获得各方的认同,若问卷改动较大,应进行第二次测试。

(九)问卷设计步骤九:问卷的最后印刷

精确的打印指导,空间、数字、预先编码必须安排好,监督并校对,在某些情况下问卷可能进行特殊的折叠和装订。印刷和纸张的质量随谁看问卷而有所不同。

三、调查问卷的基本结构

问卷的基本结构一般包括五个部分,即标题、说明信、调查内容、被调查者的基本情况和结束语。其中调查内容是问卷的核心部分,是每一份问卷都必不可少的内容,而其他部分则根据设计者需要取舍。

(1)标题:简明扼要,点明调查对象或项目。

(2)说明信:一般放在问卷的开头,所以也称问卷说明或开场白,意在让被调查者了解调查的意义、主要内容、引起对填写问卷的重视,以求得被调查人的支持与合作,并说明注意事项,指导问卷的填写。例如:

女士们、先生们:

您好!

我是市场调查员,我们正为×××产品做市场调查,请协助我们回答几个问题,只占用您15分钟的时间。谢谢您的协助与支持!

(3)调查内容。问卷的调查内容主要包括各类问题,问题的回答方式及其指导语,这是调查问卷的主体,也是问卷设计的主要内容。至于指导语,也就是填答说明,用来指导被调查者填答问题的各种解释和说明。

(4)被调查者的基本情况。这部分可放在开场白之后,也可放在调查内容之后,用以了解被调查者的情况,如性别、民族、职业、收入、年龄、文化程度、婚姻状况、家庭人口等。其主要作用是分析有效问卷的组成结构、代表性好坏、顾客消费心理偏好等。

(5)结束语。一般放在问卷的最后面,用来简短地对被调查者的合作表示感谢,也可征询一下被调查者对问卷设计和问卷调查本身的看法和感受。

除此之外,调查问卷还可编上计算机编码,便于计算机处理和分析;如有必要,也可在最后附上调查人员的姓名、调查日期等,作为作业证明的记载。

【统计实例1-13】上海市城市居民消费与投资倾向调查问卷

尊敬的先生、女士:

我们是上海科学技术职业学院的学生。为了积极参与贯彻国家关于扩大内需推动经济增长的方针和理论与实践相结合的教育原则,在老师指导下我们组织了这次千户居民的社会调查。请您给予支持。调查不记名,全部资料用计算机处理,绝对保密和安全,您只需在符合您的情况的答案上打个钩,只占用几分钟时间。谢谢!

1. 您家是否已经拥有下列耐用家电设备:

1. ☐彩电 2. ☐组合音箱 3. ☐VCD(或DVD) 4. ☐冰箱 5. ☐空调 6. ☐电脑

2. 您家的住房是:

(1) ☐租赁公房 (2) ☐有产权公房 (3) ☐新商品房 (4) ☐其他(请注明)_____

3. 您家今明两年是否准备以下项目支出:

- (1) ☐ 购买家电设备 (2) ☐ 购买成套家具 (3) ☐ 购买汽车 (4) ☐ 购买(或置换)房屋
(5) ☐ 现有住房装修 (6) ☐ 支付子女教育费 (7) ☐ 国内或国外旅游

4. 您今明两年不准备上列大项目支出的主要原因是(选填3项):

- (1) ☐ 没有必要 (2) ☐ 经济不宽裕 (3) ☐ 品牌不中意 (4) ☐ 质量信不过 (5) ☐ 售后服务差
(6) ☐ 价格不合理 (7) ☐ 其他(请注明) _____

5. 您购买商品考虑的主要因素是:

- (1) ☐ 实用价值 (2) ☐ 商品质量 (3) ☐ 价格 (4) ☐ 品牌 (5) ☐ 售后服务 (请按您认为的重要性在 ☐ 中写上位序)

6. 您家平均每月总收入是:

- (1) ☐ 500 元以下 (2) ☐ 500~1 000 元 (3) ☐ 1 000~1 500 元 (4) ☐ 1 500~2 000 元
(5) ☐ 2 000~3 000 元 (6) ☐ 3 000~5 000 元 (7) ☐ 5 000~8 000 元 (8) ☐ 8 000 元以上

7. 您家平均每月日常生活费开支是 _____ 元,其中用于吃(食品)支出大约是 _____ 元。

8. 您认为您家近几年生活水平是:

- (1) ☐ 没有变化 (2) ☐ 略有提高 (3) ☐ 提高很多 (4) ☐ 略有下降 (5) ☐ 下降很多

9. 您收入节余用于以下哪些项? 各项约占多大比重?

- (1) 银行储蓄 _____ % (2) 国债(国库券) _____ % (3) 基金 _____ % (4) 其他债券
_____ % (5) 股票 _____ % (6) 保险 _____ % (7) 其他 _____ %

10. 您存钱的主要目的是:

- (1) ☐ 购买设备 (2) ☐ 购买住房 (3) ☐ 结婚 (4) ☐ 子女教育 (5) ☐ 养老防病
(6) ☐ 旅游 (7) ☐ 其他 (请按您认为的重要性在 ☐ 中写位序)

11. 您是否了解现在推行的信贷消费:

- (1) ☐ 不了解 (2) ☐ 了解一点 (3) ☐ 了解 (4) ☐ 很了解

12. 您是否打算参加信贷消费:

- (1) ☐ 是 (2) ☐ 不 (跳过第 13 题)

13. 您信贷消费的项目是 _____ (请按第 3 题的编号填写)。

14. 最后,了解一下您的基本情况:

A. 您的性别:(1) ☐ 男 (2) ☐ 女

B. 您的年龄: _____ 周岁

C. 您的文化程度:(1) ☐ 不识字或识字不多 (2) ☐ 小学 (3) ☐ 初中 (4) ☐ 高中或
中专 (5) ☐ 大专或大学以上

D. 您家庭人口数 _____ 人

其中,D(1)在业 _____ 人;

D(2)离退休 _____ 人;

D(3)失业、下岗 _____ 人;

D(4)在校学生 _____ 人

E. 您的职业 _____

F. 职务 _____

◎情景思考

阅读下面 A 公司准备的一份调查问卷。该公司想做一项开车的人对购买汽油的决策调查。它们希望该调查有助于改善其市场策略。它们在 A 公司的加油站分发该问卷。要求顾客填写完成后在下一次来加油时递交。

下面是对所有顾客的调查问卷：

请您回答下列问题

1. 姓名：_____
2. 地址：_____
3. 车型：_____
4. 您经常购买汽油吗？_____
5. 谁是购买者，您还是您妻子？_____
6. 您通常购买多少汽油？_____
7. 您常在 A 公司的加油站买汽油吗？是/不是
8. 您在其他什么地方购买汽油？_____
9. 您为什么选择 A 公司？
10. 如果您开的是公司的汽车，是否自己享用免费礼物和特价优惠？

谢谢您的合作，请您在每个问题的后面填写回答。

1. 你认为这份问卷是否有效。为什么？请评述每个问题是否恰当以及自填卷的形式是否合适。

2. 假设 A 公司邀请你为它设计一份改进的问卷。

(1) 请根据你认为 A 公司想要得到的信息，设计 8~10 个问题。

(2) 请解释你为什么设计这些问题。

(3) 你建议 A 公司应该如何分发和收集这些问卷。

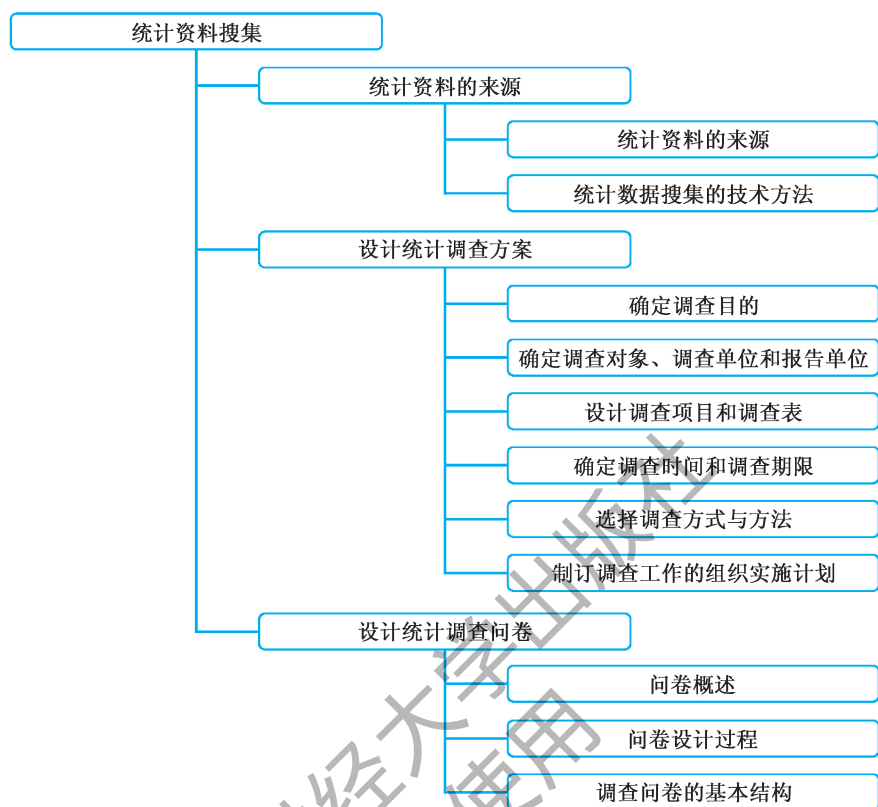
◎知识归纳

1. 统计资料的搜集是整个统计活动的基础和关键，它要求搜集所得结果准确、及时、完整、系统，调查所耗费用比较低。按获取途径不同，统计资料可分为一手资料（直接资料和二手资料（间接资料））。一手资料获得可采用普查、抽样调查、统计报表、重点调查、典型调查等组织方式。在日常的研究和管理决策中，要善于利用各种现成的数据即二手资料。统计调查技术方法主要包括以下几种：直接观察法、报告法、询问法等。

2. 每项统计调查实施之前，都要设计周密的调查方案，其主要内容包括以下几点：确定调查目的，确定调查对象和调查单位，设计调查项目和调查表，确定调查时间和调查期限，选择调查方式与方法，制订调查的组织实施计划。

3. 问卷调查是一种特殊的调查形式，根据调查目的在调查对象中随机选择或有意识地确定调查单位，以书面文字或表格形式了解被调查者的意见，调查者自愿、自由地回答问卷中所提出的问题。调查表格和问卷的设计应简明扼要，以保证所搜集资料的准确。

◎ 知识图表



◎ 关键词

统计调查 直接资料 间接资料 统计报表 普查 重点调查 典型调查 抽样调查
调查方案 调查对象 调查单位 报告单位 调查项目 调查时间 调查期限 调查表

◎ 独立思考

1. 统计数据的具体搜集方法有哪些?
2. 简述抽样调查、重点调查与典型调查的区别。

◎ 基本训练

一、单项选择题

1. 调查几个重要铁路枢纽,就可以了解我国铁路货运量的基本情况和问题,这种调查属于()。
A. 普查
B. 重点调查
C. 典型调查
D. 抽样调查
2. 重点调查中重点单位是指()。
A. 标志总量在总体中占有很大比重的单位

- B. 具有重要意义或代表性的单位
C. 那些具有反映事物属性差异的品质标志的单位
D. 能用以推算总体标志总量的单位
3. 调查某市工业企业职工的工种、工龄、文化程度等情况, ()。
A. 填报单位是每个职工
B. 调查单位是每家企业
C. 调查单位和填报单位都是企业
D. 调查单位是每个职工, 填报单位是每家企业
4. 下列调查中, 调查单位与填报单位一致的是 ()。
A. 企业设备调查
B. 人口普查
C. 农村耕地调查
D. 工业企业现状调查
5. 在对总体现象进行分析的基础上, 有意识地选择若干具有代表性的单位进行调查研究, 这种调查方法是 ()。
A. 抽样调查
B. 典型调查
C. 重点调查
D. 普查
6. 抽样调查的主要目的是 ()。
A. 计算和控制抽样误差
B. 推断总体总量
C. 对调查单位做深入研究
D. 广泛运用数学方法
7. 抽样调查和重点调查都是非全面调查, 二者的根本区别在于 ()。
A. 灵活程度不同
B. 组织方式不同
C. 作用不同
D. 选取单位方式不同
8. 调查时间是指 ()。
A. 调查资料所属的时间
B. 进行调查的时间
C. 调查工作的期限
D. 调查资料报送的时间
9. 某市工业企业 2019 年生产经营成果年报呈报时间规定在 2020 年 1 月 31 日, 则调查期限为 ()。
A. 一日
B. 一个月
C. 一年
D. 一年零一个月
10. 对一批商品进行质量检验, 最适宜采用的方法是 ()。
A. 全面调查
B. 抽样调查
C. 典型调查
D. 重点调查

二、多项选择题

1. 我国第六次人口普查属于 ()。
A. 全面调查
B. 一次性调查
C. 专门调查
D. 经常性调查
E. 直接观察法
2. 完整的统计调查方案应包括 ()。
A. 调查任务和目的
B. 调查对象
C. 调查单位
D. 调查表

E. 调查时间

3. 统计调查中,调查单位与报告单位一致的是()。

A. 人口普查

B. 零售商店调查

C. 工业企业设备普查

D. 高校学生健康状况调查

E. 工业企业普查

4. 在工业设备普查中,()。

A. 工业企业是调查对象

B. 工业企业的全部设备是调查对象

C. 每台设备是填报单位

D. 每台设备是调查单位

E. 每家工业企业是填报单位

5. 我国统计调查的方式有()。

A. 统计报表

B. 普查

C. 抽样调查

D. 重点调查

E. 典型调查

◎ 实战演练

【目标】 掌握统计调查方案、统计调查问卷的设计,能初步进行小型的统计调查活动。

【内容】 从下面题目中任选一题编写调查方案,设计与之相配套的调查表或调查问卷,并开展相关调查。

(1)随机抽取某高校大一、大二、大三年级的在校生各 100 名学生,调查月生活费支出情况,以此反映当代大学生消费热点,研究学生学习生活需求。

(2)目前,投资理财正越来越被人们重视,我国投资理财产品也越来越多。一般来说,我国家庭选择的理财品种主要包括储蓄、股票、基金等,请以所在社区的家庭理财活动为调查课题,研究社区居民的投资偏好。

【步骤】

(1)学员分组。

(2)各组分别设计一个完整的调查方案和调查问卷(或调查表)。

(3)利用课余时间实施调查(注意可使用的调查方法:采访法、问卷法)。

(4)将调查资料搜集、装订、整理,留待以后整理分析使用。

[提示:大学生月生活费支出调查项目:被调查学生月生活费支出额。支出的构成包括伙食费、衣着、学习用品费、日化用品、课外培训费、娱乐休闲(网吧、舞厅、影院、郊游)、其他消费,月生活费来源等。]