

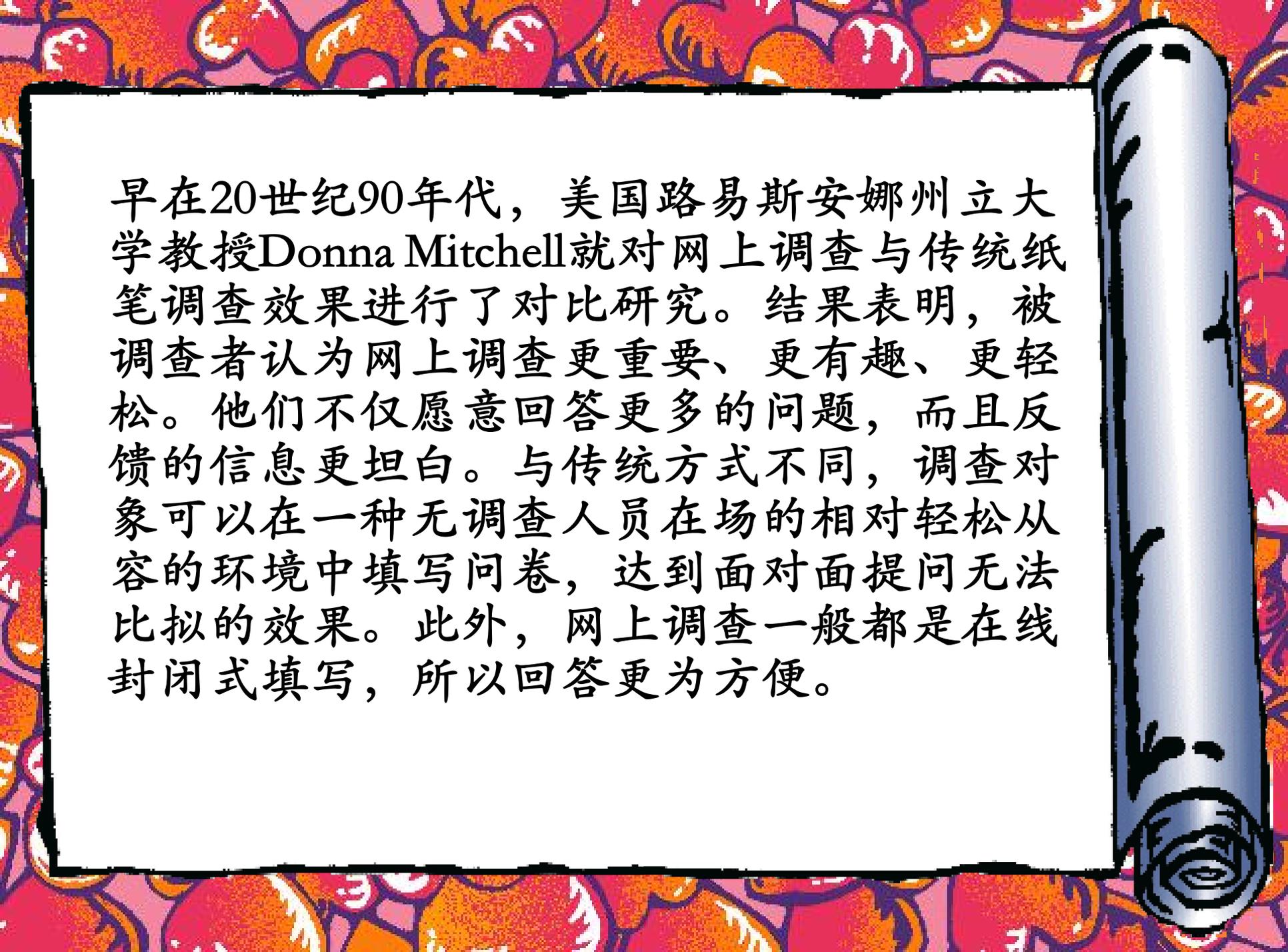
网上市场调研

• 组员：屈皖妮

• 高慧月

• 李仁秀（韩）

• 张小村



早在20世纪90年代，美国路易斯安娜州立大学教授Donna Mitchell就对网上调查与传统纸笔调查效果进行了对比研究。结果表明，被调查者认为网上调查更重要、更有趣、更轻松。他们不仅愿意回答更多的问题，而且反馈的信息更坦白。与传统方式不同，调查对象可以在一种无调查人员在场的相对轻松从容的环境中填写问卷，达到面对面提问无法比拟的效果。此外，网上调查一般都是在线封闭式填写，所以回答更为方便。

您已完成：

请选出您认为最热的2009体育娱乐事件

- 姚明变身CBA老板
- 蜗居热播
- 魔兽代理权风波
- 李开复离职
- 老虎伍兹情人门
- 今天你偷菜了吗？
- 大陆的小沈阳红到台湾
- 台湾的刘谦红到大陆
- 中国足坛打黑
- 你妈妈喊你回家吃饭
- 张艺谋《三枪》
- 暴走妈妈，感动中国
- 杭州飙车案
- 3G网络推广
- MJ走了。。。
- 3.6亿彩票巨奖
- Win 7上市
- “大家说”改版
- 群星汇聚《建国大业》
- 刘翔复出
- 嫁人就嫁灰太狼，做人要做懒羊羊
- Made in China, made with the world!
- 中国成为世界最大汽车市场

Finish >>完成

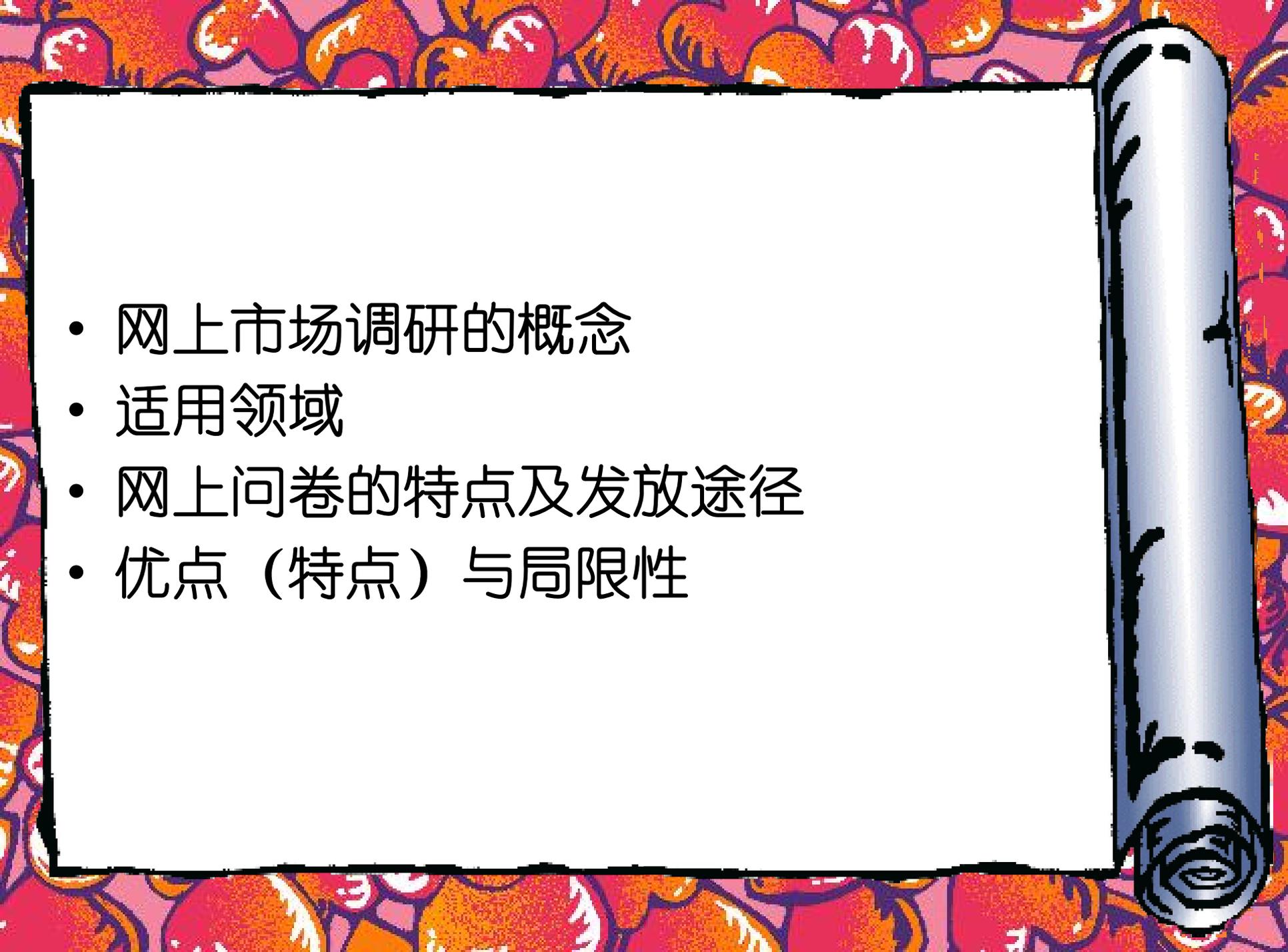


2009年年终热点调查

Page 页1

请选出您认为最热的2009体育娱乐事件

| | Count | Percent |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| 姚明变身CBA老板 | 25 | 10% |
| 蜗居热播 | 31 | 13% |
| 魔兽代理权风波 | 6 | 2% |
| 李开复离职 | 1 | % |
| 老虎伍兹情入骨 | 4 | 2% |
| 今天你偷菜了吗? | 33 | 13% |
| 大陆的小沈阳红到台湾 | 7 | 3% |
| 台湾的刘谦红到大陆 | 2 | 1% |
| 中国足球打黑 | 15 | 6% |
| 你妈妈喊你回家吃饭 | 12 | 5% |
| 张艺谋《三枪》 | 6 | 2% |
| 暴走妈妈，感动中国 | 4 | 2% |
| 杭州飙车案 | 8 | 3% |
| 3G网络推广 | 7 | 3% |
| MJ走了... | 7 | 3% |
| 3.6亿彩票巨奖 | 5 | 2% |
| Win 7上市 | 2 | 1% |
| “大家说”改版 | 10 | 4% |
| 群星汇聚《建国大业》 | 6 | 2% |
| 刘翔复出 | 12 | 5% |
| 嫁人就嫁灰太狼，做人要做懒羊羊 | 25 | 10% |
| Made in China, made with the world! | 5 | 2% |
| 中国成为世界最大汽车市场 | 15 | 6% |
| Total Responses: | 248 | 100% |

- 
- 网上市场调研的概念
 - 适用领域
 - 网上问卷的特点及发放途径
 - 优点（特点）与局限性

什么是网上市场调研

- **互联网**针对特定营销环境进行简单调查设计、收集资料和初步分析的活动
- 比如：政府机构和社会团体开展的网上调查工作，可以包括统计调查、市场调查、民意调查、研究项目调查.....



市场调研网站

- 问卷星——专业的问卷调查网站
- 中华调研网——市场调研行业门户网站
- 大家说网调地带——大众型调查网站

户名：

码： [忘记密码?](#)

确定

注册

[大家说调查助手下载](#)最新公告 [More...](#)

调查连连转，给力进行中!!!

二十八期自助调查积分已经...

调查连连转3月积分已加

广告评审团给力发动

第二十六、二十七期自助调...

今天你赚了没?

恭喜会员woaihaohao以最低...

广告评审团开团啦，赚分很给...

春节期间大家说网站礼品配...

恭喜会员wxb226以最低点 3...

推荐好友

尊好友奖你最高10000大家点，多重

励! 好友每参与一个调查都奖你大

点。

大家说网调地带是一个专门为中国网民提供在线奖励的社区，在这里你可以赚取奖励和了解最新的产品信息，同时会给你带来很多的乐趣。

- 任何中国居民都可以加入

只需要是中国大陆居民，并有一个有效的电子邮件地址。

- 这里的一切都是免费的

不需要加入费，也不会有任何的收费，您都是我们的会员。这里是完全免费的!

- 赚取奖励积分

查看邮件，填写商业问卷调查、参加活动、推荐好友、完善个人资料、手机验证。

- 用您的积分兑换真正的奖品

当您有了一定的积分，您就可以到礼品库兑换您喜欢的物品了。我们会快递送到您面前，不需要你出1分钱。

- 参加自助调查，了解更多信息

将您自己想知道的问题以调查问卷的形式发布出来，让网民帮您投票。您也可以搜索并查看其他的人的投票结果。

下一步：了解赚取奖励积分的方式

立即注册大家说

会员登录

用户名:

密码: [忘记密码?](#)

[确定](#) [注册](#)

[大家说调查助手下载](#)

最新公告 More...

- 调查连连转，给力进行中!!!
- 二十八期自助调查积分已经...
- 调查连连转3月积分已加
- 广告评审团给力发动
- 第二十六、二十七期自助调...
- 今天你赚了没?
- 恭喜会员woaihaohao以最低...
- 广告评审团开团啦，赚分很给...
- 春节期间大家说网站礼品配...
- 恭喜会员wxb226以最低点 3...

推荐好友

[推荐好友新增三级下线制度，12%、3%调查奖励提成，活动还奖你最多10000点，多重奖励！轻松赚十万家点。](#)

热点调查

- “双汇瘦肉精”问题的消费者态度调查 [2011-3-21 10:13:55]
- 春眠不觉晓VS春光时节好读书? [2011-3-16 17:08:53]
- 对药妆用户药妆使用情况的初步调研 [2011-3-16 16:30:46]
- 网络团购消费者调查 [2010-12-6 9:46:47]
- 360决战QQ，孰是孰非? [2010-11-4 16:58:59]
- Iphone4手机，饥渴销售，谁为其狂? [2010-9-28 11:31:38]
- 炎炎夏日，让我们为您排忧解难~ [2010-8-11 13:48:59]
- 霸王洗发水还能走多远? (New) [2010-7-20 15:40:02]
- 网站“植入式”广告你看到了吗? [2010-3-22 14:37:04]
- 触目惊心的一次性筷子** [2010-3-19 11:45:37]
- 情人节七宗“最” [2010-2-15 22:31:03]
- 春节，您准备好了吗? [2010-2-2 14:13:57]
- 《阿凡达》掀起新一轮3D风暴 [2010-1-11 16:35:05]
- 2009热点话题年终盘点 [2009-12-31 15:09:15]
- 食用油涨价了 [2009-12-18 15:22:15]

共5页 当前第1页

[首页](#) [1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [下一页](#) [尾页](#)

科技 · 家电 · 数码 · 通讯 · 网络

- [科技]美研制机器人时速达113...
- [科技]中国175座机场中130...
- [科技]去年74个中央部门亮“账...
- [科技]你是如何看待腾讯与华为打...

汽车 · 房产 · 理财 · 保险 · 教育

- [教育]农村教育应如何发展?
- [教育]关于早恋的调查
- [理财]基金管理公司
- [理财]国债

医疗 · 保健 · 食品 · 体育 · 品牌零售

- [医疗]石家庄建国中医院健康调查
- [体育]湖人逆转开拓者!!!
- [体育]曝体育局领导直接参与造假...
- [体育]罗纳尔多突然宣布退役 一...

站内搜索: 请输入关键词!

调研报告 ▾

搜索

中华调研网服务热线: 010-58247081

➔ 市场调研报告索引

医疗医药保健

化学药 原料药 中药
医疗器械 保健品 其它

IT与通信

移动 手机 电脑 设备 互联网
软件 数码 游戏 液晶 运营管理

机械电子

机械 电子

车辆交通

汽车 客车 轿车 载货车
摩托车 交通

能源矿产

煤炭 电力 金属

建筑房地产

建材 房产

家用电器

小家电 空调 热水器 其它

金融保险投资

银行 保险 投资 证券

饮食烟酒

啤酒 葡萄酒 白酒 烟草 饮料
食品 乳制品 调味品 其它

纺织服装皮毛

纺织 服装

酒店旅游餐饮



- 2011-2015年家庭保洁机器人行业投资策略分析及竞争战略.. (5-20) **NEW**
- 2011-2016年卧式机械节蒸汽锅炉行业投资价值及前景咨询.. (5-20) **NEW**
- 2011-2016年卧式振动离心脱水机行业投资价值及前景咨询.. (5-20)
- 2011-2016年卧式冷藏柜行业投资价值及前景咨询报告 (5-20)

调研报告

免费报告

行业资讯

企业名录

- 2011-2015年家庭保洁机器人行业投资策.. (5-20) **NEW**
- 2011-2016年卧式机械节蒸汽锅炉行业投.. (5-20) **NEW**
- 2011-2016年卧式振动离心脱水机行业投.. (5-20)
- 2011-2016年卧式冷藏柜行业投资价值及.. (5-20)
- 2012年中国珠宝首饰市场趋势观察研究预.. (5-20)
- 2011-2016年卧床接尿器行业投资价值及.. (5-20)
- 2011-2015年中国团购市场前景与投资盈.. (5-20)
- 2011-2016年升降台行业投资价值及前景.. (5-20)

更多>>

联系方式

Contact method



北京服务热线:

010-58247081/58247082

联系邮件:

zxs@cmrr.com.cn



福建服务热线:

0592-5337132

联系邮件:

wll@cmrr.com.cn

定制报告:

sales@cmrr.com.cn

C&D 建发物流

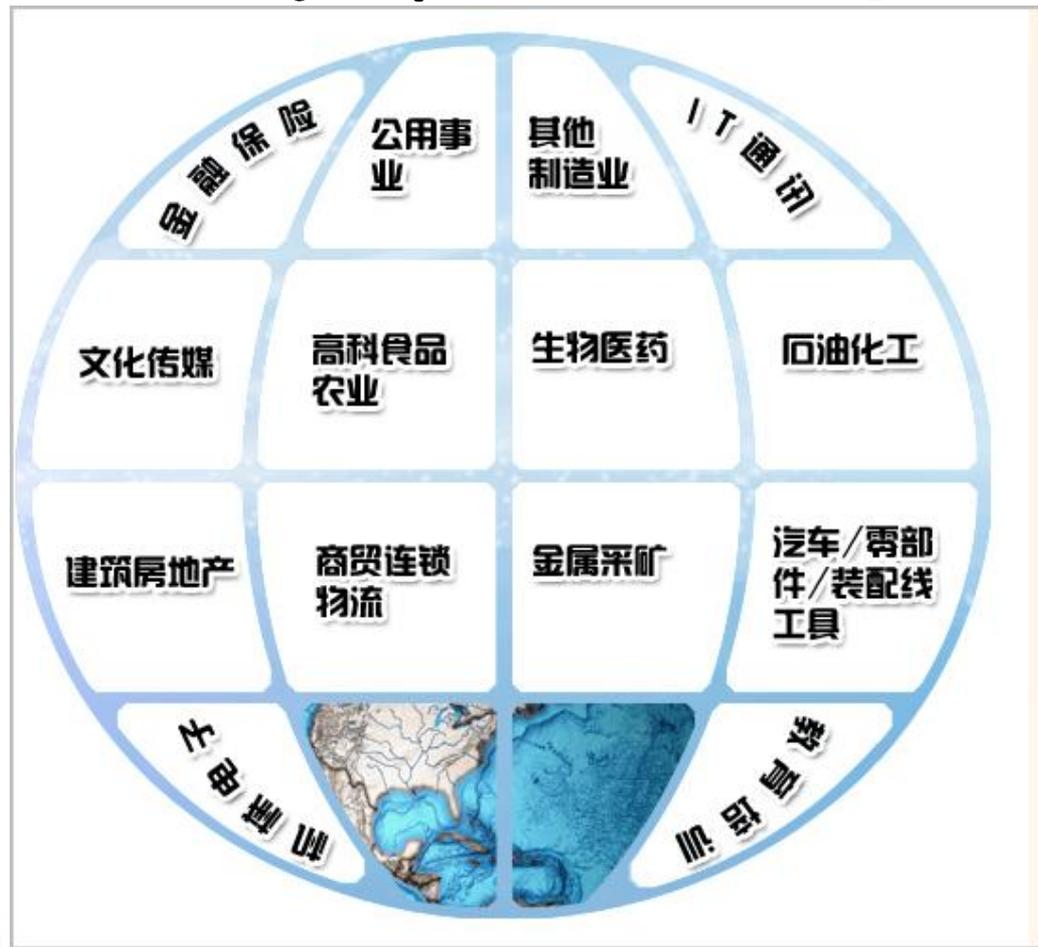
诚信、专注&高效 于服务的每一个细节

专利技术报告

市场调查报告



中华调研网涉足领域

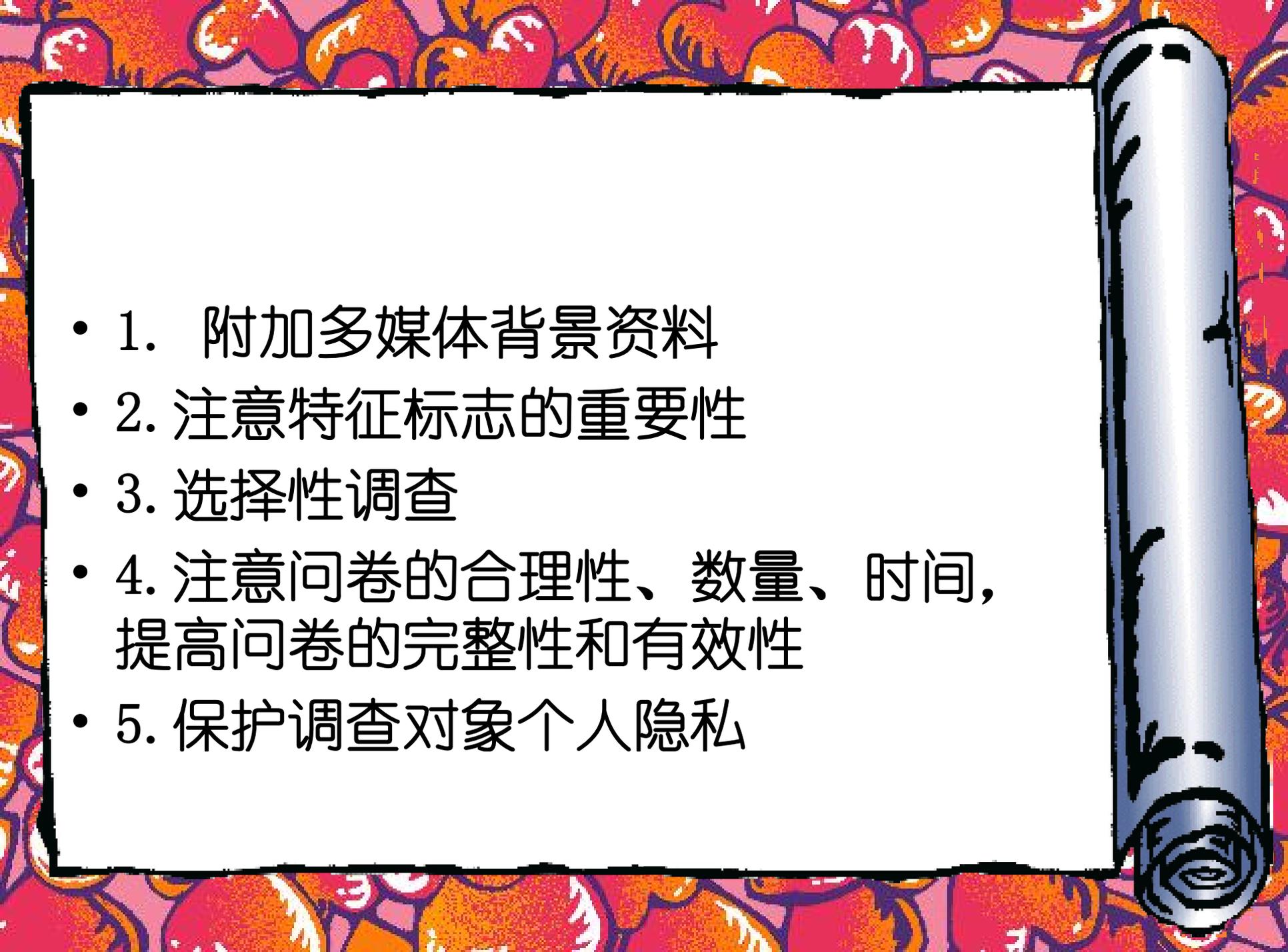


服务项目包括：
市场产品研究、
行业趋势研究、
投资可行性研究、
国外市场实地调研、
政府高层访谈、
行业专家访谈、
竞争对手深访、
渠道数据深访、
用户数据深访、
商业策划书等

网上问卷设计特点

网上问卷的设计会直接影响调查结果。如果问卷设计得不合理，容易被受访者拒绝，更谈不上效果了。所以，网上问卷除了具有一般问卷的特点外，还应具有以下特征：



- 
- 1. 附加多媒体背景资料
 - 2. 注意特征标志的重要性
 - 3. 选择性调查
 - 4. 注意问卷的合理性、数量、时间，提高问卷的完整性和有效性
 - 5. 保护调查对象个人隐私

情人节“七宗罪”调查问卷



情人节PK春节

今年的情人节和春节撞车~可苦了两地分隔的情侣~今年你在爱情亲情面前你选择..

情人节 春节

其他，请注明：

求婚是最浪漫的事？

求婚最典型方式是：男的单膝跪地,取出一只装着戒指的盒子,然后请求女的同意在他的身边度过余生。这样的求婚作为最经典的方式沿用至今。不过,现在的女人也许希望更煽情。你认为最浪漫的事是...

是的 不是

其他，请注明：



情人节“最”能打动女人的礼物

礼物不需要太实用，送能体现出情感的礼物，能永久保存又能有些温馨浪漫而且可以保存回忆的礼物，

- 钻戒 鲜花 其他

情人节哪种事最多？

很多人认为情人节一定是浪漫的事很多，可是有的哥们不一定哦，选择您的经历...

- 浪漫事 糗事

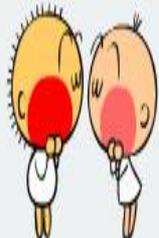
情人节“最”可爱表情

情人节，你发给你的另一半最可爱的表情是什么？



粉红蟹

傻样脸



酷巴猴



果冻点点



喵喵



其他，请注明：

情人节“最”受欢迎的约会场所

浪漫的情人节，在哪里表白胜算最大，哪里使你的魅力值增加，哪里能提现你的品位，以下的地方是不是觉得很遥远，为了爱情努力攒钱吧...

巴黎

洛杉矶

伦敦

罗马

西雅图

摩纳哥

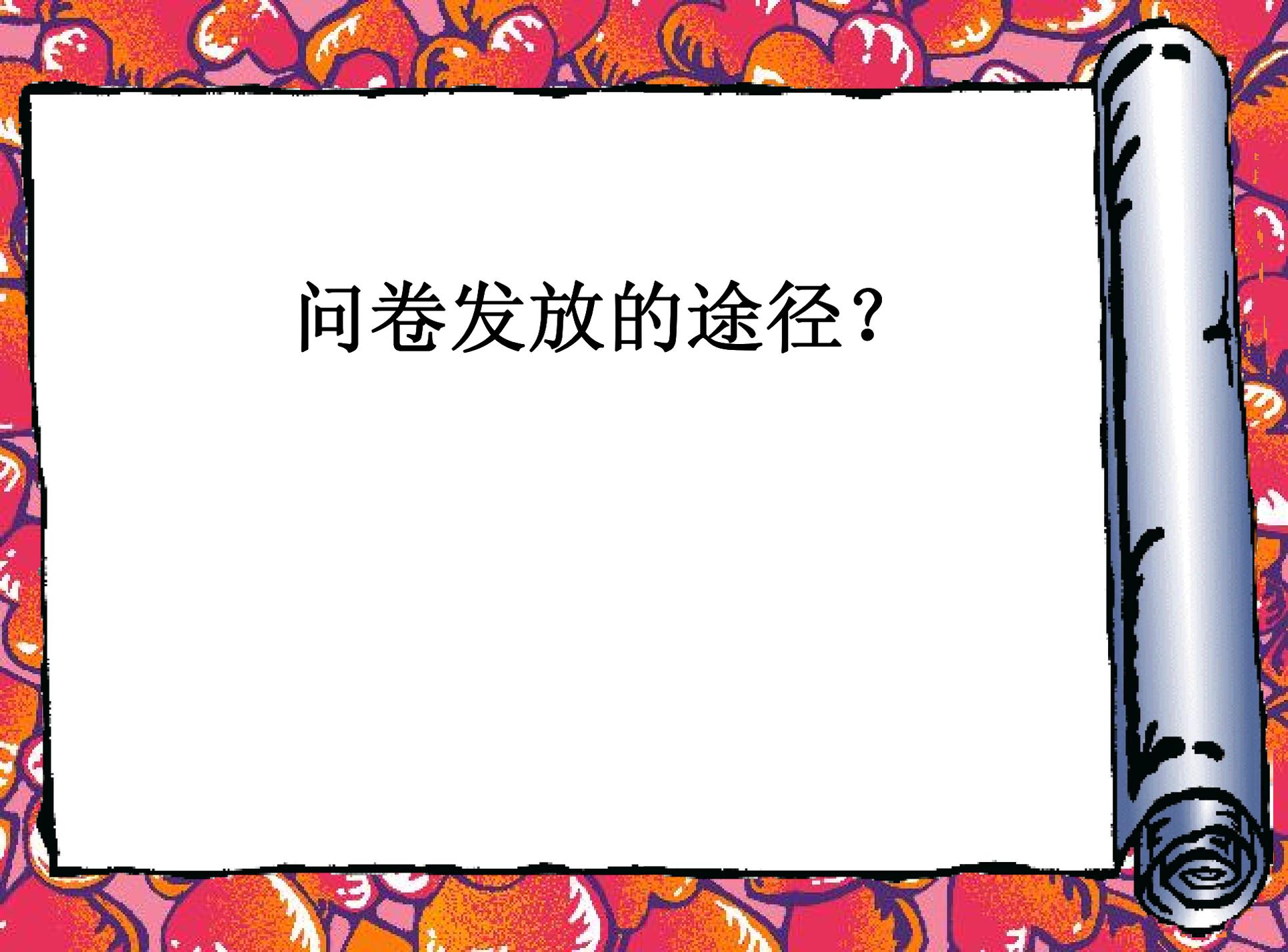
蒙特利尔

墨尔本

迪拜

卡萨布兰卡

其他，请注明：



问卷发放的途径？

网络市场调研

- 网上问卷调查法是网上直接调查的最主要方法，是指被调查对象通过Internet完成问卷调查。网上问卷调查一般有以下几种途径：**站点法、电子邮件法、电脑辅助电话访谈系统和其他网络调研系统**

①站点法

- 它是一种将问卷放在WWW站点上.由浏览这站点的用户在此回答调查问题的方法。站点法属于被动调查法。这种方法的好处是填写者一般是自愿的,但缺点是无法核对问卷填写者的真实情况。为达到一定的问卷数量,站点还必须进行适当宣传,以吸引大量访问者,如CNNIC在调查期间与国内一些著名的网络服务提供商和网络媒体提供商如新浪、搜狐、网易等设置调查问卷的连接。

②电子邮件法

- 它是指以较为完整的E-mail地址清单作为样本框,使用**随机抽样**的方法通过**电子邮件**发放问卷,并请调查对象以电子邮件反馈答卷,且有专门的程序进行问卷准备、排列E-mail地址和收集数据。电子邮件法属于**主动调查法**,与传统邮件法相似,这种方法的好处是较具定量价值,在样本框较为全面的情况下,可以用调查结果推论研究总体,可以有选择性地控制被调查者;缺点是**容易使被访问者反感,有侵犯个人隐私**之嫌。因此,用该方法时首先应争取被访问者的同意,或者估计被访问者不会反感,并向被访问者提供一定**补偿**,如有奖问答或赠送小件礼物等,以减轻被访问者的敌意。

③电脑辅助电话访谈法

- 它是利用一种软件语言程序在电脑的辅助下替代传统的市场调查访谈中主持人引导讨论调查问题的调查方法,能达到提高工作效率的目的,同时节省成本,避免传统的市场调查中手工劳动带来的强度和误差。CATI系统通常的工作形式是:访问员坐在电脑前,面对屏幕上的问卷,向电话对面的被访者读出问题,并将受访者的回答结果通过鼠标或键盘记录到计算机中;督导在另一台计算机前对整个访问工作进行现场监控。通过该系统调查者可以以更短的时间、更少的费用,得到更加优质的访问数据,所得数据可被各种统计软件直接使用。

④利用其他网络调研系统

- 当前,有专门为网络调研设计的问卷链接及传输软件。这种软件被设计成无须使用程序的方式,包括整体问卷设计、网络服务器、数据库和数据传输程序。一种典型的用法是:问卷由简易的可视问卷编辑器产生,自动传到互联网服务器上,通过网站,使用者可以随时在屏幕上对回答数据进行整体统计或图表统计。由于使用了网络专业工具软件,且网络费用和硬件费用由中心服务系统提供,若以平均每次访谈来看,该调研手段较交互式电脑辅助电话访谈系统所需费用低,但对于较小规模的样本(低于500名)调研而言,其费用则比E-mail法要高。

网上市场调研的优点



组织简单、费用低廉——网络调查在信息采集过程中不需要派出调查人员、不需用印刷调查问卷。调查过程中最繁重、最关键的信息采集和录入工作分布到众多网上用户的终端上完成，可以无人值守并无间断的接受调查填表，信息检验和信息处理由计算机自动完成。在传统调查方式中，纸张、印刷、邮资、电话、人员培训、劳务，以及后期统计整理等要耗费大量人力和财力，而网上调查则降低了调查实施的附加成本、接触成本和数据分析处理等方面的费用。网上调查的初期费用仅包括组织核对邮箱地址、创建调查网页与数据库等方面的费用。

传统市场调研成本情况

“小灵通”移动电话市场调研经费预算表



| | 标准 | 人数 | 天数 | 合计 |
|-------|-----------------|----------------|----------------|--------|
| 劳务费用 | 10 元/份 | 15 人 | 2 天 | 6000 元 |
| 印刷费用 | 0.25 元 / 份 | 共 600 份 | | 150 元 |
| 差旅费用 | 肇东 12 元×5 人(单程) | 阿城 9 元×5 人(单程) | 呼兰 7 元×5 人(单程) | 280 元 |
| 住宿费用 | 30 元/天 | 15 人 | 2 天 | 900 元 |
| 餐费补助 | 15 元/天 | 15 人 | 2 天 | 450 元 |
| 市内交通费 | 2 元 / 天 | 15 人 | 2 天 | 60 元 |
| 通讯费 | 1 元/天 | 15 人 | 2 天 | 30 元 |
| 其他 | | | | |
| 合计 | | | | 7870 元 |

企业版专属功能

- 1、技术支持与人工协助：**设计问卷、发送问卷、结果分析全程电话、Email支持，帮助您更快熟悉和使用问卷星的各项强大功能。
- 2、多用户管理系统：**通过创建企业内部用户并且分组和分配角色，可以实现集团内部分工合作和分享数据。默认可以创建5个内部用户，如需添加更多内部用户可以单独购买，价格为¥2200元每增加5个用户。
- 3、自定义域名：**通过自定义域名可以绑定贵公司的域名，从而轻易搭建一个专属于您自己的在线问卷调查、测评、投票平台！
- 4、专属登录界面：**您（包括您创建的用户名）都可以通过自定义域名直接登录进入管理后台而无需再访问问卷星公共页面。
- 5、自定义问卷页眉页脚：**问卷页眉页脚内容可以完全自定义，加入贵公司名称和Logo，与贵公司自己的网站保持风格一致。
- 6、更多填写人次支持：**每份问卷支持最多5万人次填写，同时支持每分钟2千次提交的并发量。
- 7、支持填写者上传附件：**允许填写者在填答问卷的同时上传附件，例如他的照片。
- 8、邮件或短信邀请填写：**通过系统自动发送邮件或短信邀请受访者填写问卷，同时可以跟踪其填写状态并自动催答。
- 9、支持断点续答：**允许填写者在填写过程中保存答卷以便以后继续填写。
- 10、答卷质量控制：**通过设置自动筛选规则、配额以及甄别页等可以在受访者填写过程中自动过滤无效答卷。
- 11、企业专用问卷模板：**包含人事、客服、市场、销售、管理、在线登记、在线留言8个分类60份问卷模板供您直接使用，大量节省您设计问卷的时间。
- 12、大型问卷快速编辑：**采用大量AJAX和“即点即用”技术大大加快了200题以上的大型问卷的加载、编辑和保存速度，节省您的宝贵时间。
- 13、海量答卷高速下载：**采用了数据压缩和分段传输技术，大大提高了下载速度。经过在普通1M电信ADSL网络连接下测试，下载5万条答卷数据到Excel文件（文件大小：92.8M）仅仅用时1分19秒（直接使用IE浏览器下载，未使用任何其它下载辅助工具）。
- 14、数据存储更安全：**服务器采用RAID（磁盘阵列）实时镜像存储，同时配合每日备份机制确保您的重要数据不会意外丢失。

问卷星自助在线服务企业版收费情况

企业版价格表

套餐有效期内可以无限制使用企业版全部功能，以及免费获得技术支持和人工协助。

| 价格 | 套餐有效期 | 折合每月单价 | 赠送积分 | 赠送短信 | 赠送空间 | |
|---------|-------|--------|---------|--------|--------|---|
| ¥380元 | 一个月 | ¥380元 | | 50条(?) | 10M(?) |  |
| ¥700元 | 两个月 | ¥350元 | | 100条 | 20M |  |
| ¥960元 | 三个月 | ¥320元 | | 150条 | 30M |  |
| ¥1680元 | 半年 | ¥280元 | | 300条 | 60M |  |
| ¥2880元 | 一年 | ¥240元 | 2千积分(?) | 600条 | 120M |  |
| ¥5280元 | 两年 | ¥220元 | 5千积分(?) | 1200条 | 240M |  |
| ¥7200元 | 三年 | ¥200元 | 1万积分(?) | 1800条 | 360M |  |
| ¥10800元 | 五年 | ¥180元 | 2万积分(?) | 3000条 | 600M |  |

对于购买一年及以上企业版套餐的用户，我们将提供加盖公章的纸质协议与发票同步快递给您（[查看企业版用户协议](#)）。

此外还有样本服务、录入问卷服务等同步增值服务。

及时性和共享性——无时空的限制，不受地理区位和天气等因素的限制，任何网民都可以参加投票甚至可以查看结果，这是网络调研独有的优势。

更好的保密效果——网络调查采用**匿名**提交的方法，因此比传统的调查方法拥有更加彻底保密性能。

更具客观性——拦路调查往往被调查者会不耐烦，而网上市场调研可以避免传统市场调研中人为因素导致的调查结论的偏差，被访问者是在完全独立思考的环境中接受调查的，能最大程度地保证调研结果的客观性，它在很大程度上反映了消费者的消费态度和市场发展的趋向。

互动性强——通过电子布告栏、在线谈论和电子邮件等方式及时收集信息，被访问者可以及时就问卷相关的问题提出自己的看法和建议，可减少因问卷设计不合理而导致的调查结论出现偏差等问题。

准确性——被调查者直接通过internet将信息以电子格式输入数据库，从而减少了数据录入过程中的遗漏和错误，在自动统计软件配合更完善的情况下，用很短的时间就能完成标准化的统计分析工作。

高效性——以搜狐网上调查系统为例，目前该调查专页每天约有400-600主动测试的访问者，10天内可以获得约5000位受访对象，而通过街头拦访或电话访问获得同样样本量的访问量，至少需要2-3倍的时间。因此，借助Internet进行市场调研正在成为最佳的解决方案。

网上调查的局限性



调查结果的局限性——由于网上市场调研缺乏监控机制，导致**难以辨认被调研者身份的真假情况**，从而造成信息欺诈。如果网民个人信息是虚假的，调研数据则不能反映被访者的真实意图。

样本数量局限性——对于一些访问量较低的网站来说，如何吸引人参与调查是一种挑战。如果访问量小，为了达到一定的样本数量，就需要较长的时间。如果为了调查而加大网站推广力度，需要增加不小的推广费用，可能得不偿失。

参与的局限性——由于在线调查占用被访问者的上网时间，内容较多、时间较长会影响参与者的积极性。

缺乏相应的法律及管理规定——由于一些网上市场调研活动没有相关部门的认证，使得被访者在提供信息时有所顾虑。而企业自身投资进行的调研活动，有可能因为黑客的恶意入侵、病毒泛滥，数据被毁、保密信息的泄露等给从事调研的企业带来巨大的损失。



1.您是否做过市场调研？

| | | 回答率 | 有效百分比 | 总回答数 |
|-----|--|-------|-------|------|
| A.是 | | 75.2% | 75.2% | 179 |
| b.否 | | 24.8% | 24.8% | 59 |
| 共计 | | 100% | 100% | 238 |

4.您选择的调研方式及效果

| | | 回答率 | 有效百分比 | 总回答数 |
|--------------|--|-------|-------|------|
| b.网络调研方式 较好 | | 64.3% | 64.3% | 153 |
| a.传统调研方式 较好 | | 23.5% | 23.5% | 56 |
| c.传统调研方式 不满意 | | 8.8% | 8.8% | 21 |
| d.网络调研方式 不满意 | | 3.4% | 3.4% | 8 |
| 共计 | | 100% | 100% | 238 |

13.当您遇到调研问卷问题不合理时是否会自行修改或填写其他答案

| | | 回答率 | 有效百分比 | 总回答数 |
|------|--|-------|-------|------|
| a.会 | | 50.4% | 50.4% | 120 |
| b.不会 | | 49.6% | 49.6% | 118 |
| 共计 | | 100% | 100% | 238 |

9.您所经历或看到的调研的方式及所用相应时间大概为

| | | 回答率 | 有效百分比 | 总回答数 |
|-------------|--|-------|-------|------|
| b.网络调研 四周以内 | | 51.3% | 51.3% | 122 |
| a.传统调研 四周以内 | | 27.3% | 27.3% | 65 |
| c.传统调研 六周以上 | | 13.4% | 13.4% | 32 |
| d.网络调研 六周以上 | | 8% | 8% | 19 |
| 共计 | | 100% | 100% | 238 |

10.您认为调研时间段、对象较随意的是

| | | 回答率 | 有效百分比 | 总回答数 |
|----------|--|-------|-------|------|
| b.网络市场调研 | | 76.9% | 76.9% | 183 |
| a.传统市场调研 | | 23.1% | 23.1% | 55 |
| 共计 | | 100% | 100% | 238 |

11.您认为调研的来源真实可靠性较高的是

| | | 回答率 | 有效百分比 | 总回答数 |
|------------|--|-------|-------|------|
| a.传统市场调研方式 | | 57.6% | 57.6% | 137 |
| b.网络市场调研方式 | | 42.4% | 42.4% | 101 |
| 共计 | | 100% | 100% | 238 |

12.您认为调研结果容易处理、取阅、使用率较高的是

| | | 回答率 | 有效百分比 | 总回答数 |
|------------|--|-------|-------|------|
| b.网络市场调研方式 | | 74.8% | 74.8% | 178 |
| a.传统市场调研方式 | | 25.2% | 25.2% | 60 |
| 共计 | | 100% | 100% | 238 |

6.您认为哪种调研方式耗费更少（包括人力物力）

| | | 回答率 | 有效百分比 | 总回答数 |
|----------|--|-------|-------|------|
| b.网络调研方式 |  | 80.3% | 80.3% | 191 |
| a.传统调研方式 |  | 19.7% | 19.7% | 47 |
| 共计 | | 100% | 100% | 238 |

7.您认为哪种调研方式更简单便捷

| | | 回答率 | 有效百分比 | 总回答数 |
|------------|--|-------|-------|------|
| b.网络市场调研方式 |  | 88.7% | 88.7% | 211 |
| a.传统市场调研方式 |  | 11.3% | 11.3% | 27 |
| 共计 | | 100% | 100% | 238 |

15.您认为更能提高研究竞争力、商业竞争力的调研方式是

| | | 回答率 | 有效百分比 | 总回答数 |
|----------|--|-------|-------|------|
| b.网络市场调研 |  | 77.7% | 77.7% | 185 |
| a.传统市场调研 |  | 22.3% | 22.3% | 53 |
| 共计 | | 100% | 100% | 238 |