



Q/QJC 003—2025

Q/QJC

河南启鉴认证有限公司

Q/QJC 003—2025

市场、民意和社会调查管理体系 要求

2025-07-20发布

2025-07-20实施

河南启鉴认证有限公司 发布



前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本标准由河南启鉴认证有限公司制定。

本标准起草单位：河南启鉴认证有限公司技术委员会。



目录

前 言	2
1 范围	4
2 规范性引用文件	4
3 术语与定义	4
3.1 质量检验	4
3.2 客户	4
3.3 质量检验程序	4
3.4 检验规范	4
3.5 项目检验说明书	4
3.6 初次检验	4
3.7 全数检验	4
3.8 抽样检验	4
3.9 单位产品	4
3.10 产品自然批	4
3.11 产品受检批	4
4 总体要求	5
4.1 真实性	5
4.3 时效性	5
4.4 独立性	5
4.5 安全性	5
5 检验过程管理	5
5.1 组织和职责	5
5.2 检验文件	5
5.3 检验人员	8
5.4 检验过程的审核	8
5.5 检验结果使用	8
6 质量特性描述及处理	9
6.1 单位产品的质量特性	9
6.2 检验批构成	9
7 检验过程要求	11
7.1 检验方法	11
7.2 数据收集的复核	12
7.3 数据处理的验证	14
7.4 检验实施时机	15
7.5 检验过程符合性验证	15
7.6 质量检验报告	15
8 支持	15
8.1 资源	15
8.2 信息交流与控制	16
8.3 成文信息	17
9 管理实现	17
9.1 总体要求	17
9.2 合同评审	17
9.3 资源调配	18
9.4 进度监控	18
9.5 供应商市场、民意和社会调查管理	18
9.6 市场、民意和社会调查问题处置	18
9.7 应急准备和响应	18
10 检查与分析	18
10.1 市场、民意和社会调查过程检查	18
10.2 市场、民意和社会调查结果评估	18
10.3 风险与机遇分析	18
10.4 市场、民意和社会调查评估	18
10.5 违约处置与改进	18
11 持续改进	18
11.1 总体要求	19
11.2 改进机制	19
附录A(资料性)组织市场、民意和社会调查管理体系审核	19
A.1 审核目的	19
A.2 审核内容	19
A.3 审核方法	19

市场、民意和社会调查管理体系要求

1 范围

本标准规定了市场、民意和社会调查实施质量管理时的检验过程管理、质量特性描述和处理、检验过程要求。

本标准适用于市场、民意和社会调查服务提供者对其提供的服务实施质量控制的活动，以及市场、民意和社会调查的客户或第三方开展产品质量检验，评价调查服务提供者的服务质量。组织内部建立和实施市场、民意和社会调查管理体系，也用于指导河南启鉴认证有限公司对市场、民意和社会调查管理体系进行审核。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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—2025 市场、民意和社会调查 术语

GB/T 26316—2023 市场、民意和社会调查 (包括洞察与数据分析) 术语和服务要求

3 术语与定义

GB/T 26315—2025 市场、民意和社会调查 术语界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1 质量检验

为确定产品、过程或服务的质量水平，检测产品、过程或服务的一种或多种特性，且与规定要求进行比较并作出符合性评价的活动。

注：在检验产品形成的不同过程中会使用特定术语，如卷审、复核等。

3.2 客户

需要或委托调研项目的个体、组织、机构或部门，可以是内部的或外部的。

3.3 质量检验程序

依据为进行质量检验活动所规定的过程。

3.4 检验规范

对检验过程的作业要求、检测条件、检测方法，对受检产品符合性判定进行描述的操作指导文件。

3.5 项目检验说明书

根据项目合同及项目质量特殊要求，编制的规范项目检验过程的具体操作指导文件。

3.6 初次检验

按照规定要求对受检产品进行的第一次检验。

3.7 全数检验

对产品受检批中的单位产品百分之百实施检验。

3.8 抽样检验

对产品受检批中的单位产品，按抽样方案抽取一定数量实施检验。

注：依据检验结果对整批产品做出符合性判定。

3.9 单位产品

能被单独描述一个产品/服务。

示例：一次活动/过程、一个研究项目、一份问卷、一条记录或一个样本的数据等。

3.10 产品自然批

由时间、对象、人员、设备等多种自然属性界定的，在相同生产条件下形成的产品集合。

3.11 产品受检批

按照检验规范确定的产品自然批。

3.12 不合格

受检产品的某个质量特性不符合项目检验的要求或规定。

注：通常依照具体产品不同、项目不同，受检产品根据不合格严重程度或不合格技术特性进行分类。

3.13 不合格数

受检单位产品或产品受检批中质量特性不合格的数量。

3.14 不合格品

至少有一个质量特性不符合要求的单位产品。

注：不合格品通常依据不合格严重程度进行分类。

4 总体要求

4.1 真实性

保证所提供产品/服务的形成过程真实，样本真实存在，调查真实发生，数据真实可信。

4.2 准确性

确保数据收集人员正确按照客户合同要求或产品设计文件要求实施，数据处理过程确切反映受访者意愿，数据报告准确表达调查结果等。

4.3 时效性

确保检验实施过程在规定时间内(见7.4)完成。

4.4 独立性

质量检验工作应由专门的检验小组承担，应区隔检验人员与项目实施人员，保证检验工作的公平、客观。

4.5 安全性

所有实施检验的过程均应符合 GB/T 26316—2023 市场、民意和社会调查（包括洞察与数据分析）术语和服务要求 中个人信息保护方面的相关要求。

5 检验过程管理

5.1 组织和职责

5.1.1 高层管理者职责

调查服务提供者的高层管理者应履行如下职责：

- a) 向客户承诺确保组织提供的产品符合规范的质量要求，其形成过程是在质量受控状态下完成。
- b) 负责建立、实施和持续改进质量检验系统。
- c) 确保将质量检验系统形成相关的质量检验文件。
- d) 确保为实施该质量检验系统提供必备的资源，设立质量检验管理部门或岗位，以负责组织内部质量检验活动和质量检验过程的管理。
- e) 明确质量检验系统组织结构和人员职责。

5.1.2 项目负责人职责

调查服务提供者的项目负责人应履行如下职责：

- a) 明确项目质量要求，并作为质量检验的具体依据。
- b) 向客户提供产品质量检验结果，在客户进行第三方检验时，应给予配合。
- c) 确保在项目实施中提供用于质量检验的资源(如经费、人员、设备、资料)。

5.1.3 质量检验管理部门及质量检验人员

调查服务提供者的质量检验管理部门和质量检验人员应负责组织内部质量检验过程的实施，并针对质量检验过程进行审核，以确保本文件在组织内部的有效实施。质量检验人员应按照本文件及检验操作文件实施质量检验活动。

5.2 检验文件

5.2.1 一般要求

调查服务提供者应按如下要求操作：

a) 在组织内部建立质量检验程序文件、检验过程作业文件、产品质量检验规范，并对其进行管理。

b) 对所有质量检验文件进行版本控制，以便能清楚地识别有效版本。

5.2.2 质量检验程序文件

质量检验程序应形成文件，为实施质量检验提供指导，详细规定组织内部开展质量检验的职责、要求、方法和工作流程。包括但不限于如下内容：

- a) 制定组织内部质量检验的职责；
- b) 在产品形成过程设置检验过程和检验内容的要求；
- c) 质量检验常用方法和技术要求的选取原则；
- d) 不合格产品判定和处置的要求；
- e) 检验报告编制和使用的要求；
- f) 检验文件和记录的要求；
- g) 检验过程的审核方法等；
- h) 建立质量检验反馈机制。

5.2.3 质量检验作业指导书

调查服务提供者应根据质量检验程序要求，对检验过程编制检验作业指导书。质量检验作业指导书包括但不限于如下内容：

- a) 检验的过程；
- b) 检验过程的管理要求和技术要求；
- c) 检验过程的主要活动；
- d) 检验人员、检验设备等资源的配置；
- e) 从事检验作业人员的技能要求和职责；
- f) 保持和运行的条件；
- g) 完成检验过程的质量控制；
- h) 质量检验记录要求。

5.2.4 产品质量检验规范

调查服务提供者应对其提供的产品编制产品质量检验规范，应根据组织内部产品设计要求或与客户所签订合同中约定的产品规范来编写检验规范。检验规范包括但不限于如下内容：

- a) 对受检产品实施检验的管理要求、技术要求；
- b) 受检产品接收与传递；
- c) 受检产品各状态的标识和识别；
- d) 受检产品批的界定；
- e) 受检产品抽样规则；
- f) 受检产品检测方法；
- g) 受检产品和产品受检批符合性判定准则；
- h) 不合格产品的处理；
- i) 检验记录和检验报告的形成等要求。

5.2.5 质量检验说明书

调查服务提供者应与客户就检验的管理要求和技术要求达成一致，形成检验说明书，并以此作为产品检验过程的文件依据。检验说明书等同于项目的检验规范，调查服务提供者应按该说明书组织实施对定制产品的检验，并判定该项目的质量特性。

注：质量检验说明书通常是指数据编辑指南、复核指南、编码说明、录入指南、数据清洗说明或其他文件。

5.2.6 质量检验记录及报告

5.2.6.1 基本要求

质量检验记录和报告应符合以下基本要求：

a) 调查服务提供者应对检验实施过程建立和保存质量检验记录，应对经过检验后的产品的质量特性作出符合性判定的质量检验报告。

b) 调查服务提供者应规范质量检验记录，并规定检验记录的内容、形成、标识、保护、检索、产品追溯、保存、销毁、保密和处置等要求。

c) 质量检验记录和报告应保持清晰，易于识别，便于追溯和检索。

d) 对每个项目、一个项目的每轮次调查、连续性项目的周期批，经过检验后应编制检验报告。定性项目必要时也应编写检验报告。

e) 电子文件应符合信息技术安全管理的相关要求。

5.2.6.2 质量检验记录内容

质量检验记录应包括如下主要内容：

a) 待检产品输入，获得过程；交接双方人员的签字；进行验证时，验证判定结论。

b) 记录受检产品检验方式，如初次检验、第若干次检验、全数检验以及抽样检验。

c) 记录检验实施人员情况，包括人员的资质、培训及培训效果。

d) 记录受检产品批信息，包括形成时间、地区、人员、设备或软件程序、所属项目(合同)和批量等。

e) 记录受检产品抽样信息，包括抽样方案、抽样规模和抽样结果。

f) 记录对受检产品进行检验的信息，包括检验原始记录(受检主体、不合格判定以及分类、分级)、检验过程信息，包括资源和环境条件信息(时间、计算机检验程序、设备等状态)。

g) 受检产品的检验标识记录，如标识信息，识别产品批和不合格信息，可进行完善追溯的信息。

h) 记录检验规范的实施情况，若有不一致过程，记录实际过程情况和批准情况。

i) 检验记录与检验报告内容相协调。

5.2.6.3 质量检验报告内容

质量检验报告包括如下内容：

a) 受检产品来源：

检验报告应记录受检产品以及受检产品批的信息(受检产品名称、形成地区、参与运作的人员、时间、数量、过程等)。

b) 检验实施过程：

检验报告应依据质量检验记录报告实施检验过程的信息(如检验文件和方法、实施检验的人员、检验抽样信息、批量、样本规模、受检产品观察或观测信息、检验实施的时间、实施的设备和工具、实施的计算机程序、判定标准等)。

c) 不合格信息：

检验报告应依据质量检验记录，形成检验的结果信息(如不合格数、不合格品数、不合格分类数量等统计信息)。

d) 符合性判定：

检验报告应确认受检产品符合性判定结论，写明不合格判定信息、判定依据、检验结论等。

e) 检验后处置：

检验报告应确认对检验后有判定结论的受检产品放行处置结论(如接收、补漏、作废、让步放行等)。

f) 检验过程验证：

检验报告应提供检验过程的控制信息，包括检验过程的验证、监测的结果，表明检验过程是否是在受控状态下进行的，检验过程是否有效。

g) 不合格纠正与预防建议：

检验报告应对受检产品中不合格产品或产品批提出整体的纠正和预防措施建议(建议实行的纠正措施、预防措施等后续措施的信息)。

5.2.7 质量检验文件管理

质量检验文件应按如下要求予以管理：

a) 检验文件发布前进行审查批准，以确保检验文件的充分性与适宜性。

b) 必要时，对检验文件重新进行评审与及时更新，并再次批准。

c) 确保检验文件的更改和现行修订状态能够识别。

d) 确保在使用时获得适用版本的检验文件。

e) 确保检验文件有专门的标识并保持清晰、易于识别。

- f) 确保组织所确定的策划和实施检验所需的外来文件能够区分，并控制其分发。
- g) 检验文件和检验质量记录文件应予以保护，防止非预期的风险。
- h) 作废的检验文件标识为“作废检验文件”。

5.2.8 质量检验记录保存和处理

为在项目完成后能够解答有关项目质量管理等问题，应按照 GB/T 26316—2023 市场、民意和社会调查（包括洞察与数据分析）术语和服务要求中4.1.3的要求，质量检验记录的保留期限，除与客户另有协议外，其他应符合以下要求。

- a) 一般情况下，检验记录应随项目资料一起存档。
- b) 检验原始记录：12个月。
- c) 有关项目的其他检验记录的最终版本的副本：24个月。
- d) 调查服务提供者应确保储存检验记录和证据的环境安全，必要时可以异地储存检验记录和证据。
- e) 如果客户对检验记录的保存期有延长或缩短的要求，调查服务提供者应与客户达成协议并形成文件记录。

5.3 检验人员

5.3.1 技能和资质

从事质量检验的人员应具备与项目实施过程相适宜的检验技术知识和能力，并经过考核合格。建立并保存检验人员的资质记录。从事检验工作的检验人员应具有从业记录或培训记录。

5.3.2 培训

检验人员首次上岗前应经过质量检验技术基础技能培训，培训时长应不低于8h。在从事具体项目的检验工作时，还应经过针对具体项目检验的技术培训，以确保具备完成项目检验的能力。

5.3.3 回避

从事质量检验的人员在调查服务提供者组织内部可能还有其他职责，但该职责涉及的工作应与受检产品形成工作区分开。这些检验人员应在检验过程中回避检验自己所参与的岗位形成的受检产品，以确保检验工作的独立性和检验结果的公正性。

5.4 检验过程的审核

5.4.1 审核依据

审核应依据产品设计文件、质量检验文件、与客户签订合同中有关产品的规范要求和检验要求以及相关外部文件要求。

5.4.2 日常控制

在日常检验过程中应对检验过程的质量进行监控。

5.4.3 周期性审核

应制定审核计划，按照一定周期对检验活动进行审核。对发现的不符合项采取纠正和预防措施，确保检验过程始终处于有效的控制状态，保持检验过程的持续改进。

5.4.4 检测系统的审核

应建立一个科学、有效的检测系统，定期对检测系统的状态进行审核评价，确保该系统持续地保持稳定性。

5.4.5 持续改进

应收集检验控制过程的数据，进行分析研究，策划质量检验的改进，保持检验工作的持续进步。

5.5 检验结果使用

5.5.1 评价受检产品

应依据受检产品的检验要求，对受检产品或受检产品批作出产品符合性评价。

5.5.2 发现不合格过程

应根据受检产品的不合格情况，对项目实施过程的质量情况进行分析，及时发现不合格项的产生过程。

5.5.3 改进检验过程

应依据检验结果的积累和分析，评估检验系统和策划检验系统的持续改进。

5.5.4 评价质量管理体系

应对检验结果进行积累和分析，并作为组织评价质量体系有效性的参考依据之一。

5.5.5 作为交付依据

检验结果应形成报告，作为产品进入下一状态或过程可否继续进行的依据，也可以根据合同要求作为最终产品交付客户的依据。

6 质量特性描述及处理

6.1 单位产品的质量特性

6.1.1 确定受检产品

调查服务提供者应按照以下要求确定受检产品：

- a) 确定受检产品的来源，包括调查服务提供者各过程的阶段性产品、最终产品以及由外部提供的产品等。应确定受检产品批是同源产品。
- b) 定义受检的单位产品、计数单位。
- c) 确定受检产品的形式，如问卷、文档及电子记录、录音、照片、视频等。

6.1.2 确定受检产品的质量特性

调查服务提供者应根据客户合同要求、产品设计要求以及检验规范要求确定受检产品的质量特性，规定符合性判定的具体要求如下：

- a) 根据满足调查产品使用需求的重要程度来筛选确定产品质量特性。受检产品质量特性通常从产品的真实性、准确性、时效性及独立性等进行考虑设置。
- b) 确定受检产品质量特性技术指标(如废卷率、错误率、准时率、漏答率等)及检验测试方法，作为判定受检产品是否合格的依据。
- c) 确定受检产品质量特性技术指标，从满足客户需要和调查服务提供者的产品实现能力两个方面进行综合考虑。

6.1.3 规定检验方法

调查服务提供者应根据客户合同要求、产品设计要求以及检验规范要求规定检验方法。

- a) 根据检验产品质量特征、产品数量、检验难度、检验成本、生产周期要求等因素确定全数检验或抽样检验。
- b) 根据形成产品不同过程特点确定采用相应检验方法。
- c) 前一过程已经验证的结果作为下一过程检验的依据(例如经过验证确认合格的问卷，作为对录入验证判定的依据)。
- d) 依据检验规范和检验说明书进行检验判定。

6.1.4 产品不合格分类

6.1.4.1 不合格严重程度分类

不合格可根据严重程度进行如下分类：

a) A类不合格：

A类不合格是指产品很重要的质量特性不符合检验规范要求，此质量特性不合格将丧失产品使用价值。A类不合格品中有A类不合格，同时还可能存在B类及C类不合格的情况。

b) B类不合格：

B类不合格是指产品重要的质量特性不符合检验规范要求，此质量特性不合格比A类不合格的影响稍低，会降低产品使用价值。B类不合格品中没有A类不合格，有B类不合格，同时可能存在C类不合格。

c) C类不合格：

C类不合格是指产品一般的质量特性不符合检验规范要求，其不合格对产品使用几乎没有什么影响。C类不合格品中只有C类不合格的情况。

6.1.4.2 不合格因素分类

为了纠正、处置、统计、分析以及改进等工作的开展，可将不合格项依据不同影响因素进行分类，具体分类为：

- a) 不合格信息源状态分类(如判定结果被追溯时是否存在)；
- b) 不合格产生原因分类；
- c) 不合格现象分类；
- d) 不合格所造成的后果分类。

6.2 检验批构成

6.2.1 检验批确认

对批的确认应与批检验结论一致。

a) 受检产品批由相同生产过程条件的单位产品组成，检验结论与其相符合。

b) 按影响产品质量波动的主导因素进行分批。当按照不同影响产品质量波动的主导因素进行混合分批时，充分注意分批方法对检验结果的影响。

c) 当产品质量稳定时，组成批量较大的检验批，检验比例可适当减小。当产品质量不稳定时，组成批量较小的检验批，检验比例可适当加大，以保证产品质量。

d) 识别受检产品的自然批和受检批，两者混淆将影响判定结果。

6.2.2 受检产品抽样

检验规范中应对受检产品的抽样提出要求。

a) 受检产品的抽样方案在检验规范中加以明确，其抽样方案的确定须符合国家有关标准。

b) 抽样方案描述如何确认受检产品批。

c) 抽样方案应描述受检产品抽样方法与步骤。

d) 抽样方案应规定检验水平、样本量确认方法。

e) 抽样方案应确保受检产品批中每个样本抽中概率相同。

f) 某过程检验的抽样方案覆盖该过程的所有实施人员。

6.2.3 受检产品批质量指标测算

6.2.3.1 受检样本质量

通常用样本不合格率对受检样本质量进行描述，样本不合格率计算方法见公式。

$$p = \frac{d}{n} \times 100\%$$

式中：

p — 样本不合格率；

d — 样本中的不合格数量，单位为个；

n — 样本量。

注：受检批质量表示见样本质量表示方法。

6.2.3.2 受检批质量水平或批判定标准

受检批质量水平或批判定标准有如下两类表达方式：

a) 全数检验

全数检验应没有批判定过程，因为全数检验中出现的不合格品都已被纠正或剔除。在过程控制中，应为全数检验的批产品设置一个合格判定数值，即如果当受检批不符合这个标准时，应判定受检批形成过程存在不合格，并应该采取纠正预防措施。

b) 抽样检验

可确定适宜的公式进行统计、计算或推导设定 p 值，根据目前生产水平和满足客户需求，即可以采用 n 中发现的不合格品数量推断总体 N 是否合格，这种情况下也应规定用不合格率推断总体 N 是否合格。

6.2.4 检验标识和不合格隔离

6.2.4.1 产品状态标识

检验过程应对产品的下列状态进行标识，标识状态包括：

a) 待检；

b) 在检；

c) 检后待定合格与否；

d) 检后判定受检产品合格；

e) 检后判定受检产品不合格。

其中 a) ~ c) 属于检验过程标识，无追溯特征要求；d)、e) 属于检验结果标识，需按项目期限保留以便追溯。如果不方便标识，可以进行采用记录标识，并确保记录标识有效。

6.2.4.2 追溯标识

产品追溯标识应确保追溯的实现，包含但不限于下列内容：

a) 标识检验人员内容；

b) 标识不合格内容；

- c) 受检产品标识;
- d) 时间标识。

6.2.4.3 不合格品或不合格批的标识

当检验人员发现不合格品或不合格批，应将不合格品或不合格批与合格品或合格批隔离，以避免误用。如果不能隔离，应进行记录，以防止不合格品混入其他状态中。

6.2.5 不合格处理

6.2.5.1 合格批内不合格或不合格品处理

合格批内不合格或不合格品的处理采用下列方式：

- a) 合格批中可以纠正的不合格应立即采取措施纠正；
- b) 应剔除合格批中的不合格品。如果不合格品已经放行，则应对该不合格品进行追溯。

6.2.5.2 批不合格的处理

批不合格的处理采用下列方式：

a) 批报废，当不合格率严重超标或过程存在严重缺陷时，不合格批不应放行。已经放行的，应采取追回或剔除。

b) 全数检验，剔除不合格后放行。

c) 批不合格，退回并返工。返工后经再次检验合格后，放行。

d) 批不合格，让步放行(一般仅限C类不合格)。

对于最终产品检验中发现的不合格批，准备让步放行的，应向客户说明情况，征得客户同意后方可实施让步放行。

由于判定条件模糊或不合格依据不充分，无法得出检验结论的，应扩大检验样本或补充进行其他相关检验，以便得出检验结论。

检验结果若发现受检产品形成过程中的操作人员工作失误频繁，产品形成过程的负责人员应对其工作结果实施全部验证或返工。必要时应对该工作人员进行适当再培训，直到该操作人员的不合格率下降到可接受的范围内。应对再次培训的效果进行评审和记录。

7 检验过程要求

7.1 检验方法

7.1.1 监听

对电话访问员操作过程进行监听、观察，对其相应产品、产品批作出质量判定。

7.1.2 实地核查

对受访样本进行现场核查，对其相应产品、产品批作出质量判定。

7.1.3 回访复核

若项目复核，与受访者首次联系时，应告知因项目质量控制会进行回访。与受访者进行联系，联系方式可采用电子邮件、电话、邮寄、即时工具等方法，对访问真实性、规范性和时效性进行核实，对其相应的产品、产品批作出质量判定。

7.1.4 录入检验

对录入到计算机的数据与原始记录(如问卷、录音、录像等媒介)进行比较，对其相应产品、产品批作出质量判定，如双人录入、前后对比录入等。

7.1.5 验证检验

对受检产品比照预先确认的正确信息进行比较，对相应产品、产品批作出质量判定(例如计算机程序运行、供方提供物品、数据等)。

7.1.6 编码验证

编码验证分类如下：

a) 非独立验证，验证的检验人员可以查看编码员的编码，对照编码框验证编码是否正确，并对受检批作出结论；

b) 独立验证，验证的检验人员在查看编码员的编码之前，对编码对象进行编码，然后与编码员的编码进行比较，对相应产品或受检批作出结论。

7.1.7 数据分析检验

通过对结果进行数据分析，对相应产品或受检批作出结论。

7.1.8 一致性检验

对录像或录音、照片、录入的数据等多种数据内容的一致性进行检查。

7.1.9 其他及以上各项任意组合

不限于以上种类的检验方法，但在检验文件中应明确检验的方法。

7.2 数据收集的复核

7.2.1 一般要求

数据收集过程的复核，应符合下列要求：

- a) 在数据收集过程有条件的，实行现场检验。
- b) 对过程检验，检验文件规定检验方法，清楚描述实施检验技术要求、规格要求、标识要求、判定准则以及人员、环境要求。
- c) 过程检验要予以记录，记录检验实施的人员、日期、检验对象、检验内容判定状态等。
- d) 若未获取授权人员或服务对象的批准，不放行产品和交付服务。产品的监测结果不符合产品 特性要求时，拒绝放行。
- e) 验收准则符合性的证据应予以记录。记录要表明负责产品/服务放行的授权者。
- f) 对过程检验，检验文件须规定检验方法，清楚描述实施检验技术要求、规格要求、标识要求、判定准则以及人员、环境要求。
- g) 过程检验要记录，记录检验实施的人员、日期、检验对象、检验内容判定状态等。
- h) 验收准则符合性的证据予以记录。记录应表明负责产品/服务放行的授权者。

7.2.2 定量项目数据收集复核

7.2.2.1 复核要求

应按照7.2.1.2要求的方法对每个项目(或每轮次调查)收集到的所有数据进行复核。复核应考虑如下方面：

- a) 复核应在现场实施过程中或现场实施之后(不超过6周)，在结果数据处理和/或向客户报告之前进行。涉及客户反馈的复核(普查、观察研究)除外。
- b) 应对所有最新招聘的访问员所参与的第一个项目进行复核。
- c) 应对长期访问员进行定期复核，但不必每项目都复核(复核结果将影响后续个人工作的复核频次)。
- d) 使用的访问员的文件记录应明确对其工作的验证，包括日期和项 目。
- e) 如果验证时发现不合格项或问题，应从如下两个层面实施纠正行动：
 - 项目管理层面(如重新进行访问、加大复核比例、对项目的其他数据进行质量确认等)；
 - 访问员层面(如再培训、未来工作分配)。

如果出现严重的不合格项(如伪造访谈)，则应重新检查和复核该访问员最近和/或现在所做的工作。

注：验证的目的是确保访问员的数据收集工作根据项目说明开展，包括访谈次数、受访者选择，参照问卷说明和总体要求(例如，参照访问员培训中所涉及的内容)。

7.2.2.2 复核方法

根据数据收集的不同形式，采用下列三种方法进行复核，即检查原始数据的文件(如问卷、计算机辅助访问的数据文件)、回访受访者和/或监听。

a) 检查原始数据的文件

应与其他方法结合使用。在数据收集过程中，特别是对于特定形式如神秘顾客和零售研究，数据记录检查是关键复核手段。这种检查确保了数据的完整性、符合样本或配额要求、回答的一致性以及与常规数据的比较。这些检查应通过人工或电脑系统进行，并且结合其他相关记录，例如购物收据，以增强复核的准确性和有效性。

b) 回访受访者(复核)

应确认访问或类似访问的调查是否属实。复核内容包括访问时长、对关键问题(如人口特征)的回答及其他和配额相关的影响数据质量的问题。回访受访者应通过面访、电话、邮寄或电子邮件等任何方法进行直接沟通。回访受访者适合所有访问形式，特别是面访，包括定点拦访(可以在调查后立即进行)。

c) 监听

应利用适当设备对现场或访问录音进行监听，监听应能听清访问员和受访者声音。访问员知晓会被监听但不知具体哪次被监听，若访问使用多种语言，需由掌握相应语言的工作人员监听，监听适用于多种访问形式的复核。

注：如果对面访进行了录音，则面访也可以监听。也可以通过陪访的督导进行现场监听。

7.2.2.3 复核比例

复核的比例应根据完成的访问数和复核数进行计算。根据复核类型，复核应至少达到如下比例。

a) 如果检查数据记录是唯一可用的复核方法(如观察研究和零售研究)，则应要求进行全数复核。如果检查数据记录是配合其他方法一起使用的复核方法，则没有具体的比例要求。

b) 对所有通过访问收集数据的项目，无论是否检查了数据记录，都应以回访或监听的方式按下述比例进行复核：

1) 通过回访方法，复核比例最少应达到访问或调查样本量的10%。复核比例至少应达到每个访问员所访问量的5%。

2) 通过监听的方法，复核比例应是访问或调查次数的5%，且对其中每个完整的访问至少要监听75%。(对复核的间隔时间需要有要求)。

c) 如果项目样本规模适宜，应对实施项目的每位现场工作人员进行复核或监听。

特殊情况下可能无法按要求的比例组织监听或回访，或者这样可能被视为违背受访者利益。此种情况下，项目记录应予以说明，并解释已采取的其他用来复核数据采集过程的方法，如检查数据记录等。

7.2.3 定性项目招募复核

用下列方法对所有招募的受访者进行复核。

a) 若招募通过电话中心以电话方式开展，应用回访受访者或监听的方法复核，该复核应在定性数据收集之前、之中或之后进行。

b) 进行小组座谈/深度访谈时要确认受访者身份，通常以身份证明文件确定身份为最佳方法，但某些情况不适用。应采用自填问卷、正式问卷或依据主持人判断来确认身份，主持人判断虽具主观性，却是不可或缺且很重要的部分。

c) 应在招募与开始小组座谈/深度访谈之间，或在小组座谈/深度访谈过程中回访受访者。

d) 在小组座谈/深度访谈讨论中，应确保无“职业”受访者，主持人需保证参与的受访者符合招募标准。

e) 回访受访者应是通过任意方式与受访者直接沟通(如面对面、电话、邮寄、电子邮件、即时通讯软件等)。若在小组座谈/深度访谈时开展招募复核，实施复核的人员不应是此前负责招募工作的招募员。

f) 某些情况下，若招募的唯一标准是受访者在可招募的受访者清单(如客户清单)内，复核应仅限于确认招募的受访者在该清单中，回访或监听则视为不必要。

g) 如果受访者是在网上招募的，包括从样本库中招募，应按7.2.3中规定进行验证。网上操作的情况，如果招募和复核均由外包公司同一方完成，验证记录要提供给主持人。主持人如果认为招募的受访者不符合要求，应将信息反馈给项目负责人。

7.2.4 自填问卷方式数据收集复核

7.2.4.1 自填问卷方式数据收集复核内容

自填问卷方式数据收集复核包括受访者的背景资料(例如，城市、性别和年龄等)、调查中所填答信息等内容。

7.2.4.2 自填问卷方式数据收集复核方法

自填问卷方式数据收集复核的检验方法包括但不限于如下内容：

a) 身份属性验证

身份属性验证应包括以下内容：

1) 验证受访者所声明的身份属性。

2) 采取适当的技术方法避免在项目中多次包含一个人(如重复则数据删除)。

3) 使用技术手段判定答题者来自调查目标市场(国家或地区)。

4) 通过网络技术手段对受访者的唯一性排重[例如：互联网协议地址(IP)、动图库迹(flash cookie)、库迹(cookie)、数字指纹(fingerprint)、设备号(Machine ID)等]。

b) 封闭式数据验证

如果验证可行，研究人员应实施程序以鉴别和剔除欺诈的和随意回答的受访者。所采取的程序和措施应有文件记录。封闭式验证数据应包括如下内容：

- 1) 特定受访者的问卷完成时间不低于所在批样本的问卷完成时间的最低阈值(如适用)。
- 2) 如可能，将受访者的注册信息和项目采集数据中的该受访者填答的信息进行比对(如性别、年龄、城市等。对于不同的对比指标，可以有不同的“容错度”)。
- 3) 项目采集数据与外部第三方数据的指标进行对比验证，但是对比结果仅供参考。
- 4) 通过技术的手段，判断受访者答题行为的合理性。
- 5) 在实施过程中增加题目之间数据的逻辑合理性和一致性的检验。
- 6) 检查是否某受访者存在对于选项“我不知道”“我不想回答”的过度勾选。
- 7) 通过对答题数据的分析，判断不同受访者之间的答题行为是否有较强相似度，如题目答题时长、答题选项等，以消除潜在的重复答题。

c) 开放式问题的回答

应根据要求向客户提供任何删除或编辑样本文件及研究数据文件的描述，这些操作是为了清除欺诈、随意回答及其他不适宜的受访者记录。开放式问题验证数据应包括：

- 1) 开放题数据与题目相关性检查(例如毫无意义的回答、答非所问等)；
- 2) 开放题的答案相似度检验；
- 3) 利用人工智能大模型判断包括回答的相关性、完整性、逻辑性、原创性、明晰性等，初步判断其是否合格；
- 4) 利用人工智能大模型结合受访者的年龄、性别、职业等，对回答进行个性化评估，进一步提高判断的准确性。

7.2.5 观察数据收集过程验证

应对数据收集的监控过程进行文件记录，以确保数据收集按照计划进行，且应讨论监控过程对数据准确性和一致性的影响。

7.3 数据处理的验证

7.3.1 数据处理中纸质文件数据录入验证

数据处理中纸质文件数据录入应按照下列要求进行验证：

- a) 每个项目、每阶段或每轮次调查的数据录入，都采用系统的方法按规定的最低比例进行验证。对于含有逻辑关系的数据录入，每个项目需要验证的最低比例是5%，且不少于30个个体(总样本数量少于30个，需全部检验)。如果是简单的数据录入，最低验证比例是10%，且不少于30个个体(总样本数量少于30个，需全部检验)。对所有配额题、逻辑题进行双录入，数值题的录入错误率控制在千分之五。
- b) 确保采用的系统方法能对每个操作人员的工作进行验证，且录入人员不能充当本人数据录入的验证人员。
- c) 如果某个操作员频繁出错，那么该操作员的工作(在这个项目上)必须全部验证，并在必要时以正确的方式安排重做。必要时，为这位操作员提供适当的再次培训，直到错误率下降到可接受的范围。再培训效果须评审并记录。
- d) 调查服务提供者对常见错误进行定义，并加以记录。

7.3.2 数据处理中非手动数据录入数据库的验证

调查服务提供者应规定相关流程并且文件化，以确保不是通过纸质版问卷手工数据录入而创建的数据库的准确性。可能包括但不限于通过如下方法创建的数据库：

- a) 扫描。
- b) 电子数据收集(例如，互动声音识别服务、在线调查和基于网络的调查)。
- c) 计算机辅助访问数据库。
- d) 从一个数据源或程序的数据导入或合并到另一个数据源或程序而创建的数据库。

应在每个项目或阶段验证自动数据输入的过程(如扫描)。调查服务提供者应制定文件并保留文档记录，对自动数据录入流程的设计和实施进行测试。对使用的测试类型及参加人员都应有文档记录。如果使用扫描程序，应预估排斥和替换率。处理排斥输入或替换率的程序应记录。

7.3.3 编码验证

调查服务提供者应定义频繁出现的错误，并记录该定义。检验文件明确规定对每个项目的编码进行验证检验，应确保对每个项目5%且不少于30个个体(总样本数量少于30个，需全部检验)的问卷编码进行验证，且由另一人进行验证。对于完全开放题不做编码要求的规定，研究人员应做适当分析。

注：有两种验证的基本方法：独立的和非独立的。非独立验证是另一人可查看源代码。独立验证是另一人不可以查看源代码。在独立验证中，对源代码和验证代码进行比较，若发现存在差异，则由裁决程序决定正确的代码。独立验证比非独立验证可以检测到更多的错误。

如果某个操作员频繁出错，那么该操作员的工作(在这个项目上)应100%验证。并在必要时以正确的方式安排重做。如必要，服务提供者应对该操作员进行适当的再培训直到错误率下降到可接受的范围内。再培训效果应评审并记录。

7.4 检验实施时机

在实施检验时，应遵守检验文件规定的实施检验的时机，一般情况下，当数据完成收集后，应立即或尽可能在数据处理和/或向客户报告之前开展检验活动。若开展的检验项目在过程之中进行，应适时组织检验活动。若实施检验性质确定可以有滞后时间，其时间延迟不应影响产品质量控制要求。无论在什么情况下对过程的检验，最多不可超过被检过程结束的第6周。

7.5 检验过程符合性验证

在检验实施过程中，应根据过程的复杂程度或重要程度，对检验过程符合性进行验证，具体要求如下：

- a) 明确实施验证的负责人，其应负责实施或组织实施对检验过程的验证。
- b) 对检验的各个过程应进行符合性验证，以确认抽样、检验、原始证据使用、统计、计算是符合规范要求的。判定准则应用是适宜的。
- c) 在对检验过程进行验证时，如果发现检验过程不符合，则这个不符合检验过程的检验结果应属于无效。应纠正后重新实施检验过程或保留正确部分，仅对纠正后的部分重新实施检验过程。例如，检验中的单个判定部分是正确的，但统计计算部分是错误的，则应按纠正后的正确方法重新进行统计计算。

7.6 质量检验报告

检验文件应规范检验质量记录及报告的编写，确保产品可追溯以及过程分析、研究以及持续的质量改进。项目结束时，检验报告应按客户要求提供给客户，且报告应包括可追溯的检验原始数据信息。如果客户需要第三方验证，调查服务提供者应给予配合。

质量检验记录及报告的其他要求见5.2.6。

- a) 关注相关方需求：以满足相关方对产品和服务的需求、期望为核心，契合自身发展愿景和目标在经营各环节强化市场、民意和社会调查责任，提供可靠产品和服务，树立良好形象。
- b) 领导作用：各级领导明确市场、民意和社会调查管理方向，确保市场、民意和社会调查目标与经营方向、社会要求一致，创造全员参与条件。
- c) 专人负责：由指定人员或现有部门承担市场、民意和社会调查管理职能，无需单独设部门，小型组织可结合实际整合职责。
- d) 全员参与：鼓励全员参与市场、民意和社会调查过程，将市场、民意和社会调查要求融入生产经营各环节，提升管理效率。
- e) 过程方法：将市场、民意和社会调查相关资源和活动作为过程管理，建立承诺识别、履行跟踪、结果评价及改进机制，有效管控市场、民意和社会调查风险，确保结果稳定可控。
- f) 持续改进：根据内外部条件变化，不断提升市场、民意和社会调查管理能力和水平。
- g) 循证决策：基于事实、数据分析做决策，减少人为因素影响，确保决策客观合理。
- h) 关系管理：与相关方建立基于市场、民意和社会调查的互利关系，增强合作稳定性，保障市场、民意和社会调查目标持续达成。

8 支持

8.1 资源

8.1.1 基本要求

组织应确定并提供建立、实施、维护和持续提升市场、民意和社会调查管理体系所需的资源，同时评估现有内部资源的能力和局限，以及需从外部供方获得的资源。

8.1.2 人员及能力

为实现组织的市场、民意和社会调查方针和目标，应满足以下条件：

- a) 适时提供培训或采取其他措施，提高员工对市场、民意和社会调查管理要求的认知，形成自觉行为准则；

b)明确关键过程负责人、执行人及市场、民意和社会调查管理人员所需的市场、民意和社会调查管理能力，确保其基于适当的教育、培训、技能和经验能够胜任；

c)确保员工认识到自身活动与市场、民意和社会调查水平的相关性和重要性，以及如何为实现市场、民意和社会调查目标、履行承诺作贡献；

d)适时评价人力资源保障的有效性，采取持续改进措施。

8.1.3 信息基础设施

8.1.3.1 基本要求

组织应确定、提供并维护用于支撑市场、民意和社会调查管理体系实施的信息基础设施确保与产品和服务相匹配。信息基础设施包括以下方面：

a)运行环境(包括资源环境和内部管理制度)；

b)硬件和软件(包括外部监管平台、内部市场、民意和社会调查管理相关工具等)；

c)与市场、民意和社会调查管理相关的信息(包括市场、民意和社会调查管理体系范围、目标和承诺以及市场、民意和社会调查档案等成文信息)；

d)信息和通信技术。

8.1.3.2 信息化系统

组织可根据市场、民意和社会调查管理工作需要，将市场、民意和社会调查管理要求融入现有业务、财务等系统，与现有系统衔接。

小型组织无需单独建立专用系统，可通过现有系统实现核心功能，包括但不限于：

a)合同管理功能；

b)服务过程控制功能；

c)款项统计及预警跟踪功能；

d)市场、民意和社会调查相关记录查询功能；

e)基础查询和统计功能。

8.1.3.3 风险管控工具应用

8.1.3.3.1 应用方式

市场、民意和社会调查风险管控工具应用方式包括但不限于：

a)外部市场、民意和社会调查相关信息:国家主管部门、行业协会、媒体的公开信息和合作方市场、民意和社会调查信息；

b)外部市场、民意和社会调查评价报告:与合作方市场、民意和社会调查相关的评价报告、公共信息报告等；

c)市场、民意和社会调查管理咨询服务:必要时借助第三方机构的咨询辅导，如市场、民意和社会调查管理制度建立、市场、民意和社会调查管理培训等。

8.1.3.3.2 应用领域

市场、民意和社会调查风险管控工具主要在供应商选择、客户市场、民意和社会调查情况调查、合同管理、招投标活动等领域运用。

8.1.4 过程运行环境

组织应确定、提供并维护支撑市场、民意和社会调查管理体系实施所需的环境(注:环境可能包括物理的、社会的、心理上的、外界的以及其他因素)。应识别和分析影响其实现市场、民意和社会调查管理体系预期结果的内外外部因素，这些因素需与组织宗旨、战略方向、承诺相关。

8.1.5 资源核查和评估

组织应通过核查和评估，确保实施市场、民意和社会调查管理体系所需资源的有效性和可靠性，且通过维护始终符合需求。

组织应保留成文信息，作为资源符合市场、民意和社会调查管理体系需求的证据。

8.1.6 组织知识

组织应确定实施市场、民意和社会调查管理体系所需的知识，并在必要范围内共享。当需求和趋势变化时，及时审视现有知识结构，确定获取和补充额外知识的方式。

8.2 信息交流与控制

8.2.1 基本要求

组织应建立、实施并保持信息交流与管理的相关规章制度，规定内外部信息交流的内容、范围与形式，规范信息的接收、传递和处理，确保市场、民意和社会调查管理体系持续有效运行。

实施与市场、民意和社会调查管理相关的信息交流时，应采取以下措施：

- a) 确定与市场、民意和社会调查管理活动相关的信息及流程、权限；
- b) 确保信息流程和权限不限制最高管理者获取信息；
- c) 确保信息在权限内传递、查询等不受干扰；
- d) 保证信息真实、有效、客观；
- e) 保留信息记录。确保可识别、可追溯；
- f) 遵守国家信息安全和个人隐私保护要求。

8.2.3 外部信息

外部信息包括但不限于：

- a) 质量、环保、产品安全、职业健康安全、计量管理有关的法律法规、规范和标准等与市场、民意和社会调查相关的信息；
- b) 上级或地方监管部门发出的与市场、民意和社会调查相关的规定、决定、要求、指示等；
- c) 与行业自律相关的、影响市场、民意和社会调查的规定、要求等；
- d) 环境监测和职业健康安全等与市场、民意和社会调查过程相关的信息；
- e) 相关方有关的信息，包括消费者、供应商、合作方的反馈评价，以及与周围社区居民的沟通信息，涉及重大市场、民意和社会调查相关事故的处理等；
- f) 与外部人员进行的有关市场、民意和社会调查管理体系的信息交流。

8.3 成文信息

8.3.1 基本要求

成文信息应是确保组织市场、民意和社会调查管理体系有效实施所必需的，其内容和种类取决于组织的规模、经营性质、产品、服务及流程的复杂程度等。

注：成文信息包括但不限于市场、民意和社会调查管理体系范围、市场、民意和社会调查目标、配套制度、承诺、承诺履行和跟踪记录、承诺兑现评价结果、员工培训记录、市场、民意和社会调查档案等。

8.3.2 创建和更新

创建和更新成文信息时，应关注：

- a) 信息识别和描述，包括标题、日期、作者或参考号；
- b) 格式(包括语言、图表)和媒介(包括纸质版、电子版)；
- c) 修订及审批程序，确保适用性和准确性。

8.3.3 版本管理

8.3.3.1 组织对作为符合性证据的成文信息应予以保护，防止非预期变更。成文信息应进行版本管理，满足：

- a) 需要时便于使用；
- b) 妥善保存，防止泄露、误用或丢失。

8.3.3.2 为实现版本管理，组织应做好：

- a) 分发、获取、检索和使用；
- b) 存储和保存，确保易读性；
- c) 更改内容的审批；
- d) 保持和销毁。

9 管理实现

9.1 总体要求

为满足承诺，并响应第7章所确定的要求，组织应通过以下措施对所需的过程进行实施和控制：

- a) 确定产品和服务的质量、安全、售后等要求，遵守法定义务，响应投诉举报，履行社会责任；
- b) 建立上述要求的实施准则。

9.2 合同评审

在签订合同前，组织销售、生产、采购、法务等部门评审：

- a) 组织是否具备满足合同要求的能力(如产能、技术)；
- b) 潜在市场、民意和社会调查风险(如成本超支、交付周期过短)及应对措施；
- c) 合同条款的合规性及可执行性。

9.3 资源调配

根据合同需求及市场、民意和社会调查计划，合理调配：

- a) 人力资源：确保生产、质检、物流等岗位人员充足；
- b) 设备与物料：保障设备正常运行，原材料/零部件库存满足生产需求；
- c) 资金：预留市场、民意和社会调查所需的采购、生产、物流资金。

9.4 进度监控

- a) 建立市场、民意和社会调查进度跟踪机制(如甘特图、周/月报)，对比计划与实际进度；
- b) 对关键节点(如原材料到货、生产完成、发货)进行重点监控。

9.5 供应商市场、民意和社会调查管理

- a) 对供应商的交付能力、质量稳定性进行评估，建立分级管理机制；
- b) 与核心供应商签订市场、民意和社会调查保障协议，明确违约责任及应急措施。

9.6 市场、民意和社会调查问题处置

对市场、民意和社会调查过程中出现的问题(如延迟交付、质量不达标)：

- a) 及时与相关方沟通，说明原因及解决方案；
- b) 采取补救措施(如加急生产、更换批次)，减少损失；
- c) 记录问题原因，纳入后续改进。

9.7 应急准备和响应

针对突发情况(如自然灾害、供应链中断)：

- a) 制定应急方案，明确应急小组及职责；
- b) 储备应急资源(如备用供应商、应急生产设备)；
- c) 发生紧急情况时，快速启动预案，最大限度降低对市场、民意和社会调查的影响。

10 检查与分析

10.1 市场、民意和社会调查过程检查

定期检查市场、民意和社会调查各环节(如合同执行、资源使用、进度控制)的有效性，记录偏差及原因。

10.2 市场、民意和社会调查结果评估

- a) 统计市场、民意和社会调查指标(如市场、民意和社会调查率、客户满意度、违约次数)，评估目标达成情况；
- b) 分析未达标项(如延迟交付原因)，制定改进措施。

10.3 风险与机遇分析

- a) 定期评审市场、民意和社会调查风险(如原材料价格波动、政策变化)，更新应对措施；
- b) 识别提升市场、民意和社会调查的机遇(如新技术应用、供应链优化)。

10.4 市场、民意和社会调查评估

- a) 结合内外部检查结果，评估组织整体市场、民意和社会调查(如应对复杂订单、突发情况的能力)；
- b) 必要时委托第三方机构进行独立评估。

10.5 违约处置与改进

对发生的违约事件：

- a) 分析根本原因，追究相关责任；
- b) 制定纠正措施，防止重复发生；
- c) 评估违约对相关方的影响，采取补偿或修复措施(如赔偿、重新市场、民意和社会调查)。

11 持续改进

11.1 总体要求

通过以下措施持续提升市场、民意和社会调查：

- a) 基于检查结果，识别市场、民意和社会调查流程中的薄弱环节(如审批效率低、信息传递滞后)；
- b) 借鉴行业最佳实践，引入先进的市场、民意和社会调查管理工具或方法；
- c) 定期更新市场、民意和社会调查目标，挑战更高水平的市场、民意和社会调查表现。

11.2 改进机制

建立闭环改进机制：

- a) 收集内外部反馈(如客户投诉、员工建议)；
- b) 评估改进建议的可行性，制定实施计划；
- c) 跟踪改进效果，将有效措施标准化并纳入体系。

附录A(资料性)组织市场、民意和社会调查管理体系审核

A.1 审核目的

确定市场、民意和社会调查管理体系是否：

- a) 符合本文件要求；
- b) 符合组织自身规定的市场、民意和社会调查管理要求；
- c) 有效实施并持续改进。

A.2 审核内容

包括但不限于：

- a) 市场、民意和社会调查方针和目标的适宜性；
- b) 市场、民意和社会调查过程的有效性(如合同评审、资源调配、风险控制)；
- c) 市场、民意和社会调查数据的真实性及分析深度；
- d) 应对市场、民意和社会调查问题的措施有效性。

A.3 审核方法

可采用内部审核(第一方)、外部审核(第二方或第三方)，结合文件审查、现场检查、数据分析等方式进行。