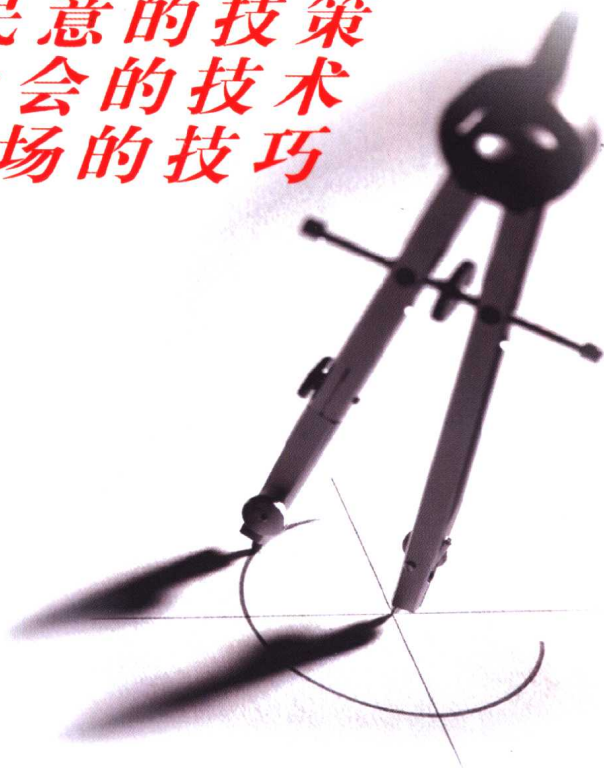


倾听民意的技策  
认识社会的技术  
开拓市场的技巧



◆郭强 / 主编◆董明伟 / 编著

调查实战指南

HANDBOOK

问卷设计手册

OF QUESTIONARY DESIGN

 中国时代经济出版社

主 编 郭 强  
副主编 董明伟  
编著者 董明伟  
编 委 郭 强 (博士) 董明伟 (硕士)  
秦 琴 (博士) 黄华玲 (硕士)  
李 琼 (博士) 张 鑫 (硕士)  
王晓燕 (博士) 李 梅 (硕士)  
牛喜霞 (博士) 宋文怡 (硕士)  
苏春艳 (博士) 杨吟华 (督导)  
任慧颖 (硕士)

调 查 实 战 指 南  
**HANDBOOK**  
**问卷设计手册**  
**OF QUESTIONARY DESIGN**

 中国时代经济出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

调查实战指南/郭强主编. —北京: 中国时代经济出版社, 2004. 1  
ISBN 7-80169-482-1

I. 调… II. 郭… III. 调查方法 IV. C31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 114432 号

调查  
实战  
指南

问卷  
设计  
手册

郭强  
主编

出版者 中国时代经济出版社  
地 址 北京东城区东四十条 24 号  
青蓝大厦 11 层东办公区  
邮 编 100007  
电 话 (010)64011788 (编辑部) (010)64066019 (发行部)  
传 真 (010)64065971  
发行经销 各地新华书店经销  
版式设计 北京楠竹文化公司  
印 刷 北京市白帆印务有限公司  
开 本 787×1092 1/16  
版 次 2004 年 1 月第 1 版  
印 次 2004 年 1 月第 1 次印刷  
印 张 7.75  
字 数 125 千字  
印 数 1~5000 册  
定 价 全套 100 元 (本册 10 元)  
书 号 ISBN 7-80169-482-1/F·217

版权所有 侵权必究

## 学术顾问

- 邓伟志 上海大学社会学系博士生导师  
任 平 苏州大学博士生导师 中国农村城镇化研究中心主任  
风笑天 南京大学社会学博士生导师  
白红光 南开大学社会学系主任 教授  
周长城 武汉大学社会学博士生导师  
林聚任 山东大学社会发展研究中心主任 社会学博士  
范伟达 复旦大学社会学教授 神州市场调查公司总经理  
田 涛 央视市场研究有限公司 副总经理 博士  
王兴周 明镜市场研究公司总经理

## 总序言

这是一个民意为先的时代，这是一个消费为尚的社会，这是一个调研时时处处出现的时代。这个时代要求我们每个人都要掌握了解他人，认识社会，把握商机的最基本工具。这个工具就是调查。在社会中、在商场上、在交往时仅凭感觉做事终究要被市场和社会淘汰。

既然这个社会是民意为先的时代，调查了解民意就是政府和公务员的基本职责。听证会的基础工作就是调查。走马观花式的调查已经落伍。提供专业性的调查技术是时代的要求。

中国买方市场的出现，使消费者开始成为上帝。了解消费者的需求，把握市场变化的趋势，提高服务的满意度，扩大产品的市场占有率是商家应对激烈市场竞争的必胜法宝。所以市场调查在中国大地上蓬勃发展。

调查作为认识社会、把握商机和了解他人的基本工具。不仅政府公务员，企业市场调研人员以及专业调查工作者需要操作性极强的调查手册，就是在中国大中专学校，调查也成为必修课。

在现代社会，调查越来越成为社会公众的基本素养；调查也越来越成长为一个朝阳性的产业。作为一个社会学工作者，我乐意进行社会学知识包括调查知识的普及工作，因为社会科学知识普及应该是科学普及的重要组成部分；作为一个社会学工作者，我赞赏和支持调查产业化的尝试。郭强是我带的博士学生，他乐意传播和普





及调查知识，以及调查知识产业化的实践，我都是很支持的。

这套丛书与同类出版物相比，我认为有这样几个特点：首先是细化，这套书容括了调查内容的方方面面，内容很是详细。其次是可操作化，读了书就能在工作实践中使用和具体操作，这样才有价值和意义。同时该套丛书还附有很多案例，这也是一个特色。学习案例是突出操作性的重要方面。

我愿意推荐这套丛书给广大的读者朋友。

邓伟志

2003年冬于上海

# 目 录

|                                |      |
|--------------------------------|------|
| <b>第一章 问卷设计的基本原理</b> .....     | (1)  |
| <b>第一节 调查问卷的含义、特征与作用</b> ..... | (2)  |
| 一、调查问卷的含义 .....                | (2)  |
| 二、调查问卷的特征 .....                | (2)  |
| 三、调查问卷的作用 .....                | (3)  |
| <b>第二节 调查问卷的类型与结构</b> .....    | (4)  |
| 一、调查问卷的类型 .....                | (5)  |
| 二、调查问卷的结构 .....                | (7)  |
| <b>第三节 调查问卷设计的标准</b> .....     | (10) |
| 一、提供必要的决策信息 .....              | (10) |
| 二、考虑到应答者 .....                 | (10) |
| 三、问题少而精 .....                  | (11) |
| 四、具有较高的信度和效度 .....             | (11) |
| 五、便于编辑和数据处理 .....              | (12) |
| <b>第四节 调查问卷设计的基本原则</b> .....   | (12) |
| 一、目的性原则 .....                  | (12) |
| 二、一般性原则 .....                  | (13) |
| 三、逻辑性原则 .....                  | (14) |
| 四、明确性原则 .....                  | (14) |
| 五、便于整理分析的原则 .....              | (15) |





|                              |             |
|------------------------------|-------------|
| 六、可接受性原则 .....               | (15)        |
| 七、效率原则 .....                 | (16)        |
| 第五节 调查问卷设计的理论基础 .....        | (16)        |
| 一、概念的操作化 .....               | (16)        |
| 二、测量层次理论 .....               | (19)        |
| <b>第二章 问卷设计的基本程序 .....</b>   | <b>(22)</b> |
| 第一节 调查问卷设计的一般程序 .....        | (23)        |
| 一、准备阶段 .....                 | (23)        |
| 二、初步设计 .....                 | (24)        |
| 三、试答和修改 .....                | (24)        |
| 四、定稿印刷 .....                 | (24)        |
| 第二节 调查问卷设计的具体步骤 .....        | (25)        |
| 一、确定调研目的和限制因素 .....          | (26)        |
| 二、确定数据收集方法 .....             | (27)        |
| 三、确定问题的回答形式 .....            | (28)        |
| 四、确定问题的措辞 .....              | (29)        |
| 五、确定问卷的编排流程 .....            | (29)        |
| 六、评估问卷 .....                 | (30)        |
| 七、获得各方认可 .....               | (31)        |
| 八、预先测试和修订 .....              | (32)        |
| 九、定稿和印刷问卷 .....              | (33)        |
| 第三节 软件技术和因特网对问卷设计的影响 .....   | (33)        |
| 一、网上调查的流行 .....              | (34)        |
| 二、软件技术对问卷设计的影响 .....         | (35)        |
| 三、网上“自制”问卷 .....             | (35)        |
| 第四节 调查问卷的评估 .....            | (37)        |
| 一、问卷的信度 .....                | (37)        |
| 二、问卷的效度 .....                | (39)        |
| <b>第三章 问卷中的常用题型 .....</b>    | <b>(41)</b> |
| 第一节 调查问卷中的题型 .....           | (42)        |
| 一、直接性问答题、间接性问答题和假设性问答题 ..... | (42)        |
| 二、开放性问答题和封闭性问答题 .....        | (43)        |
| 三、事实性问答题、行为性问答题、动机性问答题和态度性   |             |



|                               |             |
|-------------------------------|-------------|
| 问答题 .....                     | (46)        |
| 第二节 调查问卷中答案设计的主要类型 .....      | (48)        |
| 一、二项选择法 .....                 | (48)        |
| 二、多项选择法 .....                 | (48)        |
| 三、顺位法 .....                   | (50)        |
| 四、回忆法 .....                   | (50)        |
| 五、比较法 .....                   | (51)        |
| 六、投影技法 .....                  | (51)        |
| 第三节 调查问卷中选择题目的原则 .....        | (53)        |
| 一、必须符合客观实际情况 .....            | (53)        |
| 二、必须围绕调查课题和研究假设选择最必要的问题 ..... | (54)        |
| 三、必须符合被调查者回答问题的能力 .....       | (54)        |
| 四、必须考虑被调查者真实回答的可能性 .....      | (54)        |
| 五、必须本着少而精的原则 .....            | (55)        |
| 第四节 量表的含义及其类型 .....           | (55)        |
| 一、量表的含义 .....                 | (56)        |
| 二、调查问卷中量表的主要类型 .....          | (56)        |
| 三、调查问卷中常用的几种量表 .....          | (59)        |
| <b>第四章 问卷设计的基本技巧 .....</b>    | <b>(61)</b> |
| 第一节 问卷开头设计的技巧 .....           | (62)        |
| 一、引言的设计 .....                 | (62)        |
| 二、填写说明的设计 .....               | (63)        |
| 三、作业证明记载的设计 .....             | (65)        |
| 第二节 各种问答题的设计技巧 .....          | (65)        |
| 一、问卷设计中的常见错误 .....            | (65)        |
| 二、设计问句时的技巧 .....              | (69)        |
| 三、设计答案的技巧 .....               | (75)        |
| 第三节 问题顺序编排的技巧 .....           | (78)        |
| 一、问题顺序编排不当可能造成的误差 .....       | (78)        |
| 二、问题顺序编排的技巧 .....             | (79)        |
| 第四节 问卷格式编排的技巧 .....           | (81)        |
| 一、问卷格式方面的常见问题 .....           | (81)        |
| 二、问卷格式编排的技巧 .....             | (81)        |





|                                       |       |
|---------------------------------------|-------|
| 第五节 不同访问方式的问卷设计的技巧 .....              | (83)  |
| 一、小组访谈问卷设计的技巧 .....                   | (83)  |
| 二、电话访问问卷设计的技巧 .....                   | (84)  |
| 三、邮寄访问问卷设计的技巧 .....                   | (85)  |
| 四、网上调查问卷设计的技巧 .....                   | (85)  |
| <br>                                  |       |
| 附录一:全国学生科学素养状况抽样调查问卷 .....            | (87)  |
| 附录二:苏州电台音乐台调频 94.8 兆赫受众收听情况调查问卷 ..... | (94)  |
| 附录三:苏州节假日旅游住宿接待能力调查问卷 .....           | (101) |
| 附录四:网易 VIP 邮箱调查问卷 .....               | (107) |
| 参考文献 .....                            | (109) |
| 后记 .....                              | (112) |

## 问卷设计的基本原理



### 阅读导航

#### 第一节 调查问卷的含义、特征与作用

- 一、调查问卷的含义
- 二、调查问卷的特征
- 三、调查问卷的作用

#### 第二节 调查问卷的类型与结构

- 一、调查问卷的类型
- 二、调查问卷的结构

#### 第三节 调查问卷设计标准

- 一、提供必要的决策信息
- 二、考虑到应答者
- 三、问题少而精
- 四、具有较高的信度和效度

- 五、便于编辑和数据处理

#### 第四节 调查问卷设计的基本原则

- 一、目的性原则
- 二、一般性原则
- 三、逻辑性原则
- 四、明确性原则
- 五、便于整理分析的原则
- 六、可接受性原则
- 七、效率原则

#### 第五节 调查问卷设计的理论基础

- 一、概念的操作化
- 二、测量层次理论

在我们的日常生活中经常会看到各种各样的问卷，当你买了电冰箱的时候，厂家除了提供使用说明以外，可能还会有一张“用户反馈表”，了解您对该产品的性能、价格、款式、颜色、售后服务等各方面的意见；即使是你买了一本杂志，后面也可能会附有“读者调查表”或者“读者评刊



表”，了解您对杂志在栏目编排、文章质量、内容设置、装帧设计等的看法。凡此种种都属于问卷的范畴。

您可能在近期看到过甚至填写过一份问卷，但是，您知道调查问卷的准确含义吗？您知道评价一份优秀的调查问卷有那些标准吗？您知道设计问卷的基本原则吗？本章我们将对有关问卷的基本原理与理论加以阐释与介绍。

## 第一节 调查问卷的含义、特征与作用


### 一、调查问卷的含义


采用问卷调查是国际通行的一种作业方式，也是我国近年来最流行的一种调查手段。询问调查的每一种形式都依赖于问卷（questionnaire）的使用。问卷几乎是所有数据收集方法的一般思路。调查问卷，又称调查表，是为了达到调查目的和收集必要数据，而设计出的由一系列问题、备选答案及说明等组成的向被调查者收集资料的工具。它是收集来自于被访者信息的正式的一览表。


问卷在数据收集过程中起着重要的作用。如果问卷设计得不好，那么所有精心制作的抽样计划、训练有素的访谈人员、合理的数据分析技术和良好的编辑和编码都毫无用处。问卷和访谈员是市场调查的生产线，正是在此生产线上，产品不论好坏，都被生产出来。问卷是工人（访谈员）的工具，他们用此工具来生产基础产品（应答者信息）。


### 二、调查问卷的特征

在市场调查的实践工作中，通过问卷进行调查是采用最多的一种方法，在诸多的调查方法中问卷调查之所以受到如此青睐，是因为与其他调查方式相比问卷调查具有客观性、简明性、真实性和反馈快的特点。

 客观性。现代市场调查问卷重点突出，一份问卷只有一个主题。问卷围绕这个主题设置相关的问题，每个问题的询问形式，回答方式都具有明确的规定性，都是具体的、清楚的，问题之间既互相独立，又相互关联，具有明显的客观性。

 简明性。现代市场调查问卷有一套完整的格式，一份问卷一般包括标题、导语、调查内容、编码、作业记载等几部分，而且问卷主体大都采用封闭式问题，列出答案供被调查者选择。问卷简单明了、主题突出。

 **真实性。**现代市场调查问卷在设计时要充分注意对回答质量的控制，充分考虑被调查对象的社会阶层、行为规范等社会文化特征，将实质性问题与控制性问题相结合，根据问题的逻辑性将问题有顺序有目的的加以排列，尽量对问题的回答质量加以甄别，问卷设计严密，能保证收集的信息具有较高的质量

 **反馈快。**现代市场调查问卷大都采用封闭式问题设计，列出完备的答案供被调查者选择，简单明了，大大提高问卷的调查效率。同时，还经常采取图文并茂的方式，以提高被调查者的兴趣。一份设计完整的问卷，简单易用，只要具备基本文化程度的访员，经过培训就可以使用问卷进行调查，大大提高了现代市场调查的效率。

正是由于调查问卷具有简明、通俗、客观、真实、反馈快、保密性好等特点，问卷调查已被越来越多的企业（公司）、市场研究与咨询机构等所采用。

### 三、调查问卷的作用

在市场中，采用问卷进行调查是国际通行的一种调查方式，也是我国近年来推行最快，应用最广的一种调查手段。在市场调查中问卷具有以下几方面的作用：

#### 1. 实施方便，提高调查精度

调查可以采取个别口头询问、集体访问、电话访问等方式进行，但是这些方式都要求调查员具有较高的询问技巧，同时还需要记录。这就难免出现回答问题不完整或是记录不完整，时间过长等情况。采用问卷方式则可将所有问题全部用提问方式在问卷中列出，许多问题都给出了多种可能的现有答案，供被访者选择。因此，这种方式容易被访者所接受。而且，实际调查员只要稍加培训即可胜任此项工作。一份设计完善的问卷能够有效地减少回答误差，提高调查的精确度。

#### 2. 易于对资料进行统计处理和定量分析

问卷设计将调查内容分解为各个细致的项目，并将其规范地排列在问卷中，绝大多数问题列出备选答案，供被访者选答，少数问题采用文字表达方式，这样就有利于调查内容的系统化，标准化，便于利用手工或计算机对所取得的资料进行汇总。同时，由于问卷方式能将人们的态度、观点、行为、看法等定性认识转化为定量数据，这样就不仅便于研究者对调查对象的基本状况进行了解，在随机抽样的情况下，还可以对各种市场现象的各因素进行各种统计分析，例如相关分析，回归分析和聚类分析等。





### 3. 节省调查时间，提高调查效率

由于问卷设计中已将调查目的、调查内容进行了说明和编排，问卷形式无需由调查人员就调查目标向被调查者作详细的解释，也可以避免在与被调查者的交谈中，谈话游离于主题之外的现象。如果问卷内容的说明清楚明了，调查人员对调查对象只需稍作解释，说清意图，调查对象就可以答卷。在答卷中，除非有特殊情况，一般不需要被调查者再对各种问题作文字方面的解答，只需对所选择的答案作上记号即可。这样就节省了调查时间，节省了在调查中用于详细解释意图的时间，从而可以提高调查工作的效率。

### 4. 问卷是通俗易懂的调查方式

调查可以采用查寻资料、实地采访、电话询问及问卷的方式进行。在很多情况下，查寻资料不可能满足调查目标所要求的全部资料和信息，而实地采访和电话询问要求调查人员具备相当高的询问技巧，同时调查人员还要进行记录，这就难免会出现有些问题回答不完全或模棱两可的情况，而问卷这种形式可以将所要问的问题全部以提问的方式写在卷面上，再提供多种现成答案，由被调查者选择，所以容易被人们接受，调查人员也不一定具备很熟练的交流技巧，只要能说清意图，并能回答被调查者的问题就可以担当此项工作了。因此问卷适用面广，而且能直接获取被调查者所反映出来的意图，收到在短时间内得到尽可能多的了解被调查者情况的效果。

### 5. 全面、准确地反映问题

在一般情况下，问卷的设计都力求通俗易懂，通过选择答题的方式将消费者或用户的态度和看法明确地表示出来，所以它可以以任何层次、任何类型和任何知识水平的顾客作为调查对象，让他们根据自己的看法进行回答，这样就可以较全面地反映多数消费者对某一商品或服务的看法和偏好。

## 第二节 调查问卷的类型与结构

您可能从报纸杂志上发现过调查问卷，也可能收到过邮寄给您的问卷，也可能在逛街时接受过访问，如果您是位网民，那您可能还在网上接受过调查。如果您留意过您曾经接受过的调查，您可能还会发现这些问卷除了调查内容不同，编排格式不一之外大体的结构都比较类似。这就是我们要介绍的市场调查问卷的类型与结构。

## 一、调查问卷的类型

根据调查的不同目的，问卷可以采用多种不同的设计形式，但大致可归纳为以下几类：

### 1. 自填式问卷和访问式问卷

根据市场调查中使用问卷方法的不同，可将调查问卷分成自填式问卷和访问式问卷两大类。

◆ 自填式问卷，是指由调查者发给（或邮寄给）被调查者，由被调查者自己填写的问卷。自填式问卷多用于留置调查和邮寄调查中。

◆ 访问式问卷则是由调查者按照事先设计好的问卷或问卷提纲向被调查者提问，然后根据被调查者的回答进行填写的问卷。访问式问卷主要用于面访调查、电话调查、小组访谈以及深度访谈等方式。一般而言，访问式问卷要求简便，最好采用两项选择题进行设计；而自填式问卷由于可以借助于视觉功能，在问题的制作上相对可以更加详尽，全面。两者都是向被调查者发问，只是在形式上有些不同。

### 2. 结构型问卷、半结构型问卷和无结构型问卷

依据调查人员出题方式的不同，可将问卷划分为结构型问卷、半结构型问卷和无结构型问卷。

◆ 结构型问卷是指问卷不仅包括有一定数目的问题，而且问卷的设计是有结构的，即要按一定的提问方式和顺序进行安排。在这些问题中，除少数题目没有提供给被访者备选答案外，其他大多数题目已将答案罗列出来。在调查过程中调查员要绝对遵从指导提问，不能随意变动问题和字句，更不能加插或省略，此种问卷适用于大规模的市场调查中。

◆ 无结构型问卷中所提到的问题没有在组织结构中加以严格的设计与安排，只是围绕研究目的来提一些问题。在调查过程中，调查人员可以根据需要来增加或减少一些问题。此种问卷适用于较小规模的深层访谈调查。

◆ 半结构型问卷就是结构型问卷和无结构型问卷相互结合的一种问卷形式。

### 3. 留置问卷、邮寄式问卷、报刊式问卷、面访式问卷、电话访问式问卷和网上调查问卷

根据问卷发放方式的不同，可将调查问卷分为留置问卷、邮寄式问卷、报刊式问卷、面访式问卷、电话访问式问卷和网上访问式问卷六种。其中前三类大致可以划归自填式问卷范畴，后三类则属于访问式问卷。



◆ 留置问卷，就是由调查者将调查问卷送发给选定的被调查者，待被调查者填答完毕之后再统一收回。

◆ 邮寄式问卷是通过邮局将事先设计好的问卷邮寄给选定的被调查者，并要求被调查者按规定的要求填写后回寄给调查者。邮寄式问卷的匿名性较好，缺点是问卷回收率低。

◆ 报刊式问卷是随报刊的传递发送问卷，并要求报刊读者对问题如实作答并回寄给报刊编辑部。报刊式问卷有稳定的传递渠道、匿名性好，费用省，因此有很大的适用生，缺点也是回收率不高。

◆ 面访式问卷是由调查者按照事先设计好的调查提纲或调查问卷对被调查者提问，然后再同调查者根据被调查者的口头回答填写问卷。人员访问式问卷的回收率高，也便于设计一些便于深入讨论的问题，但不便于涉及敏感性问题。

◆ 电话访问式问卷就是通过电话中介来对被调查者进行访问调查的问卷类型。此种问卷要求简单明了，现时在问卷设计上要充分考虑几个因素：通话时间限制；听觉功能的局限性；记忆的规律；记录的需要。电话访问式问卷一般应用于问题相对简单明确，但需及时得到调查结果的调查项目。

◆ 网上调查问卷是在因特网上制作，并通过因特网来进行调查的问卷类型。此种问卷不受时间，空间限制，便于获得大量信息，特别是对于一些敏感性问题，相对而言更容易获得满意的答案。

#### 4. 主体问卷和过滤问卷

根据问卷中的问题所要实现的目的不同，可以将问卷划分为主体问卷和过滤问卷。

◆ 过滤问卷的所有题目都是围绕筛选合适的被访者设计的。由于调查针对的对象是不同的，这就需要从总体中筛选出符合条件的被访者，即目标群体。过滤问卷即是为了达到这一目的而设计的。

◆ 主体问卷则是围绕调查的目的展开，包括调查的所有内容，调查的结果主要通过主体问卷来实现。

大多数情况下，调查将过滤问卷和主体问卷合二为一，在一些对被访者的要求比较多时候就需要单独的过滤问卷对被访者进行遴选。有效的过滤问卷是寻找目标对象的关键所在，而主体问卷是达到调查目的、获取必要信息的重要载体。



## 二、调查问卷的结构

一份完整的调查问卷通常包括标题、问卷说明、被访者基本资料、调查主题内容、编码和作业证明记载几部分构成。

### 1. 问卷的标题

问卷的标题是概括说明调查的研究主题，使被调查者对所回答什么方面的问题有一个大致的了解。确定标题应简明扼要，易于引起回答者的兴趣。例如“汽车消费状况调查”，“我与住房——某市居民住房状况调查”等。而不要简单采用“问卷调查”这样的标题，它容易引起回答者因不必要的怀疑而拒答。

### 2. 问卷说明

问卷说明常常以简短的信出现，旨在向被调查者说明调查的目的、意义，以引起被调查者的重视和兴趣，争取他们的有效合作。对自填式问卷还有填表须知、交表时间、地点及其他事项说明等。问卷说明一般放在问卷开头，通过它可以使被调查者了解调查目的，消除顾虑，并按一定的要求填写问卷。问卷说明可采取两种方式：一是比较简洁、开门见山的方式；二是在问卷说明中进行一定的宣传，以引起调查对象对问卷的重视。问卷说明的语气要谦虚、诚恳、平易近人，文字要简洁、准确、有可读性。问卷说明一般在问卷的开头，也可以单独成为问卷的说明信。

☞ 称呼、问候。如 XX 先生、女士（或 XX 同学，XX 同志）：您好！

具体到某项调查用什么称呼，则根据受调查对象来确定；

☞ 访问员介绍。如“我是 XXX 市场研究有限公司的访问员（或调查员）”等。

☞ 简单地描述调查研究的目的。如“我们想了解一下您对 XXX 等有关问题的看法”。

☞ 说明作答的意义或重要性。如“您的回答十分重要，将有助于我们改良产品，为您提供更优质的产品”。

☞ 说明作答对受访者无负面作用。许多受调查者对于问卷调查顾虑重重，生怕答错了会给自己带来麻烦，所以卷首语要说明答案无所谓对或错，或结果保密等问题。

