



成都信息工程大学
Chengdu University of Information Technology

□ 文案调查法

案例：著名的《照片“泄密”案》

- 《中国画报》



穿的衣服：北纬46度至48度中国齐齐哈尔和哈尔滨之间的东北北部地区。

所握手柄的架式：推断出油井的直径

人民日报

人民日报的报道：“王进喜一到马家窑子，看到一片荒野说：好大的油海，……”进一步确定大庆油田的具体范围和面积。



该反应塔的直径大约为5米，从而推断出大庆炼油厂的年加工原油能力为100万吨。



一、文案调查法的概念及特点

概念：文案调查法是利用企业内部和外部现有的各种信息、情报资料，对调查内容进行分析研究的一种调查方法，是一种间接调查法。

与其他调查法相比，文案调查法具有以下**特点：**

1. 文案调查法是收集已经加工过的二手资料。所收集的资料包括动态和静态两个方面，尤其偏重于从动态角度收集各种反映调查对象变化的历史和现实资料。
2. 文案调查法所获得的信息资料比较多，资料的获得比较方便和容易。
3. 文案调查法收集资料所花费的时间较短，费用较低。



二、文案调查法的功能

- ◆ 发现 and 解决市场问题
- ◆ 为市场调查提供经验
- ◆ 辅助实地调查的执行
- ◆ 解释和补充调查结果

因此，文案调查法的核心和本质是：通过既有公开渠道获取有价值的信息；
通过既有公开信息分析出有价值的结论。



三、文案调查法的基本要求

文案调查法的特点和功能，决定了调查人员在进行文案调查时，应满足以下要求：

- ◆ 广泛性
- ◆ 针对性
- ◆ 时效性
- ◆ 连续性

思考——如何理解文案调查法的四个基本要求？



三、文案调查法的基本要求

◆ 广泛性

文案调查对现有资料的收集必须周详，要通过各种信息渠道，利用各种机会，采取各种方式大量收集各方面有价值的资料。

◆ 针对性

要着重收集与调查目的紧密相关的资料，善于对一般性资料进行摘录、整理、传递和选择，以得到有参考价值的信息。

◆ 时效性

要考虑所收集资料的时间是否能保证调查的需要。

◆ 连续性

要注意所收集的资料在时间上是否连续，只有连续性的资料才能便于动态比较，便于掌握事物发展的特点和规律。



四、文案调查法的操作程序

□ 第一：确定市场调查目的，明确调查主题

根据调查主题来确定所需要的信息资料和资料来源，再安排适合的人选有针对性进行资料查询。

□ 第二：确定资料来源渠道，收集资料

从哪里？基本顺序和方法？时间、精力、费用、人员安排等。

□ 第三：评估二手资料

1. 原始资料提供者的权威性和可靠性
2. 原始资料收集的目的
3. 原始资料的收集时间
4. 原始资料的收集方法
5. 原始资料的研究方法
6. 原始资料之间的一致性

□ 第四：二手资料的筛选与分析

如应用统计方法将资料制成图表并进行比较分析，去除虚伪数据（[Citespace 知识图谱](#)）



四、文案调查法的操作程序

□ 第一：确定市场调查目的，明确调查主题

根据调查主题来确定所需要的信息资料和资料来源，再安排适合的人选有针对性进行资料查询。

□ 第二：确定资料来源渠道，收集资料

从哪里？基本顺序和方法？时间、精力、费用、人员安排等。

□ 第三：评估二手资料

1. 原始资料提供者的权威性和可靠性
2. 原始资料收集的目的
3. 原始资料的收集时间
4. 原始资料的收集方法
5. 原始资料的研究方法
6. 原始资料之间的一致性

□ 第四：二手资料的筛选与分析

如应用统计方法将资料制成图表并进行比较分析，去除虚伪数据（[Citespace 知识图谱](#)）

□ 第五：撰写文案调查报告

1. 简明扼要
2. 突出重点
3. 结论明确



五、文案调查资料的来源

- 文案调查法所需资料包括**企业内部资料**和**企业外部资料**。
- **企业内部资料**主要指企业内部的各种业务、统计、财务及其他有关资料，属于企业专有数据；
- **企业外部资料**主要指企业外部单位所拥有的资料（如：统计部门与各级各类政府主观部门公布的有关资料、各行业协会、专业信息咨询机构等提供的市场信息）



□ 企业内部资料

1. 业务资料（如订货单、进货单、合同文本、发票等）
2. 统计资料（如统计报表，产品的生产、销售、库存等各种数据资料等）
3. 财务资料（如生产成本、销售成本、各种产品价格及经营利润等）
4. 其他资料（如剪报、调查报告、经验总结报告、顾客意见等）

注意：以上资料企业自身均可利用大数据、云计算等技术，建立数据库，对数据进行分类管理，还可以是委托第三方，如世界银行曾经在2002、2005和2012年对中国企业进行过3次调查，形成了世界银行中国企业调查数据库；由中央统战部、全国工商联、国家工商行政管理总局、中国民（私）营经济研究会联合组织的中国私营企业调查数据库；由浙江工业大学建立的中小企业景气指数调查数据库，他们公开了2012年至今浙江省中小企业的月度微观数据等。



□ 企业外部资料

1. 统计部门以及各级、各类政府主管部门公布的有关材料（如统计公报、各类统计年鉴、有关政策、有关法规等）
2. 各种专业信息咨询机构和各行业协会提供的信息（还提供资料的代购、咨询、检索等服务）
3. 有关书籍、报刊、杂志中提供的资料（如各种广告资料、市场行情和预测资料等）
4. 生产和经营机构提供的商品目录、广告说明书、专利资料及商品价目表等
5. 各种国际组织、学会团队、外国使馆、商会所提供的国际信息
6. 国内外各种博览会、展销会、交易会、订货会等促销会议以及专业性、学术性经验交流会议上所发放的文件和材料
7. 各地电台、电视台提供的市场信息
8. 互联网
9.



举例：

- 最常用的公开资料：各类年鉴《世界经济年鉴》、《中国经济年鉴》、《中国统计年鉴》等等
- 以及各类经济与管理类杂志：市场营销类四大国际顶级期刊，电子商务类国际顶级期刊，国家自科委下属 A、B 类期刊《南开管理评论》、《管理世界》等

- 各类专业网站：

中国互联网信息中心：<http://www.cnnic.net.cn/>

中国营销传播网：<http://www.emkt.com.cn/>

中华企管网：<http://www.china-qg.com/>

中国市场调查行业协会：<http://www.emarketing.net.cn/>

湖北省市场营销学会：<http://www.hbmarketing.org.cn/>

网上营销新观察：<http://www.marketingman.net/>

国务院发展研究中心国研网：<http://www.drcnet.com.cn/>

美国市场营销学会：<http://www.ama.org/>

•.....



企业对内部资料的及时整理是发现市场信息的有效方式之一

内部数据的应用举例（摆货策略）

沃尔玛超市发生过一件这样的趣事。在一个夏季，管理者发现在那段时间里婴儿尿布和啤酒的销量次第拔高。他们立即对这个现象进行了分析和讨论，最后现象的谜底终于水落石出：原来，购买这两个产品的顾客一般都是年龄在25—35周岁的青年男子，由于孩子尚在哺乳期，所以每天下班后他们都会遵太太的命令到超市里为孩子购买婴儿纸尿裤，每当这个时候，他们大都会为自己顺带买回几瓶啤酒。沃尔玛的管理者立即针对此现象采取行动：

- 1、将卖场内原相隔很远的妇婴用品区与酒类饮料区的空间距离拉近，减少顾客的行走时间；
- 2、根据本地区新婚新育家庭的消费能力的调查结果，对这两个产品的价格进行了调整，使价格更具吸引力；
- 3、向一些购物达到一定金额的顾客赠送婴儿奶嘴及其它小礼品。通过这些策略，大大提升了原有顾客的满意度，而且还吸引了商圈内其它对手超市的同类顾客的光临

伊藤洋华堂的货架 1.8-2 米高





外部数据的应用举例（数据流通与数据共享）



今年4月发布的《关于加快建设全国统一大市场的意见》就已经提到，要加快培育统一的数据市场，并建立包括健全数据安全、权利保护、跨境传输管理、交易流
讨论数据共享还要面对适合性的问题，什么数据可以共享、什么数据不能共享？从原则上说，起码有三类数据不能共享：一是个人隐私，二是商业机密，三是国家安全。个人的姓名、年龄、性别、教育水平、家庭住址、联系方式等均属于个人隐私，应该明确归属于个人所有，当然也不能轻易分享。业内常见的做法是对行为与交易数据做脱敏处理，分析师无法追溯到具体的个人或者人群。同样，如果事关商业机密和国家安全，数据也不能随便披露。就这些大的原则达成共识并不难，难的是在执行过程中如何把握。以国家安全为例，如果范围划得宽泛一些，那也许可以认定绝大部分数据都有一定的敏感性，即便像公众打车、叫外卖甚至看短视频这样的数据，也不排除能分析出一些人群行为方式的变化。所以，如何恰当地把握这个度，同样是一个极大的考验。如果标准设定得不够严格，可能会造成不少隐患。但如果标准卡得太严，大数据分析也就无从做起。

不高等问题，而对于非公共数据，则因为隐私和商业秘密等，往往被个别平台企业所独有。多重因素下，这些市场主体对于数据分享的动机还不充分。

特价
红富士苹果
原价: 5.60 元/公斤
25.99

红富士苹果
10.99 元/公斤
原价: 5.60 元

红富士苹果
元/公斤
25.99

11.75 元/盒
红富士苹果

精明价
优惠价 红富士苹果
10.99
原价: 15.00 元/公斤

零售价: 3.90 元
2.99 元/袋

零售价: 3.90 元
2.99 元/袋

新鲜 **25.99** 元/公斤
带鱼

惊爆价
元/盒
105.00

零售价: 4.20 元
3.60 元/袋

丁家豆腐养油250g 上上正箱
11.75 元/箱
原价: 555 元/个



相关研究结果表明，对于以9为结尾的价格与以0为结尾的价格（例如9.9和10），同样上涨10%，人们对于9.9涨价的感受更低，感觉不到涨了多少。同理，在降价的时候，降到以9为结尾的价格，也会带给人降价更多的感觉。实际上，这是商业社会中常用的**非整数定价法**。



□ 文案调查法的具体可行手段

◆ 查找法

1. 查找目录法（分类目录、书名目录、主题目录、著作目录）
2. 参考文献查找法（滚雪球、相似文献推荐等）
3. 检索工具查找法（目录、索引、文摘）

◆ 索取法

◆ 收听法

◆ 咨询法

◆ 采集法

◆ 互换法

◆ 购买法

◆ 委托法

◆



思考：如何进行网上数据的收集？

- 选择搜索引擎

综合性——百度……

学术性——谷歌学术……

内容社区或电商网站……

其他各类专业搜索——如期刊官网

- 寻找专业的网站——中国国家统计局网站

- 数据库的使用——维普、知网等等

- 寻求定点帮助——经管之家、小木虫、开源等论坛



□ 文案调查的优缺点

◆ 文案调查的优点

1. 文案调查可为企业发展提供参考数据
2. 文案调查可为实地调查提供初步依据
3. 文案调查省时省力
4. 文案调查不受时空限制

◆ 文案调查的缺点

1. 主要是历史资料，存在过时性，难以反映新问题新情况
2. 收集的资料和调查目的的吻合度不是很好，对解决问题不能完全适用
3. 要求调查人员有扎实的理论知识、较深专业技能，否则无法对资料进行鉴别和应用



实际操作过程中的主要困难和解决思路：

- 文案调查的主要困难有哪些？

- 1、文案调查的具体步骤（**思路和方法**），不知道应该找哪些数据，在哪儿找数据。
- 2、能够找到的资料非常有限（**如何面对有限条件**）
- 3、找到资料后不知道如何整理和分析（**如何消化资料**）
——太花时间、太繁琐、没有思路、没有方法
- 4、分析后不知道如何写文案调查报告（**如何有好的表现形式**）



思考：如何面对有限的条件开展文案调查？

1、扩大网络搜索面，设定关键词

经验：顺藤摸瓜法、滚雪球

根据一个关键词找到另外的关键词，例如：生鲜+电子商务

可能发现另外的关键词：“生鲜电商发展规划、电子商务发展工作方案、生鲜电商招商项目、生鲜电商企业发展问题”等等

2、平时的积累很重要

根据自己的专业积累常用的专业网站、公众账号（**提高调查效率**）

根据学习和工作经验积累知识（**积累关键词，增加相关性搜索**）

根据自己的同学、同事、朋友圈，尤其是同行来积累二手数据资源（**构建自己的“数据资料库”、自己的“情报系统”**）

3、更换其他调查方法

如果不能满足调查所需，更换其他调查方法。