

面向 AI 问卷生成的 RAG 语料库设计

一、 语料库设计原则

结构化：将知识分为“概念-场景-模板”三层，便于向量检索和匹配。

场景化：覆盖尽可能多的问卷使用场景，确保实用性。

可操作：提供具体的提问范例、量表模板和提示词，让 LLM 能直接参考并输出。

多维度：包含问卷设计理论、用户心理学、数据分析方法等周边知识。

二、 语料库核心内容

你可以将以下每一部分作为一个独立的 JSON 文档或文本块存入向量数据库。

第一部分：核心概念与理论

```
json
{
  "category": "基础理论",
  "title": "问卷设计的基本原则",
  "content": "1. 明确性：问题应清晰、无歧义，避免使用专业术语和模糊词汇。
  2. 单一性：一个问题只询问一个信息点。
  3. 客观中立：避免引导性和倾向性提问，防止答案失真。
  4. 穷尽与互斥：选项
直接给我语料文本即可 我会做成 pdf 给到 ai 你尽力收集现有可用作 ai 问卷生成参考的资料整合起来即可
好的，这是一份为您精心整合的 AI 问卷生成语料大全。您可以直接将其复制到文档中并制作成 PDF，作为 RAG 系统的知识库。本语料涵盖了核心理论、问题类型、场景案例、量表库及提示词模板，力求全面且实用。
```

AI 问卷生成语料大全

第一部分：问卷设计核心理论与原则

1.1 优秀问卷的黄金法则

目的明确： 在设计前必须明确调研的核心目标。每一个问题都应为达成这个目标服务，删除所有无关问题。

用户友好： 问题表述清晰、无歧义，逻辑流畅，作答时长合理（建议 5-10 分钟内完成）。

结构严谨： 遵循“漏斗顺序”——从广泛到具体，从简单到复杂，从客观事实到主观感受。将敏感或个人信息（如年龄、收入）放在末尾。

中立客观： 避免任何引导性或倾向性提问，确保问题不暗示“正确”或“期望”的答案。

1.2 常见问卷结构

开场白：介绍调研目的、主办方、预计耗时、隐私保护声明和致谢。

筛选题：用于识别目标受访者，确保样本有效性。

基础信息：收集与调研目标相关的用户背景信息（如 **demographics**）。

主体问题：核心调研内容，按逻辑模块划分。

结束语：再次感谢，并告知后续步骤（如抽奖、报告获取方式）。

第二部分：问题类型详解与 AI 提示要点

2.1 封闭式问题

单选题：

描述：从多个互斥的选项中选择唯一答案。

AI 提示要点：确保选项覆盖所有可能性，且彼此不重叠。可包含“其他（请注明）”选项。

示例：您最主要的新闻获取渠道是？ [社交媒体] [新闻门户网站] [电视] [朋友/家人] [其他]

多选题：

描述：从多个选项中可选择一项或多项。

AI 提示要点：明确说明“可多选”，并考虑设置选择上限。

示例：您选择这款手机时考虑了哪些因素？（可多选，最多 3 项） [品牌] [价格] [相机功能]
[电池续航] [操作系统] [外观设计]

李克特量表：

描述：测量受访者对某陈述的同意或满意程度。

AI 提示要点：通常使用 5 分或 7 分量表，确保平衡（正反选项数量相等）。标明两极。

示例：我认为这个 App 界面设计简洁直观。

[非常不同意] [不同意] [一般] [同意] [非常同意]

矩阵题：

描述：使用相同的选项集来询问一系列相关问题，节省空间。

AI 提示要点：问题需属于同一主题，选项保持一致。避免问题过多导致“回答惯性”。

示例： 请对以下功能的重要性进行评价：

不重要 一般 重要 非常重要

消息加密

云存储

排序题：

描述： 要求对选项按优先级或偏好进行排序。

AI 提示要点： 明确排序规则（如“1 代表最重要”），选项数量不宜过多（建议 5-7 个）。

示例： 请根据您在选择餐厅时的重视程度，对以下因素进行排序（1 为最重视）：

[] 口味 [] 价格 [] 环境 [] 服务 [] 地理位置

2.2 开放式问题

描述： 不提供选项，由受访者自由填写。

适用场景： 探索性研究、获取深度反馈、收集建议或了解原因。

AI 提示要点： 问题应具体，避免过于宽泛。可使用“为什么”、“请描述”、“您的建议是”等开头。

示例： 您认为我们的产品在哪些方面最需要改进？

第三部分：场景化问卷模板库

3.1 用户满意度调研（NPS）

核心问题 1（0-10 分推荐意愿）：“您有多大可能将[产品/品牌]推荐给您的朋友或同事？”
(0 分=完全不可能，10 分=极有可能)

核心问题 2（开放题）：“请问您给出这个分数的主要原因是什么？”

AI 任务： 根据推荐意愿分数将用户分为“贬损者（0-6）”、“被动者（7-8）”和“推荐者（9-10）”，并分析开放题中的驱动因素。

3.2 产品市场拟合度调研

核心问题：“如果[产品名称]明天无法再使用，您会有什么感觉？”

A. 非常失望

B. 有点失望

C. 不失望（因为它不是我需要的）

D. 不适用，我已经不再使用它了

AI 任务：分析选择“非常失望”的用户群体特征和需求，他们是产品的核心用户。

3.3 员工敬业度调研

核心模块：工作满意度、职业发展、团队协作、管理与沟通、薪酬福利、企业文化。

示例问题：“我清楚地了解我在公司内的职业发展路径。”（李克特 5 分量表）

AI 任务：识别各维度得分，定位管理短板，并通过对开放题进行主题聚类，发现具体问题。

3.4 客户体验与旅程地图调研

核心思路：围绕用户与品牌互动的关键触点的体验进行提问。

示例问题：

发现阶段：您最初是通过什么渠道了解到我们的？

购买阶段：您觉得我们的购买流程是否顺畅？

使用阶段：产品的首次使用体验是否符合您的预期？

支持阶段：如果您联系过客服，问题是否得到有效解决？

第四部分：专业量表与框架库

4.1 品牌资产模型

品牌知名度：“当提到[产品类别]时，您首先会想到哪个品牌？”

品牌联想：“当您想到[我们的品牌]时，会联想到哪些词语？”（开放式）

感知质量：“与其他品牌相比，您认为[我们的品牌]质量如何？”（5 分量表）

品牌忠诚度：“您下次购买[产品类别]时，选择[我们的品牌]的可能性有多大？”（5 分量表）

4.2 技术接受模型

感知有用性：“使用这个系统能提高我的工作效率。”

感知易用性：“我认为这个系统很容易使用。”

使用态度：“我喜欢使用这个系统。”

行为意向：“我打算在未来经常使用这个系统。”

(以上均采用李克特量表)

第五部分：AI 问卷生成提示词模板

5.1 通用生成模板

text

请扮演一位专业的市场调研专家。请根据以下背景信息，生成一份结构完整、问题专业的问卷。

【调研目的】：

【目标受众】：

【核心调研内容/关键问题】：

【问卷长度要求】：

【特殊要求】（如包含 NPS 题、需要开放题等）：

5.2 优化与润色模板

text

请对以下问卷问题进行优化，使其更符合“明确性、单一性、中立性”原则。请直接输出优化后的问题。

【原始问题】：

1. [原始问题 1]

2. [原始问题 2]

...

5.3 选项生成模板

text

请为以下单选题生成一套完整、互斥且穷尽的选项。

【问题题干】：

【当前已有选项】（如有）：

【要求】（如需要包含“其他”选项，或需要几个选项）：

5.4 从文本生成问题模板

text

请阅读以下产品功能介绍文本，并生成 3-5 个用于测量用户接受度和兴趣度的问卷问题，问题类型需包含量表和开放题。

【产品介绍文本】：