

什么是固定样本组研究?

市场在变、消费者在变、调研方法也就应该有相应的发展变化。固定样本组研究就是适应这种需要而开发的一种研究方法。它可简单描述为：固定选取一组具有代表性的样本，采用定期或不定期的方式连续记录他们，以了解和掌握样本(消费者)及与其相关的市场状态在时间历程中的变化规律和趋势。

为什么要使用固定样本组研究?

较之传统的个案研究，固定样本组研究的优势主要体现在以下四大方面：

固定样本组研究		个案研究	
动态性	对消费者进行持续性的动态了解，实时把握变化	静止性	仅对某一时间点的消费者情况进行了解
即时性	即时获取突发的趋势信息，以便因应变化、获取先机	滞后性	对于突发变化趋势的了解滞后、甚至缺失
稳定性	针对人群相对固定，抽样误差固定，波动较小	波动性	每次选取不同样本，抽样波动相对较大
全面性	对消费者进行较全方位的了解，有助于企业建立适应于各部门的消费者信息库，实现资源共享	片面性	研究结果为企业各部门单独使用，对消费者的了解具有片面性，也不利于各部门间资源共享

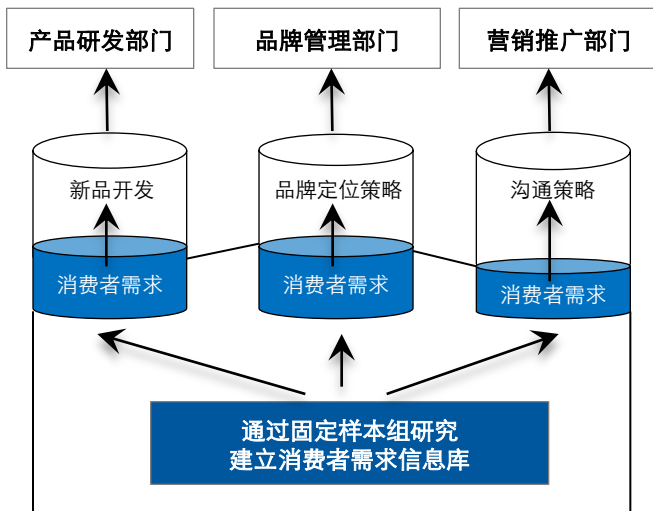


图1. 固定样本组研究的重要意义

为什么要选择斯戴的年轻人样本组?

随着市场的不断细分，企业对于消费者的关注已不仅仅局限于对消费者行为的描述，而更加关心他们内心需求的变化。而斯戴的**定性**固定样本组在了解消费者内心需求方面，则比目前大多数调研公司主要发展的定量固定样本组更具优势。

	斯戴的定性样本组	传统定量样本组
研究目的	以洞察消费者需求为目的	以描述性消费者行为习惯为目的
关注点	关注消费者行为形成的深层原因及其变化，如生活形态、价值取向等	关注消费者行为本身的变化，如产品使用习惯与态度、媒介接触习惯等
使用方法	多种与心理学相结合的定性研究方法统筹组合	以模式化的定量问卷调研法为主

斯戴的年轻人固定样本组研究项目于2008年正式启动，且持续至今。该项目以12-25岁的中国年轻人作为研究对象，以网络互动和实地观察两种新型研究方法为主、辅之以面对面沟通的方式，对他们进行全方位的透视研究。

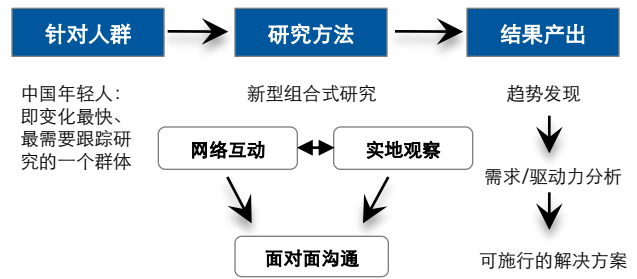


图2. 斯戴年轻人样本组研究



网络社区：支持手机或电脑登陆，即上传或编辑文字、图片、视频等资料，以记录日常生活、并实现成员间的良好互动，帮助了解他们生活和行为细节。



实地观察法：脱胎于社会心理学民族志法的新兴研究方法。研究员深入到样本组成员的日常生活环境中，通过语言+非语言的方式对他们进行研究，并全程拍摄记录。



座谈会法：提供与固定样本组成员进行面对面沟通的机会，通过相互之间观点的沟通、碰撞，更为深入了解他们的内心想法与需求。

研究的主要成果能够立体化呈现当代年轻人的内心需求以及价值观的变化趋势，为企业新产品研发、服务项目规划、营销宣传策略制定提供指导。

目前既有研究成果包括：中国年轻人生活方式大趋势、与众不同的爱情观、矛盾中的精神追求等。

案例分析：对于文化元素的应用

趋势发现

“传统也是一种潮流”

在对样本组成员进行研究的过程中，可以发现他们外在的哈韩哈日和内心的民族主义情结形成了鲜明对比

外在表现：哈韩哈日

年轻人外在的穿着打扮等方面仍在追逐国外、特别是日韩潮流。



“怕剪得不好，还专门找了个日本人剪(头发)”
“最爱东方神起和李孝利，我经常听他们的歌”

vs.

内心情感：民族主义

而在内心中，年轻人在深为中国自豪的同时，也看低日韩文化。

junk	垃圾	clever	聪明的
adult	色鬼	honest	诚实的
prostitute	婊子	intelligent	智慧的
ass	蠢驴	noble	高贵的
nasty	下流	excellent	卓越的
evil	魔鬼	smart	机灵的
scamp	流氓	elegant	优雅的
excrement	臭狗屎	把以上这些英文的头一个字母放在一起就是：Japanese---日本人！	
		放在一起就是：Chinese---中国人	

“看了60年国庆大阅兵，觉得我的国家就是最棒的”
“中国将来一定会超过所有国家，成为世界第一”

内在驱动力分析

年轻人对于中国日渐强大的国力表现出略显盲目的自信和自豪，但高昂的民族主义情结多来自于中国经济的飞速发展、2008北京奥运会等外在现象或代表性事件，实际上对于真正传统中国文化内涵则缺乏了解。

在这种情况下，表象的传统元素、甚至在“中国特色社会主义”环境下所形成“红色文化”元素都成为年轻人潮流的一部分。

但实际上，传统文化的厚重与含蓄和当代年轻人对于文化进行“快餐式”了解和消费的习惯并不相符，这使他们对传统文化的真正内涵缺乏了解的深度和兴趣。

应用指导

产品研发

- 加入适宜的传统或红色文化的元素，以显示个性而又不失品味；
- 传统文化的元素应该是少量出现的，起到点睛作用和品牌区隔作用。

品牌策略

- 树立品牌由中国走向世界的国际性品牌形象，与中国逐步明确的世界大国形象保持同步发展；
- 使品牌文化具有新型中国文化的烙印，这样既不失时尚感，又能够满足年轻人对于传统文化的自豪。

营销宣传

- 采用日韩明星以吸引年轻人的注意力，但需要使他们感受到日韩明星是“服务于我”的；
- 在活动中普及一些和现代生活结合较密切的传统文化小知识：一方面满足年轻人对于传统文化的好奇心，另一方面也有助于提升品牌的文化内涵和企业的社会责任形象。
- 但要注意活动形式的趣味性和时尚感，避免枯燥的文化宣讲和教育

固定样本组研究的相关产品与服务

Q. 斯戴公司可以提供哪些产品/服务?

在固定样本组研究的合作，斯戴公司设计了多种产品/服务形式供您选择：

- 1) 向客户销售**研究报告**，报告形式包括：热点发现、月度快报、季度专题、年度报告、视频大片等；
- 2) 按照客户**单项需求定制**附加调研，即以斯戴年轻人样本组为基础，附加以客户的专项定制调研服务；
- 3) 建立**客户专属**样本组，即合作建立一个新的样本组进行研究，且客户拥有该样本组的唯一使用权。

斯戴目前正在积极筹建新的固定样本组，包括家庭主妇组、奢侈品用户组等等。届时将会陆续呈现更为丰富的、针对不同类型消费者的研究结果。

如需更了解更多详情，请联系我们：

北京斯戴(总部) 毛雪莲
地址: 北京市朝阳区曙光西里甲6号时间国际A-1807
邮编: 100028
电话: 86-10-58678401, 02
传真: 86-10-58678404
邮箱: info_bj@sndmkt.com

上海斯戴(分公司) 杨克俭
地址: 上海市徐汇区斜土路2601号嘉汇广场T1-16H
邮编: 200030
电话: 86-21-34243385,86
传真: 86-21-34248386
邮箱: info_sh@sndmkt.com



您的意见

Q. 您还想知道些什么?

- 斯戴固定样本组项目团队介绍，如执行人员、研究人员等的相关行业背景
- 斯戴固定样本组项目的规划、执行、研究等细节说明
- 斯戴年轻人固定样本组成员的详细信息
- 斯戴网络社区的功能设置说明
- 实地观察法的背景、意义以及经典案例说明等详细信息
- 斯戴的公司背景、调研经验以及相关资质说明
- 其它，请注明 _____

Q. 您希望通过以下哪种方式了解更多信息?

- 电子邮件
- 电话沟通
- 面对面沟通

Q: 您是否愿意加入我们的邮寄名录，以便向您发送我们的最新研究信息或研究结果?

- 是，我愿意
- 否，我不愿意