

Structural Analysis about Survey Projects

Weishi Ji, Dali Ma

Institute of Art & Fashion, Tianjin Polytechnic University, Tianjin, China, 300387

Email: jiweishi_326@163.com

Abstract: Structuralism is widely used in language, art, philosophy and other fields, and begins to be applied in the survey consulting industry in recent years. This paper analysis some aspects of survey projects based on a project of clothing, and the aspects contain the whole framework, the project plan, the outline of qualitative and quantitative research and so on. Aim to further develop Structuralism in actual application fields.

Keywords: Structuralism; Survey Projects; Qualitative Research; Quantitative Research; Clothing

关于调查项目的结构主义分析

纪伟石, 马大力

天津工业大学, 天津, 中国, 300387

Email: jiweishi_326@163.com

摘 要: 结构主义在语言、艺术、哲学等领域的应用非常广泛, 且近年来在新兴的第三行业咨询调查行业暂露头角, 而本文结合某服装案例对调查项目的整体框架、计划书、定性定量研究大纲以及执行等方面进行了结构主义分析, 旨在进一步推动结构主义思想在实际应用领域的发展。

关键词: 结构主义; 调查项目; 定性研究; 定量研究; 服装

1 理论基础

1.1 何谓结构

人们可以在一些实体的排列组合中观察到结构。结构具有自调性、转换性和整体性三个特性。自调性是指结构具有封闭性, 各种转换是在其内在规律支配下完成的。转换性是指依据支配结构的规律, 一个亚结构可以转化为另一个亚结构, 如语言系统中, 同一符号既可以是主语, 也可以是宾语。整体性则是指在一个由一系列组成部分构成的整体中, 每个部分都与其它部分相依且只能在与其它部分的关系中存在, 离开这个结构它就不再有意义。

1.2 何谓调查项目

咨询调查公司是为企业提供各种调研及策略服务的第三方。由企业提出调研服务需求之后, 咨询调查公司根据自己已有的知识和经验, 为企业设计出能够满足其需求的计划方案, 并以计划书的形式呈现出来; 与企业进一步商榷, 并确定执行方案。调研方法主要包括定性研究、定量研究和二手资料等, 常规的

调查项目是需要二手资料、定性与定量相搭配完成的, 首先通过查询二手资料获取相关信息, 确定定性研究大纲, 得出定性研究结论后, 设计定量问卷并检验定性结论的正确性, 结合定量结果最终形成总报告。

简言之, 调查项目就是运用特定方法针对一个群体对某一事物的认知、态度进行调查, 使自己研究对象的特定方面有一定了解, 并将其呈现给客户。

2.调查项目的结构主义分析

2.1 调查项目的整体框架一定是结构清晰地

每个调查项目都有其自身的规律脉搏, 而做项目最重要的是把握客户需求; 并用专业的知识、方法解读客户需要, 提出研究计划及主要观点, 进一步通过调研, 论证研究观点, 挖掘消费者内心的真正需求, 最终给客户呈现出有参考价值的研究结果。003 项目属于快速消费品类服装项目, 其中运用到的主要研究方法包括定性研究——座谈会、深访, 定量研究——CATI、CLT, 研究的主要内容是时尚服装消费群体特征、目标群体时尚服装消费态度及行为、目标群体时

尚服装需求和市场容量预测四个方面，其研究对象是时尚服装消费者。整个项目流程从接洽、签订合同开始，之后依次为制定计划书，设计 CATI 问卷及执行，座谈会和深访提纲的设计、执行和定性小结，CLT 问卷设计、执行与总报告。从研究目的到研究方法、研究内容、研究对象，再到每一步项目流程，一个调查项目的整体框架一定是结构清晰地。

2.2 调查项目计划书设计——研究内容与研究方法的组合关系

计划书在整个项目中的地位举足轻重，所谓好的开始就是成功的一半。作为项目经理，作为研究人员，头脑中应该有无数的工具，通过运用这些工具对应分析客户的需求，在 003 项目中研究内容与研究方法的对应关系如表 2-1 所示。

Table 2-1. Combination relations of research content and research method

表 2-1 研究内容与研究方法的组合关系

研究内 容	时尚服装 消费群体 特征研究	目标群体 时尚服装 消费态度 及行为研 究	目标群体 时尚服装 需求研究	市场容量预 测——竞争 结构分析
研究方 法	深度访 谈， 影像日记	深度访 谈， 座谈会， 定点拦截 访问	深度访 谈， 影 像 日 记， 座谈会， 定点拦截 访问	CATI，电话 访问

换句话说，在客户提出需求之后，项目研究人员对其需求进一步解读，并通过对对应恰当的分析工具、研究方法形成计划书，而在计划书形成之时，整个项目框架结构就应该已经印在研究人员心中了，总报告的骨干结构也应都已成型，差的只是通过执行来填补报告血肉内容部分。而将计划书结构了然于胸的状态需要不断地积累和总结经验，需要善于把握所有需求与工具的本质特点才能渐渐达到。

2.3 定性定量研究大纲设计——研究目的、内容和方式三者相互对应女休闲正装新品类

定性研究包括焦点座谈会、深度访谈等，这类研究首先需要设计出研究大纲，联系确定被访者，然后执行，最后进行总结归纳，形成定性研究小结；定量研究包括 CATI 电话访问、CLT 定点拦截访问和入户访问等等方式，每种方式所适用的研究内容和问卷形式有略微不同，首先需要设计问卷，确定执行方式、地点和时间等，最后将问卷录入并用专业统计软件进行分析，形成定量研究结果。

定量定性研究中问卷大纲的结构也是非常典型的。无论是定量研究中的 CATI 问卷、CLT 问卷，还是定性研究中的座谈会提纲、深访提纲，都应是完美的结构，其中每个问题都准确地对应着客户的需求，进一步地一个项目中不同研究方法之间的问题应该是相互补充、相互支撑、相互验证的关系，尽量避免重复，并且所有这些研究方法中的问卷提纲的点应该覆盖客户提出的所有需求，尤其是我们在计划书中承诺过的会解决的需求。

在此，仅以结构相对简单的 CATI 问卷为例解读提纲问卷中的结构思想。003 服装项目中 CATI 问卷被用来推算时尚服装市场容量。问卷除了基本过滤部分和背景部分，最重要的是实际购买情况部分。概括问卷内容如表 2-2 所示，可以看到在 G 基本过滤和 B 背景部分涉及人口学特征等基本问题是可以适用于所有的 CATI 以及 CLT 问卷设计的，只需根据具体项目特点调整局部限制条件即可。

Table 2-2. CATI questionnaire structure of clothing project

表 2-2 服装项目 CATI 问卷结构

G 基本 过滤	年龄——不符合则跳转到循环设置题； 购买情况——符合则跳转“性别部分”； 循环回访设置、性别、居住时间——不符合则终止； 敏感人群——不符合则终止；
A 实际购买 情况	A1—A6 是针对夏秋上装： A1 有没有购买（没有则跳答下一部分），A2 购买了什么，A3 购买了多少，A4 购买的品牌情况， A5 购买价格，A6 是否反季节；

	A7-A12 是针对夏秋下装(循环 A1—A6 部分问题)
	A13-A18 是针对冬春上装(循环 A1—A6 部分问题)
	A19-A24 是针对冬春下装(循环 A1—A6 部分问题)
	A25 如果前 A24 题判断为没有购买结束访问,则记录过滤量,否则继续 B 部分;
B 背景	文化程度、职业、收入。

针对 A 实际购买情况部分,要推算出的是时尚服装市场容量,了解被访者的服装消费习惯。根据服装这种消费品的特点,首先从季节、上下装两个维度确定需要逐一询问四种情况,本项目中同时参考客户的意见,依次为夏秋上装、夏秋下装、冬春上装、冬春下装。第二步,几乎可以依据英文中的 6 个主要疑问词 5W1H 来设计了解每种情况下的服装消费习惯,买了什么(What)、买了多少(How many)、价格情况(How much)等,当然并不是死板的按照 5W1H 进行的,而是灵活组合,用最简单清晰的问题解决客户需求。第三步,在 A2 题中,“买了什么”,需要提供这四种情况下人们最常涉及的服装品类选项;而服装品类的确定同样可以运用结构分类思想进行,从面料、款式、厚薄等维度确定典型服装品类。

2.4 项目细节的结构化思路——依据维度进行结构化细分

前文,我们依次对调查项目的整体框架、计划书和问卷提纲设计几个较大的方面进行了结构分析,其实,结构思想是无处不在的,在较微观的层面也有很多应用,比如服装风格的划分。在服装项目中,由于服装风格千变万化,往往很难界定,这时确定好维度就显得很重要。在 003 项目中我们依据运动到休闲再到商务的程度将服装风格划分为专业运动、运动休闲、普通休闲、商务休闲、商务会议五种,目前的划分虽并不完美,但依据同一维度轴线划分出来的风格起码是不会相互重叠的。结构主义思想的应用在微观层面的应用有何止于服装风格,在 003 定性报告中关于不同场合的划分——运动休闲、日常休闲、日常上班、

商务会议等,关于竞争品牌与理想品牌的门槛特征、可塑特征的分析……都是对结构主义思想的应用。

2.5 项目执行的结构化——协调之美

项目执行过程中的结构主义化的威力也是惊人的,项目日程进度表的安排合理对整个项目的顺利进行是非常重要的,项目经理要时刻清楚各个部门的执行进度,及时整合调整资源,将结构主义思想溶入实际工作中!多数情况下,并不是其他部门工作不尽力,而是沟通整合不够,只有及时地将所有的事情综合调整,才能保证项目顺利进行。完美的项目应该是各个部门之间高度配合、默契演奏的乐曲,如果项目指导是谱曲者,项目经理就是指挥手,实地、技术、录入就是鼓手、提琴手、号手,一旦任何一个部分缺失或不协调,乐将不乐,项目也会令所有成员痛苦不堪。

3 结论

结构主义符号学的诞生是全人类的福音,其不仅在语言学、人类学、艺术等领域发挥着重要作用,也在新兴的咨询调查行业崭露头角,相信在不久的将来,咨询调查行业对结构主义符号学的应用会更加广泛,而这也是结构主义符号学从研究领域迈向实际工作应用领域的重要一步。更进一步地讲,每个人都可以在生活的点点滴滴之中应用结构主义符号学,不仅可以提高效率,更便捷地看到事物的本质,更是可以获得精神上的愉悦。

References (参考文献)

- [1] Denis Berthelot. Levi - Strauss Biography. Beijing: Rennin university of China Press, 2008
德尼·贝多莱.列维-斯特劳斯特传.于秀英译.北京:中国人民大学出版社, 2008
- [2] Roland Barthes, Semeiology. Beijing: Rennin university of China Press, 2008
罗兰·巴尔特.符号学原理.李幼蒸译.北京:中国人民大学出版社, 2008
- [3] Guoqun Fu. Consumer Behavior. Wuhan: Wuhan university press, 2004
符国群.消费行为学.武汉:武汉大学出版社, 2004
- [4] Xiaohong Zhou. Social psychology. Beijing: Higher education press, 2008
周晓虹.社会心理学.北京:高等教育出版社, 2008
- [5] Dali Ma. Contemporary fashion under the perspective of semiotics. Tianjin: Tianjin Polytechnic University, 2010
马大力.符号学视角下的当代时装.天津工业大学, 2010
- [6] Jean Baudrillard. Consumer socitey[M]. Nanjing: Nanjing University press, 2008
让·鲍德里亚.消费社会[M].刘成富等译.南京:南京大学出版社, 2008