

2024年安徽省大学生市场调查与分析大赛（本科组）成绩及拟设奖项

序号	作品名称	团队名称	平均分(去除最高分和最低分)	省级奖项	是否推荐晋级国赛 (实践赛决赛成绩)	是否推荐国赛 三等奖
本科1组	红旗如何不倒，火种何以绵延？——大别山红色文化传承现状及影响因素调查研究	红旗不倒，火种绵延	91.933	省一	是（97）	
本科1组	莫让杀熟变“杀手“，防止算法变”算计“——数字经济蓬勃发展下消费者对大数据杀熟认知现状及持续意愿调查研究	好的队	91.667	省一	是（86，方差2.167） （直接晋级队）	
本科1组	”嗑”香千里，徽韵悠扬——安徽省瓜子炒货市场消费者购买行为分析与发展策略研究	乐探小分队	91.133	省一	是（87.5）	
本科1组	“核”你有约，防疫领航——肺结核宣讲效果与二次普及意愿研究	一拍即“核”	91.133	省一	是（86.167）	
本科1组	“最强”大脑，让城市更“聪明”——基于合肥市智慧城市建设与发展的调查研究	智跃队	90.567	省一		是
本科1组	衍“生”教育，终“成”智能——长三角地区AIGC认知现状及教育认可度调查	顶呱呱队	90.133	省一		是
本科1组	风土人情“酝”佳品，地理标志“酿”农香——基于滁菊市场的消费偏好及滁菊品牌比较竞争优势的调查研究	甜菊绿意队	89.967	省一		是
本科1组	莫道桑榆晚，银发尚可为——积极老龄化视角下安徽省老年人再就业意愿及影响因素的调查研究	情牵余晖队	89.333	省一		是
本科1组	“数字服务社区，智慧赋能养老”——安徽省合肥市社区智慧养老供需现状研究	欣欣向荣队	89.033	省一		是
本科1组	不“肝”示弱，护无“脂”境	肝爆地球队	89	省一		是
本科1组	新能源共享汽车用户体验及优化研究	新天工开物队	88.967	省一		是
本科1组	向死而生，让生命以最美的姿态落“墓”—生态殡葬认知与接受程度的调研分析（以合肥市为例）	天外来物队	88.633	省一		是
本科1组	”冰城逢数字，文创孕新生”数字文创产品在旅游中的消费现状和机会挖掘调查——以哈尔滨为例	乘数而上队	88.567	省一		是
本科1组	“双减”三年视成效，“优绩主义”概成因——“双减”政策成效评估与教育困境的深度解析	大聪明	88.533	省一		是
本科1组	“资”虚乌有，后悔莫“击”——基于公民电信诈骗认知视角下的反诈骗研究	别信就队	88.5	省一		是
本科1组	广“饵”告之，从“新”出发:网络广告新纪元——探索新一代用户驱动下的网络广告的增效新模式以及对消费意愿的影响机制	广告王牌队	88.367	省一		是
本科1组	从菜篮子到菜盘子——乡村振兴背景下安徽省预制菜行业发展路径及联农带农效果分析	乌龙队	88.333	省一		是
本科1组	预制菜市场发展与消费者行为洞察报告	美食寻味小队	88.067	省一		是
本科1组	万象更新，整“桩”待发——“双碳”背景下安徽省三市高速充电桩发展现状及前景分析	今天摆烂不队	88.033	省一		是
本科1组	绿水青山“氧”儿“氧”女，秀美山河出类“吧”萃——基于长三角天然氧吧旅游市场现状调研	“兴”火相传队	88	省一		是
本科1组	身“临”其境，“食”来运转——安徽省消费者对临期食品购买行为影响因素分析及潜在用户挖掘研究	粮时守望团	87.933	省二		是
本科1组	“空喊口号”还是“对症下药”：德智体美劳全面发展促进大学生高质量就业调查研究——基于全国139所高校2177个样本	五育并举队	87.933	省二		是
本科1组	以竹代塑好“竹”意，振兴乡村如破竹：“以竹代塑”产业发展现状调研——以安徽金寨为例	中华五根竹	87.767	省二		是
本科1组	“不觉仙方觅睡方“——居民睡眠质量及助眠产品调查	遥遥领先队	87.7	省二		是
本科1组	“智能潮涌”——人工智能在安徽省大学生学习中应用和影响的调查	与发际线作战	87.533	省二		是
本科1组	“驱动转变”——新能源汽车行业调查与消费者洞察	电驰轰鸣队	87.467	省二		是
本科1组	数字“添动能”，乡村“加速跑”—基于蚌埠市居民的数字经济赋能乡村振兴的认知现状及影响因素调查分析	碾压第二队	87.333	省二		是
本科1组	助力孩子成长，让智慧之光照耀未来——安徽省家庭教育指导师的认知程度和群体特征分析	“育”教“愈”乐队	87.233	省二		
本科1组	“微风扶梧桐，皖韵引麟凤”—对于人才留皖就业意愿及现状的调查研究报告	蒲公英收集计划小分队	87.233	省二		
本科1组	《”莫道桑榆晚，为霞尚满天“——基于六市十九地691份问卷对银龄用户APP适老化满意度及进一步需求的调查研究》	风过也羊过	87.2	省二		
本科1组	体教共融武流芳—东乡武术融教育人调研报告	海底小纵队	87.167	省二		
本科1组	“网购情绪？”——大学生群体对虚拟情绪产品的购买意愿与行为研究	火花队	87.167	省二		
本科1组	”未来快递“-基于文本挖掘与xgboost的无人快递车前景分析	玫瑰猪小队	87.133	省二		
本科1组	事“预”则立，“菜”源广进---安徽省预制菜产业发展现状及市场需求分析调查	牛牛送菜队	87.067	省二		
本科1组	扬“博”之力，传“物”之美——基于安徽省居民对综合性博物馆满意度及参观意愿调查	小葵花向阳队	86.967	省二		
本科1组	vlog“律”象，伴你“律”己——基于B站学习类vlog中自律塑造及效果分析的调查	自律小队	86.867	省二		
本科1组	“套娃”收费，竭泽而渔--基于用户需求的智能电视使用体验和发展趋势的调查研究	社会主义新青年	86.8	省二		
本科1组	“遥想云端思逸足，静听风吟想自由”——基于文旅宣传背景下淮南市民出行意愿和文旅宣传影响力的调研	我说的都队	86.767	省二		
本科1组	凡“食”“预”则立，不“预”则废——合肥市消费者在线购买预制菜意愿影响因素实证研究	御风而行队	86.733	省二		
本科1组	“以东方茶，会世界友”——国潮品牌跨界营销背景下国风茶饮“霸王茶姬”购买意愿及市场前景调查分析	乘风破浪队	86.7	省二		
本科1组	”网瘾低龄化”来了，移动互联网”管好”才能”用好”——安徽省三市青少年”网瘾”现状及成因调查	你我共创	86.6	省二		
本科1组	“乘轻厨之风，探食者之倾”——基于IPA模型探究消费者对预制菜购买意愿及其影响因素的研究	神厨小福贵队	86.467	省二		
本科1组	一起去“西提沃克”吗？用行走和城市深度互动——大学生citywalk式旅游消费行为调查研究	乘风破浪队	86.467	省二		
本科1组	电竞入亚，时代共谋——亚运会电子竞技项目市场影响调查和传播效果分析	代码敲不队	86.367	省二		
本科1组	冰与火的东北恋歌关于旅游热现象的调查研究及成因分析以哈尔滨为例	冰雪小分队	86.333	省二		
本科1组	“春风化雨，归雁高飞”——乡村振兴战略下合肥市大学生返乡创业意愿与返乡创业胜任力的调查分析	春风化雨队	86.233	省二		
本科1组	高台上的“孔乙己”，“长衫”你脱不脱？——基于安徽省四地大学生“失业”动因及对策调查研究	五哈小队	86.2	省二		
本科1组	墨香皖韵 宣纸流长-安徽省大学生对宣纸认知现状及传承意愿的调查研究	文墨心语队	86.2	省二		

本科1组	“脚开盲盒，纵情跋涉”——基于安徽高校学生对City Walk旅游方式意愿的影响因素研究	漫步城市队	86.2	省二	
本科1组	“将造化之美，寄闲情逸致于竹雕”——安徽省大学生对于传承发展竹雕非遗文化的意愿调查研究	春风得意正少年队	86.167	省二	
本科1组	“翠竹轻摇映碧潭，康养心境自悠然”——乡村康养旅游服务认知及偏好分析	Palworld	86	省二	
本科1组	新时代融媒体时域下大学生“蹲考族”现象调查研究	有志青年	86	省二	
本科1组	“青春没有售价，疯狂就在脚下”——关于安徽省大学生文旅选择的调查研究	最美少女队	86	省二	
本科1组	注重老年健康，筑造美好晚年-基于Logistic回归模型探究老年健康的影响因素	我们是一队	85.9	省二	
本科1组	研之有理考研热背景下大学生就业观念的变迁一以安徽省高校大学生为例	哇哈哈队	85.867	省二	
本科1组	续中医药之瑰宝，寻乡村振兴良方——安徽省消费者对中医药药膳消费习惯及影响因素调查	好好干活队	85.833	省二	
本科1组	国货品牌公益行为背景下——国货购买情况和购买意愿调查	蛋仔派队	85.833	省二	
本科1组	基于K-means聚类算法的民俗文化对旅游业影响的调查研究——以安徽省为例	碱基互补配队	85.633	省二	
本科1组	冲刺"100"米，满意送上门：大学校园外卖快递“二传手”市场的调查研究	开心向前冲队	85.4	省二	
本科1组	“赶潮养生，药饮之美”——基于UTAUT模型的中医药饮品消费市场调研	花开富贵	85.367	省三	
本科1组	跨出心意联出内涵——关于跨界联名产品购买意愿调查研究	深藏blur队	85.333	省三	
本科1组	“双减”政策缓解教育内卷了吗？——网络环境下基础教育利益相关方焦虑程度及其影响因素研究	创新青年队	85.233	省三	
本科1组	“香分花上露，水汲石中泉”——以黄山市为例关于茶产业发展现状及茶产业促进乡村振兴发展作用机制的调查研究	心静战队	85.2	省三	
本科1组	牵手你的王牌，共赢美好未来——品牌跨界联名对大学生消费行为影响的调查	青年演员队	85.2	省三	
本科1组	安徽省大众对民宿的重宿意愿及民宿发展前景分析	Always	85.133	省三	
本科1组	“预”见未来，拎着“菜篮子”，端紧“菜盘子”——预制菜的市场及消费者的研究	一路生花很队	85.1	省三	
本科1组	数据如潮涌动，幸福充盈人心：开启数字幸福感之门——数字技术影响居民幸福感的调查研究	遥遥领先队	85.067	省三	
本科1组	一“广”永逸，扶“摇”直上？——基于数字背景下“摇一摇”广告跳转的模型污染现状及广告行业自律策略研究	北大落榜生队	84.967	省三	
本科1组	古桥遗迹映碧波，六安人文古韵多——大学生视角下的六安市红色旅游发展调查	深藏blue	84.933	省三	
本科1组	国风联名产品对消费者品牌认知以及购买意愿的影响调研	鲸鱼	84.933	省三	
本科1组	小盏吹香泛，无糖也自甜	健康饮食就队	84.867	省三	
本科1组	有了“电”，乡村“变”-电子商务促进蒙城县乡村振兴的质效研究	吃饭不用排队	84.867	省三	
本科1组	青春智慧启古韵，百草传承探千年——关于安徽省大学生对于中医药现状的认知与使用程度调查	我们是一队	84.833	省三	
本科1组	关爱“失能老人”，助力“智慧养老”——合肥市智慧养老意愿及前景的调查	输了怪领队	84.833	省三	
本科1组	AI先“声”，模型引潮—基于长三角公众视域下AI大模型的使用意愿调查和研究	乘风破浪队	84.8	省三	
本科1组	速冻先锋，领先食代-基于正大速冻半成品销售渠道研究	回望生长队	84.633	省三	
本科1组	手办无言，打破次元——安徽省大中小学生手办模玩的群体特征与消费偏好分析	次元手办队	84.633	省三	
本科1组	“破茧成蝶”_新时代下短视频所形成的信息茧房讨论以及破茧策略	破茧成蝶队	84.6	省三	
本科1组	变“亡羊补牢”为“未雨绸缪”——《反电信网络诈骗法》在安徽省实施一周年效果调查及对策研究	反诈先锋队	84.567	省三	
本科1组	寻回“消失的附近”——安徽省青年群体城市微旅游消费趋势分析	风风火火队	84.567	省三	
本科1组	暴走or漫步，解析旅游新趋势--基于特种兵式旅游与“city walk”的群体特征与旅游趋势的调查研究	随心而行队	84.533	省三	
本科1组	犬猫鸟语尽可爱，宠物绵绵似亲缘——合肥市宠物市场消费及发展的调查与分析	风雨五组	84.467	省三	
本科1组	绿饽“预”成诗，健康餐中画——基于预制菜市场发展状况的调查分析	潜心向上队	84.433	省三	
本科1组	聚焦就业难题，促进学生就业——新时代背景下大学生就业现状及影响因素的调查研究	V笑队	84.433	省三	
本科1组	劳动“动”起来，乡村“富”起来——基于“个人+产业+企业”视角下安徽省劳动力流动对乡村振兴影响效应研究	动起来小分队	84.4	省三	
本科1组	"神州物源及时予，淡妆浓抹总相宜"--探究日本核污染水排海后国产美妆个护产品的发展	国货小分队	84.367	省三	
本科1组	"红色引领发展，数字振兴乡村"——基于皖南乡村红色资源数字化建设的调查研究	大力出奇迹	84.3	省三	
本科1组	等闲识得东风面，万千国货总是春——大学生对国货产品的购买意愿和行为分析	终究还是我们队	84.1	省三	
本科1组	“牲”生不息——关于不同群体针对三胎政策态度影响因素分析调查	超生游击队	84.067	省三	
本科1组	“暖衣熏得游人醉，直把游戏作现实”——关于大学生游戏充值的研究分析	睡衣派队	84.067	省三	
本科1组	《疫后养生新风尚，草木馨香入校园——后疫情时代安徽省大学生对中药养生食品的认知及消费意愿调研》	养生先锋队	84.067	省三	
本科1组	术绍岐黄，国药弘扬-我国中医药的市场调查研究	C-G碱基队	84.033	省三	
本科1组	叮！您的智能私人家教已到达”--安徽省本科生对类Chat GPT个性化学习功能的认知度及使用意愿调查	至尊无敌四人组	84.033	省三	
本科1组	指尖上的青春战役：腾讯手游如何俘获大学生的心？——腾讯手游用户市场调查与分析	取名好难队	83.967	省三	
本科1组	守护心跳，“救”在身边——安徽省AED配置管理及群众知信行情况调研	希望战队	83.967	省三	
本科1组	北国风光千里冰，哈尔滨城把客迎——基于哈尔滨旅游发展现状分析大众到哈尔滨旅游的满意度调查报告	海底小纵队	83.933	省三	
本科1组	华夏底蕴，薪火相传——安徽省大学生对优秀传统文化的认知现状及传承意愿的调查研究	文化护卫队	83.867	省三	
本科1组	旅游短视频对大学生旅游决策行为的影响研究——以安徽省高校为例	创想分析团	83.733	省三	
本科1组	安徽省经管类大学生择业观调查报告	快乐星球队	83.733	省三	
本科1组	诗酒趁年华——梦之蓝M6+年轻化洞察报告	有请下一组	83.7	省三	
本科1组	“创新不止于口感”——无糖产品的市场机会点及营销推广研究分析	偷偷努力组	83.633	省三	

本科1组	不冲动，买心动--Z世代年轻消费群体行为研究	不冲动，买心动	83.533	省三		
本科1组	"咖"类拔萃，称心满意——基于上海市消费者在线购买咖啡意愿影响因素的调研	四朵金花	83.5	省三		
本科1组	执豕研风，落墨天府——成都地区猪肉消费习惯暨冷鲜猪肉消费影响因素调查	理想队	83.467	省三		
本科1组	山重水复疑无路，考公考研那个酷——基于安徽省大学生考公考研选择现状的分析	争锋相队	83.467	省三		
本科1组	盛饌豚肩美，正大品质传——广州市猪肉行业现状及品牌销售策略	重生之卖鸡蛋仔	83.3	省三		
本科1组	一眼千年，回首又见画中人——当代网民对数字敦煌观看与传播意愿分析	龙飞凤舞队	83.267	省三		
本科1组	它经济"飘红，小萌宠撬动大消费——关于宠物行业消费情况及前景预测的分析	蜀道难	83.233	省三		
本科1组	“丹溪笔下清为真，灵素谈医妙入神”——文化自信背景下中药饮食商业化的调查分析	明月清风	83.233	省三		
本科1组	“学”无止境，灵“机”一动--合肥市家长对科大讯飞学习机的购买意愿研究	小飞机队	83.2	省三		
本科1组	“药韵茶香悠扬，今风健康时尚”——居民中药代茶饮消费意愿及行业发展前景研究	爱喝中药代茶饮	83.133	省三		
本科1组	三四线城市中小学研学旅行现状调查与对策探究——以皖北六市为例	随便取个名	82.533	省三		
本科1组	一天无空座，四时有茶香——不同区域人群对新式茶饮的消费偏好调查研究	斟茶入微队	82.4	省三		
本科1组	徽风皖韵，跟着李白游安徽	徽风皖韵队	82.367	省三		
本科1组	熬一夜，问君发量剩多少？——关于大学生脱发情况与养发需求的调查研究	头发不掉队	82.233	省三		
本科1组	“守好消费权益，护好‘钱袋子’--关于大学生对消费者权益保护法了解情况的调查研究	消费者联盟	82.2	省三		
本科1组	隐藏在屏幕背后的无形枷锁——基于大学生焦虑与手机成瘾情况的调查报告	Fighting	81.867	省三		
本科1组	正大现代食品在线下实体零售的市场机会及营销策略	斯莱特林队	81.733	省三		
本科2组	《融合新能源，绿动新净界》——“双碳政策”背景下合肥市消费者新能源汽车购买意愿分析与市场拓展策略调查研究	行远队	91.2	省一	是（89.333）	
本科2组	“徽风酒韵，醉美安徽”——“扩大内需”规划下安徽省老字号白酒消费意愿分析与品牌活化策略研究	徽风酒韵	91.1	省一	否（86.333）（限项）	是
本科2组	“望江花挑古韵长，织梦乡心照故乡”——非遗望江挑花赋能乡村振兴的路径探究	同理前行-绣出振兴	90.933	省一	否（85）	是
本科2组	揭秘“绿色之旅”中的潜在风险——新能源汽车安全隐患影响因素分析以及消费者对动力电池的认知现状	Running	90.833	省一	是（90.5）	
本科2组	医“影”科技，智“光”未来——探寻AI在医学图像领域的应用意愿调查	智影队	90.433	省一		是
本科2组	低碳试点助力双碳目标，ESG表现促进绿色发展——低碳试点政策对企业ESG表现影响的调查研究	ESG团队	90.3	省一		是
本科2组	《莫道桑榆晚，为霞尚满天——来自老字号品牌消费市场的调查分析》	坚毅前行战队	90.133	省一		是
本科2组	数字科技启新篇，智慧养老焕“欣”颜——智慧养老服务参与意愿调查分析	勇夺第一队	89.967	省一		是
本科2组	且将新火试徽茶，茶旅趁年华——茶旅融合助推乡村振兴视阈下安徽四市徽茶市场前景分析及消费者需求挖掘研究	内卷对不队	89.9	省一		是
本科2组	众口难“调”，调休争议何时休！打工人对调休制度满意度的影响因素探究——以“除夕不放假”为例	众口难调	89.867	省一		是
本科2组	“预”演愈烈，安在何方——基于合肥市的预制菜市场现状与食品安全调研	预见明光队	89.767	省一		是
本科2组	消银发痛点，达助老港湾——老年人数智科技恐惧的动因与干预策略调查研究	温暖助老队	89.733	省一		是
本科2组	“智”启教育，赋能领学——合肥市人工智能教育产品市场调查（本科生）	未来创想家	89.667	省一		是
本科2组	洞察肺癆，壁画健康——长三角地区肺结核防治全景透视与战略对策研究报告	Perfect	89.633	省一		是
本科2组	“宿”造发展新引擎，奏响乡村振兴进行曲——文旅农融合视角下金寨县红色民宿满意度调查研究	乡居悠游	89.467	省一		是
本科2组	“传徽派文化，观非遗万象”——徽派非遗特色地标产品消费及文化传承意愿的调查研究	一路生花队	89.4	省一		是
本科2组	“破局解疑，智创未来”——ChatGPT用户感知及市场风云变化	“志林”同行小分队	89.333	省一		是
本科2组	数字花开，清风徐来：“双碳“愿景下能源低碳转型的破局之道——数字化驱动低碳化的市场调查研究	奇思妙想队	89.3	省一		是
本科2组	“衣”脉相承---“非遗+”时代下安徽省新中式服装消费现状及相关文化认知情况调查	社会主义接班人	89.3	省一		是
本科2组	浅尝美酒配咖啡，尽享联名新滋味——基于合肥市消费者对联名产品的现状和前景分析	酒香咖韵队	89.267	省一		是
本科2组	街亭摊市昌盛时，情缘聚散悦人心--合肥市地摊经济的发展现状及其影响因素	乘风队	89.133	省二		是
本科2组	学习之‘智’，亦‘助’亦‘阻’？——人工智能背景下合肥市在校大学生学习行为影响因素分析报告	哈哈我最行	89.1	省二		是
本科2组	刷亮文旅，“滨”至如归——文旅短视频对消费者旅游意愿的影响分析	小皖豆	89	省二		是
本科2组	古韵养生，今承华章——五禽戏传统养生之道的现代发展状况和传承意愿的研究	零零养生队	88.933	省二		是
本科2组	徽梦寻“遗”：传统手工非遗技艺的现状调查及对策研究——以安徽省桑皮纸技艺传承为例	寻遗小分队	88.9	省二		是
本科2组	“汇聚青春动能，推动合肥城市高质量发展”——青年发展型城市建设背景下合肥市大学生就业和定居影响因素的调查	买饭不想排队	88.867	省二		
本科2组	书香社区，全民“悦”读——关于南京市社区图书馆发展现状及满意度研究	细嗅蔷薇	88.8	省二		
本科2组	”红色之旅，寻梦合肥“——基于游客认知的合肥红色旅游满意度及提升路径的调查研究	庐州红韵体验团	88.767	省二		
本科2组	徽风吹遍安全城，雅韵荡漾平安乡——合肥都市圈公共安全治理及对策研究	徽风雅韵队	88.633	省二		
本科2组	“一碗暖心饭，晚年幸福餐”——老龄化背景下合肥市老年食堂消费市场调查及激活策略研究	皖晚碗团队	88.6	省二		
本科2组	“追”绿色消费浪潮，“筑”可持续发展之路——合肥市大学生对可持续产品认知与购买行为的市场调查	绿色先锋队	88.5	省二		
本科2组	青砖黛瓦着新装，添绿减碳筑徽房——双碳背景下对安徽省绿色建筑市场前景及消费者意愿研究	坚定进决赛队	88.5	省二		
本科2组	炉火煎茶韵，清风送雅声——Z世代新中式茶饮消费行为和满意度调研	爱喝新中式茶队	88.5	省二		
本科2组	媒介化时代对特种兵式旅游消费的调查研究——以合肥市为例	乘风破浪队	88.467	省二		
本科2组	一“网”情深，难以抗“剧”——网络微短剧观众的观看行为与满意度研究	重生之我在看微短剧	88.233	省二	是（直接晋级队）	
本科2组	驰骋未来路，电动新纪元——基于三阶段 DEA 模型的合肥新能源汽车产业技术创新效率研究	有梦不难	88.2	省二		

本科2组	“冰与火”交融反应下如何融雪见金？	滨滨有礼	88.133	省二	
本科2组	新能源启航，享低碳生活——安徽省大学生对新能源汽车发展现状及前景的调查研究	YNWA	88.1	省二	
本科2组	“为i做e，这杯我请”——MBTI与Z世代消费：影响机理与市场路径探究	纯“i”战神	88.033	省二	
本科2组	“踏上42.195公里”——马拉松参与及市场推广发展意愿调查研究	小王子的童话队	88	省二	是（全国企业命题）
本科2组	忙碌生活中的”美食解救者“——预制菜市场调研报告	市场探索队	87.967	省二	
本科2组	聚焦数字之翼，传承非遗之韵——基于大数据背景下数字化技术对安徽省非物质文化遗产的保护与传承	向光而行小分队	87.967	省二	
本科2组	“快闪旅行，诗和远方”——城市营销视角下特种兵式旅游消费行为及发展前景研究	行者无疆	87.9	省二	
本科2组	安徽省智能药盒使用意愿的影响因素及对策分析	守护最美“夕阳红”	87.867	省二	
本科2组	智能可穿戴设备使用现状及产品发展分析报告——基于互联网平台评论的文本挖掘与全国的抽样调查	June_yylx	87.733	省二	
本科2组	屏间绽放，剧短情长：网络微短剧发展现状研究	剧短情长队	87.733	省二	
本科2组	“盼零碳食品，助绿色未来”，居民消费意愿行为调查报告——以安徽盼盼食品有限公司为例	默默奋斗队	87.733	省二	
本科2组	“带你走进绿色世界”——助农直播，科技创新的农业新风口	雄鹰队	87.733	省二	
本科2组	“数”怀乡情，志中有“治”：数字素养视角下乡村居民数字治理参与度的调查研究——以安徽省数字乡村建设试点地区为例	同心振乡	87.733	省二	是（直接晋级队）
本科2组	“林”距离，“森”呼吸—林下经济视角下安徽四市森林康养基地满意度与产业发展路径调研	森系小队	87.7	省二	
本科2组	技术革新绿潮涌，低碳转型正当时——绿色技术进步影响能源低碳转型的调查研究	绿色小分队	87.633	省二	
本科2组	乘数而上，鉴漫漫史华之光——合肥市居民红色纪念馆参观意愿及其影响因素的实证研究	乘数而上队	87.467	省二	
本科2组	《“音”你而在，“唱”响未来——后疫情时代消费者观看线下演唱会的意愿与满意度的调查研究》	concert团队	87.4	省二	
本科2组	身有所“疗”，心有所“愈”——关于“疗愈经济”发展现状及未来趋势的调查研究	潘多拉队	87.3	省二	
本科2组	“黛眉轻扫映明眸，国货护肤研华留”：安徽省女大学生国货护肤需求偏好与市场潜力分析——以颐莲品牌为例	清音雅韵队	87.3	省二	
本科2组	知识荟萃曲径通，智慧笔墨启晴窗——ChatGPT对大学生自主学习能力与信息素养的双重影响	上山打老虎队	87.167	省二	
本科2组	今天你“莲花购”了吗——基于合肥市食品行业垂直电商平台营销策略研究	莲花派对	87.133	省二	
本科2组	下班后的乌托邦——对合肥夜校发展现状及消费意愿的调查	夜夜夜队	86.967	省二	
本科2组	兼听四方，破“茧”成蝶——高校学生“信息茧房”现状及影响因素调查研究	破“茧”而生队	86.967	省二	
本科2组	智慧入馆藏，文物焕新彩—关于智慧博物馆发展现状调研	智联“馆”家小分队	86.933	省二	
本科2组	寻找桃花源--当代人精神内耗表征与诗词疗愈的调查分析	开心就好队	86.8	省三	
本科2组	热辣滚烫，摩拳擦掌——青年主要体育消费市场发展现状与发展对策研究	熬夜特种兵	86.8	省三	
本科2组	展中华“钥匙”之效，传中医药学之宝-安徽省医学生对中华传统医学的了解状况以及其传承现状 -以新安医学为例	“后浪者”团队	86.733	省三	
本科2组	牵手家庭体检 共享夕阳无限-基于社会老龄化背景下对安徽省家庭进行家庭体检意向调研分析	五湖四海队	86.733	省三	
本科2组	拐点之下，探析“考研热”之变局：安徽省考研意愿调查及影响因素探究	数字大炸弹队	86.633	省三	
本科2组	"皖韵流芳学风新，古韵今风映华章“——关于安徽省大学生对食品类老字号品牌消费意愿调查	风雨无组	86.633	省三	
本科2组	立“竹”资源，借竹生“金”——安徽竹编之乡孔集镇借竹发展的现状和前景研究	宝宝说得都队	86.633	省三	
本科2组	“物联”时代,“智能”前行——安徽省物联网智能家居市场需求现状及其影响因素研究	“智能”前行队	86.6	省三	
本科2组	怎得“农潮”盈如许？借有“数商”使嫣然——安徽居民电商助农参与因素与未来趋势研究	Starkiper	86.6	省三	
本科2组	古韵新篇，白象风华长盛——白象方便面市场现状与发展策略的调查研究	蒲公英英	86.5	省三	
本科2组	茶颜韵色——中医药振兴背景下中药茶饮消费相关调查及市场发展前景挖掘研究	茶颜韵色	86.467	省三	
本科2组	托起明天的太阳 从营养用餐开始—三孩背景下芜湖市中小学放心午餐满意度调查及对策研究	从容应队	86.367	省三	
本科2组	当下预制菜爆出圈，且看桃李知几何？—大学生对预制菜的了解程度与满意度研究	ADD小队	86.3	省三	
本科2组	美好安徽，迎客天下—安徽文化旅游调查报告	皖美小队	86.167	省三	
本科2组	毕业“不”失业，挣钱很“容易”——基于当代大学生就业压力的调查	小虎队	86	省三	
本科2组	徽产饕珍罗 纸墨凭山河——关于合肥市居民四城特产的购买意愿及偏好调查	星际果冻队	86	省三	
本科2组	虚拟直播，真实快乐——虚拟直播观看行为及发展前景调查	快乐大本营	85.967	省三	
本科2组	GAI之水能载舟亦能覆舟：大学生生成式人工智能使用行为现状的调查研究	BABEL TOWER	85.933	省三	
本科2组	安徽省消费者对新能源汽车的接受度和购买意愿的调查研究	绿驰先锋队	85.9	省三	
本科2组	AR妙法施新韵，文物活色动客情—AR技术对安徽省博物院游客体验行为和意愿的影响研究	什么启动队	85.867	省三	
本科2组	转“脆”为“韧”，对“脆鲨鲨”大学生说NO！——关于合肥市大学生脆皮现象的调查与分析	新秀团队	85.767	省三	
本科2组	非遗铁画，铁韵芜湖——基于安徽省居民对芜湖铁画的认知现状及传承意愿调查	心满意组	85.667	省三	
本科2组	孔乙己式长衫情结——大学生的身份认同与就业压力下的心理困境探究	就业就很队	85.633	省三	
本科2组	“无”里“贩”扬州，水深山更幽——高校无人贩卖机市场分析报告		85.533	省三	
本科2组	让合肥“出圈”——成为下一个网红旅游城市	非我莫属队	85.5	省三	
本科2组	从流量之城到留量之城——以哈尔滨为例对网红城市的可持续发展分析	超能陆战队	85.467	省三	
本科2组	“悠悠迷所留，情绪食中求”——大学生情绪餐饮消费市场调查	时代小分队	85.4	省三	
本科2组	树立婚育观念，共奏和谐交响乐—基于安徽省阜阳市高校婚育观的调查研究	婚育观察组	85.367	省三	
本科2组	千帆过尽，白牌争流——理性消费背景下国内消费者对于白牌产品的消费意愿调查	大口吃饭队	85.333	省三	

本科2组	流水不腐，户枢不蠹	麻辣马路牙子	85.333	省三		
本科2组	付费音乐传千里，共鸣之声此中生——音乐付费模式下的用户行为影响因素与消费趋势分析	宫商角徵羽队	85.333	省三		
本科2组	人生海海，山山而川，去一座城，不过尔尔——大学生旅游意愿与行为消费市场调查报告	天宫队	85.3	省三		
本科2组	机器心智占领：大学生自主学习的人工智能革命——以芜湖市高校为例	T sia	85.3	省三		
本科2组	乘双碳之长风起洪涛，筑绿水之家园谱华章——基于双碳背景下对低碳产品市场以及消费者行为意愿的调查分析	乘风破浪队	85.233	省三		
本科2组	e路寻“鲜”，只为一日三餐——消费者电商平台生鲜消费意愿调查分析	奇思妙想队	85.1	省三		
本科2组	终日躲避人群,独处安放灵魂——大学生群体社交焦虑现状及影响因素调查	真对假队	85.067	省三		
本科2组	减负能否真的“减负”——基于教育双减政策满意度评价及前景分析	超能陆战队	85.033	省三		
本科2组	热“珠”未来：地下停车场温湿度空间分布特征研究——基于蚌埠市区260个地下停车场调研	热珠未来队	85.033	省三		
本科2组	“每逢佳节胖三斤”——“小胖墩”健康瘦身严控BMI计划的调查研究	小胖墩队	84.9	省三		
本科2组	安徽省“00后”大学生“社恐”影响因素及干预策略调研		84.9	省三		
本科2组	安徽省数字经济与乡村振兴耦合协调发展研究	梦的五次方队	84.867	省三		
本科2组	柠茶饮LINLEE,粤造粤经典——消费者对LINLEE手打柠檬茶认知现状及消费意愿的调查研究	夏日冰饮队	84.867	省三		
本科2组	成为稻田里的舞者做不一样的禾伙人——新时代新青年关于大学生返乡成为新农人的调查	禾为青年	84.833	省三		
本科2组	旅游的意义，在于探索未知的世界——新时代旅游产业发展趋势调研报告	友谊万岁	84.833	省三		
本科2组	闻名遐“耳”——耳朵经济对用户的影响及前景分析	闻名遐”耳“	84.567	省三		
本科2组	“销”消乐——关于大学生偏好的促销活动类型及电商营销策略的调查报告	always shopping online队	84.467	省三		
本科2组	”以高质量就业，点亮安徽万家灯火“大学生高质量就业影响因素及其策略研究	我爱上班队	84.433	省三		
本科2组	锂离子电池消费者购物倾向调研报告	无言以队	84.433	省三		
本科2组	关于探究数字艺术与跨界融合创作的发展趋势的报告——基于国内“数字人和数字艺术展”形式的不断演变	坏蛋联盟QAQ	84.367	省三		
本科2组	芜湖市大学生职业规划分析与调查	宁静致远队	84.367	省三		
本科2组	平台经济发展的空间关联特征及形成机制研究——基于全国31个省（区、市）数据的考察分析	sunny	84.367	省三		
本科2组	“以死论生”探生命真谛，过幸福人生	生之韵律团	84.2	省三		
本科2组	文旅融合背景下旅游“打卡”仪式感——对游客旅游意愿影响研究	三凡之队	83.933	省三		
本科2组	“锦上添花”还是“雪上加霜”：高校课程与数字经济融合发展——基于新质生产力热潮下的调研	市调大队	83.933	省三		
本科2组	翠影探索-关于芜湖市居民对绿色国货的购买意愿调查	向前冲	83.833	省三		
本科2组	水产预制菜（鱼制品）的市场及消费者研究调查报告	求实进取队	83.8	省三		
本科2组	线上公益平台用户体验研究——以蚂蚁森林为例	随便搞搞队	83.7	省三		
本科2组	聚焦市场 助力健康——关于对无糖茶市场的调查分析	candy	83.467	省三		
本科2组	探“恐”中楼阁，破“恐”慌失措——基于大学生社恐的表现透析和机理探究	星期六	83	省三		
本科3组	“舌尖上的碳足迹，包装上的加减法”-外卖包装的绿色化发展与消费者意愿调查分析	绿色先锋队	89	省一	否（87.5）（限项）	是
本科3组	颂徽风皖韵，承瑰丽非遗——基于安徽省的非遗研学消费行为意愿与推广发展的调查研究	财子佳人队	87.733	省一	否（86，方差3.5）	是
本科3组	浣“碳”跨“绿”，溯本清“零”--“双碳”目标下新一线城市零碳建筑高质量发展模式及消费者购买决策调查分析	易亭队	87.267	省一	是（85.833）	
本科3组	“皖”里想“浙”你，一江春水两岸兴——黄山市新安江生态补偿实施现状及居民满意度调查	Harmony	87.167	省一	是（87）	
本科3组	0卡0糖随心购，点味如霜新可口——基于合肥市年轻化无糖市场发展方向探究	从容应队	87.067	省一		是
本科3组	春秋悠远食光暖，老年食堂守康宁——老年助餐服务政策背景下安徽省社区老年食堂消费满意度影响因素及优化途径分析	食光调研团	87.033	省一		是
本科3组	“健康赋能，智慧医疗”——合肥市”AI医疗“用户使用意愿影响因素及市场拓展策略研究	AI医疗先锋队	87.033	省一		是
本科3组	数字经济新纪元，人才引领创未来——基于长三角区域数字技术应用业人才发展的调查研究	创想矩阵	86.6	省一		是
本科3组	“跨越生死的美学”——以合肥市为例探究殡葬化妆师职业发展的可持续性	告别者战斗	86.533	省一		是
本科3组	花钱参保，老有所养——农村居民养老保险参保现状和影响因素的调查与分析	羲和队	86.467	省一		是
本科3组	“碳寻”千岛，“偿”享中和：基于VAB-NAM模型的游客碳补偿支付意愿及影响因素研究——以杭州千岛湖景区为例	碳寻	86.333	省一		是
本科3组	乡村振兴路，青年扬帆航——乡村振兴背景下安徽省青年群体到乡发展意愿研究		86.2	省一		是
本科3组	全民健身，加“数”前进——“AI for science”赋能健身高质量发展调查研究	无极限队	86.033	省一		是
本科3组	房政无言，惠民有声——长三角省会城市视域下关于调整住房贷款利率影响的调研	五州方圆队	85.833	省一		是
本科3组	乡村振兴“材”助力，青春建功“化”新篇——基于乡村振兴背景下安徽省大学生电商助农意愿的调研	青春远航队	85.633	省一		是
本科3组	“双减”之下，亦减教师之“压”——基于“双减政策下城乡初中教师负担调查与分析	减鸭小分队	85.6	省一		是
本科3组	携手疗愈行，心语与君听——合肥市居民陪诊意愿样态分析与市场拓展策略研究	疗愈同行者	85.567	省一		是
本科3组	《元宇宙背景下，人人都可以是收藏家——基于芜湖铁画数字藏品模式调研》	我说的都对	85.567	省一		是
本科3组	“奔赴一场冬日的冰雪之约”短视频新闻对城市旅游形象的影响及前景研究——以东三省爆火出圈为例	天才小分队	85.467	省一		是
本科3组	药茗香飘千里，徽韵五“茯苓”门——安徽省中药茶饮的市场潜力与发展战略研究	五“茯苓”门	85.333	省一		是
本科3组	风险暗涌，如何守护你的”数字领地“	必须拿下才队	85.3	省二		是
本科3组	“正青春，勿别离”——基于机器学习模型的安徽省10657名初中生自杀意念影响因素的调查报告	调查小分队	85.3	省二		是
本科3组	【电】亮乡村，稻香风【商】——电商农产品发展现状调查研究	emmm	85.167	省二		是

本科3组	古韵映今朝，影动展宏猷	古韵今风队	85.067 (方差0.002)	省二		是
本科3组	玉齿瓠犀今何在？牙痛方悔护齿迟——不同城市居民的护牙意识及消费需求调研分析	皓齿队	85.067 (方差5.336)	省二		是
本科3组	钱包数智化，支付新选择——数字人民币推广现状及未来发展趋势的调查与分析	乘风破浪	85.067 (方差6.816)	省二		
本科3组	一呼一吸，显生命之重——健康中国视角下安徽省居民呼吸道疾病认知调查和诊疗行为研究	呼兰小队	84.933	省二		
本科3组	“文”以载道，“旅”意盎然——关于杭州市文旅市集消费特征及发展状况研究	耶耶队	84.9	省二		
本科3组	网红直播带货和短视频带货对购买意愿及市场前景的影响——以合肥市为例	百尺竿头队	84.867	省二		
本科3组	“智”潮涌动，“模”领新篇--基于高校学生使用人工智能大模型的调查研究	无敌冲冲队	84.767	省二		
本科3组	“禁的是烟花，丢的是年味，伤的是人心”——安徽省民众对春节期间全面禁放烟花爆竹的意愿调查	年味守护小队	84.767	省二		
本科3组	“筑就引凤巢，托举安居梦”——南京都市圈新市民、青年人住房问题专项调研	住有所居队	84.733	省二		
本科3组	“茶”颜悦色，“旅”动人心——乡村振兴视域下对安徽省金寨县大湾村茶旅融合发展评价以及赋能研究	数据别和我作队	84.7	省二		
本科3组	精准陪伴，“搭”成一片——关于青年群体对于“搭子文化”的认知和参与度调查	开“卷”有益队	84.633	省二		
本科3组	用民宿之“火”点亮乡村振兴——乡村民宿体验价值及其对游客价值共创行为影响研究	民宿之火	84.6	省二		
本科3组	“新国潮”崛起正当时——Z世代背景下消费者对国货品牌的消费意愿及影响因素调查研究	国潮风尚探索团	84.5	省二		
本科3组	数驱智联“碳-硅”簇，心融算领“人-机”塑——“人工智能+”社会系统中“人-机”双向塑造及混合团队认知差异调查	三好学生队	84.5	省二		
本科3组	宿兮于福，民乐其久——合肥特色民宿旅游满意度及偏好研究	每日干饭要排队	84.333	省二		
本科3组	释放自然天性，感受城市脉搏——安徽省青年群体对城市漫步的认知现状及消费意愿的调查研究	漫步者队	84.3	省二		
本科3组	“土地换金银，资本助农兴？”——三生空间视角下农户对资本下乡的满意度和需求研究	农资同行小分队	84.267	省二		
本科3组	文旅局们齐上阵，旅游“蚌”发新生机——文旅局宣传对蚌埠大学生旅游决策的影响研究	我和评委站一队	84.233	省二		
本科3组	《“1+1>2”》——跨界联名视角下酱香拿铁消费意愿和满意度调查研究》	如假包换队	84.1	省二		
本科3组	日本核污水排海后，对海产品销售的机遇与挑战——安徽省民众消费海产品调查报告	烛火小队	84.1	省二		
本科3组	休闲好“食”尚--以蚌埠地区为例调查大学生对于休闲零食的消费现状		84.033	省二		
本科3组	小情绪何以“拿捏”大爆款？——基于情绪营销模式对民众认知程度及消费市场发展前景的调查研究	心如止水队	84.033	省二		
本科3组	“天上掉馅饼，谁知是陷阱”——大学生遭遇电信诈骗现象分析及策略研究	反诈大队	84	省二		
本科3组	论治则曰治心，论事则曰守法——普法方式特征分析及公众偏好研究	专业团队	83.967	省二		
本科3组	甜意绽放，盲盒环启——关于长沙市甜品盲盒消费者购买意愿及满意度的调查	从容应队	83.9	省二		
本科3组	醉步上新舞，酱藏调千味——基于长三角地区居民对茅台“年轻化”的消费市场现状调查及创新策略分析	益路同行队	83.867	省二		
本科3组	糖去香存雅意长，康道徐行味更尝——基于健康中国视角下消费者对无糖食品购买意愿的调查研究	无糖棒棒队	83.833	省二		
本科3组	高校创新创业教育对大学生创业意愿的影响研究——基于安徽省8所高校的调研数据	破浪队	83.767	省二		
本科3组	"特种兵旅游"——闯出新经济	特种兵旅游”——闯出新经济	83.733	省二		
本科3组	春风几万里，将度“预”门关——基于安徽省预制菜消费意愿与市场前景的调研分析	东方既白队	83.7	省二		
本科3组	光影新篇，近在眼前--数字化演出感知价值对用户行为意向影响	去码头整点薯条队	83.667	省二		
本科3组	“盲盒经济”下消费者购买意愿及影响因素探究	冲就完事	83.633	省二		
本科3组	“弹指间，健康现”——基于数字化背景下线上问诊的发展现状及前景展望调研	智能医疗小队	83.633	省二		
本科3组	数字赋能，交通“智理”——合肥市智慧交通发展质量影响因素调查	智力	83.533	省二		
本科3组	“学而不已，流水尚西”--关于南京市老年教育发展现状调查研究	柿市如意队	83.467	省二		
本科3组	情绪时钟——大学生昼夜节律紊乱行为与焦虑抑郁共病的调研之旅	情绪侦查小队	83.467	省二		
本科3组	多站合一，大“邮”可为--安徽农户对村级寄递物流综合服务站满意度的调查研究	大“邮”可为队	83.467 (方差2.42)	省二		
本科3组	“e问医答”——关于在线问诊选择意愿和影响因素调查	云端医联队	83.467 (方差3.38)	省三		
本科3组	微风拂面酒初醒，青春佳酿意转浓	若水	83.433	省三		
本科3组	“云端”连接“诗和远方”——安徽省社会公众对数字文旅的认知及参与意愿的调研分析	热热闹闹队	83.433	省三		
本科3组	银发市场，让养老变享老——基于合肥市养老体系完善对边际消费影响的调研	社会主义永远队	83.367	省三		
本科3组	时间的遗忘与记忆的复兴-关于黄梅戏文化传承和发展的调查	寻遗队	83.333	省三		
本科3组	参军报国尽义务，热血青春效祖国——在校大学生参军入伍现状与影响的调查	天天向上	83.267	省三		
本科3组	“健康补给，健保未来”——基于“健康中国2030”规划纲要背景下大学生保健品市场调查	草台班子	83.233	省三		
本科3组	烹饪简化之路怎样进行？——消费者对预制菜接受度与偏好的调查与分析	从容应对	83.233	省三		
本科3组	“国货千万家，我是购买家”——关于年轻人购买国货情况的调查”	幸运方便面队	83.233	省三		
本科3组	“鸭梨山大，释放自我”基于安徽省关于解压经济发展现状的调查与分析	鸭梨山大队	83.2	省三		
本科3组	行到水穷处 坐看云起时——安徽省大学生旅游消费行为特征及影响因素的调查与分析	龘龘小分队	83.167	省三		

本科3组	庐剧新声：安徽省青年视域下对庐剧的认知情况及传承意愿调查 —— 基于1300份问卷	匠心筑遗队	83.1	省三		
本科3组	“敲写”时代下的汉字传承——对大学生“提笔忘字”现象的思考	匠心筑梦小队	83.067	省三		
本科3组	“观灯火阑珊，品皖风徽韵”—安徽省市民跨年夜度过方式的调查报告	市调小分队	83	省三		
本科3组	国风再起时，潮起新中式 ——新中式服装市场调查研究	乘风破浪队	83	省三		
本科3组	“健”入佳境，向“养”而生——大健康时代下合肥市Z世代保健品购买意愿及发展策略调查	万寿无疆队	83	省三		
本科3组	壹卤壹匠心 壹卤壹安心——武汉市卤制品消费现状和安全性调查分析	草木逢春团队	82.967	省三		
本科3组	“奶茶和中药，我们全都要”——关于国潮中药奶茶行业现状与前景分析的调查报告 (以亳州地区为例)	好运连连队	82.933	省三		
本科3组	探寻古韵，领略遗风——安徽省大学生对皖南古村落认知情况及旅游意愿的调查研究	古韵寻踪	82.9	省三		
本科3组	“终朝采蓝，不盈一檐”——蓝染技艺的传承及发展现状调研	采蓝队	82.867	省三		
本科3组	道阻且长，行则将至，智慧旅游伴身旁 ——对安徽省智慧旅游app用户使用情况和用户满意度分析	三人行团队	82.867	省三		
本科3组	“抖”动青春行——抖音旅游短视频传播对大学生群体旅游消费意愿的影响研究	我说的“抖”队	82.833	省三		
本科3组	皖韵清甜满饮心，青春无糖茶市兴——安徽省年轻群体瓶装无糖茶饮消费满意度与市场前景调查	健康茶途队	82.767	省三		
本科3组	“文”名天下 与“旅”随行——基于安徽省大学生对黄山文旅意愿及消费情况的调查研究	123小标题队	82.767	省三		
本科3组	无糖人生，健康有谱——无糖产品的市场机会点及营销推广研究分析	爱冒险的朵拉队	82.733	省三		
本科3组	“情绪共鸣，购物无痛”——关于情绪营销中影响年轻人消费行为的因素及特征调查研究	冲“疯”队	82.7	省三		
本科3组	“相邀文旅同行，共赴文创之约”——关于游客对景区文创产品的消费意愿分析	去有风的地方	82.667	省三		
本科3组	“庭院深深深几许，经济盈盈满家园”——群众参与新型庭院经济建设的认知与需求调查研究	太白金星	82.633	省三		
本科3组	“数”业有专攻，“学”海无止境	减脂过硬	82.633	省三		
本科3组	茅台+瑞幸，何以让人“上头”？ ——基于消费者对“酱香拿铁”爆火的态度和品牌联名效应的调查研究	“酱香拿铁”小分队	82.6	省三		
本科3组	军大衣，花棉袄，当代大学生为啥偏爱买平替？ —— 以网络平台为对象的大学生反向消费情况调查分析	市调一大队	82.533	省三		
本科3组	国产之作，如“影”随行—安徽省大学生对国产电影的认知现状及发展前景的调查研究	从容应队	82.5	省三		
本科3组	云端问诊，民生回响	从头到尾队	82.467	省三		
本科3组	体育彩票接受意愿及销量影响因素的调查研究	无畏小队	82.433	省三		
本科3组	"朋克养生"浪潮下的功能性食品——关于大学生群体对于功能性食品购买意愿调查与分析	Adventureseeks	82.4	省三		
本科3组	让“晚“安变成“晚安”——关于大学生熬夜现象的成因调查及对策研究	夜猫子	82.333	省三		
本科3组	制菱荷以为衣兮，集芙蓉以为裳—安徽省大学生对新中式服装认知现状的调研	芙蓉裳	82.333	省三		
本科3组	“影载华裳梦，民族情更长”—基于四市居民的民族写真消费动机及影响因素调查	姐妹大影楼	82.333	省三		
本科3组	守护江豚，留住最美“微笑精灵”——铜陵淡水豚社会度保护现状调查研究	守护江豚小分队	82.3	省三		
本科3组	打造城市智慧树，智造美好生活—基于对合肥市智能建造技术推广影响的研究	数据别和我作对	82.233	省三		
本科3组	“护”住青春，“肤”想联翩-基于高校学生护肤品消费者群体分析及潜在用户挖掘	想进国赛队	82.133	省三		
本科3组	海内存“知己”，天涯若比邻--关于当今青年“搭子社交”的需求意愿及影响因素的调查分析与研究	青年搭子队	82.133	省三		
本科3组	数字时代的问与答-芜湖市大学生对在线问卷工具的认知与使用行为调查报告	胡萝卜队	81.933	省三		
本科3组	互联网如何“消”解传统边界，引领青年“费”流新潮——深度剖析互联网时代下的青年消费行为与趋势	妮妮队	81.9	省三		
本科3组	偷偷藏不住-安徽“隐藏”特产消费行为研究	耗走一队是一队	81.867	省三		
本科3组	基于消费者视角下宠物食品行业的行为动机调查分析	宠物守护者队	81.833	省三		
本科3组	让农民挑上“金扁担”—阜阳市农业现代化建设中市场发育与农民收入的探究	农现强队	81.767	省三		
本科3组	深入研究合肥市居民对食品安全的认知程度：从舌尖上的角度探索	发财组	81.567	省三		
本科3组	“心结随风舒卷去，旧游踏月梦重来”——旅游目的地形象对游客情绪缓解及重游意愿的影响研究 （以黄山市为例）	霸气一点队	81.433	省三		
本科3组	探索单身人群的数字轨迹——以芜湖市为例单身人群社交媒体与在线购物的行为习惯	我不落泪情绪零碎	81.367	省三		
本科3组	新业态下的社会保障：守护从业人员的“幸福线”	三个臭皮匠	81.333	省三		
本科3组	“护青山绿水，助乡村振兴”——以合肥市肥西县为例调查农村生活垃圾处理	守青山绿水，助乡村振兴	81.033	省三		
本科3组	一夜鱼龙舞——文旅融合背景下汪满田鱼灯品牌资产模型构建研究	一举成名队	81.033	省三		
本科3组	“雅食清心，寻校园之真味”——大学生饮食习惯调查研究	阳光先锋队	80.767	省三		
本科3组	芙蓉不及美人妆 ——多角度分析国潮风下国货美妆的消费趋势及其影响因素	就我们五个一队	80.633	省三		
本科3组	“经”“巾”相惜——大学生对设立经期卫生用品自动售卖机的意向调查 ——以合肥市高校为例	“经”“巾”相惜团队	80.2	省三		
本科3组	“银发无忧”——关于社区嵌入式养老服务模式的调查研究	银发无忧	79.6	省三		
本科3组	适应消费新趋势：分析‘Z世代’服装购买渠道及实体零售的应对策略	超能陆战队	79.167	省三		
本科3组	“解压神器”or“电子鸦片”--关于大学生电子游戏使用情况的调查报告	市调小分队	78.967	省三		
本科4组	“岁月无声，困境有声”--散工市场中大龄农民工有机嵌入的影响因素调查与纾困策略研究	夕阳再起队	92.4	省一	是（89.167）	
本科4组	“清”绿满江南，“洁”能达双碳——双碳目标下长三角清洁能源利用升级、消费转型及达峰路径探索	青绿江南队	91.933	省一	否（85.833）	是
本科4组	寓医于食，非药胜药——关于药食同源产品消费现状与市场前景的分析	肉嘟嘟小队	91.667	省一	是（86.5）	
本科4组	以“苗”护她，“疫”起向未来——基于合肥市适龄群众的HPV疫苗接种意愿影响因素与关联路径研究	疫路康伴	91.633	省一		是
本科4组	智慧花开养老时，创新模式铸晚晖——基于亳州市智慧社区新型养老模式创新研究	零零后夕阳红	91.367	省一		是

本科4组	创新引领，碳索未来——“双碳”背景下安徽省新能源汽车消费者购买意愿洞察及潜在客户挖掘	焰光同梦队	91.067	省一	是
本科4组	心系夕阳，银发无忧—关于上海市社区适老化基础设施改造现状研究	爱在夕阳	91.033	省一	是
本科4组	智联时代，驾享未来——智能网联汽车产品及其应用类服务市场前景的调查研究	调出成效队	90.733	省一	是
本科4组	家庭厨房的魔鬼还是福音？——城市化快节奏生活模式下预制菜市场消费者认可度调查及潜在市场拓展策略研究	风华正茂队	90.7	省一	是
本科4组	电动汽车革命：“赛车快感与环保共舞”——双碳战略下安徽省居民对电动汽车的接受意愿及使用推广的研究调查	梦想未来星之队	90.7	省一	是
本科4组	重走千万之路，稳进三农之策——基于“千村示范，万村整治”工程经验的安徽省合肥市乡村产业现代化发展现状及途径调研	父愁者联盟队	90.6	省一	是
本科4组	“抑”源浅交盼“心”明，“智”长专修代“医”灵——抑郁症状差异、演进与智能“伙伴”情感干预前景调查分析	厉害	90.467	省一	是
本科4组	“舌尖上的中医”——基于合肥市居民对新中式药膳餐厅消费意愿的探索与研究	我的未来我做组	90.467	省一	是
本科4组	“徽旅非遗承不朽，木雕流光古韵留”--探索木雕艺术在安徽省文化旅游开发中的市场潜力及影响因素	爱会消失对不对	90.4	省一	是
本科4组	茗香皖韵，自在“瓜”中——基于六安市居民对六安瓜片的购买需求及挖掘乡村振兴机会的调查研究	天选之人队	90.4	省一	是
本科4组	“孕筹添丁旺，育策家国兴”——“三胎政策”下，安徽省居民生育意愿及影响因素调研	深藏blue队	90.2	省二	是
本科4组	以“地”转“金”，养老安心？——安徽省农村“以地养老”模式的调查与分析	晚霞守护者	90.2	省二	是
本科4组	老有所养，数有所依——基于银发经济背景下子女对于父母智慧养老产品支付意愿的影响因素研究	奇思妙想队	90.167	省二	是
本科4组	出走的大学生，归来的“新农人”	新农人队	89.967	省二	是
本科4组	数海波涛纷繁扰，意守神聚远尘嚣——探究数字时代下短视频和数字阅读对大学生注意力的影响情况	日新者日进	89.833	省二	是
本科4组	智慧医疗，“绩”往开来--基于合肥市居民智慧医疗消费需求态势的深度调查	热血奋斗队	89.7	省二	
本科4组	国家政策何以与青年生育观念“双向奔赴”？——安徽省四地青年生育观念变迁及其影响因素研究	未来可期	89.7	省二	
本科4组	“娥眉淡扫粉轻施，绿色美妆推广时”——双碳背景下对合肥市绿色美妆认知现状和市场拓展策略的调查研究	我爱绿色美妆队	89.7	省二	
本科4组	“慢品人间烟火，闲记手帐岁月”——基于江浙沪皖四省十二市手帐消费市场现状调查及未来预测	咸鱼躺平队	89.633	省二	
本科4组	“双碳”引领美丽辉映“渔光”助力绿色富民——光伏发电政策背景下“渔光互补”发展与推广现状调研	”渔光“同行队	89.633	省二	
本科4组	“茶香四溢满堂春，千年传承品自珍”——安徽省非遗茶艺传承现状及发展路径研究	茶艺探源陈新队	89.433	省二	
本科4组	茶浓香袅 暖逸清芬——安徽省在校大学生茶饮消费现状及其影响因素的调查研究	对对队	89.4	省二	
本科4组	“健”持不懈，“肌”不可失——合肥市居民健身游戏持续使用意愿与设计策略研究	拿铁女孩队	89.4	省二	
本科4组	深化普惠金融，助力乡村振兴——农村普惠金融发展现状调查与改进措施分析	心中有党成绩理想	89.367	省二	
本科4组	养老有“需”，享老有“数”——社区老年群体智慧养老接纳度的影响因素研究	商业精英队	89.3	省二	
本科4组	跨界合作赢新城，联名产品创新增——联名产品消费意愿影响因素分析及潜在客户挖掘以安徽省为例	万物互联小队	89.233	省二	
本科4组	青山绿水间，乡村新画卷—基于安徽省乡村旅游发展现状调查研究	大有可为队	89.1	省二	
本科4组	蹒跚学步≠蹒跚的未来——当代青年生育观念调查研究	大鹅队	89.033	省二	
本科4组	沧海“遗”珠--以合肥市为例探究非遗文创市场的发展前景	美少女战队	88.9	省二	
本科4组	农业物联网助力节能减排的影响机理、效应评估与路径优化——基于安徽省的调研分析	数字兴农，绿色靓村团队	88.667	省二	
本科4组	蛋中辉煌，品见未来	蛋仔小分队	88.533	省二	
本科4组	“皖趣乡创，乐在安徽”塑造乡村旅游魅力品牌——探索IP化策略之道	皖乡韵梦队	88.5	省二	
本科4组	”凤凰于飞，桐生朝阳“——凤画产品市场调查研究	明亮的星	88.267	省二	
本科4组	AI来袭，你准备好了吗？——大学生ChatGPT使用情况调查	科技弄潮儿	88.2	省二	
本科4组	味蕾时光：预制菜市场的丰盈之路与消费者行为的五彩经卷	伍数队	88.2	省二	
本科4组	“路慢慢亦漫漫，步履轻亦荷包轻”——探究合肥市大学生对city walk旅游模式的行为意愿及影响	皖风之旅	88.1	省二	
本科4组	民生福祉·安居乐业——合肥市首批示范性小区配套设施改造与居民生活质量提升的关联性研究	福祉先锋队	87.9	省二	
本科4组	巅峰派队“碳韵悠扬，品鉴新潮”—合肥市居民对碳标签牛奶的购买意愿及影响因素研究	巅峰派队	87.9	省二	
本科4组	“药香飘万里，古韵焕新生”合肥市居民对中药膳食的需求度和前景分析	当归队	87.8	省二	
本科4组	银长物丰助“生”景，龄至财安抚“民”情——养老金融产品需求及风险识别差异调查	智库团队	87.733	省二	
本科4组	垃圾随人走，到“家”才分手：解码居民垃圾分类意愿的多元影响因素报告	我爱安工大队	87.7	省三	
本科4组	《毕业去哪儿？数据里看风向—关于大学生毕业去向选择的洞察与展望》	银河护卫队	87.667	省三	
本科4组	"青春探禅心，古刹新潮行“——基于Z世代群体的寺庙游受众分析及评价改进	心如止水队	87.233	省三	
本科4组	“古韵新茶”-中药奶茶消费意愿及市场潜力调查分析	茶药同仁队	87.133	省三	
本科4组	“内卷为表,需求为本”—理性回归下，新能源车的消费者选择调研	啊对对队	87.1	省三	
本科4组	“旅”动未来，“游”你塑造——大学生旅游消费趋势与市场驱动因素调研及策略提议	吃货届巨头	86.867	省三	
本科4组	乡村振兴，产业同行——安徽省部分地区乡村特色产业高质量发展调查分析	跟党走就队	86.767	省三	
本科4组	正是购物好时节，直播间里又逢君——电商主播“正”“负”特征影响消费者网购意愿及减“负”拨“正”策略研究	要有希望队	86.733	省三	
本科4组	“媒”力无穷，创新无界！-安徽省自媒体创业的意愿分析与前景研究	不蒸馒头争口菜	86.733	省三	
本科4组	网络微短剧”爆红“背景下的创新和审美转向调查研究—以《逃出大英博物馆》为例	卓越x人	86.433	省三	
本科4组	”券“动消费，乐购药都——亳州市消费券发放问题及其政策效果分析	友好共处	86.2	省三	
本科4组	“预制菜被资本青睐，市场的新蓝海”——关于预制菜行业市场现状及消费意愿的调查研究	蓝海食代先锋	86.2	省三	
本科4组	问“皖”哪得“兴”如许，为有“人口”活 waters——基于安徽省人口外流意愿研究及影响因素分析	一心一意搞调研队	86.1	省三	

本科4组	织牢织密基层”医疗网“，守护乡村医疗“健康线”——双重职责下安徽省村医发展现状及影响因素的调查与分析	医路乡伴	85.967	省三		
本科4组	NFT数字藏品购买行为影响机制研究 ——基于感知价值、感知风险的分析	与对方选手配队	85.833	省三		
本科4组	绿色出行新风尚，环保意识入人心——芜湖大学生对绿色出行方式接受度及影响因素的调查研究	斯莱特林队	85.667	省三		
本科4组	“文旅消费热 内需动力强”——关于当今大学生旅游市场前景及大学生旅游消费意愿调查分析	深藏blue队	85.567	省三		
本科4组	长三角一体化发展背景下紫云英人才计划对对芜湖毕业生就业影响探究	疯狂星期四	85.467	省三		
本科4组	《线上”种草“线下赴约，短视频注入文旅新活力--数字化视域下”文旅+短视频“营销模式的调查分析》	心平气和组	85.4	省三		
本科4组	预制菜市场发展前景调查研究	只为“预”见你	85.367	省三		
本科4组	“omg,买它！”——基于自媒体环境下网红经济对青年群体消费行为影响研究	一往无前	85.333	省三		
本科4组	《电商直播带货对消费者消费意愿影响因素的调研 》	odyssey队	85.267	省三		
本科4组	”网购网购，应是绿肥红瘦”——安徽省居民的网购现状及影响因素分析	东方不buy队	85.133	省三		
本科4组	短视频时代，解开大学生的消费密码——短视频平台营销对大学生购买意愿影响分析	头脑风暴队	84.867	省三		
本科4组	新家政，心享受——关于新型保姆家政服务调查研究	头号玩家	84.7	省三		
本科4组	旅游不嫌晚，康养正当时——安徽省老年人康养旅游意愿的影响因素分析	好运连连队	84.7	省三		
本科4组	“游戏IP赋能，联名产品热销”游戏联名产品消费者购买意愿影响因素探究	蛋仔派队	84.5	省三		
本科4组	短视频传播势如破竹，如何抖出新高度	仰望星空	84.4	省三		
本科4组	”孤独的守望者“——城市流浪动物生存与管理的社会问题调查	福禄队	84.267	省三		
本科4组	长三角地区—AI智能养老的可行性	David 队	84.067	省三		
本科4组	“脆皮大学生”为何意？ 之健康生活篇 ——对大学生生活是否健康的调查研究	脆皮大学生小分队	83.933	省三		
本科4组	预制菜的发展方向与挑战 ——基于在校学生预制菜的食用喜好及选择因素	crush	83.867	省三		
本科4组	诊的是医，陪的是心——孤寡老人陪诊服务需求调查及影响因素研究	上进队	83.767	省三		
本科4组	助农电商直播中消费者购买意愿的 调查分析	勇闯天涯队	83.667	省三		
本科4组	“闲品一糕，传承匠心” --关于合肥市传统糕点行业现状和发展前景的调查报告	en队	83.5	省三		
本科4组	大学生抢购狂潮：线上促销活动调查揭秘	我爱市调队	83.3	省三		
本科4组	逐梦基层，不负韶华——基于安徽省双非高校大学生基层就业意向影响因素调查报告	逐梦团队	83.2	省三		
本科4组	螃蟹的传奇故事——关于水阳镇乡村振兴蟹产业调研分析	第一梯队	83.067	省三		
本科4组	新能源汽车的特点对农村消费者购买意愿影响的实证分析	汽车制造商	82.8	省三		
本科4组	“养生新潮流：探索大学生中式养生之道”	book思议队	82.767	省三		
本科4组	“预”见新鲜，保证“制”量——基于大众对预制菜品发展认可度评价及前景研究	深藏blue队	82.633	省三		
本科4组	“三二一，上链接”——基于直播带货浪潮下消费者的行为分析调查报告	五人成团	82.533	省三		
本科4组	购物车里有情绪 ——年轻人购买情绪化虚拟产品现象及原因调查报告	情绪落泪	81.4	省三		
本科4组	居所何处是，等逢如意来—关于安徽省青年群体购房意愿的抉择	XYZ	81.4	省三		
本科5组	拨动琴弦，律动未来梦想——生成式人工智能多领域应用背景下安徽省青年群体对生成式人工智能使用意愿及市场拓展策略研	梦想启航队	90.5	省一	是（89.667）	
本科5组	词林求“职”三春尽，学海就“业”四载难——大学生慢就业影响因素调查与干预研究	哈哈大笑队	90.433	省一	是（89.833）	
本科5组	健康的守护者，活力的一站式--安徽省0添加饮品消费者行为意愿及市场前景研究	锦鲤小队	90.067	省一	是（88.167）	
本科5组	徽韵载道通鹤心，茶香翰墨酬知音——乡村振兴视域下数字化徽茶市场现状及供需匹配路径的调查研究	天翻地覆慨而慷	89.533	省一		是
本科5组	文化自信背景下，社会群众对徽州刺绣的消费意愿及市场趋势的调查研究	锦绣前程队	89.267	省一		是
本科5组	AI以身入局，举“欺”胜天半子——数字经济背景下合肥市居民对 ai诈骗认知程度及防范意识调查	魔法猫咪稳啦	88.333	省一		是
本科5组	科技赋能 引领时尚未来——国产美妆直播间用户购买行为与发展策略研究	汪汪队	88.117	省一		是
本科5组	数“智”育人，融“慧”致远——ChatGPT的发展对合肥市高校学生自主学习能力的 影响研究及对策分析	不蒸馒头争口气	88.067	省一		是
本科5组	红色热土孕育绿色经济，革命老区走出致富新路——乡村振兴背景下安徽革命老区“红色茶旅”满意度及优化路径调查研究	小茶崛起	87.917	省一		是
本科5组	独行寻花影，匠心创新境——独立开发者视域下，功能性付费移动应用软件消费者购买行为分析和市场拓展策略研究	独行寻花	87.533	省一		是
本科5组	有钱难买五月早，六月连阴吃顿饭——关于三省四地农业保险的调查与分析	三四保险队	87.383	省一		是
本科5组	“阿拉丁神灯还是潘多拉魔盒”聚焦高等教育的内涵深刻研究 ChatGPT的发展潜能与风险--以安徽省为研究案例	天天向上	87.333	省一		是
本科5组	标志映烁梨乡梦，品牌铸就商辉煌——基于品牌认知视域下消费者对地理标志产品砀山酥梨购买行为影响因素分析	梨影随心队	87.3	省一		是
本科5组	“数字博苑映徽州，云上文化传千秋”——基于数字化背景下安徽省博物馆发展现状与前景研究	云上千秋小队	86.85	省一		是
本科5组	“教”人不悔，“资”孜不倦——“双减”背景下安徽省非师范生报考教师资格证的意愿与动因研究	艰苦奋斗队	86.733	省一		是
本科5组	民生无小事，枝叶总关情——个税专项附加扣除政策实施情况的调查与分析	阳光水水	86.367	省二		是
本科5组	灵活就业群体，权益如何保障——平台经济下安徽省灵活就业人群劳动保障实施现状及满意度探究	权益守护队	86.233	省二		是
本科5组	“煌煌乎其夜 灿灿乎其城”——基于计划行为理论开展合肥市淮河路步行街夜间消费意愿研究		86.083	省二		是
本科5组	农视界，田耕新篇：皖梦绘，播颂丰年	布吉岛小队	86.05	省二		是
本科5组	科研强国：网络热浪促进九价推广，科研公司创新宫颈癌推广调研及科研生物公司九价疫苗优	汪汪队	86.033	省二		是
本科5组	古城话辉煌，经史共流芳——关于芜湖古城夜市经济与文化传承交融的调研		86	省二		是
本科5组	电诈千百样，暮然回首，深陷电诈圈套处？ ——基于2000名在校大学生的访谈调查	海底小纵队	85.983	省二		

本科5组	《银发浪潮，幸福夕阳--数字化时代背景下安徽四市“智慧养老”需求度及与“银发经济”融合发展路径分析》	蒸蒸日上团队	85.883	省二	
本科5组	数字传温情，智慧助养老——阜阳市居民对智慧养老产品的认知现状及购买意愿的分析	乐庆余年队	85.867	省二	
本科5组	"一手循环，一手减碳"——以合肥市居民为例探究循环背景下二手市场的发展路径	市调不能没有我们队	85.667	省二	
本科5组	“姜山如画，富水长流”——安徽省居民对铜陵白姜认知程度及传承意愿的分析	姜来更好小队	85.517	省二	
本科5组	“零食很忙”——“折扣化浪潮”下安徽省零食集合店的消费者行为逻辑与前景分析	零食护卫队	85.517	省二	
本科5组	中药焕新生，草本颂风骚——以合肥市为例关于中医药在当代社会环境下的年轻化探索	草革命命队	85.483	省二	
本科5组	成人“少年宫”，“夜校”再翻红——合肥市“夜校类”成人兴趣培训机构的调查研究	热爱小队	85.433	省二	
本科5组	“乐”而忘返 让音乐节嗨起来 ——北京市户外音乐节消费的调查与分析	乐而忘返队	85.167	省二	
本科5组	“绿色发展，智享生活”——绿色金融对公众新能源汽车认知和购买意向的影响	第一梯队	84.4	省二	
本科5组	孔乙己的长衫挡不住大学生奋斗的脚步 ——安徽省在校大学生就业期望与能力调查	春风得意正少年队	84.283	省二	
本科5组	会呼吸的墙？——合肥市绿色环保墙材消费者行为意愿及市场发展前景研究	生态助力，青春筑梦”实践团	84.25	省二	
本科5组	“双碳”背景下热泵产品的使用现状及消费者行为意愿的调查分析 ——以安徽省蚌埠市为例	感觉就很队	84.217	省二	
本科5组	网络口碑、产品创新感知对智能手机品牌忠诚度的影响研究 ——以华为手机为例	山海经队	84.117	省二	
本科5组	“一犬吠影，百犬吠声”——全国地区网络暴力深度调查	胜羽者队	84.033	省二	
本科5组	明理节能唤新智，数启经济共铸篇——碳智视角下家庭能源效率与数字经济转型发展分析	Elwood	84.033	省二	
本科5组	“链”上经济，“皖”美制造——基于产业链去中国化对安徽经济的调查分析报告	我们第一队	84.033	省二	
本科5组	智能陪伴还是潜在隐患？	嘎嘎嘎	83.933	省二	
本科5组	“小支付”成就“大时代”以合肥市为例看数字支付重塑城乡结构	数字支付探索者团队	83.833	省二	
本科5组	“驭风逐电，心随比亚迪而动”——消费者对比亚迪新能源汽车购买意愿剖析与前景展望	蛋仔派队	83.75	省二	
本科5组	华美裳衣辉丽彩，飘飘衣袂扬国风 ——合肥市市民对新汉服的消费偏好及文化价值的共创研究	汉服迷调查小分队	83.75	省二	
本科5组	AI智能入家居，家电便捷赋新图——基于长三角地区的AI智能家电产业发展与市场消费调研报告	闪闪发光队	83.617	省二	
本科5组	选好“头雁”领“群雁”，乡村画卷展新颜——乡村干部领导力对乡村治理绩效的影响研究	做到位队	83.583	省二	
本科5组	摆脱头部依赖，变革电商直播——去头部化视角下达人带货主播粉丝粘性调查	快乐星球小组	83.567	省二	
本科5组	学海航标，“物流”有道——合肥市高校物流服务质量满意度影响因素及优化途径分析	顺风队	83.333	省三	
本科5组	东方养肤 “兴价”甄选——青年群体对国货护肤品牌认知和选择的调查分析 +	国货护肤	83.317	省三	
本科5组	花发上林生意盛——电商直播带货模式下消费者购买行为和购买决策影响因素调查分析报告	乘风破浪队	83.083	省三	
本科5组	“长空万里待鹰飞”——安徽省低空消费意愿与推广模式研究	万亿蓝海队	83.05	省三	
本科5组	老龄化浪潮：探索中国社会经济长期转型中的养老挑战与机遇	梦想启航队	82.983	省三	
本科5组	旅游开发，文化保护，如何从“融”不迫？——来自安徽省乡村文化保护与资源开发协调发展实现路径的调查与分析	加油向前冲	82.933	省三	
本科5组	“行多久，方为执着”——安徽居民企业使命感的认知现状及消费行为影响因素的调查研究	执着行久队	82.833	省三	
本科5组	魅力文旅，点燃星火---安徽省金寨县红色文旅与乡村振兴发展调查报告	星火创盟队	82.833	省三	
本科5组	洞察研学现状，助力成长之航——安徽省中小学生研学旅行实施现状及及旅行意愿影响因素深度探究	仨二带一队	82.733	省三	
本科5组	“无糖天天，无忧甜甜”——无糖产品的市场机会点及推广研究分析	无忧甜甜队	82.683	省三	
本科5组	“游歙县古意，焕非遗活力”——基于黄山歙县的非遗旅游的发展现状调研与优化策略分析	文旅行动小组	82.633	省三	
本科5组	”冰美式转战热中式“--Z时代视角下新中式养生的发展现状及其未来购买意愿研究	全都队	82.5	省三	
本科5组	“老”树开“新”枝：青年对老牌国货的消费市场分析及其开发策略	国韵新生队	82.317	省三	
本科5组	“公益长河，何以激荡”——互联网公益现状及可持续性发展探究	大家说的队	82.283	省三	
本科5组	微创托举，医疗新梦——甲状腺微创手术器械市场洞察	微创新梦队	82.217	省三	
本科5组	鲜活 潇洒：女性卫生用品消费画像与未来趋势探索	这把稳了队	81.933	省三	
本科5组	《“国货之光就是中国之光”——新国货崛起时代消费者对新国货品牌购买意愿的调查与分析	奇思妙想队	81.917	省三	
本科5组	醉美·国潮汉风，火热‘新中式’——基于消费者对新中式汉服的购买意愿分析及偏好调研	国潮汉风队	81.45	省三	
本科5组	“数”里乾坤，“游”你所想——基于互联网大数据的旅游市场现状调查研究	旅游网络团队	81.317	省三	
本科5组	“超越评分的追求：年轻人为何钟情于‘隐藏版’美食？”——青年消费者对低分餐厅的接受度及其影响因素研究	未来星队	81.3	省三	
本科5组	打卡美食城——探究旅游业小吃经济对城市发展的贡献力	美食总动员	81.283	省三	
本科5组	遍地百花，节庆万家——安徽省居民中西方传统节日的群体选择与消费偏好分析	中西方传统节日分析小组	81.1	省三	
本科5组	品质还是价格——大学生群体为何爱上平替	小羊立大功	81.05	省三	
本科5组	“回乡吧，少年！”——乡村振兴背景下安徽省大学生返乡入乡创业意愿与影响因素调研	兴新向农队	80.8	省三	
本科5组	智慧浪潮涌校园，便行求知路万千--芜湖市高校大学生 ChatGPT 使用情况的调查与分析	快乐星球队	80.417	省三	
本科5组	枝繁巢暖燕归来——基于SEM模型对安徽籍大学生回乡就业意愿及影响因素的调查分析	咕叽咕叽队	80.25	省三	
本科5组	破解“引流密码”，让文创产品“出圈”且“长红”——博物馆文创产品的创新对游客消费意愿影响的研究	仔仔队	79.75	省三	
本科5组	当代大学生生育观现状及影响因素分析	小葵花向阳队	79.75	省三	
本科5组	零售“预”上新食尚，厨艺“预”料不可及：预制菜市场分析及零售端消费影响因素分析报告	市调小分队	79.717	省三	
本科5组	脆皮大学生——当代大学生身体素质变化及成因的横断面调查与分析 （以合肥市为例）	青春梦想家小组	79.667	省三	

本科5组	初见乍欢，久处亦怦然——基于大学生婚恋观调查数据的实证研究	平凡小队	79.583	省三		
本科5组	味蕾探秘，蚌埠美食之旅——蚌埠特色小吃烧饼夹里脊市场调查报告	蚌埠特色小吃烧饼夹里脊队	79.567	省三		
本科5组	“茶香四溢，健康生活”——基于'十四五'规划背景下茶叶消费倾向与价格接受程度研究	茶香飘飘	79.517	省三		
本科5组	智慧新零售，未来可期许——对无人零售行业的调查与分析	可以队	79.45	省三		
本科5组	“剁手”达人逛直播，琳琅满目眼惶惶——关于大学生为享受福利而选择在直播间购物的调查	开拓进取队	79.2	省三		
本科5组	调查年轻人为啥都爱平替消费降级趋势洞察	指定能行队	78.833	省三		
本科5组	“团购白热化，质量为一”	从容应队	78.65	省三		
本科5组	“五步一楼阁，十步一杯茶”——新时代大学生对奶茶消费意愿调查	孤独的根号三	78.35	省三		
本科5组	人工智能，打开无限可能——大学生对生成式人工智能辅助学习的使用意愿及效用调查研究	无限可能组	78.133	省三		
本科5组	大学生时间管理意向报告	骑车环游队	77.95	省三		
本科5组	正大现代食品在安徽线下实体零售渠道的市场机会及营销策略	正大守护者	77.5	省三		
本科5组	“互联网 ”背景下大学生食堂就餐意愿及其因素分析	123分队	77.433	省三		
本科5组	追本溯源——当代大学生抑郁成因与预防建议的调查研究	明日之星	77.017	省三		
本科5组	荣养食息，健骨丰肌——关于合肥市城市社区老年人肌肉健康状况及其影响因素调查报告	荣养食息，健骨丰肌	76.933	省三		