

2025年安徽省大学生市场调查与分析大赛（研究生组）成绩及拟设奖项

序号	作品名称	团队名称	省赛初赛成绩	省赛奖项	是否推荐晋级国赛 (实践赛决赛成绩)	是否推荐国 赛三等奖
1	小“厕”大“策”：从“臭角落”到“新亮点”——农村厕所革命现状及数字化赋能路径探究	智厕趣研队	91.667	一等奖	是（93.167）	
2	丹青漫卷启云章，墨彩流光焕霓裳——文化科技融合背景下的国漫认知现状、消费意愿与崛起动能探析	漫海扬帆	90.933	一等奖	是（86.833）	
3	“智行探微，生态谋远”——以合肥市为例的无人驾驶网约车使用意愿分析与战略生态构建策略研究	robo智乘小队	90.033	一等奖	否（86.667）	是
4	窑火承新，“遗”路生花——文化认同视角下界首彩陶烧制技艺“活态传承”现状洞察及传承意愿因素研究	“遗”路繁华队	89.967	一等奖	是（86.833）	
5	“红”动心弦，“数”造体验——红色研学数字化游客体验评估与市场发展路径探究	研值拉满数智队	89.267	一等奖	是（86.833）	
6	吃一“皖”板面，传“徽”食文化：基于消费者偏好与文化认知的安徽板面营销策略研究——以皖北地区为例	吃一碗板面团队	89.1	一等奖	是（92.833）	
7	文创“心”引力，校园“购”新潮——基于TAM-TPB模型的高校文创产品消费行为研究	文创消费洞察组	88.933	一等奖	否（84.167）	是
8	风火轮燃国漫志 混天绫绘东方潮 ——基于《哪吒2》探究国产动漫发展现状及市场潜力	魔童联盟队	88.7	一等奖	是（87.333）	
9	农作物秸秆多级利用与产业化发展路径探究—基于六年理论调查与实践探索	蓝发小队	88.667	一等奖	否（77.167）	是
10	智车示语，行人释忧：自动驾驶汽车外部人机界面的技术接受与行为效应分析——基于实证调查和实验研究	我和评委站一队	88.167	一等奖		是
11	以爱之名，守护银龄：失能老人长期照护需求研究与模式重构	深藏blue组	88.167	一等奖		是
12	青砖黛瓦映朝阳，振兴路上绽芳华——安徽省乡村振兴战略实施的居民认知与行为研究	扬帆起航	88.1	一等奖	是（直接晋级）	
13	“徽”之不去的消费新势力——感知视角下安徽省大学生对国货消费行为及持续性购买意愿机制分析	乘风破浪·国货先锋队	88.1	一等奖		是
14	数治解纷，时代新“枫” ——合肥市主城区“和合码”线上建设成效及满意度调查	树上的鸟儿成双队	88.067	一等奖		是
15	“萝卜”领航员，智行新纪元：合肥市无人驾驶网约车乘坐意愿与推广策略研究——以萝卜快跑为例	萝卜不迷路队	87.933	一等奖		是
16	以技术之“智”，赋中医之“治”——基于大数据网络文本挖掘及实地调研用户特征分群可视化分析	好运无限队	87.733	一等奖		是
17	融“数”铸魂，“皖”美非遗—数字化赋能安徽非遗文创产业发展及推广因素研究	景仁宫岂容你放4队	87.733	一等奖		是
18	老有所“养”，“保”驾护航——对甘肃省第三支柱商业养老保险需求的调查分析	银发护航者	87.7	一等奖		是
19	医路春风暖，相伴解忧长——陪诊师角色认同与居民行为决策的共生逻辑	根号三	87.7	一等奖		是
20	“聚拢烟火，摊开人间”地摊经济下餐饮从业者的社会融入机制与纾困路径研究	乘风破浪队	87.667	一等奖		是
21	合纵连皖，智链协同：专利合作网络特征与突破性创新——基于社会网络与机器学习的多维度分析	合纵连皖队	87.667	一等奖		是
22	《“金”泽银龄，“福”润桑榆——养老金融对农村居民幸福度的影响研究》	打遍无敌手	87.633	二等奖		是
23	算法牢笼与生存博弈——网约车平台生态下司机的结构性困境与四方协同机制研究	三个火枪手	87.6	二等奖		是
24	老幼共托，前路几何？——基于全国4022份问卷的老幼融合服务模式建构及提升路径研究	朝夕同乐	87.533	二等奖		是
25	“戏”迎“梅”好未来——安庆地区黄梅戏受众调研与数字化传播策略分析	GD1r	87.467	二等奖		是
26	竭尽所能，全“绿”以赴——农村屋顶光伏项目的公众参与意愿与网络评论分析	晒晒太阳就来电队	87.333	二等奖		是
27	“莓”好安徽，创“丰”未来——安徽省长丰草莓产业发展现状与创新实践的调研	“美”好未来先锋队	87.267	二等奖		是
28	六尺窄巷天地宽，社会治理新路径——基于桐城市社会治理现状的调查研究	啥都行	87.2	二等奖		是
29	食光不浪费，魔法袋有为 ——“剩菜盲盒”热潮中解锁惜食魔法袋购买与回购背后的情感密码	可持续味蕾研究组	87.167	二等奖		是
30	“谷”力觉醒，解锁经济新密码——合肥市“国谷”经济消费特征及影响因素分析	乘风破浪国谷队	87.1	二等奖		是
31	《码海泛舟，意绪扬波：短视频算法推送下的心灵浅滩与行为暗流——以合肥市居民为例》	码上晴天队	87.067	二等奖		是
32	“贷”动青禾舞，“绿金”御风霜——绿色金融对农户气候变化适应性行为的影响研究	市在必得队	86.967	二等奖		
33	“屏”退抑郁，动出阳光——基于CISM模型的青少年行为与心理健康调研	屏步青云队	86.967	二等奖		
34	政策驱动还是市场自发？——新能源汽车以旧换新的动力来源研究	明日方舟队	86.867	二等奖		
35	古村焕新彩，春景映家园—安徽省16地市城中村发展调研	子衿队	86.867	二等奖		
36	“轻”潮涌动，“食”代健康——基于合肥市的轻食市场调研与商家策略研究	robust	86.767	二等奖		
37	记忆驱动·品牌焕新——怀旧视角下长三角四市大学生的膨化食品消费偏好及狗牙儿品牌年轻化策略研究	干活不累队	86.6	二等奖		
38	从奖牌墙到城市名片：数字时代马拉松城市文旅何以爆火？—基于马拉松对城市消费新业态影响的调查研究	数马先锋队	86.567	二等奖		
39	穿戴智启，认知能晰——智能腕戴设备消费现状与用户需求探索	徽常棒队	86.533	二等奖		
40	“焦”个朋友——来自G高校的大学生精神焦虑状况调查	破焦行动派	86.5	二等奖		
41	师生“价值”共创，满意“师”放光芒——应用型高校教师学生导师对学生满意影响的价值共创机理研究	启明星队	86.5	二等奖		
42	象牙塔内缓启航，褪去长衫心更宽——合肥市高校学生慢就业意愿及影响因素的调查研究	慢游职海队	86.5	二等奖		
43	建筑垃圾数字化治理与能源经济协同发展——基于绿色建筑理念下建筑垃圾的精准管控实践	待我高飞队	86.3	二等奖		
44	新能源汽车用户购车选择偏好和潜在用户挖掘——以合肥市为例	光明正大小队	86.233	二等奖		
45	“食”光盲盒奇遇，“碳”寻美味之旅——合肥市消费者对“剩菜盲盒”购买意愿及其影响因素的调查研究	臻味惜食联盟	86.2	二等奖		
46	药食同源 国饮之光——基于中医药产业创新研究，以草本奶茶“华佗华一堂”入驻合肥为例	“食”不可挡，“药”守初心队	86.167	二等奖		
47	需求解码：解锁中国养老模式的“智”富密码	我们说的都队	86.167	二等奖		
48	”日驰三千里，何处是归家——合肥市外卖骑手社会融入影响因素调研	勤学明理	85.9	二等奖		
49	智享绿色未来，引领居住新潮——安徽省第四代住宅的市场接受度调查	四朵金花勇闯赛场	85.733	二等奖		
50	窖深承千载 旗扬非遗道—古井贡酒非遗文化全国化市场困局调研及矛盾解析	少年先疯队	85.633	二等奖		

序号	作品名称	团队名称	省赛初赛成绩	省赛奖项	是否推荐晋级国赛 (实践赛决赛成绩)	是否推荐国 赛三等奖
51	“双碳“引领，”电“亮未来——新能源汽车使用综合评价与购买意愿分析调查	乘风破浪2队	85.633	二等奖		
52	“创”智同芯绘蓝图，“合”酥耕耘满珠璣--和合文化背景下关于人工智能技术应用与企业绿色创新的关系调查	深藏blue队	85.6	二等奖		
53	电动驱动，绿色畅行——新能源汽车消费者行为与市场趋势调查	热爱数学队	85.567	二等奖		
54	《“食”代新潮，养生有道——新中式养生背景下消费群体对药食同源产品消费偏好及购买意愿研究》	“食”刻养生队	85.5	二等奖		
55	绿色消费“碳”索未来，“以旧换新”可得真心——基于合肥市“以旧换新”补贴使用情况的调查研究	牛奶曲奇	85.367	二等奖		
56	防艾未雨绸缪，护爱有药可求 ——男男性行为人群高危性行为者HIV药物预防知行信现状及影响因素研究	乘风破浪队	85.333	二等奖		
57	“健康老龄，乐享夕阳”——基于社会资本视角下的马鞍山市老年人健康研究	长青康研组	85.333	二等奖		
58	您的心声，定义AI新高度——以DeepSeek为例的AI使用满意度调查报告	熬走一队是一队	85.167	二等奖		
59	“智”驾新时代，“约”车自由行——基于合肥市市民对无人驾驶网约车认知程度及使用意向影响因素调查研究	智行π队	85.167	二等奖		
60	“职”引未来筑梦路，“财”显真章契合道——江苏高校财会毕业生人岗契合度研究	咱们队	85	二等奖		
61	明月几时有 把”酒“问”青春“—年轻群体饮用白酒现状及其消费需求市场研究	酒醉的蝴蝶	84.967	二等奖		
62	安徽省居民微养生零食购买意愿和影响因素分析	对对对队	84.967	二等奖		
63	“吒显神通，传承创新”：传统文化视角下国产动画电影满意度及消费意愿调研——以《哪吒之魔童闹海》为例	奇迹创造营	84.967	二等奖		
64	“宠”有所养，寄护有方——宠物寄养服务消费意愿与期望调研	汪汪队	84.8	三等奖		
65	首发经济何以提振消费？——基于新经济背景下合肥市居民消费意愿的调查研究	首发队	84.767	三等奖		
66	“Dee”进校园，“See”见未来——基于安徽省高校生的DeepSeek市场剖析	我们超棒对不队	84.7	三等奖		
67	从家户养育到社会支持——基于芜湖市“双减”课后服务的家长满意度调查及“社区+大学生”模式的可行性研究	显然这是一个市调研队	84.633	三等奖		
68	AI技术赋能生活与工作：应用场景渗透率与用户满意度全景调研	正大之光队	84.5	三等奖		
69	“婚姻的变奏曲：安徽省合肥市青年结婚意愿及影响因素的调查研究	建大调查队	84.467	三等奖		
70	点“绿”成金，“制”胜未来——基于湖州市与衢州市绿色金融改革的调查研究	蛋仔派队	84.333	三等奖		
71	”碧定能行“——基于乡村振兴背景下合肥市碧根果市场调研	果然很队	84.267	三等奖		
72	“疫”不容辞的坚持： 重大疫情下公众持续遵从的“控”场密码	持控先锋队	84.2	三等奖		
73	代际观念变迁中的养老需求重构——青年群体”智养“需求的调研分析	智养先锋队	84.167	三等奖		
74	打破虚实次元壁，深耕农业元宇宙——数字人直播对农产品电商购买意愿的影响研究	农元探索队	84.133	三等奖		
75	江河如网千丝“纵”，数字经济遍地“通”——安徽省域尺度下的数字经济测度体系、差异分解与时空演变研究	哩咪特	84.133	三等奖		
76	“国风绘影 青衿驱动”-中国动画电影消费群体特征及需求偏好	吃饭不用排队	84.133	三等奖		
77	智能随行，腕间未来——智能手环市场需求及产品优化策略研究	比奇堡施工队	84	三等奖		
78	古今共融，传承千年文化瑰宝——基于群众视角的隋唐大运河安徽段文化保护传承利用效果的调查研究	挖运河的显眼包队	83.833	三等奖		
79	革命星火映，数字体验续华章——基于芜湖市游客视角下的红色旅游数字化场景体验研究	数字时代队	83.8	三等奖		
80	“抖”出所爱，“购”得所愿——探究抖音多元营销对安徽省大学生消费意愿的影响	火箭队	83.667	三等奖		
81	“懒人经济”遇上预制菜：简约生活下消费新图景洞察研究	勇往直前队	83.633	三等奖		
82	老有所“E”，智联居“佳”——智能家居养老产品调研	宝宝巴士队	83.6	三等奖		
83	学海无涯，AI领航——教育数智化背景下大学生AI辅助学习的现状与前景研究	tell me why,why baby why!	83.6	三等奖		
84	困境与突破：“银发经济”下老年文旅产品的市场策略探究——基于黄山市的调查	四朵金花养老办	83.567	三等奖		
85	农户参与土地托管意愿的影响因素研究——以安徽省望江县为例	银河护卫队	83.567	三等奖		
86	消费不只为悦己，文创亦可致青山——基于生态文化认同的可持续文创消费行为影响因素研究	方寸星河队	83.5	三等奖		
87	“农价预测量冷暖，民生稳舵护丰年”大数据时代农产品价格预测行业发展现状调查——以安徽省为例	为人民服务队	83.467	三等奖		
88	逐电千里 畅行“无油”——基于合肥市新能源汽车市场的调研与前景展望	市场FBI (Find,Break,Insight)	83.333	三等奖		
89	“碳”寻绿色未来，“她”电一路精彩——长城欧拉女性新能源汽车发展态势探究	探究队	83.333	三等奖		
90	“焕新红旅，从“媒”出发”——新媒体背景下红色旅游传播路径及策略研究	基纽特战队	83.3	三等奖		
91	“肌”不可失，老当益“健”——健康老龄化进程中城市老年人群肌肉衰减流行趋势及特征调查分析	奇迹创造营	83.2	三等奖		
92	“一票纵贯徽州路，万景皆从掌上通”——安徽省“一票通一网通”全域旅游模式群众意愿调查	施主还挺懂	83.167	三等奖		
93	我“买”由我不由天——传统文化产品消费意愿与行为影响因素研究	同心立方队	83.133	三等奖		
94	“一镜千界，虚实万象”——虚拟化身驱动的VR商业生态价值调查研究	汗流浹背了对不队	83	三等奖		
95	是“昙花一现”还是“星辰大海”？——AIGC用户满意度的“双面镜”与未来潜能解锁	吃饭不想排队	83	三等奖		
96	科技如何改变观影选择？——关于电影科技对观众消费意愿影响的调查研究	bqs小分队	82.8	三等奖		
97	一城一味，徽尝美味——安徽省特色美食的发展现状及前景研究	美食宣传小分队	82.7	三等奖		
98	“一带一路”背景下大学生中医药健康文化素养水平现状及影响因素探究	给密five	82.533	三等奖		
99	中国动漫满意度及其衍生经济的提升机制研究-以电影《哪吒2》为例	我们说的都队	82.333	三等奖		
100	“数字守护银龄，智慧赋能健康”——农村老年慢性病患者数字健康素养与自我管理行为的影响路径研究	守护银龄队	82.333	三等奖		
101	恐育潮下的隐忧与探寻 ——基于安徽省育龄女青年“恐育”现象的调查分析报告	我们说的队	82.167	三等奖		
102	国韵流芳处，文创映盛情——合肥市民众在文化赋能中的消费情愫与推广之思	文创星探队	81.933	三等奖		
103	“懒”出新高度：Z世代“懒经济”消费行为与市场潜力的星辰大海	懒人经济实验室	81.867	三等奖		

序号	作品名称	团队名称	省赛初赛成绩	省赛奖项	是否推荐晋级国赛 (实践赛决赛成绩)	是否推荐国 赛三等奖
104	“校园问卷探粮安，数据详析稳国安”——安徽省大学生粮食安全认知调查与研究	旺旺旺队	81.767	三等奖		
105	“临期”不临质——阜阳市“临期食品”的消费者购买行为分析及发展方向创新探究	名扬四海队	81.7	三等奖		
106	茶“颜”，何以悦色?——茶饮品牌×中华文化联名饮品消费者购买意愿及偏好调查	五好青年队	81.667	三等奖		
107	技术驱动型教育产品的区域市场适配性研究：以合肥市学习机用户特征与需求匹配为例（附录）	智启未来队	81.567	三等奖		
108	单身经济浪潮下：宠物的“情感寄托”与消费新趋势	二元一次方程组	81.5	三等奖		
109	AI大模型对互联网医疗的影响——以大学生群体为主	青云队	81.333	三等奖		
110	岁月如歌，桑榆未晚，乐享何源——“深度老龄化”背景下老年人主观幸福感的重要影响因素研究	Ashore	81.233	三等奖		
111	“营”在江淮，“养”在你我——营养素养现状及影响因素路径分析	深藏BLUE	81.233	三等奖		
112	向“数”而生，乘“智”突围——安徽省传统汽车制造企业数字化转型对策研究报告	智造π队	80.9	三等奖		
113	银龄“鹊桥”如何激活银发经济？——基于养老中间人服务的赋能效应研究	老年队	80.867	三等奖		
114	“传统佳节与时进，家国情怀总相牵”——安徽省大学生对传统节日的文化认知调查研究	结伴三人组	80.867	三等奖		
115	后新媒体时代下的网络暴力：成因、行为响应与防控措施	财富自由队	80.733	三等奖		
116	当Z世代成为守岁人，是年味终结者还是新民俗的缔造者？	年味新语队	80.7	三等奖		
117	数智赋能，“衣”购随心：数字经济时代消费者网购服饰行为的影响因素	蛋黄派队	80.633	三等奖		
118	生鲜电商网站顾客导向视角下关系利益对顾客忠诚的影响调查	浩浩汤汤	80.567	三等奖		
119	“谷”燃心动，悦己者“迷”——Z世代群体谷子产品购买意愿影响因素探究	“谷”悦先锋队	80.5	三等奖		
120	学府食光韵，偏好青春里-狗牙儿食品在大学生市场中的品牌认知度与消费偏好研究	五星协力队	80.367	三等奖		
121	中国老年人非必需金属及其混合物与非酒精性脂肪肝的关系——基于安徽省阜阳市的调研	卫康先锋公卫队	80.2	三等奖		
122	近视防控新时代，科学干预莫等待！——学龄儿童筛查性近视现状及影响因素调查	明眼先锋	79.733	三等奖		
123	智瞰万物，数海寻珠——AI驱动下的市场洞察与未来展望	乘风破浪队	79.667	三等奖		
124	中国省域数字经济与新质生产力协调发展网络研究	啊对对队	79.367	三等奖		
125	热潮下的冷思考-高校学生投资理财的坑与路	韭菜队	79.333	三等奖		
126	积极VS消极：童年期经历如何“雕刻”安徽省青少年的睡眠轨迹？	第一梯队	78.6	三等奖		