

2025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	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
本科1组	科技赋能，业态焕新：新质生产力赋能低空旅游高质量发展的适配机制研究——基于3省15家企业3385份问卷的调研	新质新锐调研队	90.933	一等奖	是(88.667)	
本科1组	无形之网，有形之困：平台算法效率与外卖骑手劳动公平的协同治理路径	曙光破晓队	90.567	一等奖	是(89.167)	
本科1组	告别“喽”途，奔赴“圣”境——基于数字时代“吗喽文学”映射下异化现象的调研	齐天大圣队	88.733	一等奖	是(91.333)	
本科1组	“音”浪背后的隐忧！——抖音直播消费市场痛点诊断与供应链优化路线分析	抖音一号队	87.467	一等奖	否(82.5)	是
本科1组	“皖”韵新程，“智”绘华章：中国式现代化下的科技创新——“人工智能+”的消费者感知和发展前景探究	皖皖智多星队	87.267	一等奖		是
本科1组	售后江湖中的“冻龄神话”——电商平台虚假未成年入退款乱象的调查研究	永昼护卫队	87.167	一等奖		是
本科1组	豆香源起，业兴于新——八公山豆腐非遗传承与豆制品发展战略研究	淮畔豆艺守遗队	87.033	一等奖		是
本科1组	智“绘”未来，义“网”情深——生成式AI平台如何“技”高一筹留住用户？基于多维实证关系分析的研究	创享未来	87	一等奖		是
本科1组	“双减”四载探新径，科技赋能日月新——科技赋能视域下教育生态平衡与资源数字化配置路径创新探析	数据分析小队	86.8	一等奖		是
本科1组	云端筑梦，何以栖居——数字游民职业生态和群体行为研究	寻梦环游队	86.8	一等奖		是
本科1组	解码零食革命：新消费模式下“赵一鸣”量贩零食店对消费者影响因素及市场机会调查	零研先锋队	86.733	一等奖		是
本科1组	万家灯火皆IP，物联执笔续春秋——基于物联网技术的合肥市智能家居调查报告	深藏blue队	86.733	一等奖		是
本科1组	玉壶光转，一夜撒灯舞——基于黄山市徽州鱼灯文化认同现状与数字赋能路径调查研究	鱼游智微	86.567	一等奖		是
本科1组	皖居新韵多能赋，家具新程启新篇——安徽四市多功能家具市场发展现状及前景分析	鱼跃龙门队	86.3	一等奖		是
本科1组	“Z世代”VS“银发族”的联动交响曲——基于NLP与SEM模型的新能源汽车使用意愿度差异分析	源动共生摘冠队	86.3	一等奖		是
本科1组	行李搭子趣同行，一起City Walk——合肥市行李寄存服务发展现状及优化分析	CITY WALK小队	86.267	一等奖		是
本科1组	“空”降新机，“物”联未来——基于安徽省“低空+物流配送”模式的公众意愿与市场潜力调研	量子空校团	86.233	一等奖		是
本科1组	采煤沉陷区劳动力搬迁适配性市场分析策略优化——基于华东能源基地两淮矿区64个采煤后失地村庄就业分析	搬迁	86.067(方差29.9410)	一等奖		是
本科1组	“AI依赖or人机共荣”大学生与AI学习工具的关系重构——基于认知、行为及态度的多维实证研究	海姆达尔队	86.067(方差28.043)	二等奖		是
本科1组	中华“神话”，“悟空”出圈——文化驱动游戏产业发展的路径与效果研究	黑神话悟空队	86.033	二等奖		是
本科1组	银发“触”电，乐享潮购——银发经济背景下抖音网红直播电商对合肥市中老年人购买意愿影响因素调查	银发“抖”购队	85.967	二等奖		是
本科1组	新媒赋“红”，旅路生花——红色旅游的新媒体传播路径及策略研究	烽火青春逐梦队	85.933	二等奖		是
本科1组	“出行新宠”能否成为居民“心头好”——基于合肥市无人驾驶出租车市场调查	翻斗花园糊涂涂	85.867	二等奖		是
本科1组	“智启知识付费门”，因地制宜赋能新市场——安徽省搜题软件的市场机遇与用户洞察	智创未来队	85.833	二等奖		
本科1组	数据赋能，AI造星——合肥市Z世代虚拟偶像消费偏好研究	赛特队	85.7	二等奖		
本科1组	科技赋能，物流革新——无人配送市场现状及发展趋势探析	同心协契队	85.667	二等奖		
本科1组	“健”入佳境，燃动“肌”情——“她经济”背景下女性健身消费购买意愿及影响因素调查报告	十七队	85.533	二等奖		
本科1组	凤箫声动，玉壶光转，一夜鱼龙舞——安徽省大学生对徽州鱼灯的文化认知与传承意愿深度调研	瑞彩给好运	85.333	二等奖		
本科1组	“数字赋能下的普惠之困与破局之道”——芜湖市公立医院数字化医疗惠民程度调研	数惠“芜”忧	85.167	二等奖		
本科1组	“动”察视界新浪潮，“健”证青春抉择力——运动类短视频传播现状及其对大学生运动健体决策意图的影响调查	动次打次队	85.133	二等奖		
本科1组	“商数启途”大学生人工智能商数(AIQ)对其就业力的影响——以安徽省高校为例	光宗耀祖队	85.1	二等奖		
本科1组	数织遗梦绘新彩 古韵今融韵自来——大数据驱动下的非遗文化保护与创新路径研究	蛋仔派对	85.033	二等奖		
本科1组	“沪”助未来，“江”心聚力——长三角地区个人养老金公众认知与协同发展研究	芋泥不要噉噉	85.033	二等奖		
本科1组	旧檐辞雨换新瓦，国补化霖润万家——“家居国补”政策下消费现状与市场前景分析	至善致远队	84.967	二等奖		
本科1组	“瑜伽跑步普拉提，燃烧我的卡路里”——健身经济的新变量：基于机器学习的用户需求断层分析与市场增长预测	代码写不队	84.967	二等奖		
本科1组	“皖”若繁星“剧”引航，“数”驱文旅“销”流芳——数字时代安徽省“微短剧+文旅”消费实效探究	剧引剧动	84.833	二等奖		
本科1组	“虚”境惶惶，社交何往？——虚拟社交背景下合肥市大学生社交恐惧影响因素调查和破局策略研究	“虚”境惶惶，社交何往	84.8	二等奖		
本科1组	“动画赋能，文化破圈”——安徽省国产动画电影的市场现状和消费者行为分析	花开富贵	84.5	二等奖		
本科1组	“轻舞舌尖，‘食’尚之选”——轻食产品市场需求及消费者行为研究	“腹愁者”联盟	84.5	二等奖		
本科1组	“屏幕中的理想恋人”——乙女游戏对当代女大学生婚恋认知的形塑机制调研	虚拟研习社	84.467	二等奖		
本科1组	直播电商对大学生消费决策的时空影响机制——基于SOR-互动式链耦合模型的实证研究	直播引力队	84.467	二等奖		
本科1组	从生命关怀到情感留存：宠物殡葬服务消费行为与纪念品市场洞察	吃KFC不看星期队	84.433	二等奖		
本科1组	“糖网明察，智能护航：多尺度卷积联合GAN注意力机制赋能筛查优化，科研团队创新DR智能诊断模型——合肥市居民糖尿病视网膜病变认知分析与筛查体系构建研究”	孔雀南飞	84.333	二等奖		
本科1组	“山光悦鸟性，康旅润人心”——乡村康养旅游服务消费者偏好及满意度分析	康养小队	84.233	二等奖		
本科1组	慧学颐年——银发教育参与意愿研究及其智能化前景探索	银河护国队	84.2	二等奖		
本科1组	”云途学意浓，皖子评其中“——基于安徽省大学生在线学习平台使用情况与满意度调查	梦想破晓队	84.1	二等奖		
本科1组	“虚实映古今，数字焕新章”文化遗产活化路径与受众行为分析——以虚拟圆明园为例	赛博圆明	84.1	二等奖		
本科1组	“远程医疗全天候，专业守护在身边”——居民对远程医疗服务的接受度及前景调查	远护智研队	83.867	二等奖		
本科1组	当大牌平替遇上理性消费浪潮——关于平替产品的市场调查	“平”生所爱队	83.833	二等奖		
本科1组	“数”说红旅，“徽”映未来——安徽省红色旅游数字化体验与游客需求深度分析	成群结队	83.833	二等奖		
本科1组	“国游”匠心铸精品，“文化”繁荣促共赢——安徽省大学生对蕴含中华文化国产游戏的满意度及体验意愿调查研究	国游文脉传承队	83.8	二等奖		
本科1组	潮退“补”声远，浪涌“能”势高——后补贴时代新能源汽车消费意愿因素与市场韧性的分析研究（以合肥市为例）	哈哈哈	83.767	二等奖		
本科1组	“皖”美支付启新程，共赴数智新时代——安徽省多元场景中的NFC支付用户使用意愿与市场拓展路径调查	感觉就很队	83.7	二等奖		
本科1组	“疲倦的焦糊味”VS“年轻的荷尔蒙”：当代年轻人如何在快节奏生活中平衡工作压力与情感需求——基于新一线城市Z世代的调查研究	乘风队	83.6	三等奖		
本科1组	寻绿地“用”之轨迹，品居民“悦”之程度——安徽省城市公园绿地使用情况与满意度分析	绿野寻踪队	83.5	三等奖		
本科1组	“智”点迷津——基于教育数字化转型背景下在皖大学生对人工智能辅助学习工具使用现状的调查研究	银翎春语队	83.5	三等奖		
本科1组	古徽州式怎翻新？数智云梯架“庐”音——智媒时代下安徽地方戏曲剧目的数字化重构和沉浸传播研究	“四海创合”团队	83.433	三等奖		
本科1组	当“AI”遇上大学生-Z世代大学生智能工具使用的行为图谱与认知升级研究	三枪队	83.4	三等奖		
本科1组	智享未来，赋能万家——安庆市智能家居消费者满意度及需求分析	智能同学	83.333	三等奖		
本科1组	从“鹅绒热”到“信任冷”——羽绒服消费陷阱与信任温度的调查分析	“羽”众不同队	83.133	三等奖		
本科1组	“预”见池州，“制”在必得——基于消费者行为视角的池州市预制菜市场拓展研究	预见未来队	82.967	三等奖		
本科1组	智悦携山水，快慢总相宜——面向智慧文旅的安徽省居民微旅游消费行为研究	好远连连队	82.767	三等奖		
本科1组	数字技术赋能农业“智改数转”的市场现状及农户认知度调查——基于新质生产力评估框架	绿野新梦团	82.733	三等奖		
本科1组	新食代，轻养生——安徽省Z世代群体对药膳速食产品的消费意愿及影响因素调查	来不及队	82.633	三等奖		
本科1组	凤阳花鼓品牌认知对顾客宣传意愿影响调查	哈哈一笑队	82.533	三等奖		
本科1组	培元固本，绿链共生——合肥市居民可追溯绿色农产品消费行为和购买意愿调查	观梅数研	82.533	三等奖		
本科1组	“潮”流所向，“玩”全知道——揭秘网络媒体引导下合肥市“潮玩”消费趋势与购买决策	潮玩侦察队	82.433	三等奖		
本科1组	“算”无遗策，劳动者“益”呼百应——平台用工“算法霸权”与劳动者权益保护的发展现状调查分析	益码当先	82.4	三等奖		
本科1组	循迹楚都寻寿鼎，踏歌淮畔赋新章——基于游客满意度的淮南市寿县文化旅游需求及旅游市场发展调查	问鼎中原队	82.333	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
本科1组	守遗维新，触网生春——双重传播路径下非遗活化传播效果研究	不想熬夜队	82.3	三等奖		
本科1组	“公”略之选，实用“报”典——基于国考报班热情与选择偏好的实证分析	天“公”作美队	82.3	三等奖		
本科1组	二手交易，“卖”向新经济：调查分析28省大学生对二手交易的认知实践情况	二手交易队	82.233	三等奖		
本科1组	赛博取经路：从虚拟世界到文旅融合的探索——游戏市场发展的调研报告	文化创行者队	82.067	三等奖		
本科1组	酥香为信，见“詹”如面：安徽省食品老字号詹记品牌满意度及消费意愿调查	沾沾好运队	82.033	三等奖		
本科1组	“前沿渲染赋能，非遗哪吒映画弘”——基于哪吒之魔童闹海下动画电影的“核爆级”传播力解析	市场解码局	81.967	三等奖		
本科1组	我的青春，多少元一小时？—安徽省大学生兼职现状与就业认知调查报告	不会摆烂对不队	81.967	三等奖		
本科1组	指尖绽莲花，绒韵传非遗—关于非遗绒花传承和发展的调查	五福斋队	81.833	三等奖		
本科1组	舌尖上的健康密码：基于菜市场消费行为的三高发病风险解析与预防策略	“菜”华横溢队	81.833	三等奖		
本科1组	“智”投罗网蔓情柔，“慧”通高天更自由——关于AI情感陪伴现状、风险及规避的研究	临空代表队	81.767	三等奖		
本科1组	特制预制菜的行业研究与创新路径——以药食同源滋补汤为例	再赢亿次队	81.7	三等奖		
本科1组	老有所“医”，健康“养”老——基于人口老龄化背景下安徽省大学生对“医养结合”服务模式的认知程度调查分析	“医养”青研	81.667	三等奖		
本科1组	筑牢零食质量堡垒守护舌尖安全防线—以合肥市为例基于双碳背景下探究新时代零食产业的品质与安全之路	食安探秘小分队	81.667	三等奖		
本科1组	“微”见“食”尚，乘风出“皖”—正大集团安徽预制菜消费者分析及营销策略	微风皖韵	81.6	三等奖		
本科1组	食物力量，不止于肉——植物基肉产品市场调研与发展策略研究	中国制造队	81.333	三等奖		
本科1组	“皖”美文创，“微”风新尚——安徽省大学生文创产品消费偏好与市场前景调查	微风皖韵创想家	81.3	三等奖		
本科1组	政府赋能新业态格局，领航大学生创新创业——新就业形态下大学生就业挑战与机遇调查报告	翰墨缘	81.133	三等奖		
本科1组	“抗”卫健康，“生”需谨慎——基于公众抗生素用药安全意识与行为模式的深度调研及对策探究	药见未来	81.133	三等奖		
本科1组	兴农有“智”、“慧”及万家——安徽省新农村建设科技人才培养质效调查	我要发大财	81	三等奖		
本科1组	解构·重塑·赋能：中介效应视域下三维目的地形象的公民行为影响研究——基于游客感知传导机制的IPA-SEM双验证	旅游小分队	80.933	三等奖		
本科1组	“国潮外卖的破局之道”——基于国潮外卖立足市场的创新营销策略解析	潮味先锋队	80.833	三等奖		
本科1组	擦亮红色标志金牌照 绘制乡村振兴新图景—基于最佳旅游乡村背景下安徽凤阳小岗村的文化传播与影响力对带动当地发展的调查研究	星火乡建	80.633	三等奖		
本科1组	预制菜市场“鲜”机洞查	阵风Rafale	80.6	三等奖		
本科1组	出门打个“飞的”？—关于合肥市市民对低空出行意愿的影响因素研究	飞行者联盟	80.467	三等奖		
本科1组	豪情小意泗州戏，古韵今风传非遗——皖北高校大学生对于泗州戏文化认知现状与接受程度的调查分析	戏不够，数据凑	80.433	三等奖		
本科1组	炽热追“新”潮，蓬勃向“电”行——基于消费者对新能源汽车的购买意愿分析及偏好调研	扶摇队	80.267	三等奖		
本科1组	合肥市猪肘预制菜市场调研与正大集团营销策略优化	ABC	79.8	三等奖		
本科1组	短视频平台对未成年人价值观影响及市场监管效果探究——以皖北地区为例	我爱果粒橙队	79.7	三等奖		
本科1组	皖美乡村，吾心安处——安徽省大学生乡村休闲旅游消费意愿影响因素调查研究	云栖竹马队	79.633	三等奖		
本科1组	魔童觉醒映照文化自信，消费符号重构价值认同——以《哪吒2》为例，探究Z世代下国潮电影感知价值、满意度对大学生行为意向的影响	积极向上队	79.567	三等奖		
本科1组	一口肉脯香，“味”爱去远航—基于猪肉脯消费者消费意愿调查及营销创新	碱基互补配队	79.333	三等奖		
本科1组	风火轮燃国漫志，混天绫绘东方潮——基于《哪吒2》探究国产动漫受众消费行为和需求偏好研究	诺贝尔一直讲	79.2	三等奖		
本科1组	让合肥“出圈”——成为下一个网红城市	银河小队	78.9	三等奖		
本科1组	数字时代网民意识形态影响机制研究——基于4000份网民实证调查	市调创飞其他队	78.7	三等奖		
本科1组	“拨开迷雾，传递真相”健康辟谣短视频的影响机制与传播效果的调查研究	我和评委站一队	78.5	三等奖		
本科1组	低空经济——万亿市场爆发前夜的机遇与挑战	大闹天宫队	78.133	三等奖		
本科2组	“弹”性人生，“弹”向何方？——弹性退休背景下个体决策异动因分析及群体适配路径研究（以淮南市为例）	退休弹簧特工队	88.967	一等奖	是 (86.167)	
本科2组	微光绘影，旅梦融情——碎片化时代下合肥市微短剧市场现状调研与文旅价值挖掘	战至巅峰	88.833	一等奖	是 (88.833)	
本科2组	“春满蛇年，古韵新篇”：老字号品牌何以焕发新活力——基于安徽8市14县（区）22家企业的调研	坚毅前行队	88.733	一等奖	是 (87.167)	
本科2组	皖韵新媒传庐剧，云端戏聚知音——庐剧数字化传播对受众观看意愿的影响因素研究	韵·庐梦小组	88.667	一等奖	否 (84.167)	是
本科2组	“老”之将至，趁“时”而为——安徽省时间储蓄互助养老模式建设与居民满意度调研报告	市调五花生	88.533	一等奖	是	是
本科2组	“打破天际航线，重塑经济版图”低空经济供需匹配如何激发消费潜能——基于低空经济11个试点城市统计调查研究	吭哧吭哧五人组	88.067	一等奖	是	是
本科2组	沉默的丰碑：新媒体时代小岗精神传播的三重壁垒与突围路径——来自中国农村改革发源地的田野调查	从容应队	88.067	一等奖	是	是
本科2组	“拾遗换新，循迹未来”——循环经济背景下蚌埠市居民参与“以旧换新”活动的现状及意愿调查	人民当家作主队	87.933	一等奖	是	是
本科2组	非遗“蚌”新机，“埠”拘新媒体——基于蚌埠市非物质文化遗产保护和传承的策略研究	拾遗者联盟	87.9	一等奖	是	是
本科2组	云端墓碑，赛博奇思：元宇宙时代生者何以慰藉？——基于数字追思接受意愿的调查研究	必行队	87.767	一等奖	是	是
本科2组	夕阳正红，游趣正浓——银发经济背景下合肥市老年旅游市场供需全链路优化研究	夕阳正红，游趣正浓	87.4	一等奖	是	是
本科2组	“绿色建筑模块化，多源数据探民意”——基于长三角地区模块化建筑的调查与研究	筑建小分队	87.233	一等奖	是	是
本科2组	“智”驭AI浪潮，“职”引未来航道——长三角民办本科人才供需适配的生态重构和路径探索	职点迷津	87.2	一等奖	是	是
本科2组	“俭风拂庐州，平替见风华”——新节俭主义背景下合肥市年轻群体大牌平替产品消费行为分析与市场拓展策略研究	信我一定队	87.167	一等奖	是	是
本科2组	首发驱动，品牌引领——基于“首发经济”热点对合肥地方品牌卡旺卡的购买行为及营销策略分析	旺小卡队	87.167	一等奖	是	是
本科2组	有人扶我青云志，更快踏雪至山巅——关于安徽省部分地区政策性担保融资支持小微企业发展的调查与分析	名门望族	87.017	一等奖	是	是
本科2组	“数”游红研绘新景，“客”感史韵润心田——游客视角下红色研学数字化场景体验深度剖析	红韵数研队	86.967	一等奖	是	是
本科2组	“数”说未来，“医”展宏图——基于大模型的AI智能助力精准医疗市场现状调查与发展前景分析	医路智行	86.933	一等奖	是	是
本科2组	“云”碳今朝，“智”享未来——探究数字生活中居民碳普惠行为的影响因素及促进策略	“碳”路先锋队	86.833	二等奖	是	是
本科2组	云端织路，智送千里，物流新篇启鸿图—安徽省无人机物流发展现状及关键影响因素调查	5+2+7	86.8	二等奖	是	是
本科2组	数字赋能，守艺新生——消费偏好引领下安徽传统手工艺传承变革的文化密码与创新路径	专业团队	86.733	二等奖	是	是
本科2组	Z世代的赛博养生图鉴：认知、态度与行为的深度探析	感觉就很队	86.533	二等奖	是	是
本科2组	“赛博神农尝百草，数智华佗制解药”——“三只羊”事件反思下安徽省零食类电商网购满意度调查及市场发展策略研究	神衣队	86.533	二等奖	是	是
本科2组	“智”引未来，“能”者不惧——人工智能浪潮下大学生学习与就业的机遇图谱与风险解码	Deep Research	86.433	二等奖	是	是
本科2组	博物衍华彩，众创谱新高——基于安徽省合肥市文物IP产品消费与市场前景分析	焕古弥新队	86.367	二等奖	是	是
本科2组	智启新元，青年破圈——新质生产力赋能安徽省青年就业情况的调查研究	三人成行队	86.367	二等奖	是	是
本科2组	打开VR红色旅游“时空任意门”，当下如何？明日几何？——基于VR技术的安徽省红色旅游主题发展现状与前景研究报告	hots队	86.267	二等奖	是	是
本科2组	从“黑”到“绿”的转变——以淮南市为例资源型城市能源转型现状及市民满意度调查研究	被迫上岸队	85.9	二等奖	是	是
本科2组	医器入保，医路繁花—探寻医保政策对智能医疗设备市场格局的影响	一路繁花	85.867	二等奖	是	是
本科2组	梗潮涌动饮食界，文化牵动消费弦。——社交媒体中梗文化传播对消费决策涟漪效应研究	追梗先锋队	85.8	二等奖	是	是
本科2组	“键”入新天地，“乐”享晚霞红—基于老年人自媒体作品创作动机的调查研究	余晖创享战队	85.767	二等奖	是	是
本科2组	电信诈骗侵袭象牙塔，大学生受害现状与防范策略分析	有点石粒队	85.767	二等奖	是	是
本科2组	“5300万退保背后：谁在掉队？”——基于安徽两市784份数据的城乡医保退保归因研究	V我888	85.633	二等奖	是	是
本科2组	“微”观文旅趋势，“剧”透市场潜力——文旅类微短剧用户观看行为与消费意愿转化机制研究以合肥市为例	剧有意思	85.5	二等奖	是	是
本科2组	古井池韵疗愈路，工业文旅创新途——基于古井老窖池模式的文化疗愈价值开发调查与分析	古井池韵疗愈路，工业文旅创新途	85.433	二等奖	是	是

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
本科2组	光影重铸东方韵，文脉赓续少年志：神话认知现状与探索意愿研究—基于《哪吒之魔童闹海》观影人群的调研分析	从容应队	85.4	二等奖		
本科2组	“豆”香千古韵，“腐”启未来潮—豆腐文化传承发展及市场深度剖析	豆香传递	85.367	二等奖		
本科2组	“绒”不容假：“以丝代绒”事件对羽绒服消费行为影响的深度剖析	海底小纵队	85.333	二等奖		
本科2组	“戏曲袅袅秋烟起，传唱千古黄梅香”——探索黄梅戏在安徽省文化旅游开发中的市场潜力及影响因素	阳光小队	85.3	二等奖		
本科2组	“东风借力沪苏浙，皖北春来万象新”——沪苏浙城市结对合作帮扶皖北城市实施效果调查及对策研究	“皖”象更新小队	85.167	二等奖		
本科2组	“鲜”人一步，美味随享——鸡肉预制菜市场分析及购买意愿探究	鲜气实力派	85.133	二等奖		
本科2组	“借贷有道慎思量，消费有度稳前行”——安徽省大学生网贷行为现状及平台使用满意度的调查与分析	理性护航小分队	85.067	二等奖		
本科2组	青衫挥“替”卷，云端筑市声——Z世代大学生平替产品消费行为动机挖掘与市场渗透策略研究	该省省该花花小队	85.033	二等奖		
本科2组	“谷子经济”何以“谷”动人心——基于江浙沪皖四省十二市的“谷子经济”调查研究	“谷”动人心队	84.967	二等奖		
本科2组	愿得一人心，皖爱共长鸣——多因素驱动下安徽省当代青年婚恋意愿剖析	LOVE? 反应队	84.8	二等奖		
本科2组	芍药芬芳百世馥郁，药都古韵千年弥新——文化传承视角下亳州北关历史街区优化路径研究	药都芳韵组	84.7	二等奖		
本科2组	桐城的“一线天”六尺巷——关于“六尺巷热”的调查研究及成因分析	六尺巷小分队	84.667	二等奖		
本科2组	国画消费“析”彩梦，潜在客户“挖”锦程——国产动画消费群体分析和潜在客户挖掘研究	咱们队	84.667	二等奖		
本科2组	“最后一公里”难题何解？——多维视角下智慧物流赋能末端配送的消费者认知与企业对策研究	齐云落星队	84.667	二等奖		
本科2组	“智”享萌宠时光，“宠”情此刻相伴——安徽省养宠人士对宠物智能科技产品的消费行为与满意度调查研究	嘎嘎队	84.633	二等奖		
本科2组	智青交响曲——生成式人工智能与青年群体的多维共振报告	随机应队	84.6	二等奖		
本科2组	《健康在“钠”里，“盐”值大揭秘——开启预包装食品钠含量密码健康之钥》	全员饿人	84.483	二等奖		
本科2组	皖韵星火探旅路，青春解码问潮声——基于安徽省大学生特种兵式旅游的调查与研究	怎么敢和我们作队	84.433（方差1.727）	二等奖		
本科2组	Z世代红色研学沉浸式体验的“破圈”路径——基于VR/AR技术教育效果与大别山景区的多维实证	燃星铸魂队	84.433（方差23.274）	三等奖		
本科2组	低空赋能，皖旅焕彩——低空经济何以推动安徽省旅游业的发展	都可以队	84.367	三等奖		
本科2组	《从“技术焦虑”到“割韭菜”陷阱，就业者该如何应对人工智能冲击》	再睡一会队	84.367	三等奖		
本科2组	“动抗二手烟，健康伴我行”——基于全国22868名青少年分析体力活动和被动吸烟对情绪问题的交互作用及其性别差异	海石小分队	84.333	三等奖		
本科2组	灵韵内屏，商机暗涌——关于用户对抖音短视频广告接受度及购买意愿的调研	妙想纷呈队	84.3	三等奖		
本科2组	洞察健康微醺意，深挖经济新潜力——基于多源数据融合的全国家果酒产业调查与研究	阳光行者队	84.233	三等奖		
本科2组	“Z世代”大学生社交媒体成瘾的现状及影响因素研究——基于全国五个省份的实证调查	调查小分队	84.233	三等奖		
本科2组	搭子社交狂飙：算法如何“算计”Z世代的拼单DNA？——数字经济下消费行为的社交裂变与技术驯化	积极进取队	84	三等奖		
本科2组	“智”汇电商，“职”达未来——人工智能时代下，电商领域大学生就业选择与应对策略研究	跟党走就对	83.867	三等奖		
本科2组	共新携绿，塑就未来——绿色包装对消费这购买意愿的影响因素调查研究	旺仔小分队	83.867	三等奖		
本科2组	社区“小”食堂，社会“大”民生——上海市社区食堂发展现状及就餐意愿影响因素的调查	食悦民心队	83.833	三等奖		
本科2组	智媒融合视域下红色旅游的传播效能重构研究——基于CPA四维模型与轻量化技术赋能的路径探索	咱叫什么队	83.633	三等奖		
本科2组	诈骗“智”敌——基于AI的大学生电信诈骗识别与防范体系构建	反诈先锋队	83.6	三等奖		
本科2组	描绘夕阳暖景，探索老人福祉：农村老年人心理健康现状调查与干预策略研究——以滁州为例	披荆斩棘小分队	83.533	三等奖		
本科2组	红色故地 再启英游-关于红色旅游消费行为意愿与发展前景研究	红色先锋队	83.467	三等奖		
本科2组	吸猫撸狗经济学，解锁消费新密码——基于年轻人消费偏好的宠物市场营销策略	研宠先锋队	83.4	三等奖		
本科2组	破局青春：职场迷雾中的心理突围—探寻替代性就业背景下青年大学生就业困境与心理调适之道	内卷破局者联盟团队	83.233	三等奖		
本科2组	解码Z时代潮玩“心”引力，消费偏好与动机大揭秘——基于青少年对潮流玩具的消费偏好与动机调查研究	潮汐解码队	83.233	三等奖		
本科2组	代动健康，餐引未来——安徽省代餐食品消费意愿及市场趋势研究	能量方程式队	83.233	三等奖		
本科2组	让庐剧火起来，把非遗传下去——以合肥市庐剧传承与创新调研为例	专业团队	83.2	三等奖		
本科2组	以AI革新微短剧“爽感”叙事，践行文化创新发展政策——基于公众偏好与市场需求深度调研	今天看不看队	83.133	三等奖		
本科2组	杏林新韵：探寻基层中医药的时代之音——安徽省基层中医药服务调研报告	没有树枝组	83.1	三等奖		
本科2组	“智”享“颐”年——合肥市社区老年人养老方式偏好及智慧养老服务需求调研	银发智研队	83.033	三等奖		
本科2组	被忽视的两人——更年期女性健康管理、医疗产品购买意愿及社会支持的路径探索	从容应队	83	三等奖		
本科2组	“起底kidulting经济：Z世代成年人的童心突围”——成年人童趣消费行为的驱动要素剖析与市场趋势展望	专业团队	83	三等奖		
本科2组	乡村振兴背景下数字农业种养一体化发展僵局与破局对策——基于安徽省167个村的调研	一路逐梦队	82.933	三等奖		
本科2组	潮玩新消费，解码盲盒热潮——基于数据驱动的学生消费行为研究	南波万队	82.9	三等奖		
本科2组	青衫心绪与消费光谱——Z世代群体“情绪买单”行为的多维透视	东南西北队	82.8	三等奖		
本科2组	有效需求视域下失能失智老人对机构养老需求分析——基于合肥失能失智老人服务需求影响分析	老友俱乐部队	82.8	三等奖		
本科2组	联名产品：1+1>2——联名产品购置决策机制与影响要素探究	ADD小队	82.8	三等奖		
本科2组	“八个瑞士卷如何分配？”当代家庭资源分配中的女性困境与权力诉求实证研究	五个瑞士卷队	82.767	三等奖		
本科2组	产品观念与情境牵引——“Z世代”消费行为的多维影响机制研究	Treasure Digging Team	82.733	三等奖		
本科2组	从料理包到“健康管理方案”——基于体重管理年预制菜产业价值的重构研究	脱壳脱单不服队	82.55	三等奖		
本科2组	智“绘”黄梅曲，旧曲扮新装——数字人文视域下的黄梅戏传承与创新研究	黄梅e脉相承队	82.467	三等奖		
本科2组	《预制菜，食欲何从》-基于安徽省影响消费者预制菜购买意愿与行为研究	星露谷队	82.4	三等奖		
本科2组	“爪印经济学，情感治愈论”——基于安徽省宠物消费的情感补偿效应研究	爪拉爱探险队	82.167	三等奖		
本科2组	“z”世代消费者对文创产品购买行为的影响因素调查报告	先锋队	81.933	三等奖		
本科2组	青老对话，未来养老的青春视角—大学生对智能穿戴养老设备的认知度调查	懒洋洋不懒队	81.567	三等奖		
本科2组	“吒”男“吒”女的钱包密码——对哪吒周边产品消费者购买意愿影响因素的研究	彩虹勇士队	81.467	三等奖		
本科2组	绿意价探——消费者对绿色农产品的溢价支付意愿分析	根正苗红队	81.3	三等奖		
本科2组	丰年人乐业，陇上踏歌行。——以“村BA”为代表的乡村娱乐活动助力乡村振兴路径研究	超级秘密小分队	81.067	三等奖		
本科2组	滑不走的博弈，解不开的博弈——关于短视频植入式广告受众行为的调查研究	必胜客-五侠版	80.833	三等奖		
本科2组	“国货领航，潮行阔路”——Z世代消费者对国潮品牌的认知与购买行为调研	五行潮魂	80.733	三等奖		
本科2组	”徽州第一怪，豆腐长毛上等菜”——消费者对徽州毛豆腐购买意愿的影响因素研究	豆坊春秋队	80.667	三等奖		
本科2组	智影随行：人工智能渗透下的社会行为重塑	我的未来我做组	80.5	三等奖		
本科2组	二权分离与三权分置下的粮食种植现状调查	最佳伙伙人	80.467	三等奖		
本科2组	古方新“食尚”，药膳潮出圈—传统国潮文化赋能下的中医药膳食品市场发展与优化路径研究	V爽队	79.867	三等奖		
本科2组	“文化服务明灯照，公共福祉暖人间”——安徽省公共文化服务现状及公众满意度的调查与分析	我们一定对	79.633	三等奖		
本科2组	“竞”力探秘，“赛”出风采——高校大学生学科竞赛参与度影响因素调研	梦想起航队	79.433	三等奖		
本科2组	本草入新食，甘怡闲养身——药膳零食购买意愿的影响因素及机制研究	对不队	79.367	三等奖		
本科2组	中国预制菜产业竞争力研究——基于青年群体的调查	农夫三拳队	79.1	三等奖		
本科2组	音浪逐心 问卷为证 共探音乐节未来	干饭不想排队	79.033	三等奖		
本科3组	“进化”还是‘塑化’——生成式AI在大学生学习与生活中的应用选择与影响因素调查	智能不AI队	93.2	一等奖	否（82.5）	是

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
本科3组	城乡共进，绿行江淮——新型城镇化背景下基于县域消费者对安徽省新能源汽车市场的洞察	绿行先锋队	91.5	一等奖	是(85.167)	
本科3组	谁在云端造梦？低空旅游激活“皖”美新消费——基于安徽文旅生态圈的低空旅游消费者画像与市场前瞻研究	云端造梦局	91	一等奖	是(88.167)	
本科3组	“风起低空破竹势，浪涌经济腾飞时”——安徽省低空经济发展调查及对策研究	“飞”同凡响队	90.767	一等奖	否(85) (限项)	是
本科3组	肥料点睛沃沃野，稻花香风话丰年：“有机肥精准施用对农户增收的影响与路径优化——基于安徽省50个县3208个农户的调研	兴兴向农实践队	90.7	一等奖		是
本科3组	“生”花妙笔，水到渠“成”——生成式人工智能使用情况与市场拓展探究	细嗅蔷薇	90.233	一等奖		是
本科3组	传“洪烈”之志，赋“州来”新能——基于Z世代视角的淮南子非遗文创产业市场调研与创新策略调研报告	洪烈智创小队	90.1	一等奖		是
本科3组	星披三载路，智“惠”万家邻——合肥市智慧社区何以实现技术与居民的双向赋能研究	智果果队	90.067	一等奖		是
本科3组	“乡”聚微情，“宿”旅同心——安徽省乡村民宿文旅融合现状、影响因素及优化策略研究	微宿智研队	90.033	一等奖		是
本科3组	“算法歧视”，何以破局？——数字经济时代消费者对互联网平台算法歧视的认知与权益保障	404 Not Found	90	一等奖		是
本科3组	“巾”持她力量，质护新需求——质量安全危机与“她经济”双重视角下的卫生巾消费行为全景调研与市场升级路径研究	质护先锋队	89.967	一等奖		是
本科3组	“徽州千古韵，洗砚鱼吞墨”——华东地区居民对徽墨的传承认知及市场消费偏好调查研究	洗砚徽墨传承队	89.567	一等奖		是
本科3组	破茧逐梦，研路畅行——安徽省高校博士研究生毕业影响因素调查与纾困路径研究	放鹤冲天队	89.5	一等奖		是
本科3组	徽风遗韵何突围？数智羽翼助传承——安徽非遗传承群体数字认知构建与活态译码机制研究	文化小分队	89.433	一等奖		是
本科3组	数智赋能 学海新航——“AI+教育”视域下高校大学生DeepSeek使用情况调查分析研究	智玥未来队	89.367	一等奖		是
本科3组	《莫让“数字鸿沟”成“数字隔代”》——基于蚌埠市老年人数字鸿沟问题的调查研究	做啥都队	89.333	一等奖		是
本科3组	云上邮路，景运通途——新质生产力驱动下黄山景区低空物流发展意向调研	开拓者队	89.267	一等奖		是
本科3组	药食同源，健康“味”来——安徽省中药餐饮市场现状与发展路径研究	膳济天下队	89.033	一等奖		是
本科3组	从“双碳”到“双赢”，绿色经济如何成为市场新引擎？——基于全国公众视域下绿色低碳产品认知与消费意愿调查	碳路先锋队	88.933	二等奖		是
本科3组	“潮”承千年，“创”启万象——多模态数据驱动下合肥市国潮文创消费偏好及发展策略研究	市市顺心队	88.867	二等奖		是
本科3组	c位“她”缺席——群众视角下电影行业女性角色减少的意愿与调查研究	从容应队	88.867	二等奖		是
本科3组	国补“电”亮购置愿，家电“换”然启新篇——2025国家补贴政策下消费者家电购买和换新意愿的调查研究	南波万调研队	88.833	二等奖		是
本科3组	开启扫地乾坤道，方觉地净生活妙——用户对扫地机器人功能期望与购买意愿	“智”扫天下	88.7	二等奖		
本科3组	“漂绿”还是真低碳：碳标签应用的现状、困境与策略研究——基于82家机构测算的476种碳标签产品开发调研	零碳方舟队	88.667	二等奖		
本科3组	“潮涌星火·意趣燎原”——合肥都市圈大学生谷子经济市场调查与分析	谷子小分队	88.633	二等奖		
本科3组	懒系健康求简逸，新派养生应时兴——新派养生产品市场消费行为及发展前景调研以安徽省为例	潮养先锋队	88.6	二等奖		
本科3组	e路同行，“碳”索未来——合肥市居民通勤出行使用网约车的调查研究	低碳出行研究团队	88.5	二等奖		
本科3组	“美味上门，私厨到家”——关于合肥市上门代厨市场的发展状况研究	做饭天团	88.167	二等奖		
本科3组	“华灯夜市，烟火人间”——新时代夜市中名人IP与居民消费市场调查研究	吃饱不饿小分队	88.133	二等奖		
本科3组	“魔童”破鼎崛起，国漫“浴火重生”——文化强国视域下《哪吒2》的观众认同度与国漫的发展路径研究	泽为一定行	88	二等奖		
本科3组	安徽省Z世代二次元IP衍生品消费行为与区域经济联动研究——基于合肥、芜湖等城市的实证分析	中国共产党万岁	87.9	二等奖		
本科3组	“医”路同行，“治”在何方——患者对选择中西医的倾向及满意度调查研究	医路知行，中西共愈队	87.867	二等奖		
本科3组	皖风启智，AI启新——基于安徽省高校的生成式人工智能应用图景与赋能路径研究	皖风智行队	87.8	二等奖		
本科3组	今朝唯我少年郎，敢问天地试锋芒——关于《哪吒2》及国产动画产业消费市场因素的调查	南波万队	87.633	二等奖		
本科3组	“卫”爱同行，“巾”心守护——基于“她健康”浪潮背景下消费者卫生巾品质选择与市场前景分析	跟着党走都队	87.6	二等奖		
本科3组	“谷”动人心：二次元周边产品购买意愿的影响因素分析——以安徽省Z世代为例	不要插队	87.4	二等奖		
本科3组	微而不弱，短而不浅——“微短剧+”模式在文化传承与传播中的作用调研	青春实践队	87.233	二等奖		
本科3组	莫畏前路难，青春正当时——数字经济背景下大学生灵活就业的发展特征与影响因素的实证研究	数智灵创队	87.2	二等奖		
本科3组	健康消费趋势下消费者行为分析与无糖饮品市场策略研究	健康养生队	87.167	二等奖		
本科3组	小石榴大作为，共绘乡村全面振兴蓝图——基于怀远石榴特色产业助力乡村全面振兴现状调研	一路长虹队	87.1	二等奖		
本科3组	一骑春风拂珠城，满城尽享“蚌”然心——关于蚌埠市共享电动车改革前后消费者行为与满意度的调研	骑迹五人组	87.033	二等奖		
本科3组	环境污染与健康行为的博弈——关于二氧化氮暴露与身体活动对非糖尿病老年人空腹血糖水平的关联研究	青春梦想家小队	87	二等奖		
本科3组	云端织梦，风吟eVTOL——eVTOL对合肥民生经济影响的调研	不要泼冷水	86.833	二等奖		
本科3组	智“护”安康，慧“联”万家——基于安徽省四市“互联网+”医疗平台用户使用意愿研究	你说的都队	86.733	二等奖		
本科3组	“虚实交织”：AI虚拟社交对现实人际交往的影响调查	成群结队	86.733	二等奖		
本科3组	齐心协“绿”，“袋袋”相传——基于“碳中和”背景下城市快递包装绿色设计调查研究	万事如意	86.6	二等奖		
本科3组	信补玉瑕，诺铸舟楫——消费者网购忠诚度的调查分析	你说的都队	86.567	二等奖		
本科3组	创新驱动，智享未来——安徽省年轻群体的新能源汽车购买意愿调查研究	从容应队	86.467	二等奖		
本科3组	药膳预制菜的认知度市场调查和发展策略研究——以亳州市为例	乐膳好食队	86.4	二等奖		
本科3组	心享疗愈，健康共生——关于合肥市疗愈市场的调查与分析	大聪明队	86.233	二等奖		
本科3组	远隔千山外，相逢一夕中——飞机旅客满意度调查及市场细分探究	向天空前进队	86.167	二等奖		
本科3组	“隐”中窥豹，“阅”知杜渐——关于APP隐私保护协议条款对个人隐私安全的影响及对策研究	隐私智探小分队	86.133	二等奖		
本科3组	“播”撒商机，直播带货行业全景洞察与趋势前瞻调查研究	越来越好队	86.1	二等奖		
本科3组	“竹”业赋绿，“兴”乡富民：“以竹代塑”产业发展现状、困境及对策——基于4省15县115家竹制品企业的调研	竹五小件队	86.067	三等奖		
本科3组	新意为“笔”，传统为“墨”——关于新中式婚礼的市场现状与发展路径探究	天作之合	85.9	三等奖		
本科3组	数字驱动，皖企新程——安徽省制造业企业数字化转型现状及路径探索调查分析报告	湾沚首富队	85.867	三等奖		
本科3组	新型“电子榨菜”是否能转化为“精神食粮”？——关于微短剧在不同年龄群体的消费现状及市场前景调研	坚定的队	85.833	三等奖		
本科3组	萌宠相伴何处安家？伴倡动物依恋对中国年轻女性生育意愿的影响研究	迪士尼在逃公祖	85.8	三等奖		
本科3组	百盒“盲”中宝，对对“碰”出巧——基于安徽省消费者对直播间“盲盒对碰”营销模式认知现状及影响因素分析	与你同欣队	85.733	三等奖		
本科3组	零工潮涌逐浪高，权益保障需筑牢——平台经济背景下安徽省灵活就业人群劳动保障实施现状与满意度调研	权益守护队	85.667	三等奖		
本科3组	践行低碳旅游，引领绿色风尚——关于亳州市居民低碳旅游的认知和行为影响因素调查	深藏Blue队	85.267	三等奖		
本科3组	以“信”为舟渡循环，化“闲”成绿见新生——二手交易平台消费意愿及其影响因素研究	不要指望我们队	85.233	三等奖		
本科3组	AIGC辅助学习从知识积累到认知深化的转型效应研究——以芜湖市高校为例	安徽第一正经	85.167	三等奖		
本科3组	边放纵边自救——“Z世代”朋克养生行为现状及影响因素的调查研究	悖论养生调研社	85.033	三等奖		
本科3组	能动人心，源启新程	碳路先锋队	85.033	三等奖		
本科3组	当AI“骗”甲不留，公众能否识破智能时代的诈骗陷阱？——人工智能技术滥用背景下公众认知与防范意识调研	超级学习小组	84.933	三等奖		
本科3组	“智启新程技为刃，职涯逐梦步步高”——AI浪潮下安徽大学生未来职业发展导向探究	南真一月盈	84.933	三等奖		
本科3组	药植沃野千顷绿，振兴乡村万户甜——安徽省中药材种植现状和影响因素调查研究	摸鱼研究所	84.9	三等奖		
本科3组	里应“外”合，安“生”为乐——阜阳市大学生外卖消费现状与影响因素分析	随心所欲队	84.867	三等奖		
本科3组	《无声守护，匠心品质：女性卫生巾市场需求与未来趋势研究》	干就完了队!	84.8	三等奖		
本科3组	皖乡电商路，逐梦谱新章——安徽省乡村电商创业环境调查及对策研究	皖乡电商路，逐梦新篇章	84.733	三等奖		
本科3组	睡眠经济驱动下的中青年消费“新范式”——助眠产品消费行为与市场潜力探究	不与梨花同梦	84.7	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
本科3组	“夜草新生，庐韵当道”——合肥青年群体在中医夜市中的文化消费行为解码	“夜草新生，庐韵当道”	84.7	三等奖		
本科3组	拾非遗之光，展花鼓风采——皖北非遗保护与传承的调查分析	灯影传薪	84.7	三等奖		
本科3组	智慧银龄，医路同行——关于智能设备、养老、慢性病问题的探究与思考	智慧银龄，医路同行	84.433	三等奖		
本科3组	《APP广告之舞，跳转的旋律》——APP广告跳转对用户体验感的影响市场调研与分析	五与伦比	84.367	三等奖		
本科3组	“春风得意马蹄疾，AI‘职’引青云梯”——大学生AI使用意愿与职业规划关联性研究	青禾靖风队	84.367	三等奖		
本科3组	“稳就业，促经济，守护人间烟火气”——消费者对地摊商品购买意愿的调研分析	羊茅励志小分队	84.2	三等奖		
本科3组	神话重燃，国漫崛起——探究《哪吒2》票房飙升背后的文化密码与市场逻辑	Fighting队	84.2	三等奖		
本科3组	城市赋能密码——初性城市推广因素探究	对不住	84.167	三等奖		
本科3组	从“流量狂欢”到“价值驱动”——自媒体时代微短剧市场发展路径研究	大数据都队	83.9	三等奖		
本科3组	“认知突破”还是“认知枷锁”：互联网专属推送下青年群体“信息茧房”效应调查研究	发际线与我作战	83.9	三等奖		
本科3组	“桑榆未晚，‘灵’动未来——老年人群健康管理与养老服务需求市场调研	脉动因子	83.833	三等奖		
本科3组	“校园烟火盛，食安意识浓”——大学生食品安全意识调查	天外来物队	83.833	三等奖		
本科3组	智居到位，“新”选消费——合肥市智能家电消费调查	智家调查小队	83.7	三等奖		
本科3组	绿动新蓝海，续航新赛道——新能源汽车下沉市场推广策略和消费行为的研究	绿动续航	83.667	三等奖		
本科3组	借“学习通”之翼，探新质学习力破茧密码——安徽省高校生学习通使用效果分析	徽韵通研小组	83.633	三等奖		
本科3组	银发经济新引擎：益普索AI养老产品市场接受度与商业模式可行性调查	第一梯队	83.367	三等奖		
本科3组	国潮美妆凭什么让Z世代“上头”？——Z世代消费者对国潮美妆品牌购买影响因素调研	潮研Z立方	83.333	三等奖		
本科3组	“倾听她声音，守护她健康”——市场上女性卫生巾安全问题与消费者意愿调查与分析	你说的都对队	83.1	三等奖		
本科3组	人工智能环境下青少年抑郁症市场调查研究——基于全国青少年患者学生的心理健康现状	拨愁抚梦队	82.6	三等奖		
本科3组	“莫道江南蟹宴晚，水阳兴味正当时”——乡村振兴战略下当涂“御之蟹”品牌自主化市场调查研究	蟹逅远航队	82.567	三等奖		
本科3组	短剧风口下的流量博弈：市场影响量化分析与趋势应对策略	“短剧冲刺号”	82.533	三等奖		
本科3组	智能家居新蓝海——对合肥市用户体验背后的市场潜能调查研究	“智”引未来队	82.433	三等奖		
本科3组	数字潮流，智选Z风-数字化传播背景下安徽省Z世代科技品牌“潮品”购买行为分析与发展策略研究	马踏平川	82.4	三等奖		
本科3组	新时代下的青春抉择——安徽省普通本科高校大学生就业现状调查分析	从容面队	81.167	三等奖		
本科3组	聚焦土地流转现状，探究农户权益——基于皖浙6地市800份样本数据的研究	专业团队	81.1	三等奖		
本科3组	绿色生态——公众对绿色生态殡葬满意度调查	春日部防卫队	80.8	三等奖		
本科3组	从“购买”到“参与”——我国居民对体验式消费的倾向和影响因素	体验先锋队	80.633	三等奖		
本科3组	小岗村“红色”+“绿色”的共享——旅游融合创新模式的市场接受度调查	红绿逐光先锋队	80.6	三等奖		
本科3组	智能驱动，领“鲜”一步——数智时代冷链物流绿色服务水平调查研究	星火	80.6	三等奖		
本科3组	碎片化时代的文化镜像——多维视角下短剧市场发展预测与受众消费行为研究	重生之霸道市调宠宠我队	80.2	三等奖		
本科3组	“创新驱动，绿色未来”：合肥市新能源汽车消费者购买意愿及营销策略研究	赛翎sailing	79.567	三等奖		
本科3组	新时代青年恐婚恐育现状	恐婚恐育调查局	79.033	三等奖		
本科3组	与繁琐告辞——预制菜的市场调查与研究	预制冠军队	76.267	三等奖		
本科4组	呼吸之墙，滤出清新——绿色环保墙材消费者行为意愿及市场前景研究	从容应队	91.233	一等奖	是 (85.667)	
本科4组	数启“医”新境，智融“影”未来——UTAUT框架下AI医学影像技术采纳意愿的皖域实证研究	数医绘皖	90.7	一等奖	否 (83.5)	是
本科4组	“橘影映街长，勤心筑城昌”——合肥市环卫工人群体生存就业现状剖析及改善策略研究	洁尽所能队	90	一等奖	是 (87.667)	
本科4组	“云端之上 庐州绮梦”——基于SOR模型的合肥市低空文旅消费行为与市场拓展策略研究	庐州绮梦队	89.5	一等奖	否 (83.833)	是
本科4组	智辅知提新方远，育助能升虑自安——大学生STEM教育认知、能力和就业焦虑的调查研究	科教创客	89.467	一等奖		是
本科4组	“e展宏图，驭风低空”——新质生产力背景下合肥市电动垂直起降飞行器（eVTOL）潜在消费意愿与市场前景调查报告	天空旅行家小队	89	一等奖		是
本科4组	“智”此青绿，“碳”为观止-安徽中烟阜阳卷烟厂供应链低碳转型的突围之策——消费与数智化双驱动低碳化的市场调查研究	深藏blue	89	一等奖		是
本科4组	日增月“益”还是对“韭”当割？——关于腾讯视频新会员权益模式用户行为意愿的调查	筑梦远方	88.967	一等奖		是
本科4组	少壮能几时，养老岂堪盛宴端——基于多层次养老视角下居民对个人养老金制度参与意愿的调查研究	养老先锋队	88.9	一等奖		是
本科4组	新型年货来袭：您的购物清单“焕新”了吗？——以安徽省为例	胡吃海喝队	88.8	一等奖		是
本科4组	“古巷承韵 价值共生”——六尺巷文化基因传承与文旅价值链活化创新调查研究	古巷承韵队	88.733	一等奖		是
本科4组	长风破浪会有时，DeepSeek助力正当时——关于安徽省大学生对deepseek的认知及使用意愿调查研究	从容应队	88.667	一等奖		是
本科4组	新时代知“食”份子——解锁流量密码，创新网红零食店经营之道	创业小分队	88.667	一等奖		是
本科4组	好事“多模”——多模态人工智能技术辅助下心理疗愈产品的市场现状与发展前景研究	好事“多模”团队	88.667	一等奖		是
本科4组	窑火今韵续文脉，痘妈古陶传匠心——乡村振兴视角下，非遗痘妈古陶消费市场挖掘与发展路径研究	哈基彤小队	88.633	一等奖		是
本科4组	“传神话瑰宝，观娱乐风华”——神话IP作品爆火视阈下中国神话题材泛动画类作品的市场需求及发展策略调研	筑梦神话	88.633	一等奖		是
本科4组	囚心锁意“卷”需解，数壁茧墙“戏”促悦——“超越生存”的平台劳动自我价值实现需求调查	零工新生队	88.633	一等奖		是
本科4组	庐州夜韵，文旅新篇——合肥市夜间文旅市场现状及消费意愿分析	文旅小纵队	88.533	一等奖		是
本科4组	“皖”美急救，低空助力——基于无人机的安徽省应急救援调查分析	凌云先锋队	88.5	二等奖		是
本科4组	“体”韵新生，潮“动”九州——健康中国战略引领下体育健身消费市场多维动态分析与业态升级策略	动韵智研团队	88.4	二等奖		是
本科4组	“桩”点未来，心“充”所向——基于合肥市新能源汽车公共充电桩满意度调查和优化探析	合肥装“桩”队	88.367	二等奖		是
本科4组	“机遇与挑战”大学生就业趋势的多维分析——基于全国招聘信息和近十年高校毕业生数据的实证研究	辛夷半夏队	88.3	二等奖		是
本科4组	“管”出来的游戏控：父母直升机教养对大学新生网络游戏成瘾的影响	除“养”忧，消“瘾”患：网络游戏成瘾调研团	88.033	二等奖		
本科4组	草木智慧新传承，皖域中药衍生品消费现状及影响因素分析	杏林探微小队	87.933	二等奖		
本科4组	“智启徽风”续写文化长卷——安徽省AI赋能中医药博物馆建设的价值感知与服务优化路径研究	智启徽风，药馆焕新	87.9	二等奖		
本科4组	《“戏”界展新章，文韵成宝藏——数字时代背景下戏曲文化产业的发展现状与提升路径探究》	爱我中华队	87.9	二等奖		
本科4组	春申遗韵，Z旅新篇——春节申遗成功背景下合肥市Z世代春节旅游过节态度及其消费行为研究	Z旅先锋队	87.867	二等奖		
本科4组	机器学习与公司违规预测：基于未筛选因素的实证探究	五行缺奖	87.867	二等奖		
本科4组	“智”融新蓝海，“翼”启新纪元——人机融合视角下长三角地区新生代知识型员工对电动垂直起降飞行器（eVTOL）的潜在使用意愿及市场拓展策略研究	“智”融新蓝海，“翼”启新纪元	87.833	二等奖		
本科4组	缤纷画卷展新韵，璀璨文明拓锦程——从电影视觉革新看文化自信与创新的调查研究	冷酷玫瑰	87.767	二等奖		
本科4组	一卡执手间，惠农韵自添——关于一卡通惠农补贴实施情况的调查与分析	乡村振兴	87.667	二等奖		
本科4组	梨雪凝“润”黄河脉，地标洋“酥”岁月香——基于酥梨市场的消费偏好及砀山酥梨品牌比较竞争优势的调查研究	天翔队	87.633	二等奖		
本科4组	青衿逐梦处，家政绽芳华——年轻就业者对个性化家政的就业意向调查研究	熬夜不秃头队	87.6	二等奖		
本科4组	咖香引客至，共振振兴图——基于反向旅游背景乡村咖啡店等业态创新及消费引力研究——以宣城市为例	村咖调研小队	87.6	二等奖		
本科4组	芝兰泽被书香远，国策春风育栋梁——关于安徽省大学生助学贷款政策执行效果的调查与分析	助梦小分队	87.567	二等奖		
本科4组	“小农户”对接“大平台”的困与机——安徽省霍山石斛销售现状及市场商机的调研	极客未来	87.533	二等奖		
本科4组	屏幕后的秘密伤口：青少年视屏时间与NSSI风险的观察性研究	青少年视屏风险小组	87.533	二等奖		
本科4组	睡得好=奢侈品？花式解锁睡眠经济——助眠产品使用现状与其发展前景的调研	轻舟已过万重山队	87.467	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
本科4组	“肺”同守护——多维度因素对肺癌患者治疗依从性及预后的影响机制研究	非同守护队	87.467	二等奖		
本科4组	乐享冬日，不负冬时——基于冰雪文化背景下的安徽省居民对冰雪娱乐场所认知现状与发展前景分析	破冰出圈队	87.367	二等奖		
本科4组	新兴科技添翼，农业振兴加速——基于蚌埠市居民视角下新兴科技赋能农业影响因素洞察	破客伍六七	87.367	二等奖		
本科4组	守正出奇，数智未来——安徽老字号发展困境及数字化转型路径研究	福籽同心	87.3	二等奖		
本科4组	“巷”隅独寻趣，六尺反游“驭”——基于安徽桐城六尺巷反向旅游市场潜力与吸客密码探寻	六尺追光者	87.1	二等奖		
本科4组	“情感”赋能新势，“文化”破圈共融——基于安徽省《哪吒2》IP衍生品消费驱动力与市场前景研究	我们第一队	87.067	二等奖		
本科4组	借“联”发力，茶“意”倾心——安徽省地区茶饮品牌联名对消费者购买意愿的影响研究	寻味侦察队	87.033	二等奖		
本科4组	“双轮烹碗韵，重构主庖厨”——基于安徽省居民对混合经济（超市+食堂）模式的接受程度及影响因素分析	干饭不想排队	87	二等奖		
本科4组	泉心泉意“饮”领健康——上海市矿泉水市场现状调查及所以润矿泉水发展建议	泉力以赴队	86.933	二等奖		
本科4组	“沃野新炊烟”——乡村振兴视域下合肥家庭农场消费行为探索与市场营销策略研究	沃野新炊烟	86.767	二等奖		
本科4组	《黑神话：悟空》潮涌时，经济文化新局启——基于游戏的经济带动与文化传播机遇剖析调查	畅通无阻	86.667	二等奖		
本科4组	龙灯出陇记一以当涂大陇镇孙赵村非遗龙灯为例探索市县级非遗“活化”路径	灯跃龙行队	86.567	二等奖		
本科4组	开时容易销时难，层层设卡似闯关？——关于银行卡注销服务的调查与思考	清羽小组	86.5	二等奖		
本科4组	“解锁AI给学卷，问道智能启新章”——关于大学生运用生成式AI技术辅助学习现状调查	为AI发电队	86.5	二等奖		
本科4组	囤健康，治未病，养生新Level：后疫情时代消费者对健康产品的囤积行为及影响因素调查研究——以合肥市为例	囤囤特工队	86.467	二等奖		
本科4组	标准化之外的风味断章——安徽省消费者对边角料食品购买行为影响因素分析及潜在消费者挖掘	永无止境	86.433	三等奖		
本科4组	光“百”万丈，一拍即“盒”——Z世代盲盒经济及双重消费动因调查研究	忙忙碌碌寻宝藏队	86.4	三等奖		
本科4组	识“雷”破局，“信”启未来——品牌爆雷视角下安徽省消费者情感认知与购买决策分析	“雷”情速研队	86.3	三等奖		
本科4组	互联网+中医药社交图谱：青年视角下中医药传播调研——以合肥市为例	岐黄之本队	86.267	三等奖		
本科4组	鸢兹雅韵，铁笔生辉——芜湖铁画消费偏好及传承发展趋势的研究	鸢兹雅韵	86.133	三等奖		
本科4组	盲盒不盲目——盲盒消费者行为特征识别及营销策略探究	盲盒经济探索小队	86.1	三等奖		
本科4组	“铸魂·启智·润心”新时代红色精神谱系育人价值再探索——以大别山红色文化为例	花儿朵朵队	86.067	三等奖		
本科4组	“零”动消费，“量”出未来：量贩零食店消费者行为动机与下沉市场驱动力探析	对对队	85.967	三等奖		
本科4组	直播弄“巧”，权益护“真”——基于杭州市消费者权益保护的直播电商行为调研	反诈老铁666	85.967	三等奖		
本科4组	微韵缭绕处，俏“峰”满华枝——基于安徽省居民对黄山毛峰购买意愿及其市场潜力助推乡村振兴的调查研究	随风而起队	85.833	三等奖		
本科4组	“屏”心静气，一场数字与焦虑的碰撞	反卷小组	85.733	三等奖		
本科4组	轻奢赋能宠物经济，独居催生萌宠消费——宠物“轻奢化”服务需求及痛点的调查研究	狗得猫宁队	85.733	三等奖		
本科4组	“村超”崛起，“足”下生辉，爆火现象对乡村振兴的推动以及展望研究——以贵州村超爆火出圈为例	落魄山队	85.7	三等奖		
本科4组	生鲜电商平台顾客满意度及购买意愿影响因素研究——以京东为例	本味象限队	85.633	三等奖		
本科4组	AI技术对就业市场的结构性影响调查报告	稳行调研队	85.6	三等奖		
本科4组	“手工疗愈”背后的科学：具身认知驱动下DIY零售市场消费心理调研	奇思妙手工联盟	85.467	三等奖		
本科4组	财富观对人类社会与自然状况的影响——当代大学生财富状况调查（以蚌埠市高校大学生为例）	冲锋旺旺队	85.433	三等奖		
本科4组	后浪新宠：从“养娃”到“养毛孩”——安徽省现代已育者现状与年轻一代生育意愿的多维分析报告	从容应队	85.4	三等奖		
本科4组	宣承古韵，纸续千载——乡村振兴背景下对宣纸的认知现状和制作技艺的传承意愿探究	从容应队	85.333	三等奖		
本科4组	“古韵今风·非遗华章”——安徽省青年群体对非物质文化遗产认知与传承意愿调研	巾幗不让须眉队	85.233	三等奖		
本科4组	轻蒸即享：都市鸡肉类预制菜需求洞察报告	都可以队	85.133	三等奖		
本科4组	科技奔腾起，AI智领航——生成式人工智能在大学生群体中的使用现状与分析	AI调研，巧思智用队	85.133	三等奖		
本科4组	传统文化创新驱动下的国漫营销新范式——以《哪吒之魔童闹海》为例的市场调研分	魔丸灵珠队	85.033	三等奖		
本科4组	“教育无界，AI打破时空限”——安徽省大学生对AI赋能教育认知现状及需求分析	AI教育攻坚队	84.933	三等奖		
本科4组	“种”出新天地，“振”兴新乡村——关于《种地吧》青年受访者的观看行为和满意度调查	耕心筑梦队	84.9	三等奖		
本科4组	智学慧辅，知行创达——AI工具对大学生学术能力的影响	从容应队	84.833	三等奖		
本科4组	《智启未来：AI生成内容的市场吸引力与消费者神经行为解码》	Book思议队	84.833	三等奖		
本科4组	“智绘”生活圈，“服务”惠民生——基于“15分钟生活圈”的合肥市中心城区公共服务设施优化研究	背包侠客	84.733	三等奖		
本科4组	“刷屏失眠”现象诊断-短视频成瘾视角下合肥市高校学生睡眠质量调查	归一队	84.7	三等奖		
本科4组	皖韵红脉：安徽红色基地传承与发展的时代担当	徽映红途队	84.533	三等奖		
本科4组	微Young萌力：Z世代与可爱经济的皖美新章	徽萌经济突击队	84.4	三等奖		
本科4组	红遗润童，共助乡兴：新时代地方非遗文化的育人价值与实现路径探索	红遗润童，共助乡兴	84.4	三等奖		
本科4组	“乡村振兴路，农创谱新章”乡村振兴背景下对安徽省农业创新发展现状及影响因素的研究	压不死的小强	84.4	三等奖		
本科4组	“徽”风又绿江南岸，青春筑梦正当时——基于安徽省大学生返乡建设美好农村的意愿调查	国奖小分队	84.167	三等奖		
本科4组	逆向思维，引领旅游新风尚——基于安徽省居民对反向旅游的好感度前景研究	www分队	84.1	三等奖		
本科4组	“巾”心守护，趋势探路——安徽省女大学生卫生市场的现状与发展探索	敲木鱼的玛卡巴卡	84.033	三等奖		
本科4组	“智”教所需，“助”供所优——高校场景下人工智能教育助手需求特征及产品优化策略研究	奇迹和雪糕	84.033	三等奖		
本科4组	环保智政与能源环境效率提升——基于环保约谈政策的准自然实验	啊对对对队	84	三等奖		
本科4组	智控光影千家暖一键功成万物宁——基于新时代下消费者对智能家居认知程度及消费市场发展前景的调查	斗地组	83.9	三等奖		
本科4组	“弦歌不辍，芳华待灼——安徽省大学生音乐节消费体验与认知度调查”	乐队	83.9	三等奖		
本科4组	第十五届全国大学生市场调查与分析大赛	调研共进队	83.867	三等奖		
本科4组	让树成树，让花成花——基于网络模型的安徽省三地学龄前儿童EBPs状况及影响因素的调查报告	呵护树苗队	83.833	三等奖		
本科4组	“无人”胜有人——以安徽省为例的无人驾驶网约车的公众认知度与接受度探讨	无人言一队	83.8	三等奖		
本科4组	农品“鲜”行，电商一键“农”情达——乡村振兴视域下，农产品电商顾客导向对顾客感知价值和顾客满意度影响的研究	lixiang队	83.567	三等奖		
本科4组	“垓”来运转，“遗”路生花——垓下遗址景区“遇冷”成因剖析与火爆出圈策略探寻（基于安徽省调查）	垓下复兴智囊团	83.533	三等奖		
本科4组	安徽地区正大品牌肠类市场需求状况市场调查分析	肠肠久久	83.333	三等奖		
本科4组	AI赋能百业，智能惠及万民——人工智能背景下安徽省社会公众DeepSeek认知度与推广意愿研究	前进队	82.933	三等奖		
本科4组	一根网线串起城乡，农村电商开启致富新篇章	我们是第一队	82.933	三等奖		
本科4组	茗香氤氲探新意 茶韵悠长觅商机——“传统茶”与“新式茶饮”的消费者现状分析与市场机会挖掘	数据别和我作对	82.867	三等奖		
本科4组	数字促消费，金融惠民生——基于数字普惠金融对居民消费水平影响的统计调查与计量模型分析	惠购万家属队	82.7	三等奖		
本科4组	“萌宠商机·珠城探秘”——基于蚌埠宠物经济背景下消费者对宠物幼儿园的需求与意愿的分析	汪汪队立大功	82.533	三等奖		
本科4组	老龄化背景下家庭数字金融的挑战与应对策略——来自合肥市地区城乡家庭金融调查的证据	老龄化背景下	81.733	三等奖		
本科5组	智慧医疗触“云”可及，数字健康链接未来——流感防治场景下AI医疗的公众认知、使用意愿与市场潜力研究	明天会更好队	92.833	一等奖	是(83.5)（直	
本科5组	皖邑旧痕焕奇光，至臻效卓启鸿章——以旧换新政策驱动下安徽省消费者行为实证解码和市场路径优化	皖府十一龙潜月队	92.4	一等奖	是(84.333)	
本科5组	从性价比到心价比——消费者情绪价值何以促进疗愈经济的发展？	团结奋进队	90.467	一等奖	是(87)	
本科5组	智教宏图：AI在教育领域应用的全景效益洞察与战略优化建言	智教兴国团	89.3	一等奖	是(85.167)	

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
本科5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服务发展现状研究分析	好运连连队	89.267	一等奖		是
本科5组	“智慧融桑榆，数智暖银龄”——银发经济背景下的智慧社区养老供给现状研究	智慧融桑榆，数智暖银龄	89.167	一等奖		是
本科5组	“无人是否无忧？”-自动驾驶汽车事故情境对行人接受度的影响调查	从容应队	88.9	一等奖		是
本科5组	短剧爆款频出，背后的流量密码何在？-当代微短剧市场对合肥市大学生生活方式影响的深度探寻	报告狂飙组	88.833	一等奖		是
本科5组	“智行未来”——双视角解析无人驾驶汽车的接受度及影响因素研究（基于车内用户和车外行人双重视角）	明日之星	88.833	一等奖		是
本科5组	轻食 力场——关于大学生代餐食品消费行为及偏好研究	轻食引力场	88.167	一等奖		是
本科5组	“探循能征，析电回收”——长三角五市新能源汽车电池回收现状及回收意愿的调查	比奇堡居民队	88.033	一等奖		是
本科5组	“数字扁担”挑起乡村振兴——六安农村电商赋能乡村振兴发展现状调查分析	金穗数字队	87.867	一等奖		是
本科5组	从“流量”到“留量”——红色旅游的新媒体传播路径及策略研究	宝宝巴四	87.8	一等奖		是
本科5组	智能春风“拂”银发 适老App“架”心桥	三人行	87.667	一等奖		是
本科5组	踏平坎坷成大道，斗罢艰险又出发——安徽省大学生国风游戏消费现状及营销策略的调查分析	国风智研队	87.6	一等奖		是
本科5组	数字创新赋能，生活蝶变启航——数字经济背景下数字赋能生活的现状调查与数字产品使用前景分析	凌云御梦队	87.167	一等奖		是
本科5组	智届剧幕，观万象：基于AIGC的安徽省Z世代群体微短剧用户偏好与行为研究	做大做强队	87.067	一等奖		是
本科5组	漆扇焕新承古韵，非遗绽彩启新程——基于非遗文创创新传承视角的居民漆扇消费与推广意愿调查研究	乘风破浪浪队	87.033	一等奖		是
本科5组	流媒短影促消费 数驱智决洞商机——短视频营销中消费者参与行为形成机制调查	平步青云队	86.967	二等奖		是
本科5组	智守·银龄——老年群体智能健康检测设备使用意愿影响因素调查	向阳小分队	86.9	二等奖		是
本科5组	携手男女，共防HPV，疫苗接种守护健康行——基于合肥市在校男大学生对HPV疫苗的认知现状及接种意愿研究	摇摇乐队	86.7	二等奖		是
本科5组	《足下生风催热经济，丈量体旅消费图景——基于“体育+旅游”模式的马拉松经济调查分析》	足下生风队	86.7	二等奖		是
本科5组	“深度学习赋能医疗影像”——脑肿瘤智能检测技术的市场潜力与发展趋势研究	什么都不会队	86.533	二等奖		是
本科5组	“痘”冠年华，留住青春——基于合肥市大学生祛痘类护肤品消费现状以及策略发展研究	“痘”破苍穹队	86.367	二等奖		是
本科5组	惠民“健”说，全民健身——关于杭州市百姓健身房发展现状及满意度研究	肌肉勇士队	86.333	二等奖		是
本科5组	智护健康促民生，数智赋能筑根基——健康中国战略下AI驱动的健康管理：认知提升、市场扩容与政策协同路径研究	从容应队	86.333	二等奖		是
本科5组	“药”香四溢，夜话传承：深剖中医夜市发展潜力与文化影响力研究——以“皖地医宗”安徽省为例	中医夜行队	86.3	二等奖		是
本科5组	农视界，田耕新篇；皖梦绘，歌颂丰年	新农研先锋队	86.2	二等奖		是
本科5组	“银幕燃热血，青年创无界”——“参与式文化”视域下《哪吒2》UGC与二次创作中的大学生参与行为研究	call me!	86	二等奖		是
本科5组	赓续红色血脉，淬砺苍生脊梁——新时代背景下的金寨红色文旅市场的调查分析	专业团队	85.833	二等奖		是
本科5组	皖合兴产，聚变领航——基于18家战略性新兴产业公司并购案例分析	青青向融并购组	85.533	二等奖		是
本科5组	新动能，智御未来：新能源汽车AI智驾系统用户体验及优化路径分析——以安徽省为研究样本	智能π队	85.333	二等奖		是
本科5组	智付生活，便利你我——针对安徽省部分地区支付现状及发展趋势的调查与分析	五福临门	85.267	二等奖		是
本科5组	新质生产力驱动的新能源汽车市场发展潜力三维度评估与创新路径研究——基于长三角地区消费群体的调查实证	智启未来	85.167	二等奖		是
本科5组	智汇领航，惠农兴邦：解锁乡村振兴“新密码”——安徽省数字乡村建设现状和满意度调查研究	民阜先锋队	85.133	二等奖		是
本科5组	“微”常赛道，“皖”有引力——安徽省体育周边产品市场的磁场解码	龙跃江淮队	85.133	二等奖		是
本科5组	银幕流转千年梦，国风入画万象新——国风电影的偏好分析与市场潜力	古韵新影团队	85.033	二等奖		是
本科5组	“重走取经路，再续西游魂”-在大数据时代下黑神话悟空对传统文化的影响及市场接受度的调查研究	干饭不用排队	84.9	二等奖		是
本科5组	“卤”火纯青，“制”已知彼——基于合肥市卤制品消费市场洞察的正大卤制品开发研究	合肥wbwb	84.733	二等奖		是
本科5组	“花”漾青春，“鼓”动非遗——花鼓灯在年轻群体中的认知度与传承意愿调查及推广策略研究（基于蚌埠市的实证调研）	收你们来喽	84.433	二等奖		是
本科5组	AI如何赋能未来教育者——师范生视角下生成式AI助力教学技能培养的影响调查	AI师范队	84.4	二等奖		是
本科5组	“莓”力全开——三产融合视域下长丰草莓消费者忠诚度影响机制探究及潜在市场挖掘	莓烦恼队	84.367	二等奖		是
本科5组	“碳”筑绿意——合肥市消费者碳中和认知破圈与消费行为驱动双维探析	地球修理小队	84.367	二等奖		是
本科5组	千载岐黄承古韵，庐州山水养灵根——健康消费升级背景下合肥市药膳市场消费者购买行为调查分析	膳待未来队	84.233	二等奖		是
本科5组	生成式人工智能在内容创作领域的市场渗透率和盗版风险调研	好好好队	84.2	二等奖		是
本科5组	大学“特种兵”，旅游青春志——蚌埠市大学生特种兵式旅游行为调查分析	干饭不想排队	84.133	二等奖		是
本科5组	基于新时代背景下的红色文化六尺巷的发展路径研究	啦啦队	84.1	二等奖		是
本科5组	戏韵黄梅，传承之美	梅香数研队	84.1	二等奖		是
本科5组	铸阜阳小吃连锁品牌，传颍州美食文化薪火——基于消费升级与传承困境下的阜阳小吃品牌发展研究	运气爆棚队	84	二等奖		是
本科5组	云上鱼灯舞徽韵，薪火相传续古风——安徽省居民对鱼灯舞的传承意愿影响因素调研	徽韵传薪守灯人	83.967	二等奖		是
本科5组	“盒”你一起，探索“食”尚新体验——新消费模式下剩菜盲盒的消费者认知洞悉与商家优化策略探究	怎么不队	83.933	二等奖		是
本科5组	绿韵康旅：基于绿色生活背景下消费者对绿色食品的消费行为与偏好研究	码上有数	83.867	二等奖		是
本科5组	智领未来，奔“无”止境——“无人驾驶出租车”使用意愿 调查与前景分析 ——以蚌埠市为例	自游侠队	83.833（方差10.875）	二等奖		是
本科5组	AI赋能 风险洞察 基于文本挖掘的新能源汽车供应链风险识别与评价研究	破晓执剑队	83.833（方差21.199）	三等奖		是
本科5组	徽味康养，乐享黄山——黄山康养旅游膳食品牌发展策略及中医药路径可行性研究	无敌乐岛	83.833	三等奖		是
本科5组	当“智能浪潮”席卷而来：看家电产业如何破局新生	梦想工程师队	83.733	三等奖		是
本科5组	新“夜”态，兴“皖”潮——关于安徽省年轻群体对夜经济的消费偏好及其影响因素的调查分析	胆“double”天队	83.667	三等奖		是
本科5组	探寻红色印记，感悟信仰力量探寻红色印记，感悟信仰力量——数智化背景下红色旅游高质量发展的调查研究	红色小分队	83.4	三等奖		是
本科5组	拒绝我行我“塑”，争做“可塑”之才——蚌埠市个体工商户对可降解塑料袋的认知现状及提供意愿调研	时袋先锋队	83.4	三等奖		是
本科5组	历史文化街区的旅游开发与游客消费行为调研——以安庆“倒扒狮”步行街为例	一日之功越半载队	83.3	三等奖		是
本科5组	特色农险织密保障网，参保纾困解码振兴路——基于安徽省部分地区特色农产品保险的调查与分析	麦田守护先锋队	83.2	三等奖		是
本科5组	深化养老服务，筑牢民生福祉——关于安徽省城镇居民养老模式的调查与分析	永远跟党走队	83.067	三等奖		是
本科5组	越过消费浪潮，享理性生活乐——双碳视阈下安徽省过度消费的调查研究	绿俭先锋队	83	三等奖		是
本科5组	“最懂我的人，伤我最深”安徽省消费者对大数据杀熟的认知情况及信息维护意识研究	五行我最行	82.967	三等奖		是
本科5组	有关中国乡村人口流失问题的数据分析方法研究 ——大模型在统计分析挖掘中的具体应用研究	灵感酷队	82.867	三等奖		是
本科5组	“智守健康，隐私护航”——AI辅助慢性病管理平台的用户接受度与隐私顾虑调查	AI意见队	82.867	三等奖		是
本科5组	直播热潮 理智导航——线上直播购物对大学生消费行为的影响	勇往直前队	82.867	三等奖		是
本科5组	预制摄影风潮起，高效记录随心拍——基于江苏省年轻女性群体对预制摄影的消费者行为调查与分析	大吉大利	82.833	三等奖		是
本科5组	非遗活态传承视角下消费者购买意愿的驱动机制——以泾县孤峰油布伞为例	尽善尽美队	82.833	三等奖		是
本科5组	新零售能否真的“兴”零售——基于永辉超市顾客消费满意度评价和潜在用户挖掘	BOOK倡议队	82.8	三等奖		是
本科5组	梧桐枝头栖几凤？——解码三孩政策下安徽高知青年的生育决策密码	旺旺大礼包	82.733	三等奖		是
本科5组	《青春“健”行时：大学生健康教育接受度调研与新潮宣传形式探索》	健行新洞察队	82.667	三等奖		是
本科5组	网红景点如何“破圈”，实现“流量”变“留量”——以某市大学生偏好为例	勇往直前队	82.533	三等奖		是
本科5组	少年不惧蓬山远，择业何分城与乡——城乡融合背景下安徽省大学生就业意愿差异的影响因素研究	以学习为组	82.4	三等奖		是
本科5组	冰雪“魔方”——基于新质生产力背景下冰雪经济助推实体经济高质量发展研究	冰雪队	82.333	三等奖		是

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
本科5组	宜行数智，豆闻“Z”圈——安庆市Z世代豆包用户满意度调查及市场前景分析	包你满意队	82.3	三等奖		
本科5组	从灶台到云端：年夜饭消费的“破圈”与重构	云宴共聚队	82.267	三等奖		
本科5组	安康银龄，医保启航	空山新雨后	82.233	三等奖		
本科5组	少数民族地区铸牢中华民族共同体意识路径探究	九宝唐娜	82.167	三等奖		
本科5组	认知≠买单？精准营销来破局——合肥市中药奶茶市场消费洞察及营销策略探究	专业团队	82.167	三等奖		
本科5组	“寄”望萌宠安，“养”出消费观——合肥市宠物寄养市场现状及消费者意愿研究	喵汪奇亿队	82.167	三等奖		
本科5组	供给侧深挖文化富矿，需求端解码消费图谱——基于安徽省文化消费大数据与新时代消费行为追踪	果宝特攻队	82.167	三等奖		
本科5组	《哪吒之魔童闹海》市场洞察与潜力挖掘调研	想加智育	82.1	三等奖		
本科5组	“智同道合谋发展，山止川行创新高”——大学生人工智能大模型辅助学习的思考与调查	问卷小能手	82.1	三等奖		
本科5组	文脉绵延传古韵，商机涌动焕新姿：聚焦传统文化IP元素对商品市场表现影响的深度调研	古韵新研队	82	三等奖		
本科5组	小巷微光，创业同行——关于苏州市社区创业现状的研究	创微光	81.967	三等奖		
本科5组	鲜香解码，费比寻常——基于合肥市鸡肉小食品市场的消费趋势洞察	鲜香解码队	81.867	三等奖		
本科5组	以乡土为根，以创新为翼——黄梅戏传承与发展的时代之思	深藏blue	81.833	三等奖		
本科5组	“双碳赋能，智护芳华”——基于多模型分析的新能源女性生理用品小贩机器人市场调查与发展策略研究	奇迹暖暖队	81.733	三等奖		
本科5组	“智”能无界，“价”值几何？——大学生对生成式AI的付费意愿及价格敏感度调查	AI复仇者联盟队	81.7	三等奖		
本科5组	从“黑神话”到“红”神话——国产3A游戏认知与助力传统文化传播的调查研究	ROSE	81.667	三等奖		
本科5组	赋能or风险——安徽省民办高校学生生成式人工智能应用情况调查	市调小纵队	81.667	三等奖		
本科5组	智启岐黄——中医学子视角下AI技术对中医药就业生态与职业发展路径的影响探究	这是五个字	81.567	三等奖		
本科5组	非遗+游戏：文化传播的“破圈”之道——解锁数字背景下的文化传播密钥	松鼠囤货过冬计划组	81.5	三等奖		
本科5组	低价破圈“拼”出“食”机——基于“拼好饭”模式下市场下沉驱动力与拓展路径的探究	大聪明	81.467	三等奖		
本科5组	“稼如巨笔写华章，东方潮起源小岗” 爱国浪潮下红色旅游市场分析与发展 研究——以小岗村为例	格格格兰芬多队	81.433	三等奖		
本科5组	《米香盈口，零食悦心——大米类零食消费意愿的影响机理与对策》	专业团队111	81.433	三等奖		
本科5组	洛神水赋不“水”——河南卫视传统文化节目收看行为的影响因素研究	感觉都很队	81.4	三等奖		
本科5组	从“上头”到“上价值”：大学生短剧用户画像与付费意愿的影响研究	短剧洞察先锋队	81.267	三等奖		
本科5组	守护“舌尖防线”：民众重食安，征途何所向？——以安徽省市民为例	开心护“胃”队	81.2	三等奖		
本科5组	茶“联”IP，“饮”领潮流——新茶饮IP联名的Z世代消费驱动实证研究	蒸蒸日上	81.133	三等奖		
本科5组	虚实共生：Z世代为AIGC虚拟偶像付费动机图谱研究	从容应对	80.833	三等奖		
本科5组	“味”你而来，定制专属你的网络厨房	想象派对	80.8	三等奖		
本科5组	“钱”生注定，喜结良“元”——基于安徽省Z时代婚育观念受经济影响的调查与分析	阿对对对	80.433	三等奖		
本科5组	情绪对岸，灵魂羁绊——安徽省虚拟情感商品市场现状调研与消费特征探究	幻情研梦队	80.033	三等奖		
本科5组	数智绘影，情感新生——AI虚拟陪伴情感重塑及发展展望-基于合肥市大学生调查研究	毅往无前队	79.967	三等奖		