

“正大杯”第十六届全国大学生市场调查与分析大赛 专科组省赛（统一评审）进入国赛名单

团队名称	作品名称
“潮起长安”团队	“微”观西安，“剧”焦长安 基于多模型融合的短剧受众消费决策与社会价值共创研究
“翼”起速达队	北疆新机遇，低空智未来——低空经济背景下内蒙古低空物流配送服务发展现状调研
Max队	沉浸式夜游对传统园林景区转型的影响研究——以上海大观园为例
Z宠智造团	智敬青春——趣享陪伴：深圳市Z世代对潮玩宠物机器人的需求及使用意愿调查研究
北疆新韵	数字北疆，非遗新生——北疆非遗数字馆用户体验调查及发展路径研究
财思妙想	昔日贵族文，今朝掌上珍——花腰彝绣非遗消费者购买意愿与发展路径调查报告
菜华横溢	一叶知滇，蔬香万里——云南有机蔬菜BC端消费者购买意愿、信任机制及影响因素研究
承绣启新队	承非遗文脉 创文创新生 ——柯尔克孜族刺绣文创产品市场接受度及Z世代消费意愿调研报告
创影新声	“指尖短视绘风向，青年消费启新章”短视频平台对当代大学生现有消费观念与消费行为影响研究
代际情绪翻译官组	科技补位，情归何处？ ——科技服务“替代”传统支持下的深圳老年人社会连接感变化研究
蛋仔派队	“镜”观其变，智护桑榆 —— 智慧监护多元接受度与发展策略研究
低空耘层	“生命通道”的最后一公里：公众对无人机应急投送的认知与协同意愿研究
第一梯队	国潮“吉”韵，“膨”然心动——吉林省杂粮膨化食品市场消费行为研究
滇银智陪团	银发就医，陪诊可信：人口老龄化背景下云南省老年人医疗陪诊服务需求机制、信任风险与支付意愿研究
点石成金队	“点”石成金——市场需求视角下云浮石材工业边角料文创化转型的推广策略研究
洞察万千	“探析租住新逻辑，解码租住新图景”——北京市民租房租赁选择行为与购房意愿分析（丰台区实证）
格物调研队	Z世代线下观演类娱乐的消费态度、行为和体验研究
海底小纵队	“AI真假难辨，你还敢信它吗？”——生成式AI幻觉感知情境下的继续使用意愿与信任修复路径研究
海底小纵队	云岭新引力-基于推拉理论的云南省Z世代“奔县式旅游”行为动机及作用机制研究
护牙先锋队	AIGC技术赋能下美加净牙膏品牌焕新策略研究
健康护卫队	“数”护青春，“智”享健康——高校学生健康数据智能化管理现状及发展对策
乐享人生	归雁留巢，筑梦乡野——青年留乡意愿影响因素调查分析
联名茶饮忠实爱好者	从“昙花一现”到“经久不衰”-基于国产手游和茶饮联名的调查报告
陇萃真味组	陇上“萃”色，面向“味”来 ——兰州陇萃堂蘭岷旺牛肉面的市场调研报告
旅行密码破译团	被“种草”的远方，说走就走的青春——穷游类短视频对大学生旅游消费转化影响的调研
绿研洞察组	“绿”动校园：乌鲁木齐可降解外卖包装推广及调研
青春领航团队	当外卖遇上大模型——阿里千问AI外卖服务发展前景与石家庄消费者使用意愿研究
青禾助龄队	开发“长寿红利”：政策激励视角下湖南省银发人力资源就业意愿调查与开发路径研究
青葵乡韵传	一叶知“困” 一“扇”生机——非遗葵艺传播痛点与传承发展路径研究分析
轻悦队	轻食轻配，活力加倍——长春市大学生轻食消费现状及定制化轻食配餐服务方案
市在必得队	大学生潮玩盲盒消费中情感价值、IP认同对品牌忠诚的作用机制研究
守望桑榆团队	让“夕阳红”动出“健康范”——健康老龄化视角下长沙市城市群社区老年体育发展与服务需求研究
数财数据超能打小队	环卫资金投入使用效益评估及居民满意度调查研究
数智乡村“CT组”	“数字引擎·乡村善治”韶关南雄市乡村治理数字化转型的洞察、机制与精准赋能路径研究
速战速决	“智”能助跑还是“滞”能思维？ ——基于全国1539名大学生AIGC使用与双创能力的实证调研
天山银发智护队	政策赋能银发潮，智护安康享晚年——博乐市老年人智能穿戴设备使用现状与消费需求调研分析
屋脊丹青队	屋脊丹青留古意，指尖非遗焕新生——潮汕地区非遗嵌瓷活态传承与市场化研究报告
无	“早八人的‘续命’经济学”——北京高校学生咖啡消费分层机制与渠道结构研究
五味帝黄丸	基于拓展TAM模型的AI赋能在线问卷平台转型机制与实证分析
乡邻互助队	乡村振兴背景下农村互助养老的发展现状与优化路径调查
香遇岷点洞察组	解码岷州风味 赋能点心产销——甘肃岷县点心市场调研报告
向新逐光队	《青春“留”驻，向“新”而行-关于新质生产力背景下高职院校毕业生留本地就业调查》
向阳而行队	陪伴谢幕仪式赋能-宠物殡葬的认同逻辑与付费边界研究
一团乱麻	关于北京市公共充电设施布局优化的研究
艺旅星情	宁寨康韵,旅护共生——宁夏隆德民族特色村寨旅游开发与文化保护协同发展调研
知行致远队	墙外开花墙内香：海外背书对Z世代潮玩消费决策的影响机制研究
智汇养老金融组	数字时代中老年人养老金融产品认知与投资意愿影响因素研究
追风逐日队	“乡”聚肖泾寻野趣，“旅”活乡村绘蓝图——上海市肖泾村乡村旅游游客满意度影响因素及提升研究
自强队	Z世代视角下沉浸式民俗演艺消费决策机制与路径优化——以《千年铁魂》为例