

“正大杯”第十六届全国大学生市场调查与分析大赛 专科组省赛结果公示（统一评审）

序号	作品名称	团队名称	省赛奖项
1	“AI潮涌 职路知危”：AI技术赋能下高职院校大学生职业风险感知影响因素调查—以肇庆地区为例	AI创能小组	省一等奖
2	AIGC工具在大学生学习与创业中的应用现状及商业化潜力调查报告	book思议队	省一等奖
3	“包”藏热爱，疗愈青春——广东大学生“痛包”经济消费动因分析报告	包在青春队	省一等奖
4	安化黑茶产业高质量发展调查报告——基于217家茶企访谈及1439份问卷的分析	茶研寻“湘”队	省一等奖
5	“宠”新定义，“法”入人心——上海市宠物立法公众态度与需求行为调查研究	宠治青年说	省一等奖
6	老有所游——银发旅游市场消费体验与需求调研	创数调研队	省一等奖
7	基于SICAS模型的德庆贡柑园游戏化采摘体验营销策略调查	从容应队	省一等奖
8	私密守护健康未来——昆明城市大学城女性生理健康自测产品市场调研报告	滇韵康护队	省一等奖
9	大学生“反向消费”行为调查研究——以平替、二手与平价国货为例	反向消费行为研究组	省一等奖
10	飞入校园“最后一公里”：低空经济背景下无人机外卖使用意愿与机制分析——以云南高校为例	飞翼科创	省一等奖
11	沉浸感视角下触视听因素对用户吸引力的影响研究	感官跃迁队	省一等奖
12	云健身，正青春——广东大学生云健身使用动机与影响因素调研报告	果宝特攻队	省一等奖
13	地域文化视角下兰州牛肉面品牌认知度与传播效果调查研究	海底小纵队	省一等奖
14	续航无忧，畅行申城——上海市新能源车公共充电桩用户满意度及优化路径调研	沪充智研队	省一等奖
15	多方主体协同与口岸效能提升——满洲里—后贝加尔口岸跨境物流协同对中俄贸易效率的市场调查与优化方案	汇贸先锋队	省一等奖
16	为“爱”付费—AI伴侣用户的付费动机分层与情感劳动价值感知调研	会人一计	省一等奖
17	“耳朵经济”下的数字原住民——大学生在线音乐收听与消费行为研究	会员到期摸鱼队	省一等奖
18	青果凝乡韵，坚果兴龙塘——清远市龙塘村澳洲坚果“一村一品”建设的产业调研与振兴路径	坚果筑梦队	省一等奖
19	伊犁“蜜”码——尼勒克黑蜂蜜在乌鲁木齐市场的认知断层与渠道突围调查	疆蜜出圈队	省一等奖
20	新疆维吾尔自治区南疆地区普通话普及度	疆语调研团	省一等奖
21	榫卯新韵	匠心云坊	省一等奖
22	正大速冻饺子新品市场调查报告	饺向未来	省一等奖
23	流行文化流量冲击下文化遗产旅游的价值转化机制研究——以《黑神话：悟空》带火的山西古建筑为例	决策智库	省一等奖
24	深耕口岸·助力发展——满洲里口岸地区文旅消费市场调研	口岸文旅调研团	省一等奖
25	“悦己”循本心，“社交”随世情—大学生悦己与社交型消费调研	买队	省一等奖
26	蒙古族服饰非遗传承现状及市场化路径探究	蒙韵传承队	省一等奖
27	千年长安味，一碗泡馍香——西安泡馍的市场调查与分析	馍力三剑客	省一等奖
28	逐云而居-云南旅居行业发展现状及群体行为因素研究	你说对就队	省一等奖
29	云端瞰山海，鹏程入画来--深圳低空观光消费需求特征及产业发展策略实证研究	鹏程瞰深队	省一等奖
30	当代大学生身材焦虑现状、形成机制与干预策略研究	破界青年团	省一等奖
31	秦岭馈赠，如何入“胃”年轻？	秦养新语	省一等奖
32	“茶”颜观色，“俄”韵悠长——俄罗斯消费者对中茶消费偏好及购买意愿的调查研究	清醒一点	省一等奖
33	身心俱“脆”—脆皮大学生群体健康问题调查研究	求真致远队	省一等奖
34	基于旅游体验的莫干山开元森泊度假乐园服务品质优化研究	三带一对	省一等奖
35	“苍洱蓝韵，布上青花”——大理白族扎染非遗产品的市场调研研究	三人行	省一等奖

序号	作品名称	团队名称	省赛奖项
36	“鲜”入社区，水陆竞辉：昆明市社区生鲜店消费现状及市场破局之路探究	生鲜特勤队	省一等奖
37	“直击直播新赛道，探索转化新密码”——花西子抖音直播间用户消费行为与转化路径实证分析	石页车干牛冲	省一等奖
38	大学生赴疆旅游偏好与决策研究	时光调研	省一等奖
39	“预”见新食，“制”度接受，深圳市居民对预制菜的接受度的调查	食光探索队	省一等奖
40	双减背景下,东北地区家庭对教育智能硬件的采纳与决策调查	手指第一	省一等奖
41	手作疗愈，慢享时光——大学生情绪疗愈手作产品消费行为影响因素调查	手作消费洞察组	省一等奖
42	数字人短剧助力本草饮推广效能研究——基于西安市场的实证分析	数视药饮	省一等奖
43	为成长充值，为梦想付费——当代大学生在线学习消费观察	四大金刚队	省一等奖
44	酥香入馔 预制出圈——正大蜀风小酥肉市场全景调研分析的市场调查报告	酥味预制洞察团	省一等奖
45	从“尝鲜”到“常吃”：甘味速食在高校的消费密码	素质小队	省一等奖
46	智消数字壑，情暖夕阳红——老年人智能电视使用困境与适老化改造路径研究	探壑寻解队	省一等奖
47	养生潮咖：本草咖啡消费者画像、接受度及推广策略研究	探索者	省一等奖
48	“云端之翼，田野之梦”——德庆县农户对无人机植保服务选择意愿的影响因素调查	天空小分队	省一等奖
49	考研“热浪潮”与教育“冷思考”——财经类高校学生升学现状调研	天使精英	省一等奖
50	中国不同区域居民消费水平差异分析	天天开鑫	省一等奖
51	关于AI使用对在线问卷平台运营影响的现状分析与未来预期	问卷特攻队	省一等奖
52	“思维外包”的隐忧AI工具依赖对高职院校学生批判性思维与原创能力的影响调查	五奥德赛	省一等奖
53	北京市共享单车用户满意度影响因素的调查研究	五柱擒龙	省一等奖
54	强村兴旅 共富筑梦-强村公司农文旅项目村民参与 意愿与发展期望调研	乡创未来	省一等奖
55	长三角一体化示范区乡村亲子研学旅游资源现状与产品优化策略研究	乡村旅游GoGoGo	省一等奖
56	科技助碳·数启新程数字化工具赋能居民低碳生活的现状分析与优化策略研究——以广州市为例	骁领创梦	省一等奖
57	乡村振兴背景下品牌形象对茶产品消费者购买意愿的影响——基于象窝茶的实证研究	研值担当团队	省一等奖
58	指尖上的消费：大学生短视频平台购物行为现状与特征分析	一路前行队	省一等奖
59	“短”而不凡 “剧”焦未来——关于短剧市场观看偏好及其影响因素的调查分析	一拍即合队	省一等奖
60	晚晴不孤，智慧人心：银发适老化智能机器人市场调查与优化策略——基于幸福感提升视角	勇往直前	省一等奖
61	高职院校大学生课余时间管理状况调查研究——以南疆地区某高校为例	勇往直前	省一等奖
62	“零”活多变，古方新“食”——新中式养生零食消费行为与市场潜力挖掘调研	与“食”俱进队	省一等奖
63	“老粤味”焕新“青春范”——广东大学生对本土老字号品牌的消费偏好与购买行为研究的消费偏好与购买行为研究	粤青焕新队	省一等奖
64	“崆峒问道 康养延年”——甘肃崆峒山银发养生旅游市场调研报告	云游纪	省一等奖
65	“健康食尚，赋能成长”——正大肉制休闲零食上海地区市场调研与营销策略	正小点沪味队	省一等奖
66	智护租所，安享生活——青年租房群体智能安防产品需求特征调查研究	智安先锋队	省一等奖
67	Z世代AI眼镜购买意愿与市场策略调查	智见随行	省一等奖
68	“湘”约“智”行：自动驾驶网约车消费驱动力与市场前景调研——以长株潭地区为例	智行创想队	省一等奖
69	逐光而行·夜跑之选-城市夜跑行为调查研究报告	逐光而行队	省一等奖
70	低空不迷航，“翼”启新蓝海——株洲市民用无人机消费市场调研与优化路径研究	追风赤马	省一等奖
71	Z世代线下演唱会消费行为调查	追光调研团队	省一等奖

序号	作品名称	团队名称	省赛奖项
72	南疆乡村振兴背景下高校毕业生留疆创业意愿调研—以克州为例	卓越小组	省一等奖
73	基于SPSS与统计建模的电商销售数据	0001	省二等奖
74	预制菜消费群体差异及购买影响因素研究—以咸阳市为例	KOL	省二等奖
75	"申城记忆"基于AR技术的上海历史文化体验系统设计与实现	oh no小组	省二等奖
76	助力“百千万工程”，VR对德庆县官圩镇旅游市场影响因素调查	VR旅游突击队	省二等奖
77	文创IP与地方特产融合背景下，高端纸箱的颜值经济价值赋能研究	啊对对对	省二等奖
78	获得感=满意度？——“百千万工程”背景下鼎湖山景区游客体验的实证研究	百千万·知行队	省二等奖
79	“株”联璧合，“智”动未来——“运动热”背景下株洲市智能可穿戴运动设备消费意愿及影响因素研究	报告改到秃头队	省二等奖
80	北方新能源汽车购买意愿	北方新能源汽车	省二等奖
81	预制菜市场大学生消费者态度与行为考察报告	布啦啦队	省二等奖
82	梯度格局解码与协调路径探索——基于2024年统计数据的中国四大区域居民消费水平差异调研	超级马里奥	省二等奖
83	医养结合 路在何方——基于IPA模型的昆明市老年人养老服务需求与满意度调查	春城颐养队	省二等奖
84	从蔗田到心田：乡村振兴背景下助农品牌年轻化的市场激活路径研究——以云南三甘古法红糖为例	从“蔗”出发	省二等奖
85	"家常味"的工业化重构——毛氏红烧肉快手菜用户体验与市场接受度研究	大部队	省二等奖
86	态度为桥，意愿为径——云南省有机食品消费的决策影响因素深度解析	滇韵食研队	省二等奖
87	虚拟代言人特征对乡村生态游客旅游意愿的影响研究	巅峰极速	省二等奖
88	“空中走廊”通秦岭——低空经济赋能生态康养的路径探索	对对对队	省二等奖
89	从扎堆到归己——都市青年“反向旅游”的动机、体验以及情感价值研究	反套路研究队	省二等奖
90	从工业锈带到生活秀带——上海杨浦与徐汇滨江工业遗产活化与文旅融合调研分析	工业滨江调研团	省二等奖
91	Z世代情绪消费行为、痛点及优化路径 ——以西安市为例	观市知微队	省二等奖
92	精致羞耻与精致惰性能否共存？——以Z世代男性国货彩妆调查（以花西子为例）	国货彩妆洞察组	省二等奖
93	短视频特征对非遗手工艺品消费者购买意愿的影响研究	哈基米南北绿豆队	省二等奖
94	“国”风逐潮，“潮”启新程——Z世代大学生国潮消费动机与购买意愿调查研究	华潮研析队	省二等奖
95	“烟火深圳，百味相逢”——针对深圳市地摊经济的学生消费市场的调研及前景分析	来给“深火”加点料	省二等奖
96	草原文化赋能：蒙古奶茶在乡村振兴中的品牌化与文化创新研究	狼图腾	省二等奖
97	指尖有乾坤，“智”领新学态——基于学习者视角得智慧教育软件使用行为研究	励行致远队	省二等奖
98	绿色生态筑底、北疆文化铸魂——呼伦贝尔市草原旅游市场调研与产品开发策略研究	绿原寻旅	省二等奖
99	“吃谷”一代：二次元周边消费行为与圈层认同调研	漫研消费小队	省二等奖
100	用户行为与广告效果研究——基于长、中、短视频、社交媒体及音频平台的比较分析	媒介捕手组	省二等奖
101	草原医脉·牧乡振兴—蒙医文化赋能乡村振兴	蒙韵兴乡小组	省二等奖
102	从“功能满足”到“情感共鸣”——深圳居民对AI虚拟陪伴产品的需求与使用意愿研究	暖智同行	省二等奖
103	被算法种草，还是主动破圈 短视频推荐对大学生消费行为的影响机制研究	破茧队	省二等奖
104	一盏离愁黄河畔，万里新凉玉杯间——兰州市青年群体白酒消费疏离现象调查研究	破晓之光	省二等奖
105	一阅倾心，“费”常心动——大学生网络文学阅读与消费行为研究	奇思妙想队	省二等奖
106	“骑”实很治愈？——青少年抑郁运动干预新赛道的用户留存与付费意愿调查	骑心协力	省二等奖
107	创享临港：大学生灵活就业权益守护与职业发展领航路径研究	青力青为	省二等奖

序号	作品名称	团队名称	省赛奖项
108	高三毕业生入学前多媒体工具场景适配调研	青媒智研队	省二等奖
109	智享消费，直播新风尚——甘肃省高职高专学生直播消费行为调研报告	青年消费洞察队	省二等奖
110	新疆多民族文化特色盲盒市场接受度与设计调查	三链二维	省二等奖
111	铁花不烫，人心可暖？——数字人主播替代高危非遗表演者对消费者付费体验意愿的影响	三水的秋	省二等奖
112	长沙市低龄老年灵活就业现状调查及提升研究——基于银发人力资本开发的视角	三只羊	省二等奖
113	绿韵三秦，居理力争——以旧换新政策下智能家电消费升级调查	陕居焕新队	省二等奖
114	县城里的“数字游民”与“零工经济”——返乡青年参与县域新业态的就业质量监测	上天保佑组	省二等奖
115	瓷器在青年群体中的消费认知与传播路径研究	深藏blue队	省二等奖
116	“食”光疗愈，“味”来慰藉：情绪消费视角下Z世代正大“炭烤猪肉（原味胡椒）”休闲零食的消费动机与市场细分研究	拾光小队	省二等奖
117	美食赋能文旅 味觉牵引出行——本土特色美食对天水城市形象与旅游意向的影响调查报告	食来运转队	省二等奖
118	深圳无人机外卖配送市场前景与消费者接受度调查研究	市调萌新	省二等奖
119	大学生功能性食品消费现状调查分析	数智洞察团	省二等奖
120	“屏”卷童年，“短”控视界——广东省中小学生短视频使用迷思与潜藏风险的调研分析	刷研事务所	省二等奖
121	关于疗愈型经济发展新趋势——治愈系盲盒未来的市场前景及诞生意义	顺风顺水队	省二等奖
122	AIGC技术赋能下老字号品牌年轻化转型路径调研——以哈氏蝴蝶酥为例	酥智同行	省二等奖
123	丝苗鲜米·粤味新食：清远鲜食米饭项目	穗粤先锋队	省二等奖
124	当短剧遇见AI——AI仿真人短剧的用户接受、消费意愿与市场潜力研究	铁三角	省二等奖
125	“剧”观青春：大学生短剧观看现状与生态解析	同心圆	省二等奖
126	智能腕带设备消费意愿影响因素及市场细分研究——基于广东省的实证调查	腕上科技	省二等奖
127	非遗文化赋能视角下翁丁侏寨乡村旅游发展现状及游客意愿影响因素调查	五维求真队	省二等奖
128	数字化背景下戏曲类博物馆游客体验与传播效果研究	西秦探客	省二等奖
129	情绪经济背景下宁夏高校大学生悦己型消费的心理动因及市场响应策略	消费调研先锋	省二等奖
130	新疆沙棘在高血压及心血管疾病中的应用与作用研究	新疆棘语者	省二等奖
131	大学生AI使用现状、满意度及学习影响调查报告	星火队	省二等奖
132	休闲“食”光，“娱”你同行——Z世代视角下休闲食品新媒体营销优化路径调查研究	休闲“食”光	省二等奖
133	高职院校大学生人工智能（AI）使用情况调查研究——以南疆地区某高校为例	旋风霹雳	省二等奖
134	“萌兔跃乡野，乐园映民心”——乡村振兴背景下农文旅融合项目的消费者接受度研究	瑶乡萌兔队	省二等奖
135	“英”你心动，“潮”你奔赴：英歌舞抖音短视频观看体验对旅游意愿的影响因素调查	英你而来队	省二等奖
136	让便民设施更方便——公共场所便民设施使用市场调查与分析	勇闯敢干队	省二等奖
137	预纾师压，韧筑心康——在教育强国背景下惠州市教师工作压力、心理韧性与心理健康的关系研究	预研师语队	省二等奖
138	开盒开盒见粤，让岭南文化潮起来——广东博物院盲盒文创产品消费市场分析	至上励合	省二等奖
139	智护桑榆：2026年AI大模型赋能城市独居老人的应急守护与情感陪护模式研究	智护桑榆队	省二等奖
140	智适银龄，定制安康——AIoT驱动下智慧养老家居定制化路径与市场潜力研究	智适银龄队	省二等奖
141	00后应届毕业生就业影响与职业	逐光者	省二等奖
142	蓝染新韵--扎染文创商品年轻化改造与消费市场调研	逐梦者联盟	省二等奖
143	“掘金银发消费潮，探索退休消费路”-数字经济背景下退休人群消费行为特征及影响因素实证研究	卓越	省二等奖
144	CCD“租”迹：一台旧相机的校园漂流记	“租”光捕影队	省三等奖

序号	作品名称	团队名称	省赛奖项
145	种草对西安高校大学生轻旅游线上消费决策的影响研究	A队	省三等奖
146	新兴膨化食品品牌的市场突围路径——天津狗牙儿食品大学生认知与消费偏好实证调研	boom776	省三等奖
147	中国智能农业装备应用现状-障碍-破局路径调研	champion	省三等奖
148	跟着大学生，让非遗“活”在旅途	OneOne队	省三等奖
149	清远市卧式健身车普及及调研分析	Sky小组	省三等奖
150	“秦韵”新篇，元宇赋能——元宇赋能陕西中医药文化传承调查分析	本草新筑队	省三等奖
151	三春花事好，一口饼香浓'云南鲜花饼消费行为与市场潜力研究	比完就去开派对	省三等奖
152	助力百千万工程，VR对德庆县官圩镇文化发展影响因素调查报告	别批评多鼓励	省三等奖
153	素盏盛春露，清风醉茶颜--基于长沙特色品牌茶颜悦色分析消费者对新茶饮行业购买意愿影响	超强战队	省三等奖
154	咸阳市陪诊服务行业市场调查报告	超越队	省三等奖
155	银发家居的“空间革命”——居家智能护理床市场需求与消费决策影响因素调查报告	诚毅创行队	省三等奖
156	古韵新声，文旅共振—德庆龙母祖庙文化体验对游客旅游意愿的影响因素调查	承古知今队	省三等奖
157	Z世代“指尖解压”消费行为研究：以解压玩具为例	触愈人心队	省三等奖
158	“塑绿未来，知行合一”：兰州可降解塑料制品市场推广现状	春天小队	省三等奖
159	都市亚健康干预服务市场的供需现状调研-消费者对服务行业选择意愿影响	第一队	省三等奖
160	“情感驱动，体验之上”——电商生态重塑下Z世代线下观演消费态度、行为和体验机制研究	洞察新生代	省三等奖
161	“忆”“制青年，定制校园新”“忆”点“忆”制一步，“忆”刻珍藏不褪色	独行者	省三等奖
162	“被照护，还是被监控？”——大湾区老年人对智能看护技术的接受边界与信任机制研究	队队队	省三等奖
163	大学生“反向旅游”现象研究：消费心理与经济促进效应	反向旅游队	省三等奖
164	青年群体视域下广东省传统戏曲传播痛点及突破路径研究	非遗寻声队	省三等奖
165	Z世代线下观演类娱乐消费态度、行为与体验	观演Z力队	省三等奖
166	茶韵出山，振兴乡村——九字“出山”与乡村振兴战略融合路径调查报告	嗨底小纵队	省三等奖
167	星象为引，疗愈同行——关于占卜服务如何缓解大学生现代性焦虑的调查研究	好运连队	省三等奖
168	“数”智融冷链，“鲜”流启新程—数字经济赋能生鲜农产品冷链物流高质量发展路径调查研究	合作致胜	省三等奖
169	清远市牙膏市场需求特征与渠道运营效率调研分析	红星	省三等奖
170	基于多区域消费调查的正大毛氏红烧肉设计改进与商业价值分析	红韵匠心组	省三等奖
171	潮汕特色农产品品牌分析：从资源优势到产业优势	会幸福的对不队	省三等奖
172	闻庆阳文化，晓非遗故事——庆阳非遗产品市场调研报告	慧如意	省三等奖
173	林甸“云养鸡”-线上认养与温泉文旅的融合振兴新模式	鸡蛋黄团队	省三等奖
174	大学生对AI大模型的使用画像与满意度调研	快乐划水组	省三等奖
175	Z世代消费需求下咸阳渭城区老街文化遗产与商业运营协同发展研究	老街调查	省三等奖
176	传统文化类短视频的传播现状及传播效果调研	联创之巅队	省三等奖
177	“拼”出来的实惠与隐忧：大学生对美团“拼好饭”消费意愿及满意度调查研究	凌云队	省三等奖
178	旅行疗愈：从自身认知视角构建心灵创伤修复路径	旅行疗愈小队	省三等奖
179	赋能沿边开放 聚力育才兴边——满洲里口岸俄语人才就业趋向与培养优化研究报告	满洲里口岸远航队	省三等奖
180	“深”启东方，“索”引自信--基于AI崛起效应的智能化普惠调研	美的三剑客队	省三等奖
181	校园便利店消费需求	梦想航行者	省三等奖

序号	作品名称	团队名称	省赛奖项
182	破局“刺客”迷局，回归消费本真——新茶饮场景下消费者心理与市场规制研究	明察破局队	省三等奖
183	大学生猪肉铺消费习惯	摸鱼队	省三等奖
184	年味破界：传统元素赋能城市新型年味吸引力研究—以深圳为例	年味破界研究队	省三等奖
185	“软”心呵护，“正”待佳肴——正大快手菜「失能老人软餐系列」开发与适老化推广	暖心食光小队	省三等奖
186	正大猪肉类预制菜在上海市的市场认知与消费行为调研	气吞山河破万敌	省三等奖
187	新饮新势，青咖聚幸——基于4S理论的瑞幸咖啡大学生市场营销策略分析	青咖研策团	省三等奖
188	边缘智能与全时守护：奉、青、嘉县域社区养老AI预警机制的适老化优化研究	青云团队	省三等奖
189	尚宫厨品牌全国市场占有率、销售策略及渠道分析报告——以湖南省为样本	舌尖数据官	省三等奖
190	不同媒介使用习惯与广告反应模式研究报告	深藏blue	省三等奖
191	关于音乐对大学生情绪价值的调查	深藏blue队	省三等奖
192	狗牙儿食品健康膨化食品市场需求与偏好研究	深藏Blue队	省三等奖
193	新疆大专生绿色低碳生活践行情况调查	拾光队	省三等奖
194	新生代大学生电商购物行为特征与偏好研究	市场锐思队	省三等奖
195	包头市大学生人工智能工具使用现状调查	市调追梦队	省三等奖
196	中式养韵，青年消费-大学生新中式养生消费行为及影响因素分析	市在必行队	省三等奖
197	银发经济背景下人力资本化养老模式探索研究	蜀道山的竹和桃	省三等奖
198	薯香富硒地，遂溪产业兴——遂溪县甘薯产业高质量发展对策研究	薯光队	省三等奖
199	“银”领便捷——四大国有银行线上服务便民效果市场调研	数银先锋队	省三等奖
200	信任鸿沟与破局之道——闲鱼平台交易风险与用户信任体系构建研究	数智闲鱼队	省三等奖
201	正大快手菜新疆本土化创新与全国推广策略研究	丝路鲜牧	省三等奖
202	文化自信背景下品牌形象对国潮服饰消费意愿的影响	坦克后视镜	省三等奖
203	石家庄人们旅游消费问题的研究	天韵队	省三等奖
204	条山承沃土，果溢四海香——甘肃条山农产品市场调研报告	田韵小组	省三等奖
205	搭子社交模式下本地餐饮与娱乐消费决策影响调研报告—以广东省为例	湾区搭子行为调研队	省三等奖
206	“VR赋能·助农兴产”——德庆县官圩镇农产品销售中VR技术应用影响因素调查报告	万一能答队	省三等奖
207	‘反向调适’与‘主动破局’高职院校大学生就业信心现状及影响因素	文法系1队	省三等奖
208	AI助眠·安睡肇庆——肇庆市中年群体AI助眠需求影响因素调查及市场开发策略研究	问卷特种兵队	省三等奖
209	青年视角下粤剧非遗传播与消费意愿调查研究	我们一定行	省三等奖
210	基于消费者行为的广东省鸡肉深加工制品健康属性与本土风味需求及市场潜力研究	伍玖陆零	省三等奖
211	“鲜”宠相伴，食安为基——宠物行业鲜食安全现状与优化路径调研	鲜食安研社	省三等奖
212	Z时代线下演唱会消费态度、行为和体验研究	线下演唱会研究团队	省三等奖
213	儿童出生认知与家庭性教育现状探析——基于五地家庭的调查与比较研究	小个说的都对	省三等奖
214	“鲜”锋青年，引领校园新“食”尚，“鲜”行一步，“食”刻共享不打烊	校园共享冰箱调研队	省三等奖
215	为‘心动’买单——情绪价值驱动下的悦己消费行为研究	心潮研究队	省三等奖
216	新时代高校学生证书备考与长效学习规划分析	星火超峰队	省三等奖
217	大学生网络直播购物行为及态度研究	星梦	省三等奖
218	AI对在线问卷平台的价值与影响	幸福一家人	省三等奖

序号	作品名称	团队名称	省赛奖项
219	“码”上信任——基于质量追溯体系的英德红茶消费者信任与支付意愿调研	玄武队	省三等奖
220	智驾正当时，“驾”驭新趋势——智驾汽车的舆情特征与用户购买决策驱动因素研究	颜值爆表五大神人队	省三等奖
221	AI漫剧市场调查分析	晔洛天宸	省三等奖
222	中国省级人口老龄化与医疗资源供给的匹配度分析	医养匹配调研队	省三等奖
223	数字技术赋能传统商贸流通业升级的调查报告 以义乌小商品为例	有梦可待组	省三等奖
224	正大禽肉制品复购意愿与满意度调研报告	正大食验团	省三等奖
225	正大恰玛古速食产品市场开发可行性研究	正疆益行队	省三等奖
226	消费者预制菜购买意愿及影响因素——以湛江市为例	知行调研队	省三等奖
227	AED在身边，“救”敢为--惠州市居民AED的认知、使用技能、施救意愿及影响因素分析	知行合“医”先锋队	省三等奖
228	碎片化时代的视听选择:短剧爆火与长剧坚守背后的青年社会心态态分析	知行汇客	省三等奖
229	AI生成式内容对大学生学习及创作的影响	知行小队	省三等奖
230	兰州高校学生对县域农村助农直播短视频关注度与传播意愿研究	直播助农小组	省三等奖
231	大学生对“双碳”目标的认知和行为响应	智慧星组	省三等奖
232	DeepSeek在职业院校“生根发芽”了吗? ——学生应用现状调查分析	智启学途	省三等奖
233	技能成才背景下高职院校学生“躺平”行为的驱动因素与正向引导策略调查研究	智子棱镜	省三等奖
234	“双减”政策下中小学生学习现状、问题及规范发展的研究——基于1495名中小学生的调查研究	追光少年	省三等奖