

第十三届“正大杯”全国大学生市场调查与分析大赛专科组省赛晋级国赛团队信息表

序号	团队名称	作品名称
1	纸上得来终觉浅	“职否，知否”职业教育现状与发展前景探究——以合肥市为例
2	皖美归雁队	返乡“新农人”描绘“皖美”乡村新画卷——全面推进乡村振兴背景下安徽省青年返乡就业创业情况调查
3	风暴小组队	新一代“孔乙己”穿上长衫时我们是“任”还是“认”？——高职院校学生职业认同感调查研究
4	绝迹暴风队	言为心声，语为人镜——网络舆情视角下网络暴力的认知及防御能力调查研究
5	专业团队	举目见学识 低头玩手机——在校大学生课堂抬头率现状与影响因素的调查与分析
6	小小菜鸟	“苟怀四方志，所在可游盘”——关于Z世代职业观的调查
7	小暖阳	《颐养天和，嵌入养老暖夕阳——基于合肥市庐阳区的嵌入养老模式路径探索和对策分析》
8	快乐号	关于C端消费者对预制菜的选择——以合肥市为例
9	“屏”上拾遗队	“屏”现精彩，“众”视非遗——关于短视频对非物质文化遗产的传播与传承的调查分析
10	是你的“crush”队	与“智”同行，畅“聊”未来——关于聊天机器人程序使用现状的调查分析
11	挑战者团队	高职院校“课程思政”建设调查研究——以安徽省合肥地区为例
12	爱宠小队	爱宠有家——关于马鞍山市市民饲养宠物意向调查研究
13	天韵队	饭菜在“减糖”，零食在“无糖”，背后的原因谁知道？——马鞍山市高校大学生对无糖零食购买意愿调查及消费行为研究
14	保卫地球战队	“快”“慢”之间——快时尚行业现状及对生态环境影响调查研究
15	叹为观止小组	“纸”上功夫——关于宣纸文化传承及消费行为研究的调查
16	“书之岛”队	满城尽是黄金屋——关于芜湖城市书苑惠民现状及发展对策研究的调查
17	生生不息队	生生不喜？生生不息！——生育政策放开后的生育现状、生育意愿及影响因素的研究
18	奇迹再现队	青年的诗和远方——新媒体背景下北京大学生旅游消费行为调查
19	十个村的希望队	新媒体时代运动APP对大学生健身运动影响因素调研
20	每味“食”足队	饮为尚，食为鲜——数字化转型下“小食堂+大外卖”双主场经营模式市场需求调查研究
21	黎商小队	半城烟火半城仙——泉州宗教旅游文化现状分析与创新
22	民政传媒	心冻信号——在校大学生婚育观及新媒体作用的探索
23	一举成名队	Z世代无人经济需求调研分析与对策研究——以兰州市无人售卖机为例
24	飞跃组	“甘味”十足，助力乡村振兴——庆阳苹果市场调研
25	人民当家做主队	“电解质水饮料对缓解新冠疫情症状有效吗？”——在优化疫情防控背景下电解质水饮料广东市场的销售情况及影响购买因素分析调查报告
26	从容应队	广州市的猪鸡鸭蛋虾和现代食品市场高质量发展调研报告
27	新时代奋斗青年队	用好红色资源，让红色文化“火”起来——大学生对广州市典型红色文化旅游资源了解程度调查报告
28	你说的都队	正大榴莲深加工品市场发展现状及消费者购买习惯分析——基于电商平台消费者购买评价的文本挖掘与广佛地区的抽样调查
29	疫情高烧不下火线调查队	A高职校在校毕业生就业意向调查报告
30	网络雾语队	“文言与略语齐飞，精华与流行而舞”——探究网络流行语对传统语言文化的发展

31	早八踩点队	“用”尽浮而不实，为“宠”消得人憔悴——广州市宠物用品市场情况调查
32	专业认知调研小组	认知专业、提升效能——广东省某民办高职院校新生专业认知现状调查
33	掌上明“猪”	香猪“拱”出致富路，乡村振兴“新引擎”——巴马香猪市场调研报告
34	乡村振兴科研小分队	电商直播助力广西农产品产业振兴快速发展——广西南宁市兴宁区高素质农民培训的调查分析
35	缘梦小队	传媒社会学视阈下大学生新型社交方式调查研究——以广西南宁市线下剧本杀为例
36	呜呼我们来了	离尘不离城——露营热潮下广西艺术营地营销策略研究
37	向阳团队	边疆民族地区城市“0-3岁”婴幼儿托育服务市场调查分析——以南宁市为例
38	安居团队	多元服务，品质物业——南宁市住宅物业服务满意度调查报告
39	颐享团队	老有颐养，精准供需——南宁市“智慧”社区居家养老服务质量调查报告
40	正经队	“小手牵大手，搬出山沟沟”——贵州省农村易地扶贫搬迁居民满意度的影响因素调查
41	与“食”俱进队	二线城市消费者对即烹预制菜的购买意愿及影响因素研究-以石家庄市为例
42	心灵绿洲队	走出容貌焦虑怪圈——河北省大学生容貌焦虑现状研究
43	勇往直前小分队	“露营天地，呼吸自然”——郑州市市民露营满意度及前景分析
44	烟雨古城小分队	“天青色等烟雨，而我在古城等你”——河南省洛邑古城商业化体验的调研分析
45	毕对队	“云想衣裳花想容，轻风抚猫咖正浓”——郑州市猫咖消费者满意度调查与前景展望
46	芜湖，起飞！	少一些套路，多一些真诚——以超前点播为例，探究用户对影视内容付费的持续购买意愿
47	绿色环保队	与自然携手，迎智能出行——基于郑州市新能源汽车发展趋势策略研究
48	涅槃战队	现在不“性”悟，何时醒悟——河南省在校大学生性观念与性教育调查
49	拯救者联盟	儿童放学归来早，刷短视频知多少——儿童沉迷短视频调查分析
50	热血青春队	志愿阳光照亮青春底色：大学生志愿服务的多重价值及影响因素调查分析
51	别点我们队	秦皇岛农产品品牌调查报告
52	校地合作助力乡村振兴路径探索	校地合作助力乡村振兴路径探索调研报告
53	新星小队	三社推进乡村发展，知识赋能乡村创业——逆城市化视域下湖北农村“三位一体”综合合作促力新农人乡村创业的调查研究
54	海底小纵队	“双减”背景下某市幼小衔接发展研究
55	levanter	无人驾驶认知现状及相关行业发展建议
56	朵拉探险队	“预”盘珍馐“制”万钱——以武汉市为例的预制菜市场消费行为调查分析
57	聚光小队	谁来帮“盲”——以武汉市为例的视障人士出行便利化需求调查研究
58	自强队	真的不再来了吗？春节期间长沙市游客满意度及影响因素调查
59	实习之旅队	实习之旅，未来可期——高职院校学生岗位实习现状及影响因素的调查分析
60	拒绝恋爱脑队	适“居”其反，明心见“性”——基于大学生婚前同居及性行为的调查研究报告
61	祖国统一队	智能零售——数字化时代的零售变革——关于消费者对智能零售柜使用意向影响因素
62	精英小队	“智能”进万家——长春市智能家居市场的消费需求分析

63	追忆时空	守护生命终点 追忆跨越时空 智慧殡葬服务行业市场调查——以淮安市为例
64	调研小分队	独处亦有清欢事，未必人生尽相知——青年群体孤独式消费意愿调查
65	非遗守护者	机杼夺天工，九天焕云锦——大学生非遗云锦直播带货购买意愿调查
66	全部都队	晚年惟好静,万事皆联网
67	京剧传播研究小组	新媒擎画梨园图景，非遗圈粉活化传承-京剧在抖音平台的传播效果研究
68	萌芽微彰	一骑红尘啡子笑——南京市江宁区咖啡市场调研分析报告
69	山顶冻人	风吹过的“迪”方——迪卡依露营装备的消费群体特征与满意度调查
70	鸿雁筑梦团队	“引凤筑巢、乡村振兴”---南京大学生乡村就业创业意愿现状和发展趋势调查
71	fighting	近朱者赤近墨者黑 同伴效应对大学生电子烟使用的影响研究
72	广而告之队	广告无法消除，会员一充再充---关于智能电视会员使用意愿的影响因素研究
73	你可真不错队	一切运动尽在闪动——“闪动校园”APP对大学生锻炼行为及健康状况的影响调查研究
74	1+1大于2	“领略民族风情，体验百味人生”——赣州民族服饰市场调查报告
75	相侵相碍一家人	困境与转机！后疫情时期餐饮消费形式的变化与发展——基于南昌市的餐饮行业调查
76	健康小分队	民以“食”为天，“健康”第一先——基于年轻消费者对现代食品偏爱度调查
77	穷游先锋队	穷游一族，背包出发——赣州市大学生穷游满意度调查
78	梦想是吃遍天下美食	食遍天下，品味未来——基于南昌市年轻消费者对现代食品的偏爱度调研与分析
79	云柚队	“生活很苦，奶茶很甜”——00后对奶茶的喜爱度
80	你说对就对	志愿我担当，新风心奉献——江西高校大学生志愿服务育人功能调查
81	努力努力再努力队	生？不生？育龄女性面对再生育的选择
82	赢家“Win”	“一家衣善，衣旧温暖”助力公益——基于沈阳市的调研
83	搏智队	军营追梦，青春无悔——关于辽宁省专科大学生参军意向调查
84	自行车队	无言良师，让生命在大爱中延续——沈阳市民遗体捐献意愿调研报告
85	永拓	当今时代下快递行业的发展潜力和趋势
86	跃起动力	自古圣贤之言学也，咸以躬身实践为先 大学生社会实践情况分析-以包头市高等院校为例
87	赶鸭子上架	大学生防电信诈骗现状调查与对策研究
88	奇迹队	“抖”出精彩，“音”你非凡——抖音用户满意度调查报告
89	成群结队	“信息高速路上，网络课程亦无穷”——后疫情时代大学生网络课程满意度及影响因素的调查
90	弘毅致远队	乡村振兴项目中涉农资金使用群众满意度调查
91	阳光开朗小蛋仔	一蛋之缘，百年健康——正大健康鸡蛋市场调研报告
92	大有可为队	“她力量”——基于山东省女性健身房的市场调研
93	啊对对队	潮”玩元宇宙—数字藏品产业堵点问题与发展对策分析
94	争奇“抖”艳	争奇“抖”艳，“音”新辞旧——数字经济背景下抖音直播电商的调研

95	新能源小组	聚焦“碳中和，碳达峰”——影响购买新能源汽车消费因素的调查研究
96	蚂蚁团队	物以类聚，“脏”以群分——再探垃圾分类新时尚
97	美食特工队	后疫情时代囤菜“新宠”——基于济南市预制菜C端市场调研
98	攻无不克	乡心还巢 筑梦未来——乡村振兴背景下大学生返乡创业影响因素调查研究
99	阳春三月	当代大学生是否愿意脱下长衫——职业本科院校大学生就业观及影响因素调查
100	深藏blue团队	“鸡蛋也疯狂”——液蛋市场需求及发展调查研究
101	Book思议	沉淀传统，创新挖掘——济南古村落旅游营销调查研究
102	萝卜小丸子队	大斜正阳，萝卜独好-关于网络营销时代孙斜村萝卜的市场调查
103	奇异果队	告诉爱奇艺：“我想充会员了。”——关于爱奇艺用户付费意愿的影响因素调查
104	深藏不漏队	无须一番寒彻骨，盆盆绿意迎窗探
105	启程队	让我来做您的“临时家人”——以烟台市为例分析陪诊师行业需求现状以及发展趋势
106	明日之子	小科技，大担当——直播助农产品消费者购买意愿及影响因素调查研究
107	新农人	乡村振兴三农体系山西农业调查分析
108	行走在路上	求神拜佛折射出的精神补钙——当代青年求神拜佛行为后的成因分析
109	超越小分队	“并邑龙斯跃，城池凤翔余”——满江红上映后太原古县城的旅游提升影响调研
110	森林小队	关于黑森林酒吧的调研报告
111	绿帆队	低碳出行你我他，绿色生活靠大家——关于西安市居民出行方式的调查
112	众睦	与邻为友，你我同行——邻里关系亲密度调查以西安市为例
113	与你相陪	茕茕非子立，陪诊来相依——独居老年群体对职业陪诊师需求影响因素调查分析
114	一切皆有可能队	翻腾的国货（新国货下消费者消费认知及购买行为分析）
115	旅行者队	国潮澎湃走出文化新路——长三角大学生国潮IP游戏需求调查报告
116	说走就走队	与其向往，不如出发——上海市大学生周末出游消费需求及市场机会挖掘分析
117	梦华队	夜来闲游思南馆，蜕去一身疲惫容——上海市黄浦区新天地-思南公馆地区夜间旅游游客满意度调查
118	菜市场	“授人以鱼不如授人以渔”消费者对残疾人就业支持力度及影响公司业态发展前景分析——以成都市为例
119	勇闯天涯队	“永远相信美好的事情即将发生”——小米智能家居的消费现状及前景分析
120	宠爱有“保”，放心挑“险”	宠爱有“保”，放心挑“险”——基于成都市居民宠物医疗保险购买意愿的影响因素及潜在用户调查研究
121	菲菲公组	非遗入校园，教育展新颜——基于成都市高校教育对非物质文化遗产的选择研究
122	逐梦瓶子	宅家取药，优化医药快送“最后一公里”——基于成都市医药即时零售服务满意度及影响因素调查
123	我们队	在变局中找发展——预制菜消费潜力及市场需求调查报告
124	无敌霸王龙队	“智”在何方——智能电视行业现状调查与发展愿景研究
125	花园宝宝的后花园	国色天香，柔色彩妆——国潮美妆彩妆市场调查研究
126	深藏blue队	“疫”过天晴，繁花与共——药品需求量与安全监管问题与分析报告

127	胜羽队	融“合”新能源，增“加”新绿色——关于新能源汽车的调查研究
128	暴龙战士	一品川味牛肉香—棒棒娃产品消费者特征及品牌发展策略研究
129	百事可乐队	以成都市为例的居民用药安全调查研究
130	期末不挂对不队	自律给我自由——以成都市为例的Keep软件用户使用体验调查
131	年画赋兴	“刻、画”中国——天津杨柳青年画发展现状及发展策略调研
132	您说的都队	WING CAFE“冲不冲”？-咖啡之翼开拓大学生消费市场策略研究
133	锦鲤小分队	大学生对公益的认知及参与
134	翱翔队	无人机保养服务满意度调查报告
135	明日之星	新疆大学生就业意向及现状调研分析报告
136	喀什噶尔的胡杨	新疆少数民族消费者视角下主播颜容对直播带货效果的影响
137	石榴籽	大学生参加公益活动的影响因素分析-以新疆南疆地区为例
138	塔河源	物流快递进村助力乡村振兴——基于新疆南疆地区研究分析
139	爆辣小队	一碗中国红，彰显新疆味——在网红经济下对乌鲁木齐市炒米粉品牌的市场现状与前景分析
140	智囊团队	后疫情时代高职学生移动学习需求调研及发展策略研究
141	美少女壮士	疫去安来春可期-疫情后云南旅游市场调研
142	安全着陆	掌上“幽灵”，如影随形
143	梦之翼	基于公共管理视角下的美丽新农村综合体乡村旅游可持续发展研究——以盘峰乡桦溪村为例
144	“课”尽职守	“延”而有“幸”——基于浙江省小学家长对课后延时服务满意度调查
145	未来乡村实践团	吾心安处是吾乡--未来乡村“新乡人”主观幸福感与社会融入情况调查
146	一二三队	浙江省农村电商创业者创业现状、个人动机及创业环境调查——以浙江省农村电商三大成功模式地区创业者为样本
147	不破不立，方“新”未艾	不破不立，方“新”未艾——影响新能源汽车的购买因素研究
148	海底小纵队	完善基层治理体系，提高社会治理效能——杭州市社区微信群满意度和治理效能调查研究
149	“蒲公英”调研队	传承特色品牌 助力乡村振兴——浙江省地理标志农产品消费者购买意愿调查研究
150	你还爱我队	最懂我的人，伤我最深——大数据杀熟背景下网购消费者忠诚度的影响因素分析
151	Y4	两耳不闻窗外事，一心只顾玩手机——手机新媒体对青少年成长的影响及对策
152	人文攻略组	弘扬民族精神，传承中华文化——重庆高校大学生对中国传统节日认知情况调研报告
153	爱心无限小队	公益在线，爱心无限——高职学生互联网微公益参与意愿及影响因素分析
154	自信放光芒队	焦虑大可不必，美丽由你定义——短视频APP使用对女大学生容貌焦虑的影响调查研究
155	噜啦啦嘞	“哀哀父母，生我劬劳”——基于大数据下的重庆市育龄人群生育意愿研究