

## “正大杯”第十六届全国大学生市场调查与分析大赛校赛成绩

### 研究院南 518 室

作品名称	得分	排序	校级奖励认定
银剪裁榴映晚晴：枣庄峰城石榴盆景养老模式的产业现状、市场潜力与痛点分析	92.5	1	校一等奖
百草为膳，乐享安康——健康中国战略下威海市药膳食堂消费意愿及优化路径研究	92.29	2	校一等奖
“从‘拔草’到‘回血’”——Z 世代潮玩二手交易平台的议价锚点与转化路径研究	91.16	3	校一等奖
绣出未来，针心赋能——非遗彝绣文旅融合助力乡村振兴的路径研究	90.5	4	校二等奖
乐龄“吕”途，以戏曲赋能文化养老——基于山东省吕剧的调查	90	5	校二等奖
政策东风至，油车焕新电——政策驱动下燃油车置换电车的用户决策机制与障碍分析	89.33	6	校二等奖
最后一公里，服务零距离——山东省高校校园配送服务模式探索、用户满意度调查与优化策略研究	87.65	7	校二等奖
本草茶韵，“饮”领健康——威海市青年群体健康需求导向的新茶饮发展路径研究	87.52	8	校二等奖
“村”潮涌动“超”燃经济——基于贵州省赛事 IP 村超赋能下体育经济消费意愿研究	87.5	9	校三等奖
基于大数据调研的刘公岛景区数字化升级商业方案设计	87.33	10	校三等奖
从“出行”到“生活延展”——自动驾驶出租车（Robotaxi）乘客体验重构与商业化场景洞察研究	87.33	10	校三等奖
二三线城市高校周边含糖饮料消费行为量化研究报告——基于问卷、网络与公开数据的多模型实证分析	87.11	11	校三等奖
“岱宗夫如何”——AI 数字导游对泰山游客体验与行为意向的影响研究	85.67	12	校三等奖
具身智能背景下智能宠物机器狗消费者意愿影响因素及市场机会挖掘研究	85	13	校三等奖

### 研究院南 524 室

作品名称	得分	排序	校级奖励认定
千形皆可伪，一技定真容——基于认知错位的 AI 鉴别工具采纳心理及产品商业化落地研究	89.67	1	校一等奖
人信则立，机协则行——人机协同视角下大学生 AI 旅游服务市场需求与用户调研	88.00	2	校一等奖
桑榆开蓝海，方寸寄温情：基于红果平台的银发族短剧市场分析——以威海市为例	86.67	3	校一等奖
破解“空巢”之困，重塑“夕阳”之暖——养老型人型机器人市场接受度与支付意愿研究	86.50	4	校二等奖
网红街区高质量发展路径研究——以威海火炬八街为例	86.50	4	校二等奖
“拼出自我，豆趣横生”——拼豆消费的驱动因素、客群细分与市场策略研究	86.23	5	校二等奖
小票根撬动大经济——“文旅+”视角下青岛票根经济联盟的游客满意度调查及可持续发展路径研究	86.13	6	校二等奖
烟火“汇”邻，民生“惠”至——价值共生视角下山东省邻里小店社会价值重构及可持续发展路径研究	86.00	7	校二等奖
古韵新章，票链泉城 ——济南城市老街微更新与票根经济消费体验调查研究	85.29	8	校三等奖
最后一公里——当代大学生校园外卖配送痛点及优化策略研究	85.28	9	校三等奖
肉身易“脆”，养护宜“轻”——健康焦虑驱动下“脆皮年轻人”轻养生偏好、消费行为与价值感知研究	84.62	10	校三等奖
“农”墨重彩“播”华章——山东省农产品直播带货消费行为与市场认知市场调查	84.12	11	校三等奖
从“流量”到“留量”——河南博物院展览效能提升的整合路径研究	83.88	12	校三等奖
“数”间筑影，“奢”向何方 ——数字自我展示驱动下“Z 世代”青年炫耀性消费动因解构与路径纾困	83.33	13	校三等奖