

### “正大杯”第十六届全国大学生市场调查与分析大赛校赛材料评审结果公示—研究生组

材料评审 得分排序	组别	团队名称	选题是否为 企业命题	选题名称	是否晋级展 示答辩环节
1	研究生组	拖拉机大队九号生产线	否	“语”见未来，智启康复——听障人群言语训练AI产品市场需求调研	是
2	研究生组	绿驿先锋	否	绿意何所困，民心即所向——基于消费者端快递绿色包装使用阻碍因素、支付意愿与协同激励的调研	是
3	研究生组	药膳鸡队	否	“供销扶贫千家暖，服务三农万家惠”——上海市松江区供销社认知情况及消费意愿研究	是
4	研究生组	“剧”透小分队	否	“短”而不浅：微短剧用户情绪体验与商业转化路径调查	是
5	研究生组	安睡小队	否	心宁夜安：情绪舒缓与助眠融合服务探究	是

### “正大杯”第十六届全国大学生市场调查与分析大赛校赛材料评审结果公示—在华留学生组

材料评审 得分排序	组别	团队名称	选题是否为 企业命题	选题名称	是否晋级展 示答辩环节
1	在华留学生组	CHAGEE TOGETHER!	否	一杯东方茶的三重故事：“健康-情绪-文化”视角下中国新茶饮品牌的全链路优化与破局之道	是

## “正大杯”第十六届全国大学生市场调查与分析大赛校赛材料评审结果公示—本科组

材料评审 得分排序	组别	团队名称	选题是否为 企业命题	选题名称	是否晋级展 示答辩环节
1	本科组	生命天使队	否	宠来有暖，宠去有安——上海市宠物往生服务行业痛点分析及对策研究 以松江区为例	是
2	本科组	申城育见队	否	幼有所育 近在咫尺：上海0-3岁婴幼儿社区普惠托育供需现状与优化路径研究	是
3	本科组	研手不凡组	否	为情绪买单，为成长付费——DIY手工创作市场的消费态度和体验研究	是
4	本科组	桩点未来	是	新能源汽车充电桩布局合理性及用户需求满意度研究——以长三角地区为例	是
5	本科组	有理有据队	否	“数”聚漕泾，“游”向共生--上海漕泾数字游民国际村的人群细分与留居机制实证研究	是
6	本科组	从容应队-2队	否	“经济反哺”抑或“时间灌溉”？——家庭图谱变迁下的养老抉择与心理福祉研究	是
7	本科组	长护万事兴	否	普惠万家，长护长福——江浙沪“普惠型”商业长护险产品设计与路径优化研究	是
8	本科组	重生之我在正大做市 调队	否	从“榜单种草”到“下单转化”：外卖榜单在消费决策中的价值重构 ——以淘宝闪购为例	是
9	本科组	乡音新语	否	失语·转向·发声：Z世代青年方言文化传承意愿与行为变迁研究	是
10	本科组	入股不亏	否	Z世代线下观演类娱乐的消费态度、行为和体验研究	是
11	本科组	拓界鲜行者	否	鲜焙融合，拓界未来——光明乳业跨品类市场拓展的数据分析与路径探索	是
12	本科组	我们来了嗯队	是	预制菜赛道下厚切猪排新品的市场表现与增长策略研究——关于正大厚切炸猪排消费市场的 调查与分析	是

13	本科组	专业团队四人组	否	“包”容情绪，“挂”住认同——基于SOR理论的Z世代包挂购买意愿及其影响因素研究	是
14	本科组	爱拼才会赢	否	低价电商平台的民生福祉效应研究——以“美团拼好饭”为例	否
15	本科组	天有四时队	否	“认”领方寸，绿“养”农桑：长三角地区对认养产品的接受度及需求偏好调查	否
16	本科组	开派队	是	“观”赴热爱，“演”领消费——Z世代线下观演类娱乐消费态度、行为和体验研究	否
17	本科组	宠归新途队	否	“宠”归何处：宠物殡葬产业重构下面临的市场缺口与行业升级--以上海市为例	否
18	本科组	狗牙儿健康膨化食品队	是	狗牙儿健康膨化食品认知与消费偏好研究	否
19	本科组	发酵因子	是	贵州酸汤产品市场潜力与消费者行为调查	否
20	本科组	无名称队	否	名创优品全球扩张背景下的消费者洞察与竞争策略升级研究	否
21	本科组	向外望远镜	否	免签政策下的入境游市场：上海市文科类大学生的市场观察与职业准备	否
22	本科组	数说声命力	否	“声”临其境：场景适配理论下Z世代音频消费行为与商业策略研究	否
23	本科组	从容应队-1队	是	基于漏斗模型的正大速冻饺子品牌健康度监测研究	否
24	本科组	食光调研社	否	“镜”享其境，“片”刻心动——出片感对大学生消费场景选择行为的研究	否
25	本科组	沪式浓缩研究小组	否	大学生独立咖啡馆消费意愿研究——以上海独立咖啡馆为例	否
26	本科组	单身食代	是	“孤独的美食家”——以上海地区寿司郎为例的一人食餐饮模式受众研究	否

27	本科组	数研青年队	是	不同代际媒介使用习惯与广告反应模式研究	否
28	本科组	薪火岐黄	否	薪火岐黄，申城养生：上海市中医药膳推广普及程度与市场前景调研	否
29	本科组	燃烧的cpu队	否	“啡”凡“治”造：咖啡风味三明治的“破圈”——全链路消费者体验洞察与场景化创新研究	否
30	本科组	调研四小白	否	临期食品市场消费行为及发展路径研究	否