

“正大杯”第十四届全国大学生市场调查与分析大赛校赛结果公示——研究生组

排序	作品名称	团队名称	是否为企业命题	校赛获奖等级	是否晋级省赛	是否推荐参加“全国范围企业命题赛”
1	“预”见未来，“制”造美食——上海大学生对预制菜的认知调查与分析	食尚破译者	是	一等奖	是	是
2	“支”短情长：支教扶贫下西部教育生态重塑——影响学生学业发展的关键因素分析及协同育人路径设计	一个有点好运的团队	否	二等奖	是	否
3	LINLEE营销活动效果如何？——基于现制柠檬茶市场所属消费者的调研分析	idea刚好够	是	三等奖	是	是
4	加“数”向“新”——基于数字经济、金融科技专业产品建设机遇的调查研究	Speed UP !	是	三等奖	否	否

“正大杯”第十四届全国大学生市场调查与分析大赛校赛结果公示——本科组

排序	作品名称	团队名称	是否为企业命题	校赛获奖等级	是否晋级省赛	是否推荐参加“全国范围企业命题赛”
1	“美好生活，一刻即达”——上海市“15分钟社区生活圈”的居民认知和需求调研	五又四分之一战队	否	一等奖	是	否
2	“预知正大食尚，制胜未来餐桌”——上海市居民对预制菜产品偏好与需求的市场调查分析	啊对对队	是	一等奖	是	是
3	“轻”养生，“食”享受——上海市低卡轻食市场现状与消费者购买意愿调研分析	轻装上阵	否	一等奖	是	否
4	老有所“保”——基于贝叶斯网络的社交对商业养老保险购买意愿的影响研究	干饭不想排队	否	一等奖	是	否
5	即开即食，“预”见便捷——关于上海市预制菜消费趋势及市场前景探究	西索柏拉图队	是	二等奖	是	是
6	充电无忧，共享有道——关于共享充电宝市场现状和消费者租赁使用情况的调查分析	正大关东煮	否	二等奖	是	否
7	实业兴邦：软硬交织的国货崛起之路	逐梦，为峰队	否	二等奖	是	否
8	大学生“特种兵式旅游”参与意愿影响因素调查——以上海市大学生为例	名称未使用队	否	二等奖	是	否
9	养生赛道 大有可为 ——“脆皮”年轻人养生保健品购买意愿及市场现状调查	代码别和我作队	否	二等奖	是	否
10	越喝越洋，越喝越young——白酒品牌认知及白酒年轻化的调查研究	洋young得意队	是	二等奖	是	是

排序	作品名称	团队名称	是否为企业命题	校赛获奖等级	是否晋级省赛	是否推荐参加“全国范围企业命题赛”
11	“以瓷为源，集溪成川”——景德镇陶溪川瓷器产品消费者决策过程调查	以瓷为源队	否	三等奖	是	否
12	“逆风翻盘”——基于哈尔滨旅游热事件探究城市文旅营销新模型	Collapsar	否	三等奖	是	否
13	笑点引爆，笑对时代——脱口秀观众偏好与付费意愿分析	笑语先锋	否	三等奖	是	否
14	“想你的风不要再吹过来了”——以大数据与实地调研相结合的江南水乡景区同质化调查	时代姐妹花	否	三等奖	是	否
15	新消费与文旅破圈——数字化营销下大学生“特种兵式旅游”现状调查	金算盘专业团队	否	三等奖	是	否
16	大学生对现制茶饮的消费意愿和企业的营销策略调研	对对队	否	三等奖	否	否
17	以大学生为主体的线上商超营销策略研究	守“正”“营”新队	是	三等奖	否	否
18	国潮茶饮品牌发展与传统文化赋能——基于上海市大学生对“霸王茶姬”品牌认知与消费的调研	Book思议队	否	三等奖	否	否
19	影视“热潮”助力文旅“破圈”——《去有风的地方》IP的市场衍生及对云南文旅产业影响的调研	有风队	否	三等奖	否	否
20	问卷星河：基于市场调研的全方位优化与市场扩张蓝图	爱做问卷的市场调查小组	是	三等奖	否	否