

2025/11/17

ETUDE 新创研究实战案例手册

研究总监：龚江

<https://www.etudemr.com>

CONTENTS

目录

01 | 新生活新消费

02 | 科技创新领域

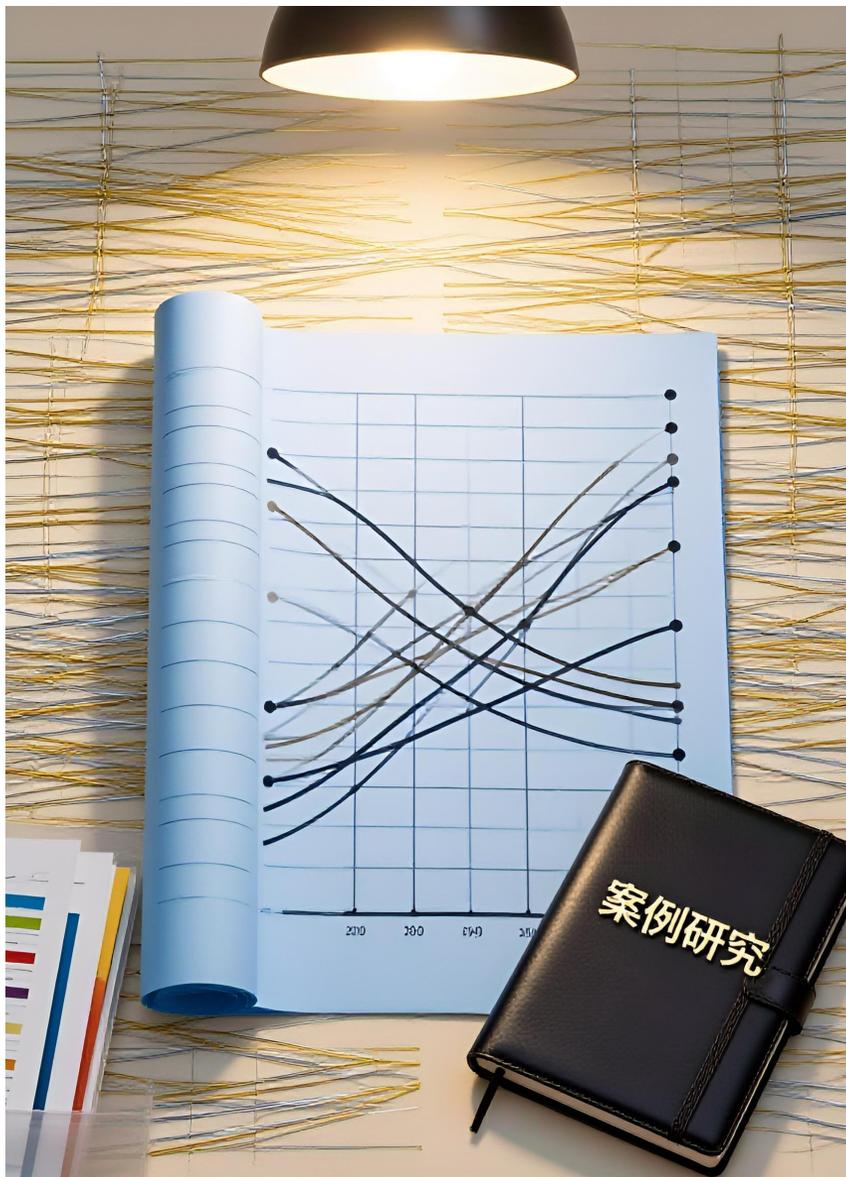
03 | 生态环境领域

04 | 乡村振兴领域

05 | 公共事务领域

06 | 出海服务领域

六大领域新创实战案例汇编



手册内容

汇总ETUDE六大核心创新业务领域实战案例，涵盖公共事务评估至出海服务，解析问题、解法、成效及落地全过程。

案例结构

每个案例从**核心痛点**、**研究方法**、**数据成果**、**落地方案**四大维度拆解，清晰呈现全程实战逻辑，提供实操路径参考。

— 01 —

新生活新消费

<https://www.etudemr.com>

案例1：户外品牌三四线城市市场拓展项目（泛户外新生活赛道）



核心痛点

品牌初期定位“专业户外装备”在三四线城市销量不佳；对当地户外消费群体需求认知有偏差，未精准匹配市场需求。

研究方法

大数据趋势分析三四线城市户外消费市场数据，明确群体构成；实地深访23个三四线城市860名户外爱好者，挖掘核心需求与消费偏好。



数据成果

三四线城市市场占有率从8%提升至23%；亲子类户外产品销量占比达45%；目标客群触达精准度提升60%。

落地方案

产品策略调整：推出“亲子户外套装”“日常通勤户外服”，弱化极限功能，强调舒适、百搭、家庭互动；渠道优化：商场设“户外体验区”，提供露营场景模拟、装备试用；营销适配：结合本地社群开展户外体验活动，强化口碑传播。



案例2：有机食品品牌信任重建与市场拓展项目



核心痛点

有机食品市场伪有机泛滥，消费者信任不足，品牌有机真实性无法验证，价格偏高，消费门槛高，复购率低。



研究方法

全域问卷调查：覆盖全国12城1500名消费者调研明确核心痛点，分析有机食品消费场景需求差异，通过社群互动验证解决方案可行性。

数据成果

品牌复购率从27%提升至62%；消费者信任度评分从58分升至89分；2025年销售额突破3.2亿元，同比增长118%。

落地方案

核心建立信任体系：引入区块链溯源系统，开发有机食材懒人套餐，搭建有机体验社区，推出多规格产品。

— 02 —

科技创新领域

<https://www.etudemr.com>

案例3：AI+环保·山东某流域水环境治理项目



核心痛点

流域水质监测点位少、数据滞后，污染溯源难；传统监测模式响应慢，无法及时支撑污染治理决策。



调研方法

技术赋能监测：引入“AI水质监测中枢+机械臂矩阵”，增设234个监测点位，实现23项水质指标自动监测；
数据与实地结合：AI分析污染物迁移轨迹，12次实地溯源走访锁定污染源头。



数据成果

单日处理150组核心指标样本，24小时出数据，响应时间缩短50%，水质达标率提升至92%，污染应急处置缩至6小时。

案例4：AI+医疗·某省基层医疗服务优化项目



核心痛点

基层医疗资源分配不均，慢性病管理弱，儿科资源少，转诊流程复杂，数据处理效率低。



调研方法

AI分析3年213家卫生院数据，实地探访47家卫生院，访谈286名患者和153名医护人员。



数据成果

AI提升数据分析效率10倍，基层门诊量增41%，患者满意度升至88分，慢性病复诊率增37%。



技术赋能服务

部署AI慢性病随访系统实现精准管理与提醒，优化儿科资源并培训基层医护，建立县域转诊绿色通道，推出基层定制化体检套餐。

案例5：AI+养老·某养老社区智能适老化运营优化项目

核心痛点

传统养老社区智能设备缺乏人性化设计，老年人因隐私顾虑接受度低；智能监测与实际服务需求脱节。

方案：智能数据采集

部署智能监测设备捕捉活动轨迹与睡眠数据；研究员入驻社区记录互动收集反馈；与老年人一对一访谈挖掘使用顾虑与核心需求。



案例5：AI+养老·某养老社区智能适老化运营优化项目



数据成果

老年人智能设备接受度从32%提升至78%；社区安全事故发生率下降63%；“隐私尊重”满意度评分达95分。

落地：优化智能设备功能

保留AI预警功能，增设自主开关保障隐私；数据联动个性化服务；开展设备使用教学强化人文关怀。

— 03 —

生态环境领域

<https://www.etudemr.com>



案例6：某省耕地土壤改良项目

核心痛点

耕地酸化、有机质流失影响粮食产量；农户因改良剂价格高、效果不持久、缺乏科学使用方法，参与意愿低。

案例6：某省耕地土壤改良项目：调研方法

土壤采样检测

对138块耕地采样检测，结合AI分析数据确定改良优先级；深入83个村庄与267名农户沟通，了解种植痛点与改良顾虑。



案例6：某省耕地土壤改良项目

数据成果

试点耕地土壤有机质含量提升23%，粮食产量平均增长18%，改良成本6个月收回，后续参与农户占比85%。

落地：差异化改良

针对不同酸化土壤推荐改良方案，开展农技培训，协调降低成本并建立效果跟踪反馈机制。

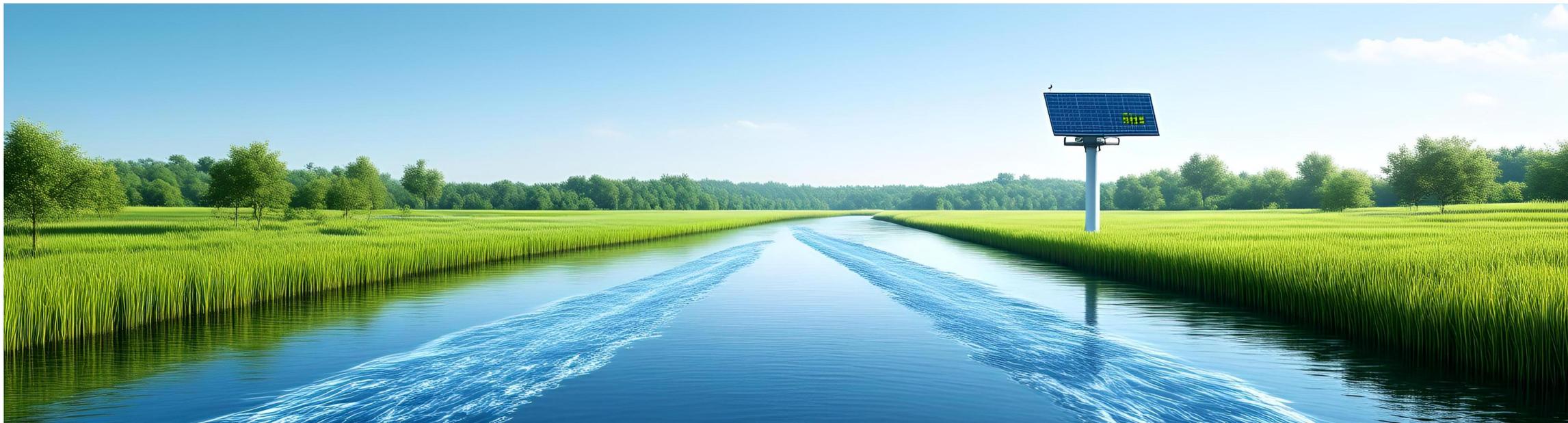


案例7：某城市黑臭水体整治项目

核心痛点

城市黑臭水体问题突出，传统监测难锁隐蔽污染源，治理效果不稳定，沿岸居民满意度低。



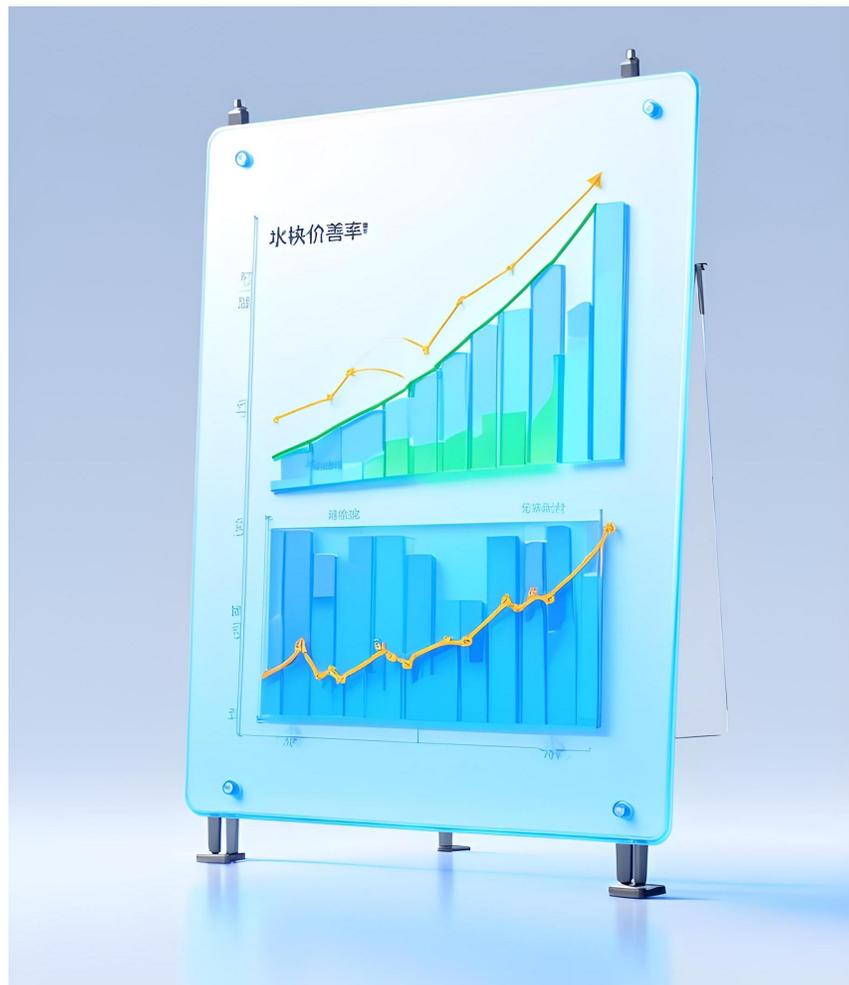


案例7：某城市黑臭水体整治项目：调研方法

AI智能监测

AI水质监测+数据建模，实时监测12条支流水质锁定黑臭区；20人团队30天实地溯源排查污染源；收集居民反馈了解黑臭水体感知与治理期望。

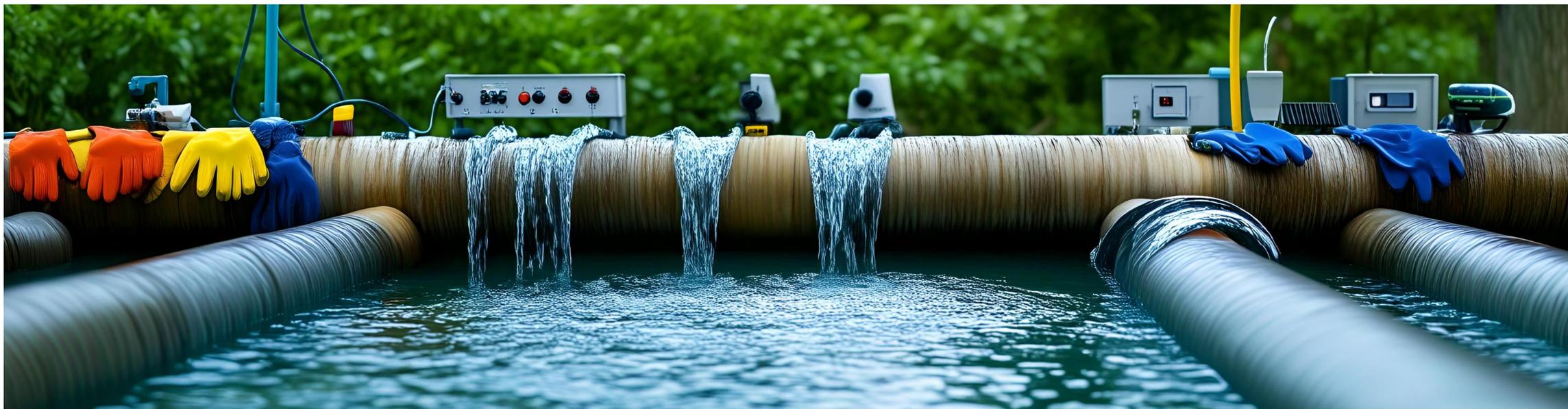
案例7：某城市黑臭水体整治项目



数据成果

城市黑臭水体消除率100%，沿岸居民满意度42%提升至91%，周边地块价值提升28%，隐蔽排污口识别准确率100%。

案例7：某城市黑臭水体整治项目：落地方案



源头治理

实施截污纳管工程，封堵隐蔽排污口；开展河岸垃圾清运，清理河道淤泥；建设生态缓冲带，提升水体自净能力；建立“AI预警+定期巡查”机制，实时监测水质变化，及时处置污染问题。

— 04 —

乡村振兴领域

<https://www.etudemr.com>

案例8：某梯田景区季节性农耕度假项目

01

核心痛点

梯田景区旅游旺季短（仅3个月），收入单一；产品以观光为主，缺乏沉浸式体验，无法满足亲子家庭核心需求。

02

调研方法

开展亲子家庭问卷与深访，明确农耕体验和自然教育需求，结合农时与梯田资源分析体验场景，研究同类景区产品优势寻找差异化定位方向。

03

数据成果

景区旺季延长至8个月，亲子客群占比提升至78%，村民人均年收入增长至3.5万元，年营业额突破5000万元。

04

落地方案

结合农时打造四季农耕度假产品，优化亲子友好服务，联动社群平台推广亲子套餐。

案例9：某乡村有机农业产业升级项目

核心痛点

乡村有机种植分散、缺统一标准；农产品销路不畅、滞销率高；农户因销路顾虑不敢扩种，产业难形成规模效应。



案例9：某乡村有机农业产业升级项目：调研方法

市场调研

调研全国有机食品消费市场，明确核心客群需求与购买偏好；深入乡村与216户农户沟通，了解种植痛点与发展诉求；分析有机农产品主流销售渠道，评估适配性。



案例9：某乡村有机农业 产业升级项目



数据成果

有机种植面积从300亩扩至800亩；农产品滞销率从41%降至5%；产品溢价达60%；成功打造区域有机农业品牌，覆盖周边3个地级市。

案例9：某乡村有机农业产业升级项目：落地方案



标准化种植

制定统一有机种植标准并认证，搭建“线上直播+社区团购”渠道，开发有机农产品礼盒，成立农民专业合作社整合资源对接市场。

— 05 —

公共事务领域

<https://www.etudemr.com>

案例10：浙江某市营商环境优化项目



核心痛点

企业投诉率高；流程复杂、信息重复采集、跨部门协作不畅；存在数据孤岛，需纸质原件，政策解读不一致。

案例10：浙江某市营商环境优化项目：调研方法



多维数据采集

调取近3年2.3万条投诉数据，完成382份问卷、47家企业访谈；实地暗访5天记录127个问题场景；建立政务流商职模型，追踪300个办事案例。

案例10：浙江某市营商环境优化项目



数据成果

企业开办时间0.5个工作日，施工许可办理环节减60%；“最多跑一次”实现率96%，企业总体满意度91分，窗口人员主动服务意识增长142%，改革投入产出比1:17。



落地方案

前端整合78窗为12综合窗无差别受理，终端智能预审压缩审核至8分钟，后端建立超脑打通21部门数据，机制清单化收回37项裁量权并建立异议通道与容错机制，长效监测23指标月生成体检报告开放企业查询。

— 06 —

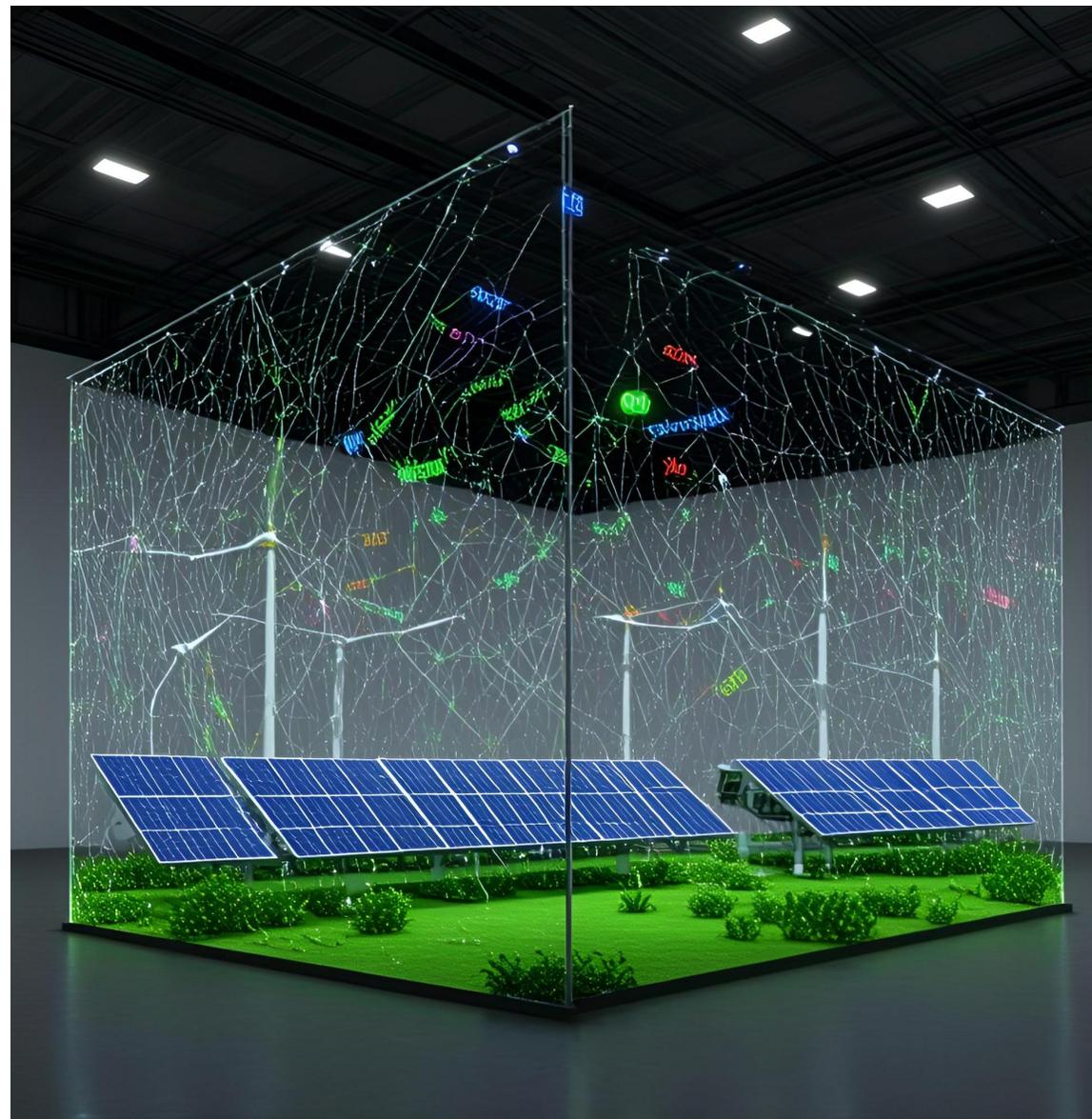
出海服务领域

<https://www.etudemr.com>

案例11：环保设备企业 东南亚市场拓展项目

核心痛点

企业初期产品不符合东南亚本地需求，市场拓展受挫；对东南亚各国环保政策、核心痛点认知不足，缺乏本地化解决方案。



案例11：环保设备企业东南亚市场拓展项目：调研方法

本地化调研

组建团队深入5国开展“政策+需求+竞争”三维调研，访谈客户明确需求与认证要求，分析竞品寻找市场空白。

数据成果

企业东南亚订单量增长187%，市场份额从3%提升至11%，产品适配率超95%，成功进入5国核心环保项目采购清单。



案例11：环保设备企业东南亚市场拓展项目：落地方案

产品本地化

为菲律宾定制一体化设备，为越南优化污水处理方案，为新加坡添加碳足迹监测功能，协助获取环保认证，对接本地工程师，适配各国环保政策。

案例12：户外品牌东南亚市场拓展项目



核心痛点

品牌初期聚焦“专业户外装备”与东南亚“绿色旅行+日常休闲”消费趋势不符，市场反响平淡，缺乏本地化营销与产品认证适配。



调研方法

分析东南亚户外消费市场数据明确核心趋势，调研泰越马等国消费偏好，研究当地主流社交媒体与KOL资源评估营销适配性。



数据成果

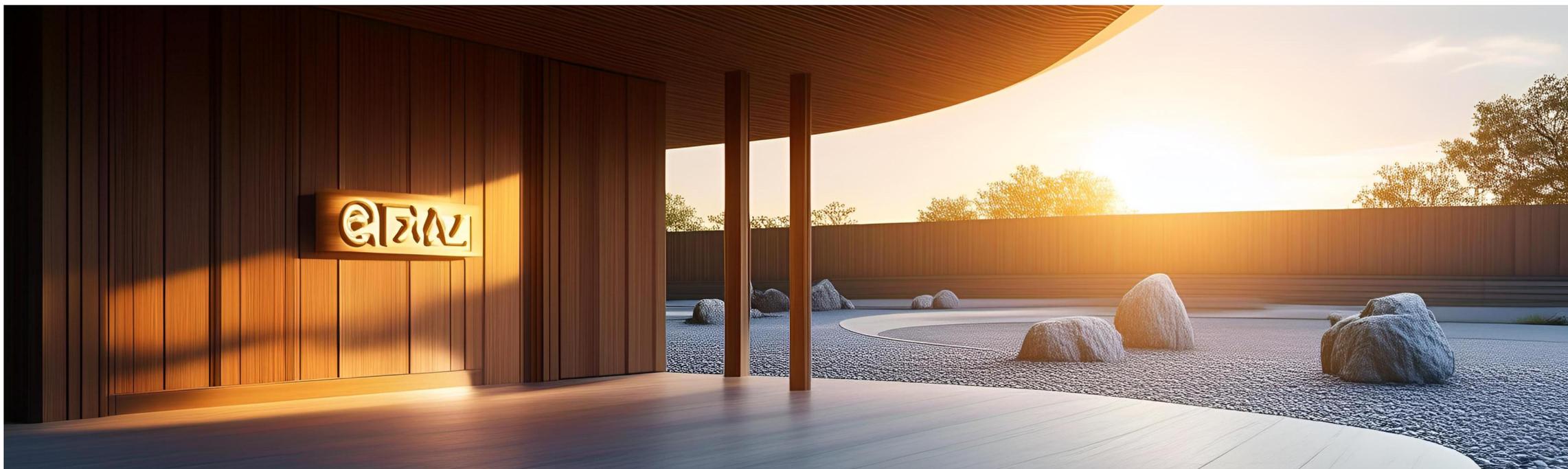
东南亚线上销量提升230%，年轻消费群体占比68%，成TikTok Shop环保户外品类爆款，目标客群品牌认知度提升75%。



落地方案

推出“绿色旅行套装”，用再生材料制户外服饰，提供清真+环保双认证，联合博主直播降解实验，入驻主流电商平台。

案例13：有机食品企业日韩市场拓展项目



核心痛点

企业面临日韩市场“认证壁垒高、消费习惯差异大”难题；产品不符合当地精细化需求，难以进入高端渠道。

案例13：有机食品企业日韩市场拓展项目：调研方法



市场需求调研

调研日韩有机食品消费市场核心要求、渠道准入标准及竞品产品形态与营销模式。

案例13：有机食品企业 日韩市场拓展项目



数据成果

企业有机食品在日韩溢价120%，年出口额破8000万元，进入3家高端商超，产品复购率45%。

案例13：有机食品企业日韩市场拓展项目：落地方案



认证突破

协助企业对接日韩有机认证机构，优化生产流程，获取有机认证；建立区块链溯源系统，开发适配日韩消费习惯的产品；搭建B端销售渠道，采用低碳运输方式。

THE END

谢谢

<https://www.etudemr.com>



● ETUDE逻辑：真相求解、精准洞察、数据决策、人文服务

★ ETUDE优势：技术工具与实地调研结合，兼顾数据与人文，注重本地化适配和长效机制。