

# 在厦高校陆续进入迎新季 一大批“05后”上大学了

晨报讯(记者 许蔚菡)这几天,在厦高校陆续进入迎新季。9月3日,厦门医学院、集美大学本科新生报到;9月4日,厦门大学本科新生报到;华侨大学今天迎来本科新生;厦门理工学院本科新生计划9月6日报到。这批本科新生大多为2004年、2005年出生,尤以2005年的居多。

本科新生男女比例方面,厦

大为52:48,华大为5.21:4.79,厦门医学院为4.31:5.69。较为悬殊的是集大,本科新生男女比例为6:4。

此外,目前公布的几所在厦高校数据显示,本届本科新生年龄最小可能是2008年生的同学,一名是华侨大学学生,一名是厦门医学院学生,他们俩在15岁开启了大学生涯。

## 俄罗斯姑娘对厦大一见钟情

凤凰花开迎新到。昨日,在厦大思明校区和翔安校区,各学院摊位依次排开,2023级新生纷纷前来报到。

记者了解到,厦门大学1.3万多名2023级新生中,5594名本科生昨日报到,7835名研究生今日报到。不过,考虑到台风天气影响,学校及时做出调整,9月3日就有部分提前到校的新生办理了入住手续。

心愿墙、学科成果展示、拍照打卡墙、迎新大礼包……各院系准备了形式多样的迎新活动。后勤部门也在咨询点为新生和家长设置了饮水点,提供红糖姜茶,在微凉的雨中送上一抹暖意。

不少新生“拖家带口”而来。“今年新生家长不仅可以入校,还能陪孩子进宿舍,更放

心。”厦大学生工作部(处)负责人说。

许多家庭把送孩子上学和全家出游结合起来。来自中国台湾的高家安在爸爸妈妈和姐姐的陪同下跨越海峡,走进厦门大学;还有怀揣着对“最美大学”向往的曾维祯,和爸爸妈妈从北京出发,到厦大外文学院报到。

也有不少独自来校报到的新生。来自俄罗斯的留学生瓦莉娅就是一个人来的。在俄罗斯自学中文4年的她,在选择中国的学校时,看到厦大校园很大很美,一见钟情,于是报考了厦大新闻传播学院。

(记者 许蔚菡)

## 厦医1988名“萌新”报到

不到10秒钟,吴雨钦“扫脸”通过身份信息比对验证,完成了入学注册手续,正式成为厦门医学院2023级药理学系的一员。

9月3日,是厦门医学院1988名2023级新生入学报到的日子。该校启用“一站式”校本化迎新服务系统,新生到校后,只需进行身份证识别和人脸识别即可完成注册,大大缩短了排队

等待的时间。

校园内随处可见师生志愿者。看到有需要帮助的新生,他们立即上前相助、引导、答疑,成为一道亮丽风景线。

今年开放家长陪同入校,厦门医学院调配了校园内和校园周边道路近1000个停车位,方便自驾前来报到的家庭。

(记者 许蔚菡)



▲昨日,厦门大学迎来2023年本科新生,不少家长陪孩子前来报到。记者 陈理杰 摄



▲厦大志愿者力量温暖雨中开学季。记者 陈理杰 摄



▶厦医学院新生“扫脸”完成注册。记者 唐光峰 摄

## 相关新闻

### 在厦高校迎来“开学寄”高峰 有学生包裹 重达200多公斤

晨报讯(记者 叶子申)这几天,随着在厦高校陆续开学,快递行业的“开学寄”也迎来高峰。

昨日,在厦大南光快递点,记者现场看到,几个大遮阳棚下,大件包裹堆得满满当当,不时有学生前来领取,场面十分火热。

厦门市顺丰速运有限公司公共事务部蓝杰斌告诉记者,一周前开始,顺丰厦大站点就陆续收到不少学生的包裹,这几日每日包裹量大概在600票,比平日多了500多票;顺丰集大、诚毅学院等站点每日包裹量则比平时多了700多票。

那么,学生“开学寄”,爱寄哪些物品?记者现场走访发现,比较常见的是行李箱、收纳箱、被褥、床垫、水桶、衣架、服装、床上支架、电脑等。记者随机拎了一下,二三十公斤、三四十公斤的大件包裹不少。

顺丰厦大站点一名工作人员告诉记者,有一名硕士新生寄来的包裹重达200多公斤,书籍是主角。

此外,记者在现场看到,部分学生还网购了自行车、电竞椅等。顺丰工作人员说,这两天就派送了二三十辆自行车。不少艺术生还寄来了吉他、大提琴、电子琴等大件乐器。

值得注意的是,不少学生还热衷网购养生产品,如益生菌、黑芝麻糊、菊花茶、人参含片等。一名集大新生说,她买了金银花泡水喝,妈妈还特意为她准备了人参茶。

# 361° 发布“赛道梦想计划”

晨报讯(记者 钟宝坤)9月3日,国内领先体育用品品牌361°在杭州举行了飞鹰Future新品暨赛道梦想计划发布会。现场,361°发布了其专业精英马拉松竞速跑鞋——飞鹰Future,并公布了“赛道梦想计划”。361°将从平台、产品等多方面为跑者提供支持,助力他们追求梦想。361°品牌管理中心总经理郑业欣、361°鞋产品中心副总经理苏

畅、361°品牌代言人李子成、361°跑步代言人李波及业内大咖、媒体记者等百余名嘉宾共同见证了这一时刻。

工欲善其事,必先利其器。发布会现场,苏畅向大众展示了新一代专业精英马拉松竞速跑鞋——飞鹰Future。飞鹰Future集合了当前顶尖的科技与创新,致力于展现未来趋势与体验,在工艺及廓形方面均有所突破。为

满足不同跑者的差异化喜好,此次品牌推出了亚洲、神行、绿洲及落日赛道四种不同配色产品。

李子成向嘉宾们分享了产品研发的背后故事。据悉,为保障产品赛场表现,研发团队与代言人通力合作,最终成就了这一竞速马拉松领域的“性能怪兽”。

为帮助更多跑者踏上赛道、追寻跑步热爱,361°结合自身品牌定位,升级跑步策略,发布“赛

道梦想计划”,并提出全新跑步策略“赛道在你脚下”。361°将为跑者提供全产品、全方位、全地域的运动体验,为国内跑者创造全新的跑步发展体系,鼓励并支持每名跑者找到自己专属赛道,追逐梦想,突破PB(个人最佳纪录),陪伴和号召更多跑者一起大跨步向前。

据悉,“赛道梦想计划”将分别以马拉松赛事、三号赛道

10km竞速系列赛、城市跑团及青少年俱乐部等为落脚点,提供奖金激励和产品支持,带动更多跑者加入、参与。

郑业欣表示,361°计划在未来三年加大投入,助力中国路跑事业,通过产品研发创新、三号赛道IP打造等方式,为更多跑者提供专业的跑步产品和服务,致力于成为赛道上每一名跑者的陪伴者、鼓励者和助力者。