

太空“金”镀层、烫金工艺、“日月交替”设计……

硬核+浪漫 高校录取通知书太养眼

□本报记者 张巍

近日,我市部分大一新生已陆续收到了大学录取通知书。今年各大学的录取通知书仍延续“卷”式,特殊透光材质、硬核太空“金”的高科技包裹了国风外衣,尽显中式浪漫。“春风得意马蹄疾,一日看尽长安花”,让我们从哈三中部分学生晒出的大学录取通知书的开箱视频中一起分享他们的喜悦,感受一下这些硬核浪漫的梦中“情”书吧!



清华

立体“二校门”+新生赠书

清华大学的立体“二校门”通知书曾让无数学子羡慕不已。今年哈三中许多毕业生都拿到了清华大学“二校门”通知书。

2024年清华大学录取通知书继续沿用紫色调和激光雕刻的设计,将立体拼插进行到底,精巧的清华立体二校门纸雕是采用激光雕刻工艺,30多件纸艺部件、上百个拼插结构,手工定制、独一无二。今年的清华大学的录取信封是由该校美术学院教授陈楠团队设计,寓意“书香校园、鲲鹏展翅”。

今年6月25日是中国核武器研制工作的开拓者和奠基者、“两弹一星”元勋、清华校友邓稼先诞辰100周年。为共同缅怀、致敬英雄,清华大学向“四字班”本科新生随录取通知书赠送《邓稼先传》,激励清华学子涵养爱国情怀,传承弘扬“两弹一星”精神,期待这第一份礼物,在少年们心中播撒下梦想的种子。

北大

烫金“大学堂”+定制藏书票

翻开北京大学的录取通知书,整体古朴典雅封面以京师大学堂牌匾为灵感,刚柔相济、质感独特。封皮采用特种红纸+烫金工艺,信背面配以金色云纹造型,内里



用北大红勾勒出相框的式样,处处感受到北大承载着历史的厚度和历史悠久的文化底蕴。

今年是博雅塔建塔100周年,随通知书给到新生的还有一份特别礼物:北大文创推出的“百年博雅,燕园四季”新生学号定制藏书票。定制专属唯一采用二代专用邮票纸、五色印制,每套藏书票编码为新生专属唯一入学学号,一版一码,同套同码,独特专属。隐形防伪科技加持,使用隐形荧光油墨印制,在紫光灯照射下显现“春”“夏”“秋”“冬”字样和“百年博雅”暗记,趣味十足。

浙大

古籍装帧方式,打开有光

开启哈三中中学生手中的浙江大学2024年本科录取通知书,蓝色的封面下,通知书以长画卷的形式铺开,仿佛展开一幅未来的求学蓝图。内页选用特殊透光材质,透过阳光可映现出求是大讲堂上空的“灿若星辰灯”,照亮面前灿若星辰的你。录取通知书设计,立足浙大师生保护文澜阁《四库全书》的历史,借鉴《四库全书》的装帧方式,以此寄望学子接力赓续中华文脉,坚定文化自信。录取通知书采用了创新的自立式设计,立住的不只是一份被录取的荣誉,更是一份对浙大子立身、立业、立言、立德的期待。

录取通知书内还放有“浙江大学”2024级专属行李标签,需要托运行李的萌

新们可以给自己的行李挂上标签,学校将安排新生校外接待点、大件包裹接送。

哈工大

萌新每人一把太空“金”钥匙

还记得去年哈工大录取通知书里的那枚红色“HIT”书签吗?书签上的特殊涂层可是上过火星,在深空极端环境下不褪色、不脱落,主打一个硬核浪漫。哈工大2024年录取通知书延续了宇宙级浪漫,送给学子每人一把“金”钥匙,钥匙以太空金属材料进行3D打印、抛光,由曾用于空间站对接的技术完成表面镀层,寓意学子以钥匙开启宇宙之门、未来之门。

通知书整体设计以“书”的外形呈现,书盒封面采用可变换图案的光栅工艺,主图形以钥匙的轮廓呈现,打开书盒,左侧是校长韩杰才的寄语,下方是学校送给学子的专属钥匙,右侧是录取通知书,通知书图案提炼了哈尔滨和学校的标志性元素,录取通知书下面分别是同款套色的福袋和礼袋。



素,录取通知书下面分别是同款套色的福袋和礼袋。

今年哈工大录取通知书除了展示硬核科技外,还融入了中国传统色和学校标志性元素,3套不同配色的录取通知书分别代表发射升空的飞行器穿越对流层、平流层直至外太空。“丁香紫”“东方豔白”寓意大学生涯中的探索阶段;“玄天”“群青”寓意对未来更高更广的追求。

南开

“日月山海”盲盒+两枚莲花种子

今年南开大学录取通知书延续了“日月交替”的设计,考生在抽出录取通知书的过程中即可实现南开大学日月交替的场景变换,象征着百年南开的铮铮岁月在日月变换中缓缓展开。随通知书一起寄出的是南开大学校长陈雨露致“新南开人”的一封信,鼓励新生传承百年南开“知中国,服务中国”之光荣传统,为中华之崛起而读书,为民族之复兴而奋斗,为强国之建设而奋斗,在青春道路上挺膺担当。

2024级新生礼物还有南开大学建校105周年纪念版金属书签,以及两颗来自南开大学杰出校友、共和国开国总理周恩来故乡淮安的莲花种子,新生可将种子一颗留在故乡,不忘初心。另一颗带来南开,见证成长,希望新南开人秉公尽能做事,清正如荷为人。

部分图片介绍来自大学官微官网

为凑齐一套夜光乌龟,一夜花300多元抽盲袋
年轻人为盲盒“埋单”就图“情绪价值”

本报讯(实习生 杜佳鑫 记者 李木双)“恭喜老板许愿成功,再加一袋!”“连续三碰,祝贺老板欧气满满!”近日,在不少视频平台上,抽各种工艺品盲袋、盲盒的直播火爆出圈。某电商平台数据显示,暑假期间,潮玩盲盒销量同比增长3倍以上。记者走访发现,情绪消费日渐成为年轻人盲盒“埋单”的重要理由。

记者采访中发现,抽盲袋、盲盒的直播间内,玩家大多以“对对碰”形式参与。顾客购买一定数量的盲袋或盲盒后,由主播现场打开,根据拆出的颜色或数量随机获得“加奖”,若又触发奖励机制可加拆新盲盒,直到没有奖励为止。以乌龟盲袋为例,夜光乌龟工艺品一共有十种颜色,消费者选择一定数量盲袋后,再确定一种颜色为“许愿色”。主播将盲袋

打开后一次放在一个九宫格上,消费者可以通过出现与许愿色相同颜色、出现两个相同颜色、横竖斜三个方向颜色相同、全部颜色都可以两两相同(清台)等奖励规则,获得一到五个盲袋不等的加赠。为了吸引消费者,一些主播还会额外赠送一到两个盲袋。有些消费者花8个盲袋的钱,最终可能获得超过20袋夜光乌龟。这种所谓的娱乐直播间,吸引了大量观众下单。

市民王女士一夜下单超过300元抽盲袋。她告诉记者,“看到别人许愿成功,觉得很幸运,我也希望自己能这么幸运。尤其是想凑齐大小一套夜光乌龟,就不停下单。”王女士觉得,自己是为了高兴付费,这个价格她可以接受。“我刚刚下单买了两个置物架,准备把收到的乌龟摆放起



来,当成室内装饰。”

在如今快节奏的现代生活中,人们更加关注自我关怀与情绪满足,追求疗愈悦己的情绪经济也随之兴起。在这种消费新理念的带领下,年轻人不断创造出新的消费需求,收集盲盒、养绿植、定制捏捏乐一度成为消费潮流。根据某电商平台统计,这类消费的主要人群主要为“95后”。不仅是盲袋,“痛包”(挂满动漫人物和玩偶的包)、“谷子”(二次元文化周边产品)也在今年爆发。

市社科院研究院邱春光表示,“情绪价值”对产品销售的影响力是空前的,甚至能够直接左右企业的生产策略和宣传策略。公众在这种潮流消费中,应当保持理性,做到适可而止,避免因过度消费影响正常工作与生活。