

# 透视老年大学报名火热

近来,各地老年大学秋季学期招生开启后,一些学校的线下报名通道排起长龙,网络报名几分钟内名额全部被抢空。家住沈阳的刘阿姨调动全家上阵,最终还是没报上。“刷一下就满额,太火了。”她说。

作为由政府主导、强调公益性的老年教育机构,老年大学近年来热度持续攀升。党的二十大报告明确提出,实施积极应对人口老龄化国家战略,发展养老事业和养老产业。今年8月,国务院关于加强和推进老龄工作进展情况的报告提到,到2025年,每个县(市、区、旗)至少有1所老年大学。

## 老年人“抢”位入学

多位老年大学负责人表示,这几年老年大学很火,每年都扩招,但因为小班教学等原因名额有限,常常“一座难求”。

“老年大学的开设需要满足一定条件。”中国老年大学协会副秘书长李春华说,举办老年大学需要具备适合老年人的教学场地,师资并得到相关部门批准等。

据了解,各级各类老年大学有的归组织部门主管,有的属教育、民政、文化或老龄等部门(机构)主管,还有的为市场监管等部门审批,一般是“谁举办、谁管理、谁审批、谁负责”。由于管理部门不同,财政经费来源渠道也不相同,基本上谁主管谁投入。

老年大学规模有大有小,学员人数多的可达几万人。入学年龄通常在50岁至80岁之间,需提交相应材料注册报名,一般没有入学考试,普遍是选课学习,对毕业没有硬性要求和规定。课程主要包括音乐、书画、语言文化等,学制通常根据具体需求设置。老年大学收费没有国家统一标准,一门课多在几百元左右。

金陵老年大学副校长叶南容说,老年大学满足了老年人学习、交友、娱乐等多种需求,不仅可以学习知识技能,还是社交的重要场所。

江苏常州的汪荣庆在老年大学报了书画、文学等课程,“活到老要学到老”;南京的刘阿姨学习舞蹈,弥补年轻时的缺憾;62岁的河北“空巢老人”李阿姨认识了新朋友,一起上课,一起买菜,不再孤单……

近年来,扩大老年教育资源供给的政策不断出台。《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》等文件提出,依托国家开放大学筹建国家老年大学,搭建全国老年教育资源共享和公共服务平台;推动部门、行业企业、高校举办的老年大学面向社会开放办学;支持有条件的学校举办老年大学(学校)、参与老年教育……

## 数量不断增加,课程持续更新

中国老年大学协会发布的《中国老年教育发展报告



2021年11月26日,在上海老年大学钦州书院“科技岛”教室,学员通过VR虚拟体验“环球旅行”。新华社记者 刘颖 摄

(2019—2020)》显示,截至2019年末,我国老年大学(学校)数量约为7.6万所,比2017年增加了1.4万多所。

老年大学建设不断向基层延伸,有的建在百姓家门口。最近几年,江苏、湖北、山东等多地在乡镇(街道)、村(社区)设立了老年大学分校或教学点。

据悉,湖北黄冈计划年底实现老年大学分校(教学点)覆盖全市50%的乡镇(街道)和30%的村(社区)。福建厦门提出明年基本实现所有镇(街)和村(居)老年大学教学点全覆盖。山东德州计划利用3年时间建立社区老年大学分校(教学点)120个。

9月20日,南京雨花老年开放大学新林社区学习点挂牌成立。学员张阿姨很兴奋,“在家门口就能上学了”。

湖北英山县一处老年大学分校的负责人说,以前大家要去县里老年大学上课,路程远不方便,名额也有限。现在在乡镇设立了分校,专人负责日常管理,还根据具体需求开设课程,很多农村老年人坐到了书桌、课桌旁。

此外,老年大学的课程、内容不断更新。成都市老年大学推出无人机摄影课程,天津市老年大学开设法律基础课程,上海市虹口区老年大学“上新”视频剪辑课程,广州市老年干部大学增加“科技游学”班,带领老年学员参观科技企业、了解前沿科技知识。智能手机培训、防范金融诈骗等内容也在课表之中频频出现。

常州老年大学相关负责人介绍,新课程贴合时代发展,实用性很强,很受欢迎,通常是爆满的状态。

“以前大家调侃上的是老年艺校,现在已经不局限于‘琴棋书画’了。”常州老年大学的一位学员说。拍摄、修图、后期制作……老人们学习着电脑操作和视频剪辑,有的还当上了UP主,收获几十万粉丝。

新冠肺炎疫情发生以来,许多老年大学进行线上教

学,视频远程授课。“学习不受影响,还可以看回放。”天津市河西区老年大学学员赵志说。

## 多措并举助力老有所学

截至2021年底,我国60岁及以上人口达2.67亿,预计“十四五”时期,将突破3亿。《中共中央 国务院关于全面加强新时代老龄工作的意见》提出将老年教育纳入终身教育体系。但与此同时,国内老年大学容纳的学员数量只有千万人。

李春华表示,我国老年教育资源总供给不足,仍面临发展不充分、不平衡等问题,应重点关注边远地区和县级及以下老年大学(学校)的发展情况。

江苏省老年大学协会秘书长徐建设表示,城乡社区在发展老年教育事业上的重要性日益突出,应进一步推动教育资源下沉,整合利用现有资源,加强与社会组织、专业机构、高校等联动合作,拓展教学场地、壮大师资力量。

江阴老年大学文史外语家政保健系主任殷晓建议,用好在线教育平台,发展“互联网+”模式,把更多优质资源共享给乡镇老年人。同时培训乡镇线下辅导教师,以“双师”的形式来完成线上线下融合。

随着老年教育业态蓬勃兴起,一些教育培训机构也纷纷开设针对老年人的付费课程,有效增加了教育资源,扩展了教育市场。但值得注意的是,一些不法分子也因此乘机实施诈骗等不法行为。

受访人士建议,相关部门应加强对以养生、保健、投资、收藏等名义开展的营利性讲座、培训的监管。老年群体及其子女也要提高警惕,谨慎选择学习机构。

新华社“新华视点”记者 (新华社北京11月7日电)

# 展品迭代 消费进阶

## ——探访第五届进博会消费品展区

用再生面料制成的摇粒绒保暖材料,再到能减少碳排放、塑料使用量的化妆品液体灌装技术……从产品到材质再到工艺,越来越多的展商不满足于只展示能直接变成商品的展品,更多将低碳环保的生产链作为“新展品”在进博会展示出来。

在进博会现场,联合利华揭幕了“六星零碳工厂”,对工厂减排提出了新目标。“我们不仅想向消费者展示我们的产品,更希望通过进博会这个大舞台,展示我们共创可持续美好未来的承诺。”联合利华中国公共事务总裁曾锡尧说。

从发掘更深层次的个性偏好,到探究产品背后的绿色足迹,从进博会展品的迭代,能看到消费理念变化的轨迹。

“左边这个是我们中国首秀的6人金字塔A型户外露营帐篷,右边是我们全球首发的生态设计山地自行车,头顶挂着的是我们即将推向中国市场的海洋风筝冲浪装备,脚边放着的是我们为皮划艇、桨板运动爱好者设计的多功能划艇机……”在迪卡侬展台,工作人员热情地介绍着诸多“首

发”“首秀”的运动新品,“去年‘冰雪热’,我们带来了许多冰雪运动的装备。今年我们发现中国消费者对户外新兴运动的热情在增长,所以进博会上我们带来了许多即将在中国市场投放的新式、小众运动的产品。”

值得注意的是,今年消费品展区还专设了文物艺术品板块,包括苏富比、佳士得等顶尖拍卖行在内的12家境外文物艺术品经营机构参展。步入这些展台,仿佛一下子进入了艺术展厅,观众们在一件件艺术品前驻足欣赏。

“对艺术和美的追求也是一种消费,中国艺术文化收藏领域未来可期。”苏富比中国区董事总经理钱进表示,“在消费品展区看展对于现场观众来说是一种新鲜的体验,我们也希望通过展出的艺术作品促进文化交流,展望全球艺术文化产业交流互通的无限可能。”

新华社记者 王默玲 侯雪静 杨溢仁 (新华社上海11月7日电)

## 国货国潮“出海”,全球好物“上新”

“今年天猫‘双11’,我们备货量比去年多了3倍,仓库扩容到1万平方米,仍然感到吃紧,新推出的产品很受消费者欢迎。”国货品牌蜂花相关负责人说。

10月31日晚,天猫“双11”开启售卖1小时,102个成交额过亿元的品牌中,国货品牌占比过半,部分国货品牌1小时成交额超过去年全天。

随着中国制造转型升级和本土品牌创新能力不断增强,国货国潮愈发走进消费市场。今年“双11”,不少国货品牌更是漂洋过海,“圈粉”一大批海外消费者。

京东全球售数据显示,“双11”预售期间,布鞋、绣花鞋等国潮好物颇受海外消费者欢迎,订单额同比增长400%;国潮走红还带动了传统文化产品消费增长,在一些国家和地区,历史小说成交额同比增长380%,海外消费者尝试通过书本深入了解中国。

“国货逆袭的背后,是国产品牌质量和影响力不断提升。未来,持续通过产品和服务创新,不断满足和创造新的消费需求,将是国货实现长远发展的关键。”中国宏观经济研究院研究员王蕴说。

今年“双11”,国货“出海”的同时,来自全球的进口商品也在加速“上新”。新西兰、墨西哥、马来西亚等近20个国家的商品正陆续在京东上线国家馆,“双11”开门红10分钟,京东国际国家馆整体成交额同比增长超过12倍。

专家表示,在构建新发展格局大背景下,规模潜力巨大的消费市场,不仅成为中国经济发展的主引擎,也为全球跨国公司提供发展新机遇。

## “理性”“绿色”成为关键词

“今年买的东西不多,但都是自己需要的。”家住湖南长沙的席女士告诉记者,往年“双11”总忍不住囤货,有些快过期了还没用完,今年决定按需购买,不再冲动下单。

《京东11.11消费趋势报告》显示,拒绝浪费、理性健康消费的理念正在兴起,随着时间推移会带来“回报”的健康消费、教育消费和运动健身消费等愈发受到青睐。随着各地促进绿色节能家电消费等举措持续落地,绿色、低碳消费理念成为今年“双11”的主旋律之一。

“双11”开门红期间,苏宁易购全国门店一站式以旧换新订单量环比增长122%,绿色节能家电销量环比增长126%;京东联合品牌商家推出“青绿计划”,节能家电、绿色食品等被打上“绿色”标签;“双11”期间,银泰百货全国门店启用可降解“绿色快递袋”,并推出旧衣回收、化妆品空瓶回收等场景,传递绿色消费理念……

此外,更多垂直细分领域消费正在崛起,在各大电商平台,提升生活幸福感的网红小家电、美妆香氛、原创饰品等消费增长迅速。

专家表示,从最初全民狂欢式的“剁手”,到如今品质消费、绿色消费、理性消费渐成主流,“双11”不仅见证了我国消费升级进程,也折射出国人消费理念的巨大变化。

## 银发经济、运动健康等新亮点涌现

能实现心率、呼吸、体动等体感实时监测的5G智能护理床;根据银发群体口味和营养需要量身定制的奶粉;专为老年人研发的无线蓝牙助听器……正在上海举行的第五届进博会上,针对老年群体设计研发的健康好物,彰显银发经济的广阔前景。

今年“双11”,淘宝天猫、拼多多、抖音等电商平台数据显示,中老年人体检服务、营养保健品、家用医疗器械等产品销售均迎来大幅增长。

中国国际经济交流中心副理事长王一鸥表示,中国老年人口规模大,老年产品和服务市场发展潜力巨大。随着老年人消费需求从“生存型”向“发展型”转变,消费层次不断提升,医疗健康、智慧家居、旅游度假、文化娱乐等产业将提质扩容,有效拓展国内需求,孕育经济增长新动能。

苏宁易购平台数据显示,“双11”开门红期间,智能跑步机销量同比增长171%,动感单车销量同比增长92%,投影仪销量同比增长54%。

王蕴表示,在线健康服务、在线文娱、户外运动等新消费迅速发展,不仅契合了居民消费升级趋势,也为消费增长提供了新动能和新空间。

新华社记者 王雨萧 白田田 (新华社北京11月7日电)

全球十大化妆品品牌悉数亮相,时尚高端消费品巨头齐聚一堂。在超过7万平方米的第五届进博会消费品展区,不断出新出彩的展品“争奇斗艳”。

“你是更喜欢花果香调、木质香调还是皮革香调?”不同香味的微妙差异总是让消费者难以取舍。欧莱雅展台的“电波穿香室”可以通过头戴式装置分析消费者闻到不同香味时的情绪反应,从而进行个性化香水推荐。不独有偶,隔壁展位的爱茉莉太平洋也在进博会上首秀了其通过脑电波进行情绪分析,为消费者提供个性化香气入浴剂的服务。

“我们希望能不断延伸‘消费个性化’概念的边界。”欧莱雅工作人员告诉记者,“以前讲个性化定制,其实就是消费者喜欢什么,我们提供什么。但如果消费者在主观意识上不清楚自己到底喜欢什么,我们希望能通过技术手段挖掘出他们潜意识里的个性偏好,帮消费者找到‘真爱’。”

不约而同的选择不止于“脑电波”,走在消费品展区各大展台,最常看到的字眼当数“绿色”“低碳”“可持续”。从生产消费过程中二氧化碳减排量达50%的新品洗衣液,到100%



# 11.11 双11 钜惠

美团惊喜折上折 活动时间: 2022.11.08-11.25

**女性至臻升级筛查**

门市价 **¥1016** 日常活动价 **¥549** “双11”直降 **¥55** = **¥494** “双11”到手价

**父母至尊加强筛查**

门市价 **¥2000** 日常活动价 **¥1108** “双11”直降 **¥111** = **¥997** “双11”到手价

**女性初级健康体检**

门市价 **¥1558** 日常活动价 **¥888** “双11”直降 **¥48** = **¥840** “双11”到手价

**父母尊享体检**

门市价 **¥2132** 日常活动价 **¥1499** “双11”直降 **¥99** = **¥1400** “双11”到手价

美团App 美团·医疗 | 美年大健康 Health 100

健康生活上美团

扫码进店 畅享优惠

山西美年大健康官方微信公众号