

这个毕业季流行“云毕业照”



南信大官方微信展示的学生毕业照。



南财学生通过PS制作的卡通版毕业照。

因为疫情防控,2020年的毕业季显得分外与众不同,在平常看来很普通的毕业照在当下却弥足珍贵。不能返校的大学生们,甚至在网上发起了毕业照创意PS活动,将自己的照片和学校地标风景P在一起,作为大学生活的最后纪念。不管毕业照是以哪种形式进行的呈现,这个毕业季一定会给2020届毕业生留下终身难忘的回忆。

“大学生PS云毕业照”话题火爆

在微博上,“大学生PS云毕业照”话题里攒下了五花八门的毕业照片。不能返校的大学生们,想着法子给自己的毕业留下印记。重庆大学城市科技学院的毕业生戴泽旭组织班级同学做了几张Q版“云毕业照”。手绘版的学士服,配上同学们神态各异的表情,让毕业照顿时“萌”了起来,照片得到了同学们的一致称赞,还登上过微博热搜。四川一所高校视觉传达专业的学生,干脆“画”出了自己的毕业照。班里的每一位同学,都给自己创作了漫画版的自画像,最后合成了一张完整版的毕业照。同学们表示,这样每个人都有参与感,“云毕业照”也有着特殊的纪念意义。

“云毕业照”在江苏高校也逐渐风行。南财会计学院的毕业生韩琪受到了网络热搜的启发,也给同学们制作了一组卡通版“云毕业照”。云毕业照中同学们在图书馆、教学楼、绿草坪

等南财各个标志性角落打卡留念。照片制作者韩琪同学说道:“今年的毕业季是云毕业,我们云上课、云面试、云答辩,所以我想到了云毕业照,纪念与南财的四年,与老师同学的点点滴滴。”

毕业生相约“一年后回校拍一张真正的毕业照”

同样采用PS毕业照方式作为毕业纪念的,还有南财国贸院的毕业生。他们将自己的照片和未来的理想职业组合在了一起,并将照片命名为“我和理想职业有个约定”。

“对于我们应届毕业生来说,今年是相当特殊的一年。所以我们想用一种与众不同的方式和学校告别。”国贸院商务1602的武海鹏同学告诉记者,通过PS的方式将自己的大头照和职业卡通画拼接在一起技术含量并不高,“拼接的过程,其实也是我们的大学告别仪式。”武海鹏向记者展示的毕业照,是一个正在讲课的教师形象。“不论是在学习还是生活中,很多老师都给了我很大的帮助,他们亦师亦友,所以我也想像老师们那样教书育人,桃李满天下。”

毕业生来自五湖四海,但在南财求学的四年生活将是他们共同的记忆。为了帮助毕业生们留住这美好的四年时光,学院团委特意征集了所有大四毕业生的照片,拼成了学校独特的球形图书馆图案,作为云照片合集的封面。图片制作者劳晓媛透露,“学

长学姐还有个约定,一年后一定要重新回到南财,在图书馆大楼下拍一张真正的毕业照。

不一样的烟火:南信大学生实拍“硬核”毕业照

南信大2020届的毕业生,应该会分外珍惜自己的本科毕业照。因为这组照片是实打实在校园里拍摄完成的。作为全国第一所全校开学的多科性大学,开学一个半月了,南信大学生可以在学校里完成自己的毕业照拍摄。昨天,学校官方微信刊发出一组学生的毕业照,顿时引发了全网的“羡慕嫉妒恨”。照片里,学生们服装整齐,站在学校的校门、文德楼等地标建筑前愉快合影,成为了这个毕业季里“不一样的烟火”。

南信大海洋科学学院海洋技术专业学生史美娟告诉记者,拍摄毕业照的创意是全班同学共同智慧的结果。“大家都挺想有张毕业照的,意见一致后,同学们就集体租了服装,筹备了照片拍摄。”史美娟向记者展示了一张照片,照片的C位留给了班主任王胜强老师。“王老师特别负责,因为年轻,和我们也没有代沟,所以和大家完全‘打成一片’。”

南信大官方微信展示的毕业照远不止海洋科学学院海洋技术这一个专业,学生们选取的拍摄地点也十分多样,学校的梧桐大道、藕舫园、食堂、宿舍,甚至还和宿管阿姨、小公交车司机合了影。照片的拍摄团队也是南信大“自产”,南信大学生张博凯的自主创业团队“承包”了毕业生们的绝大部分毕业照摄影。

推送这组照片的微信评论里,有家长看得无比激动:“看得我热血沸腾。儿子有幸成为南信大大一新生,憧憬着三年后的毕业季!”

(来源:《扬子晚报》)



50后疯狂网购或超年轻人

最新权威报告显示,今年春季中国移动互联网月活跃用户相比去年增加1571万,其中61%来自41岁以上尤其是46岁以上的中老年群体。生活经验丰富的中老年用户掀起新一轮在线购物热,正推动电商平台持续转型升级。

深度“触网”或超年轻人

相关报告显示,随着互联网在中高龄人群渗透率不断提升和中老年人消费观念的不断改变,线上消费支出呈现明显的增长态势。从年龄结构分布来看,25至55岁的占比最大,达到了29%;其次是36岁到45岁,为27%;再次是46岁到55岁用户,56岁以上用户,分别占比12%、13%。关怀型消费增长最高,80后、90后共购买了近50%的老年商品。

在中老年人一步步深度“触网”之后,其电商购买渠道数量也有可能超过年轻人。他们购买方式多样,会在短视频电商里下单,也会用社区团购下单,还经常在各种拼团APP里下单。在这样的机会下,针对他们定制的产品也越来越多,比如小夜灯、外出推车、

防滑垫等。

消费类别走向时尚化

多家在线购物平台近期发布数据表明,中老年群体美妆购买力逆势上涨。如京东50岁以上用户购买美妆的消费金额同比增长51%;苏宁平台上受中老年欢迎的染发剂销量环比增长118.09%。

据分析,银发族对“抗老”的期待很高,她们将25%的护肤消费花在以抗老为主打的产品上;带有“滋养”功能的面部护肤品也受到关注。

国货品牌因性价比高更受青睐。比如京东美妆中老年用户的消费额前五分别被百雀羚、自然堂、珀莱雅、片仔癀、丸美这5个国货品牌包揽。京东数据还显示,套装礼盒、乳液面霜、面部精华、面膜、眼霜是50岁以上用户下单金额前五品类。“电商布局市场时,考虑老年人自尊心是非常重要的。”王晓鹏说,“许多中老年人其实是岁数越大越不服老。据调查分析,现在的中老年人越来越追求自由独立多元的生活,他们的心态也日趋年轻化、时尚

化,所以会越来越注重化妆、衣着等展示型消费。

知识付费习惯正在养成

据统计,今年春季教育学习类在线平台日均活跃用户增长迅猛,中老年用户群体之中,41至45岁用户增长27.9%,46岁以上用户增长33%。中老年在线教育需求发展迅速,知识付费成新趋势。

老年用户的知识付费习惯正在加速养成。调查发现,专业度高的课程往往更加受老年人欢迎,他们的付费意愿也更强烈。比如古筝课,相对来说偏静态,却能在线上直播课程中收获很好的反馈。究其原因,这类课程不仅仅满足中老年用户娱乐、打发时间的需求,更满足自我成长的学习需求,用户也有一定专业基础,是发自内心的喜欢。因此,中老年学员在观看的时候更加认真,互动也更加积极。同时,他们在学习类似课程的直播过程中并不吝惜打赏。据统计,在直播过程中,愿意打赏的中老年用户占5%到10%。

(来源:《人民日报》)

@微语录

@王人平:孩子,喜欢你绽放的阳光般的笑容。相信十年、二十年,乃至有一天不再有我的日子里,无论境遇如何,你都会微笑地面对生活。而我今天能做的,就是努力捍卫你的童年,守护你能够得到的当下的幸福,让你有机会体验发自内心的快乐,感受无条件的接纳和爱,在你心底植入美好、希望、爱的种子和人性的光辉。

@苏岑:满足一千个欲望和战胜一个欲望,哪个更难?其实,选择哪个答案并不重要。重要的是,透过欲望的幻象,能否依然认清最终的方向。大多数人一生都在忙于攫取和渴望获得,然而真相却是:人生比的就是放下,看谁放下的多。放下越多,灵魂越轻快,走得也就越远。

@周国平:好的两性关系有弹性,彼此既非僵硬地占有,也非软弱地依附。相爱的人给予对方的最好礼物是自由,两个自由人之间的爱具有必要的张力,它牢固但不板结,缠绵但不粘滞。

(来源:新浪微博)

@微趣图



“无法无天”过“六一”。

(来源:新浪微博)

@微笑话

@吐槽鬼:母亲大人说今年再找不到对象就给我包办一个,对于这种封建传统的做法,作为新一代的年轻人,我表示强烈赞同,靠我自己是真不行了。

@一枚社畜:地铁上,我对身旁的陌生人说:“你就像脸上的青春痘”。他就这样看着我,我也看着他,继续说:“别挤,谢谢”。

@业余教父:叫了个保洁来打扫房子,阿姨进门要穿鞋套。我赶紧说:“不用不用可以直接踩进来!”保洁阿姨:“不是,我怕把我鞋弄脏了……”

@中二化学于老师:姑娘们,以后跟老公吵架回娘家,学聪明点,带什么存折、衣服,都弱爆了。听好了,带空调遥控、电视机遥控、驾照、身份证、车钥匙,再改一下电脑和WiFi密码!小样,我就不信他不知道自己错哪了。

(来源:新浪微博)