

年龄不是学习的上限

拿下第二学位,在上海开放大学
六十一岁博士再读本科,三十八岁母亲

上周末,站在学士学位授予仪式的舞台上,38岁的陈志萍哽咽了。儿时,陈志萍成绩优秀,父母一心盼着她能圆全家的大学梦。然而年级越往上,她在学业上却愈加力不从心,最终与大学失之交臂。更令她心痛的是,父母相继离世,终究没看到女儿穿上学士服的样子。

遗憾,终于在上海开放大学得到了弥补。继两年前拿下工商管理学士学位后,陈志萍近日又成功获得市场营销学士学位,并作为学生代表在毕业典礼发言。陈志萍说,一路走来,她最深的感悟是,“不必焦虑看不清远方,也不用害怕走错路、走弯路,人不一定非要往高处走,也可以往四处走,边走边悟边成长。”

从23岁到61岁 学习无关年龄

在上海开放大学,像陈志萍这样怀揣梦想,“往四处走”的学员,并不在少数。记者了解到,2025—2026学年,上海开放大学共有1676名毕业生喜获学士学位,229名毕业生获得国家开放大学学士学位,涉及法学、教育学、文学、工学、管理学、理学、艺术学等7个学科门类。其中,年龄在35至50岁之间的占比80%以上,年龄最小的23岁,年龄最大的61岁;95%以上都是在岗人员;百余名学生本次获得的是第二乃至第三个学士学位。

和其他高校不同,上海开放大学学生来自各行各业,有创业者、公司职员、基层干部、一线员工、自由职业者等,更有学生早已拥有哈佛大学、复旦大学、华东师范大学、东华大学等学校的学士、硕士乃至博士学位。

年龄最大的学员黄承武今年61岁,虽早已在东华大学获得工学博士学位,却从2018年开始连续在开大完成了商务英语、软件工程、市场营销三个本科专业的

学习,如今又继续报读了视觉传达设计专业。59岁的孙秀静1993年毕业于上海大学半导体物理与器件专业,多年来始终在相关领域深耕,在复旦大学获得集成电路工程硕士后,仍带着对最新科技进展的渴望,坐进了开大教室。经过四年多的苦读,她和班上那些20多岁的年轻人一起,获得人工智能专业学士学位。

坚持上进 最好的言传身教

“人生,不必等到万事俱备才出发。勇敢的人,先享受世界!”陈志萍觉得,成年人读书,不只为了一纸文凭,更是为提升认知、拓宽眼界、沉淀人生的底气。

在开大求学期间,她将课堂所学融入工作实践,从一名普通员工成长为企业副总经理。她的毕业论文结合公司营销策略研究,获评优秀学位论文。如今,陈志萍的哥哥、嫂嫂等人,也受她影响,相继踏入开大校园。“去年,家里搬迁装修,我惊讶地发现,儿子把我的各类荣誉证书,摆在他房间的橱柜展示。我问他为啥,他坦然笑着说:榜样啊!”那一刻,陈志萍深有感触:原来大人坚持上进学习的模样,就是最好的言传身教。

说起同学的追梦旅程,上海开放大学民生学院院长范军颇为感慨。有人为了不耽误工作,周末坐着高铁来上课;有人怀孕期间坚持考试,孩子出生后抱着课本继续读;有人为了拿下英语学位,手机里的背单词软件打卡记录从没断过……有学员白天在养老院照护老人,深夜在灯下撰写服务方案;有同学为了拿下高级工证书,在实训室里一遍遍练习,直到每一个动作都达到标准……同学们用行动告诉所有人:学习,从来不是年轻人的专利;成长,也从来不会因为年龄而止步。

本报记者 陆梓华

巧借清风送巨箭 精研微距护航天

上海航天800所首创气动推冲分离技术护航长征十二号乙圆满入轨

本报讯(记者 曹博文)近日,长征十二号乙运载火箭在东风商业航天创新试验区首飞成功。本次任务中,由上海航天800所自主研发的“气动推冲分离试验”技术首次应用,以“温柔”的方式验证了火箭二级的关键分离,为我国商业航天的高可靠性、低成本发展提供了全新解决方案。

火箭在高空的“级间分离”是决定发射成败的核心动作。与传统依靠爆炸冲击的“火工品解锁”方式不同,长十二乙火箭采用了800所攻关成功的气动推冲分离试验技术。

“传统火工品解锁就像突然被人推了一把,冲击力会让箭体产生微小变形。为了保护箭体,我们得额外加固结构,这就增加了重量。”800所强度环境试验检验师陈洋解释道,“而气动推冲分离没有爆炸式的冲击,没有刺眼的火焰,全程靠干净的气体推力完成动作。”他补充道,“其原理就像用高压气枪吹走灰尘,靠的是高压气体的推力来完成‘温柔分离’。”

为确保这项技术的可靠性,800所团队进行了极高精度的地面试验。“轨道校准差1毫米,试验数据就可能偏出十万八千里。”他回忆道。团队以“毫米级”精度为要求,搭建了模拟真实飞行状态的测试环境,并完成了总重达224吨的分离模拟平台安装,试验中分离姿态完美符合设计预期。

据介绍,此项技术的优势显著。首先,其分离过程平稳,无爆炸冲击,能更好地保护卫星等精密载荷。其次,全程无燃气火焰,消除了箭体烧蚀、姿态干扰等风险,大幅提升了安全性。尤为关键的是,该系统结构简洁,可重复检测使用,完美契合可重复使用火箭低成本、高效率的设计理念,为未来大规模发射任务降本增效奠定了基础。

据悉,始建于1958年的上海航天800所,长期承担航天产品箭体结构研制、试验等关键任务。本次气动推冲分离试验技术的成功应用,标志着我国在该领域实现了从原理样机到型号应用的跨越。

“新拼姆”冲锋 千亿重仓 中国供应链品牌化出海提速

贵州抹茶反向出口、中山灯饰点亮全球、天津巧克力远销海外……如今,越来越多的中国好物“漂洋过海”,一场扎根田间地头与生产车间的变革,正在重塑拼多多的增长逻辑。

近期,拼多多发布2026年第一季度财报。数据显示,平台当期总营收1062亿元,同比增长11%;归母净利润125亿元,同比下滑近15%。利润下滑主要是“千亿扶持”计划及重仓供应链建设所带来的持续投入所致。

拼多多集团联席董事长兼联席CEO赵佳臻明确表示,为换取生态的长期内生价值,主动牺牲短期财务表现。继续重仓供应链建设将是公司下一个十年的核心战略。

当前,拼多多正处于从“流量驱动”向“供应链驱动”转型的关键阵痛,这是一种清醒而坚定的选择。去年股东大会抛出“三年再造一个拼多多”战略后,“新拼姆”成为首个核心落地载体。今年一季度,“新拼姆”公司在上海正式成立,首期现金出资150亿元,未来三年计划累计投入1000亿元。

拼多多为敢敢于“豪掷千金”?其过去十年积累的后端供应链能力与Temu在海外打开的前端市场空间,成为“投资未来”的最大底气。

成功经验 “千亿扶持”让好物能出圈

在海南,曾经“靠天吃饭”的风梨种植户,靠着拼多多订单农业模式,摇身一变成为“新农人”。平台提供确定性订单,商家搭建成熟供应链,将凤梨果损率从20%降至5%,催生金钻、芒果凤梨等爆款,“海南凤梨”从地方特产火遍全国。

贵州铜仁抹茶曾经小众,后来凭借坚持欧盟标准种植的高品质与拼多多反向定制衍生新产品,从B端原料进阶为C端网红。贵茶集团入驻拼多多后,根据用户反馈优化产品,小包装抹茶、抹茶巧克力等持续热销,三年拼多多复合增长率达88%。铜仁也成为“中国抹茶之都”,产品反向出口日本。

在广东化州,“南方人参”化橘红借助拼多多流量,销量暴涨。返乡新农人坚守非遗工艺,平台打通线上渠道,让藏在深山的地方好物走进千家万户,年轻劳动力回流,乡村产业焕发新生。

拼多多“千亿扶持”计划多年的实战沉淀,从田间地头到产业集群,早已摸索出“供应链升级+品牌孵化”的成熟经验。帮工厂自动化改造、助农户标准化种植、陪商家做品牌升级,一套“数据赋能、流量倾斜、资金扶持”的组合拳,让无数白牌产品成长为区域标杆,为“新拼姆”出海提供了海量可复制的样本。

直击痛点 “新拼姆”搭建跨境“高速路”

根据拼多多2026年第一季度财报,交易服务收入达563亿元,同比增长20%,首

次超过在线营销收入,成为公司第一大收入来源。财报及分析普遍认为,交易服务收入的强劲增长主要得益于Temu的全球化增长。

第三方数据显示,Temu第一季度GMV在224亿至280亿美元之间,同比增长约40%至92%。截至一季度末,Temu的全球月活跃用户(MAU)已达约5.3亿,同比增长42%。其全球累计下载量已突破12亿次。Temu从跨境新秀成长为全球流量巨头,成功验证了中国供应链卖全球的能力。

前端后端的耦合,也构成了“新拼姆”最核心的竞争逻辑。依托Temu全球触达能力,直击欧美中产“理性消费”痛点,“新拼姆”的模式不仅是为了帮助产业带工厂卖货,更旨在解决中国供应链企业长期面临的代工利润微薄、议价能力弱、抗风险能力差等结构性难题。

面对竞争激烈的全球市场,真正支撑企业长期稳健发展的核心竞争力,是隐于幕后的供应链能力。“在不少产业带中,中小制造企业更擅长量产交付和成本控制,但缺乏品牌化能力,至今没有完成价值链的跃迁。”拼多多管理层指出,在“新拼姆”模式下,平台愿意通过深入产业一线与工厂共研产品等方式承担更多责任,从根本上解决平台商家同质化竞争的挑战,推动更深度的供应链整合。

完整闭环 中国供应链品牌化“远征”

在海外市场,品牌是强化用户“高性价比”认知的基石;同时,打造品牌也是提升产品品质标准、帮助平台在日趋严格的监管环

境下强化合规能力的重要路径。Temu拓展出的庞大海外流量池,为“新拼姆”的品牌孵化提供了最理想的试验场。

借助这一风口,“新拼姆”希望在自有品牌模式下,系统性孵化一批具有国际影响力的全球化品牌,并以此推动整个供应链的升级转型,彻底摆脱中国产品常与“低价低质”标签绑定的困境。

“新拼姆”的打法清晰且硬核:锁定服装、家居、户外三大核心赛道(均为Temu高潜力类目),直接对接波司登、雅戈尔等大牌工厂,采用“平台定制、工厂直供、买断包销”模式。对工厂来说,这种模式带来的不只是订单,也是一种更确定的合作关系,产品怎么做、卖给谁、以什么样的品牌方式进入市场,由平台和供应链共同完成。

因此,“新拼姆”的意义远不止于一项新业务,更像是拼多多重仓供应链之后的一次系统性试验——用更重的投入、更深的产业参与和更明确的全球市场目标,帮助中国供应链在规模优势之外,继续沉淀品牌优势和价值优势。

拼多多一头连着国内产业带,一头通过Temu连接海外消费者,正在构建“国内孵化、跨境输出”的完整闭环。当不同市场的用户偏好、价格带和品类机会能够反向传导给工厂,中国供应链就有机会从“全球供货”走向“全球经营”。

这条路并非“坦途”,需要极高的战略定力。未来,随着“新拼姆”自营品牌陆续登陆海外市场,由千亿资金撬动、供应链升级驱动的出海革命,终将让世界看到:中国“智造”,“性价比”高,更以“质”取胜!

(文/唐燕)

